

На правах рукописи

Субботина Мария Владимировна

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ И ЭМПИРИЧЕСКАЯ ТРАКТОВКА
ГЕРОИЗМА В СОЦИОЛОГИИ
(НА ПРИМЕРЕ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКИХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ)**

22.00.01 – Теория, методология и история социологии

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Москва – 2021

Работа выполнена на кафедре социологии факультета гуманитарных и социальных наук ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор,
профессор кафедры социологии
Российского университета дружбы народов
Троцук Ирина Владимировна

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор,
заместитель декана факультета журналистики
Института государственной службы и
управления Российской академии народного
хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
Шарков Феликс Изосимович

доктор психологических наук, профессор,
профессор кафедры современной социологии
Московского государственного университета
им. М.В. Ломоносова
Темнова Лариса Витальевна

доктор социологических наук, доцент,
профессор кафедры социологии
и социальной работы
Брянского государственного университета
им. академика И.Г. Петровского
Ширина Светлана Александровна

Защита состоится _ декабря 2021 года в ____ часов на заседании Диссертационного совета ПДС 1000.002 в ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» по адресу: 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10/2, ауд. 415.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Российского университета дружбы народов, а также на официальном сайте организации по адресу: <http://dissovet.rudn.ru>

Автореферат разослан «__» ноября 2021 г.

Ученый секретарь
Диссертационного совета
доктор социологических наук

Троцук И.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность проблематики диссертационного исследования

Феномен героизма по праву считается одним из самых неоднозначных и многогранных. Любое общество на всех этапах развития нуждается в героях: в нашей жизни должно происходить нечто героическое, что нарушает привычный порядок вещей и дает людям моральные ориентиры и примеры высокого служения¹. Люди всегда обращали внимание на выдающихся личностей: герои появляются во всех культурах, на протяжении не одного тысячелетия, являются своего рода референтной группой для наших решений и действий. Герой как некий универсальный социальный феномен на протяжении истории оказывает влияние на благополучие общества, выступая моральным ориентиром и, в некоторой степени, движущей силой социального развития². Доминирующий в сознании общества тип героической личности, как правило, напрямую связан с доминирующим этосом культуры.

Определение героизма, которое на первый взгляд, кажется исчерпывающим, – это «действовать в интересах общества, несмотря на личный риск». Однако за мнимой простотой скрывается ряд взаимосвязанных парадоксов, которые делают героизм одним из самых сложных для изучения видов поведения. Нередко героизм кажется исследователям одним из самых интригующих социальных феноменов из-за его противоречивой природы. Героизм – это социальная атрибуция, а не личная, и все же героический поступок – как правило, персональный экзистенциальный выбор. Такая ситуация детерминирована исторически, культурно и ситуативно: нередко действие, которое считается героическим в одной группе (например, подвиги террористов-смертников), является абсолютно отвратительным и неприемлемым для многих других. По той же причине герои одной эпохи могут оказаться злодеями в другое время, когда выясняются новые противоречивые факты или меняется трактовка прежних.

Исследование совокупности героических образов общества – способ определить его ценности и нравственные ориентиры: герои являются воплощением идеальных качеств, примером для подражания, задают образцы поведения и этические нормы. Эпохи и герои меняются, но стремление человека к идеалу, к примеру для подражания, который превосходит его возможности, остается неизменным. Образ/личность героя – всегда совокупность тех качеств, которыми хотел бы обладать практически любой человек, поэтому выяснение, кто для человека является героем, позволяет узнать его жизненные приоритеты и стереотипы. К сожалению, сегодня критерии героического предельно размыты, вернее отражают, как правило, ценности определенного сообщества, но не общества в целом. Впрочем, сохраняются героические поступки неоспоримой универсальной значимости, например, подвиги в экстремальных ситуациях, а также понятие социального служения и, соответственно, «социальных героев»

¹ Хейзинга Й. Героизм // В тени завтрашнего дня. М., 2004.

² Heroism and Wellbeing in the 21st Century. Applied and Emerging Perspectives / Ed. by O. Efthimiou, S.T. Allison, Z.E. Franco. Routledge, 2018.

– эти люди совершают значимые поступки на своем рабочем месте во имя идеи или просто потому, что не умеют или не хотят жить по-другому (нередко это работники образования, медицины, культуры).

Актуальность изучения социальных представлений о герое и героизме в целом и через воздействие на них кинематографа в частности обусловлена тем, что массовая культура и особенно кино оказывают значительное влияние на сознание людей и их понимание «добра» и «зла». Современная массовая культура нередко искажает тот смысл, что ранее вкладывался в понятие «герой». Сегодня в центре внимания нередко оказываются люди с сомнительной репутацией, например, блогер, устроивший аварию на дороге ради эффектного видео и просмотров в Интернете³, или вышедший на свободу «скопинский маньяк», заявивший в интервью, что ему «по кайфу быть в центре внимания»⁴. Кинематограф, с одной стороны, является отражением ценностей общества и ориентируется на события, которые происходят в современном мире, а, с другой стороны, влияет на формирование ценностей и представления о должном, но на экраны выходят картины, которые пропагандируют сомнительные идеалы (например, когда персонажи добиваются успеха беспринципными методами, и это преподносится как должное, а не как сатира или гиперболизированная поучительная история). На данный момент нет исследований, подтверждающих, что кино