

*Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2026. № 1 (86). С. 223–232.*  
*THE CASPIAN REGION: Politics, Economics, Culture. 2026. Vol. 1 (86). P. 223–232.*

Научная статья

УДК 12:7

doi: 10.54398/1818-510X.2026.86.1.020

#### ФЕНОМЕН БАНАЛИЗАЦИИ ГЕРОИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

**Соловьева Светлана Владимировна**

Приволжский государственный университет путей сообщения, г. Самара,  
Россия

metaphisica@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1642-2000>

**Аннотация.** В постгероической культуре XX–XXI вв. героизм утрачивает статус исключительного события и все чаще конструируется как тиражируемый медиаобраз, мем или бренд, что порождает феномен его банализации. Объектом исследования выступает современная культура героизма. Предмет – феномен банализации героизма и его концептуализация в философии и науке. Исследование опирается на историко-философский и концептуальный анализ работ Х. Арндт, М. Лейбовичи, М. Моррис, З. Франко, Ф. Зимбардо, С. Т. Эллисона и др., а также на методологию критической теории для анализа культуриндустрии и символического обмена. Дополнительно используются результаты эмпирических и междисциплинарных исследований героизма. Показано, что «банальность» у Арндт, Моррис и Зимбардо описывает модус отношения к социокультурной среде, характеризующийся автоматизмом, рутинностью и утратой критического измерения, тогда как «банализация» фиксирует процесс редукции сложных феноменов до клише и повторяемых форм. Банализация отражает миграцию героизма из сферы трансцендентного / исключительного в область повседневных практик («героическое воображение») и институционализации («наука о героизме»). Компаративный анализ восприятия героя в индивидуалистических (США) и коллективистских (Китай) культурах демонстрирует, как героизм наполняется различным культурным содержанием, сохраняя при этом универсальное ядро рационально-волевых черт. Критический разбор эмпирических исследований выявил две формы современного героизма: «банальный», ситуативно обусловленный поступок обычного человека и «небанальный», укорененный в устойчивых и разнообразных типах моральной личности. Заявлено различие между банализацией-редукцией, где героизм сводится к единичному импульсу и утрачивает связь с устойчивым моральным характером, и банализацией-демократизацией, открывающей героическое как потенциально доступное каждому в повседневной жизни.

**Ключевые слова:** банализация героизма, постгероическая культура, этос, моральная личность, ситуационизм, компаративные исследования

**Для цитирования:** Соловьева С. В. Феномен банализации героизма в современной культуре // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2026. № 1 (86). С. 223–232. <https://doi.org/10.54398/1818-510X.2026.86.1.020>.



Это произведение публикуется по лицензии Creative Commons “Attribution” («Атрибуция») 4.0 Всемирная.

#### THE PHENOMENON OF THE BANALIZATION OF HEROISM IN CONTEMPORARY CULTURE

**Svetlana V. Solovyova**

Volga State Transport University, Samara, Russia

metaphisica@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1642-2000>

**Abstract.** In the post-heroic culture of the 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> centuries, heroism is losing its status as an exceptional event and is increasingly constructed as a reproducible media image, meme, or brand, giving rise to the phenomenon of its banalization. The object of this study is the contemporary culture of heroism. The subject is the phenomenon of the banalization of heroism and its conceptualization in philosophy and science. This research draws on a historical, philosophical, and conceptual analysis of the works of Hannah Arendt, Martin Leibovici, Mary Morris, Zinaida Franco, Frederick Zimbardo, Stuart T. Ellison, and others, as well as on the methodology of critical theory for analyzing the culture industry and symbolic exchange. The results of empirical and interdisciplinary studies of heroism are additionally utilized. It is shown that “banality” in Arendt, Morris, and Zimbardo describes a mode of relationship to the sociocultural environment characterized by automatism, routine, and the loss of a critical dimension, while “banalization” captures the process of reducing complex phenomena to clichés and repeatable forms. Banalization reflects the migration of heroism from the realm of the transcendent / exceptional to the realm of everyday practices (“heroic imagination”) and institutionalization (“the science of heroism”). A comparative analysis of the perception of the hero in individualistic (USA) and collectivist (China) cultures demonstrates how heroism is imbued with different cultural content while preserving a universal core of rational-volitional traits. A critical analysis of empirical research has revealed two forms of contemporary heroism: the “banal,” situationally determined act of an ordinary person, and the “non-banal,” rooted in stable and diverse types of moral personality. A distinction is made between banalization-reduction, where heroism is reduced to a single impulse and loses its connection with a stable moral character, and banalization-democratization, which reveals the heroic as potentially accessible to everyone in everyday life.

**Keywords:** banalization of heroism, post-heroic culture, ethos, moral personality, situationism, comparative studies

**For citation:** Solovyova S. V. The Phenomenon of the Banalization of Heroism in Contemporary Culture. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura* [The Caspian Region: Politics, Economics, Culture]. 2026, no. 1 (86), pp. 223–232. <https://doi.org/10.54398/1818-510X.2026.86.1.020> (In Russ.).



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

### *Введение*

В современном гуманитарном знании героизм остается одной из ключевых категорий, связывающих индивидуальный опыт с коллективными представлениями о должном, справедливом и возможном. Однако в культуре XX–XXI вв. происходит систематический сдвиг от элитарности подвига к его массовизации: герой утрачивает уникальность и онтологическую «высоту», встраивается в механизмы культурной индустрии, технической воспроизводимости и цифровой медиасреды. На этом фоне все более заметным становится феномен банализации героизма, когда героическое превращается в тиражируемый образ, мем или бренд, функционирующий в логике развлечения, потребления и символического обмена.

Культурологический и нарративный анализ мемов П. Колозариди показывает, что мем-культура разрушает классический образ героя, подменяя его сетевыми, децентрализованными, иронично-пародийными коллективными идентичностями. Герой мема выступает как функция повторяемости, узнаваемости и «заразности», а не личного достижения или морального примера; он производится и потребляется, теряя ауру, статус «героя» становится частью игры и самоиронии цифрового общества [3]. Коллектив зарубежных исследователей, рассматривая распределения ролей героя (hero), злодея (villain) или жертвы (victim) в мем-культуре, показывает обратное: мем-герой все еще остается положительным и создающим субъектом, которому приписываются прославляющие и спасительные свойства. В мемах герой может быть представлен саркастически, гиперболически или прямо как объект восхищения. В сатирической составляющей мем-нарратива герой может быть как идеальным примером, так и мишенью для выстраивания коллективных оценок. Авторы показывают, что роль героя в мемах обнаруживает специфическую функцию коллективного нарратива, где одна и та же сущность может быть одновременно восхваляема, высмеяна

и обесценена. Герой в мемах – не всегда традиционный победитель, но чаще фигура, вокруг которой строится коллективная идентичность, социальная оценка и борьба значений [15]. Так дискуссии о героизме в постгероическую эпоху становятся новым импульсом для осмысления современных форм героизма, их связи с онтологическими и символическими основаниями в классических и традиционных культурах.

Объектом исследования выступает современная культура героизма в постгероическом обществе, т. е. совокупность культурных, медийных и повседневных практик, в рамках которых конструируются, транслируются и потребляются образы героя и героического. Предметом исследования является феномен банализации героизма, рассматриваемый с опорой на эмпирические культурологические и психологические исследования. Целью исследования является теоретико-концептуальное осмысление банализации героизма как не исчезновения, а преобразования героического в условиях кризиса «больших нарративов» и индустриально-цифровой воспроизводимости.

Методы и материалы исследования носят междисциплинарный характер и включают историко-философский и концептуальный анализ для реконструкции эволюции понятий «герой», «героизм», «банализация» и т. п.; методологию критической теории (в духе анализа культуриндустрии и символического обмена) для описания превращения героизма в объект массового культурного производства; привлечение концептов Х. Арндт, З. Франко, Ф. Зимбардо для построения интегративного теоретического каркаса. Идеи указанных авторов были привлечены к разработке концепции «банализации героизма» и возможной интеграции философской модели с конкретными культурными практиками.

#### *Основная часть*

##### *История концептов «банализация героизма»*

В исследованиях массовой культуры второй половины XX в. феномен банализации героизма соотносится с более широкой проблематикой банальности в философии и культурных исследованиях, начиная с Х. Арндт и М. Моррис. Разработка концепта «банальности» у Х. Арндт выступает частью этической теории, феноменологическим открытием, сфокусированным на механизме совершения зла в современную эпоху. Французский философ М. Лейбовичи идет еще дальше, утверждая, что банальность зла соотносится не «к теории или доктрине», а к «опыту бездны»: «Отсутствию общей меры между гигантской масштабностью, на которой были совершены преступления (зло), и незначительностью (банальностью) лиц, которые были среди наиболее ответственных» [13].

В философии Х. Арндт Эйхман предстал как «банальный» индивид, чья главная характеристика «нормальность», которая покрывает «неспособность мыслить», отсутствия внутреннего диалога и критической рефлексии. Эйхман и банальность зла не являются «врагами человечества» (Нюрнберг), напротив, «таких, как он, было много, и многие не были ни извращенцами, ни садистами – они были и есть ужасно и ужасающе нормальными» [1, с. 411]. Подобная банальность не означает тривиальности злодеяний, но открывается как порождение бюрократической системы, полного стирания Лица, аннулирование личной ответственности и моральной автономии. Центральный механизм «банальности зла» связан с разрывом между совершаемым действием и способностью осмыслить его человеческое содержание. Формальные клише стали абсолютной блокировкой доступа к живой человеческой реальности. «Банальность» у Арндт как описательный, а не оценочный термин, фиксирует разрыв между масштабом преступления и ничтожностью внутреннего мира преступника. Здесь «банальность» – не синоним среды или повседневности, а способ бытия в ней, предполагающий отказ от мышления, автоматизм исполнения норм и приказов.

В программной статье теоретика культуры М. Моррис “Banality in Cultural Studies” показывает, что банальность выступает не только негативно маркированным признаком массовой культуры, но и теоретическим вызовом для самой культурологии [14]. Опираясь на критическую теорию и интерпретацию работ Ж. Бодрийера,

Моррис анализирует, как логика повседневного, повторяющегося и «незаметного» структурирует поле культурного анализа и его объекты. Ключевым тезисом Моррис становится предупреждение о риске превращения культурных исследований в банальные, когда повседневная культура перестает быть объектом критического рассмотрения и начинает функционировать как исходная точка и «место производства» самого дискурса [14, р. 21]. В такой ситуации исследования лишь репродуцируют уже сложившиеся рутинные формы восприятия и описания, теряя аналитическую и политическую остроту. Этот ход позволяет рассматривать банализацию не только как упрощение или обесценивание героического образа в массовой культуре, но и как симптом того, что героизм все чаще описывается изнутри самой повседневности, становящейся источником дискурса. Тем самым концепция Моррис задает рамку для анализа того, как героическое растворяется в обыденных практиках, не исчезая, а превращаясь в фон культурного производства и критики.

Существенный вклад в осмысление современного героизма внесен не только философией и культурологией, но и психологическими исследованиями, прежде всего работами З. Франко и Ф. Зимбардо. В статье «Банальность героизма» (“The Banality of Heroism”) и монографии «Эффект Люцифера» (“The Lucifer Effect”) феномен банальности героизма концептуализируется как продолжение темы банальности зла, исследователи смещают акцент с исключительности героя к потенциалу морального действия обычного человека [10; 19]. Герой понимается как субъект, способный сохранять нравственную устойчивость и следовать голосу совести в условиях давления зла и конформизма, а героизм – как результат повседневного выбора, а не только великих поступков. Отсюда вытекает программа культивирования «героического воображения» как особого типа идентичности, ориентированной на личную ответственность и готовность к продуктивному риску. Институциональным оформлением данной концепции стал проект «Героическое воображение» (Heroic Imagination Project, HIP), созданный Ф. Зимбардо как исследовательско-образовательная платформа, разрабатывающая тренинговые и интервенционные программы, направленные на формирование героического поведения в образовательных, корпоративных и гражданских контекстах. Включение феномена в рамки прикладной психологии, его банализация подчеркивает сдвиг от героизма как эксклюзивного события к героизму как потенциальной норме этического действия: «Мы с удивлением обнаружили, что лишь около трети упомянутых героев (32 %) были членами семьи. Этот вывод стал более очевиден, когда мы рассмотрели ответы участников на другой вопрос, где спрашивалось, почему они считают каждого из перечисленных людей героем. <...> Эти герои не только отвечают на эмоциональные и финансовые потребности своих семей, но и дают им время для развития собственной жизни» [11, р. 191]. Исследование Дж. Р. Геталса и С. Т. Эллисона выявило демократизацию героизма, с одной стороны, и его банализацию – с другой, когда понятие «герой» растягивается на любое проявление заботы или выживания, теряя связь с исключительными поступками. Героизм становится продолжением обычной жизни, но не растворяется в ней. Речь идет о возможности морального прорыва внутри повседневного, а не о нивелировании различия между героическим и рутинным.

В русле идей З. Франко и Ф. Зимбардо С. Т. Эллисон формулирует проект «науки о героизме» как самостоятельной трансдисциплинарной области знания, ориентированной на систематическое изучение героического поведения в контексте вызовов XXI в. Эллисон подчеркивает, что к середине 2010-х гг. сложилась «критическая масса» эмпирических и теоретических исследований, выделяющих «науки о героизме» в особое направление, сочетающее академическую рефлексию и просоциальный активизм [4]. Вокруг этой инициативы сформировалось международное сообщество исследователей (С. Т. Эллисон, Дж. Геталс, Р. Крамер и др.), изучающих взаимосвязанные феномены эмпатии, мужества, альтруизма, лидерства, морального выбора, жертвенности и стойкости, что нашло выражение в первом издании «Справочника по героизму и героическому лидерству» [6]. Уже в 2023 г. в серийном

издании «Энциклопедия героизма» С. Т. Эллисон пишет отдельную статью «Тихий героизм нахождения необыкновенного в обыденном», где в рутинной повседневности человек может стать «тихим героем» [5]. Здесь «наука о героях» позиционируется как эмпирически обоснованная академическая дисциплина, которая стремится не только концептуализировать героизм, но и выявить его психологические и социальные механизмы, выработать стратегии целенаправленного формирования героического поведения в ответ на глобальные социальные и культурные вызовы.

*«Герой» в современном коллективном сознании: результаты компаративистских исследований*

Коллектив зарубежных ученых изучил восприятие героизма и фигуры героя в индивидуалистических (США) и коллективистских (Китай) культурах, опираясь на метод прототипного анализа и серию эмпирических методов. Изучение непрофессиональных представлений о героях, по мнению авторов статьи, может быть полезным для понимания того, как героизация встраивается в повседневную жизнь в различных культурах, для продвижения образовательных инициатив, в том числе в проекте «Героическое воображение» [16, p. 844]. В ходе изучения непрофессиональных представлений о героях в американской и китайской культурах было выделено 26 базовых черт героев. Черты героизма были идентифицированы в процессе генерации и кодирования с открытой концовкой. Качественные характеристики были разбиты на 13 центральных (например, убежденность, мужество, самопожертвование) и 13 периферийных черт (лидер, сострадательный, рискованный и др.) [16, p. 846].

Если представленную в статье эмпирическую аналитику конструкта «герой» в индивидуалистической и коллективистской культуре наложить на три оси: логос (рационально-смысловой аспект), этос (ценностно-нравственный аспект), миф (нарративно-символический аспект), то можно обнаружить следующие черты героизма в современной повседневности. В плане логоса для американцев центральными признаками героев выступают сила, индивидуальная целеустремленность, честность, проактивность, лидерство, талант, креативность, смелость и альтруизм. В этих контекстах героический поступок осмыслен как результат самостоятельного решения. Логос проявляется в рациональном структурировании образа героя, акценте на личной ответственности, внутренней мотивации, выборе и аргументации ценности действия. В коллективистской культуре героизм мыслится как рациональное исполнение социальной миссии, выполнение обязанностей перед обществом, осознанное включение в коллективное благо. К рациональным чертам добавляются ориентиры на долг, ответственность, решительность и преданность [16, p. 847–849].

Героизм в обеих культурах связан с нравственной и ценностной основой, но эта основа расставляет акценты по-разному. В индивидуалистических обществах этос героя строится на морали личного риска, честности, надежности, внутренней убежденности, искренности, добросердечии и заботе о других, однако мотивация часто индивидуализирована: герой действует из внутреннего убеждения, подчиняясь собственному выбору. В коллективистских культурах этос связывает героизм с общими для группы ценностями: патриотизм, справедливость, долг, уважение, благородство, способность к жертве ради общества, уважение к установленным нормам, групповое признание. Центральной считается готовность пожертвовать личными интересами ради страны или коллектива (в основе высокой оценки «социальных героев» выделяются преданность и ответственность перед обществом) [16, p. 846–847].

На символическом уровне начало героизма одинаково укорено во всех культурах: герой встроено в нарративную структуру, во многом повторяющую архетипы мифов: подвиг, жертва, путь, борьба с опасностью и преодоление. Однако американский (индивидуалистический) культурный миф трансформирует героя в символ личной независимости, а национальный нарратив часто героизирует фигуры, реализовавшие свободу, индивидуальное достижение, лидерство или сопротивление одиночеству. Китайское (коллективистское) понимание мифа героя совмещает индивидуальные черты с национальной и социальной миссией: герои – это не одиночки,

а носители коллективного образца (патриоты, борцы за независимость, выдающиеся спортсмены и национальные лидеры). Персональная легенда героя переплетена с общекультурной историей и представляет коллективные ценности.

Таким образом, ведущие черты героя в американской культуре соотносятся с логосом через осмысление действия в категориях индивидуальной рациональной цели; с этосом через личную убежденность, нравственный выбор индивида; работа мифа обнаруживается в персонально окрашенном нарративе успеха и автономии. В коллективистской культуре показатели героизма сопряжены с логосом как социальная миссией, этосом коллективной жертвы и общепризнанных ценностей, а мифологемы героического вплетены в национальную историю. Так специфика культуры определяет преобладание тех или иных сторон, переопределяет восприятие героев и их значения для общества. Консенсусными чертами героизма для индивидуалистической и коллективистской культуры выступают смелость (*brave*), мужество (*courageous*), решительность (*determined*), бесстрашие (*fearless*) и нравственная целостность (*moral integrity*). Указанные черты больше всего относятся к рационально-волевой компоненте героизма.

Китайский исследователь Мэньюань Чжоу с помощью методов цифровой гуманитаристики изучил переводы на английский и португальский язык литературы уся, т. е. китайских произведений, посвященных боевым искусствам и рыцарству. Сравнивая собственную культуру героизма с европейской, ученый пишет: «Китайцы делают акцент на воинской доблести, англичане – на индивидуальной и благородной смелости, а португальцы – на сочетании военного и морального» [18, р. 181]. Китайский героизм глубоко укоренен в коллективизме и истории: патриотизм связывается с национальными героями; братство и верность проявляются в семье, наставничестве, побратимстве, а храбрость неотделима от воинской доблести и мастерства («кунфу») [18, р. 176–180]. Напротив, английский герой – воплощение личной доблести и индивидуализм, поэтому патриотизм редуцирован к военной сфере, братство интерпретируется как преданность в бою своим товарищам по оружию; а верность переориентируется на личную честь и лидерство [18, р. 165–167]. Героизм в португальской культуре связывается с гибридом моральности и эмоциональной глубины. Патриотизм передается не только через лексемы «солдаты», «армия», но также через личное переживание любви в родине [18, р. 171–172]. Храбрость понимается в качестве сочетания боевой отваги и моральной стойкости, а братство включает в себя не только общее дело, но и взаимную поддержку, контакт друг с другом. Португальский герой оказывается наиболее многогранным: он действует не только из чувства долга или личной чести, но и под влиянием глубоких эмоциональных связей и моральных убеждений.

Исследование Мэньюань Чжоу подтверждает необходимость учета не только лингвистической, но и глубокой культурологической дистанции при анализе и практике перевода, особенно для столь насыщенных культурными кодами текстов, как литература.

В рамках трансдисциплинарного проекта Дж. Бай представил результаты исследования «Логос и этос: героизм и социальное строительство в Китае» в специализированном журнале «Наука о героизме». В этой работе раскрывается китайская культура героизма на материале образа Ян Го из жанра уся (боевые искусства). В постановке проблемы автор расширяет понятие образования до «социального воспитания» и использует принципы «науки о героизме» для реализации «управления достоинством» [7, р. 3]. Социальное образование (*social bildung*) воспроизводит культурные нормы и ценности, при этом героизм действует как средство воспитания и формирования «идеального я» индивида, стимулируя самодисциплину и социальное согласие.

Применяя аристотелевские категории риторики «логос, этос патос», исследуем роль и место героя в формировании политической идентичности многонациональных наций, в том числе китайской. Герой в китайской культуре, по мнению Дж. Бая,

символизирует разум (логос), воплощает героический характер и нравственность (этнос), олицетворяет пафос, понимаемый как эмоциональная связь и коллективная мотивация. В традиционной китайской культуре доминируют две модели героя: Защитник Родины (готов пожертвовать личным ради общественного блага) и Мученик-Антагонист (бросает вызов властям ради справедливости) [7, р. 7]. Логос и этнос героизма функционируют как инструменты управления обществом через формирование героических идеалов и норм, которые стимулируют граждан к этическому поведению и социальной ответственности. Статья раскрывает сложные взаимосвязи между логосом, этносом и пафосом в формировании героя как культурного и социального феномена в Китае, подчеркивается важность воспитания и социальных норм для понимания и развития героизма.

Проведенный компаративистский анализ позволяет заключить, что восприятие героя в современном сознании является глубоко культурно обусловленным феноменом, структурно организованным вокруг триады логоса, этноса и мифа. Эмпирические исследования демонстрируют фундаментальное различие между индивидуалистической и коллективистской моделями героизма. При этом стоит отметить кросс-культурное единообразие на уровне рационально-волевых черт героизма (мужество, решительность, нравственная целостность), что указывает на универсальное ядро героического, связанного с преодолением и моральным выбором. Таким образом, структура героического сохраняется, но его конкретные проявления и культурные коды радикально переопределяются в зависимости от доминирующего типа социальности.

Феномен банализации героизма следует интерпретировать не как его исчезновение, а как транслокацию из сферы трансцендентного в область повседневных практик. Героизм становится многослойной системой в современной культуре. Для конструирования фигуры героя требуется соединение разных компонентов: рациональное и ценностное должно соединиться с архетипическим, где синтезируются конкретность времени и универсальное символическое пространство. Их динамическое единство и образует устойчивую матрицу героического, способную к адаптации в условиях современной культуры.

#### *Этнос и банальность героизма*

Распространенное объяснение кризиса героического в постгероическую эпоху сводится к дефициту этноса, маркируемое в качестве утраты устойчивого нравственного ядра, способного порождать осмысленные поступки. Однако возникает вопрос: является ли этот дефицит всеобщим и абсолютным или же современная культура не столько уничтожает моральную личность, сколько трансформирует ее, порождая новые, менее очевидные формы? Эмпирический ответ на этот вопрос предлагает исследование в области моральной психологии Л. Уокера, Дж. Фримера и У. Данлопа. Под сомнение ставится тезис о «банальности героизма», выдвинутый Ф. Зимбардо, т. к. моральные образцы нашего времени неоднородны.

Авторы статьи «Разновидности моральной личности: за пределами банальности героизма» задаются вопросом, является ли моральный героизм по сути банальным [17, р. 908]. Мышление и действия героев, заявляющих, что на их месте каждый поступил бы так же, требуют дополнительного исследования. Авторы статьи произвели эмпирическую проверку четырех конкурирующих философских и психологических подходов к пониманию моральной природы героизма. Самая почтенная и авторитетная сформулирована еще Аристотелем – здесь герой рассматривался как носитель всех моральных добродетелей. Исследователи назвали этот подход интеракционистским, в ней все добродетели связаны друг с другом и образуют единство «нравственного человека». Связанная, но конкурирующая традиция в моральной философии, отождествляет героический этнос с «всеобъемлющей добродетелью или принципом» (Кант, Макинтайр). Такой подход можно обозначить в качестве «перспективы единого алгоритма». По сути, это проект Просвещения, синтезирующий рациональность и моральность, часто подменяющий этнос логосом. Теория разнообразия (О. Флэнган), напротив, обосновывает положение о существовании множества

разных типов моральной личности, ведущих к героическим поступкам [9]. Наконец, ситуационистский подход (Франко, Зимбардо, Дорис, Харман) утверждает, что контекст и ситуативные факторы определяют как моральное зло, так и героизм [8; 12]. В этом подходе героизм банален и вызван исключительно давлением обстоятельств, а не личными качествами личности [17, р. 908–910].

Л. Уокер, Дж. Фример и У. Данлоп на основании эмпирического исследования приходят к выводу, что этос героя не является риторической фигурой или онтологической структурой, но измеримым и многомерным психологическим конструктом. Ключевой вывод статьи противоречит сильной версии ситуационизма Зимбардо, утверждающей, что героизм и зло банальны и целиком обусловлены контекстом. Кластерный анализ 50 моральных образцов (награжденных за героическое спасение или долговременную заботу) выявил три типа моральной личности, два из которых обладают выраженным и «необычным» этосом. В «коммунальном типе» героизм коренится в нравственной ориентации на Другого. «Делиберативный (совещательный) тип» характеризуется высоким уровнем связанности моральных и эпистемических суждений, сложной работой морального сознания и выверенной личной позицией. Третий, «обычный» тип героя, чаще всего характеризует этос «храбрых спасателей», героизм которых не обусловлен «выдающимися» личными диспозициями [17, р. 923–928]. Действия последнего типа подтверждают тезис о банальности героизма Зимбардо: «Этот конкретный вывод согласуется с ситуационистской точкой зрения, которая подчеркивает подавляющую силу провоцирующих ситуативных факторов и утверждает, что моральный героизм в своей основе банален» [17, р. 933]. «Обычный человек, – заключают исследователи, – может быть настроен к единственному моральному акту, но недостаточно подготовлен к “моральной карьере”» [17, р. 938].

Таким образом, среди героев есть как люди с развитым этосом, так и те, чьи поступки действительно ситуативны и банальны. Это позволяет говорить не об исчезновении этоса как такового, а о его дифференциации и контекстуализации в современных условиях.

#### *Выводы*

Банальность у Арндт, Моррис и Зимбардо концептуализирована как модус отношения к социокультурной среде, характеризующийся автоматизмом, рутинностью и утратой критического измерения. Здесь зло, героизм или культурный анализ становятся обычными, лишенными глубины, рефлексии и трансцендентного измерения. Банализация описывает процесс, в ходе которого сложные феномены (зло, героизм, критика) редуцируются до клише и повторяемых форм, теряя проблематизирующую силу и превращаясь в элементы управляемой повседневности.

Полагаем, что банализация представляет собой не упрощение или девальвацию героизма, а является скорее сложной адаптацией и переструктурированием героического. Анализ героического через призму банализации позволяет выявить новые, подчас его парадоксальные формы в современности. Разработка концепта банализации героизма позволяет взглянуть на разнообразие трансформаций героического в современной культуре, где доминируют нарративы о «случайных» или «рядовых» героях (волонтерах, спасателях, родителей). Важно различать два типа банализации героизма: банализация-редукция (сведение героизма к ситуативному импульсу и отрицанию роли этоса) и банализация-демократизация (признание того, что любой человек может обнаружить в своей жизни место для героического). Банализация героического в постгероическом мире фактически отрицает существование особого морального характера у тех, чей героизм становится жизненной стратегией. Плюралистическая природа героизма показывает, что героизм в современном мире может быть как банальным (ситуативно обусловленным актом обычного человека), так и глубоко небанальным, произрастающим из устойчивых, развитых и разнообразных форм моральной личности. Это позволяет говорить не об исчезновении героического, а об усложнении его карты и контекстуальной зависимости его проявлений.

**Список источников**

1. Арендт, Х. Банальность зла. Эйхман в Иерусалиме / Х. Арендт ; пер. с англ. С. Ка-стальского, Н. Рудницкой. – Москва : Европа, 2008. – 424 с.
2. Волошин, В. В. Мем и меметика: эпистемологический ракурс / В. В. Волошин // Из-вестия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2023. – № 1. – С. 224–237. – doi: 10.24412/2071-6141-2023-1-224-237.
3. Колозариди, П. Мем о бесславии / П. Колозариди // Логос. – 2016. – Т. 26, № 6 (115). – С. 219–235.
4. Allison, S. T. The initiation of heroism science / S. T. Allison // *Heroism Science*. – 2015. – Vol. 1, iss. 1. – Art. 1. – doi: 10.26736/hs.2016.01.01.
5. Allison, S. T. The Quiet Heroism of Finding the Extraordinary in the Ordinary / S. T. Allis-son // *Encyclopedia of Heroism Studies*. – New York : Springer, Cham, 2024. – P. 863–869. – doi: 10.1007/978-3-031-17125-3\_541-1.
6. Allison, S. T. Handbook of Heroism and Heroic Leadership / S. T. Allison, G. R. Goethals, R. M. Kramer. – 1<sup>st</sup> ed. – London : Routledge, 2016. – 594 p. – doi: 10.4324/9781315690100.
7. Bai, J. Logos and ethos: Heroism and social building in China / J. Bai // *Heroism Science*. – 2022. – Vol. 7, № 1. – Art. 4. – doi: 10.26736/hs.2022.01.07.
8. Doris, J. M. Lack of character: Personality and moral behavior / J. M. Doris. – Cambridge, UK : Cambridge University Press, 2002. – 288 p.
9. Flanagan, O. Varieties of moral personality: Ethics and psychological realism / O. Flana-gan. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1991. – 393 p. – doi: 10.4159/9780674036956.
10. Franco, Z. The banality of heroism / Z. Franco, P. Zimbardo // *Greater Good*. – 2007. – Vol. 3. – P. 30–35.
11. Goethals, G. Making Heroes: The Construction of Courage, Competence, and Virtue / G. Goethals, S. Allison // *Advances in Experimental Social Psychology*. – 2012. – Vol. 46. – P. 183–235. – doi: 10.1016/B978-0-12-394281-4.00004-0.
12. Harman, G. No Character or Personality / G. Harman // *Business Ethics Quarterly*. – 2003. – Vol. 13, № 1. – P. 87–94. – doi: 10.5840/beq20031316.
13. Leibovici, M. Banality of Evil (The), Mass Violence & Résistance / M. Leibovici. – 3 No-vember, 2007. – URL: <http://bo-k2s.sciences-po.fr/mass-violence-war-massacre-resistance/en/document/banality-evil> (дата обращения: 17.05.2021).
14. Morris, M. Banality in Cultural Studies / M. Morris // *Discourse*. – 1988. – Vol. 10, № 2. – P. 3–29.
15. Sharma, S. Characterizing the Entities in Harmful Memes: Who is the Hero, the Villain, the Victim? / S. Sharma, A. Kulkarni, T. Suresh, H. Mathur, P. Nakov, M. S. Akhtar, T. Chakraborty // *Proceedings of the 17<sup>th</sup> Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics*. – Dubrovnik, Croatia : Association for Computational Linguistics, 2023. – P. 2149–2163.
16. Sun, Y. On Cultural Differences of Heroes: Evidence From Individualistic and Collec-tivistic Cultures / Y. Sun, E. L. Kinsella, E. R. Igou // *Personality and Social Psychology Bulletin*. – 2023. – Vol. 50, № 6. – P. 841–856. – doi: 10.1177/01461672221150238.
17. Walker, L. J. Varieties of moral personality: beyond the banality of heroism / L. J. Walker, J. A. Frimer, W. L. Dunlop // *Journal of personality*. – 2010. – Vol. 78, № 3. – P. 907–942.
18. Zhou, M. Three Faces of Heroism: An Empirical Study of Indirect Literary Translation Be-tween Chinese-English-Portuguese of Wuxia Fiction / M. Zhou // *Corpus-based Studies across Hu-manities*. – 2024. – Vol. 2, № 1. – P. 157–186. – doi: 10.1515/csh-2024-0009.
19. Zimbardo, P. G. The Lucifer Effect. Understanding How Good People Turn Evil / P. G. Zimbardo. – New York : Random House Trade Paperbacks, 2007. – 576 p.

**References**

1. Arendt, H. *Banalnost zla. Eykhman v Ierusalime* [The Banality of Evil: Eichmann in Jerusalem]. Moscow: Yevropa; 2008, 424 p.
2. Voloshin, V. V. Mem i memetika: epistemologicheskiy rakurs [Meme and Memetics: An Epistemological Perspective]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [News of Tula State University. Humanities]. 2023, no. 1, pp. 224–237, doi: 10.24412/2071-6141-2023-1-224-237.
3. Kolozaridi, P. Mem o besslavii [The Meme of Disgrace]. *Logos* [Logos]. 2016, vol. 26, no. 6 (115), pp. 219–235.
4. Allison, S. T. The initiation of heroism science. *Heroism Science*. 2015, vol. 1, iss. 1, art. 1, doi: 10.26736/hs.2016.01.01.

5. Allison, S. T. The Quiet Heroism of Finding the Extraordinary in the Ordinary. *Encyclopedia of Heroism Studies*. New York: Springer, Cham; 2024, pp. 863–869, doi: 10.1007/978-3-031-17125-3\_541-1.
6. Allison, S. T., Goethals, G. R., Kramer, R. M. *Handbook of Heroism and Heroic Leadership*. 1<sup>st</sup> ed. London: Routledge; 2016, 594 p., doi: 10.4324/9781315690100.
7. Bai, J. Logos and ethos: Heroism and social building in China. *Heroism Science*. 2022, vol. 7, no. 1, art. 4, doi: 10.26736/hs.2022.01.07.
8. Doris, J. M. *Lack of character: Personality and moral behavior*. Cambridge, UK: Cambridge University Press; 2002, 288 p.
9. Flanagan, O. *Varieties of moral personality: Ethics and psychological realism*. Cambridge, MA: Harvard University Press; 1991, 393 p., doi: 10.4159/9780674036956.
10. Franco, Z., Zimbardo, P. The banality of heroism. *Greater Good*. 2007, vol. 3, pp. 30–35.
11. Goethals, G., Allison, S. Making Heroes: The Construction of Courage, Competence, and Virtue. *Advances in Experimental Social Psychology*. 2012, vol. 46, pp. 183–235, doi: 10.1016/B978-0-12-394281-4.00004-0.
12. Harman, G. No Character or Personality. *Business Ethics Quarterly*. 2003, vol. 13, no. 1, pp. 87–94, doi: 10.5840/beq20031316.
13. Leibovici, M. *Banality of Evil (The), Mass Violence & Résistance*. 3 November, 2007. Available at: <http://bo-k2s.sciences-po.fr/mass-violence-war-massacre-resistance/en/document/banality-evil> (accessed: 17.05.2021).
14. Morris, M. Banality in Cultural Studies. *Discourse*. 1988, vol. 10, no. 2, pp. 3–29.
15. Sharma, S., Kulkarni, A., Suresh, T., Mathur, H., Nakov, P., Akhtar, M. S., Chakraborty, T. Characterizing the Entities in Harmful Memes: Who is the Hero, the Villain, the Victim? *Proceedings of the 17<sup>th</sup> Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics*. Dubrovnik, Croatia: Association for Computational Linguistics; 2023, pp. 2149–2163.
16. Sun, Y., Kinsella, E. L., Igou, E. R. On Cultural Differences of Heroes: Evidence From Individualistic and Collectivistic Cultures. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2023, vol. 50, no. 6, pp. 841–856, doi: 10.1177/01461672221150238.
17. Walker, L. J., Frimer, J. A., Dunlop, W. L. Varieties of moral personality: beyond the banality of heroism. *Journal of personality*. 2010, vol. 78, no. 3, pp. 907–942.
18. Zhou, M. Three Faces of Heroism: An Empirical Study of Indirect Literary Translation Between Chinese-English-Portuguese of Wuxia Fiction. *Corpus-based Studies across Humanities*. 2024, vol. 2, no. 1, pp. 157–186, doi: 10.1515/csh-2024-0009.
19. Zimbardo, P. G. *The Lucifer Effect. Understanding How Good People Turn Evil*. New York: Random House Trade Paperbacks; 2007, 576 p.

**Информация об авторе**

**Соловьева С. В. – доктор философских наук, доцент.**

**Information about the author**

**Solovyova S. V. – Doctor of Philosophical Sciences, Associate Professor.**

**Статья поступила в редакцию 02.12.2025; одобрена после рецензирования 16.12.2025; принята к публикации 29.12.2025.**

**The article was submitted 02.12.2025; approved after reviewing 16.12.2025; accepted for publication 29.12.2025.**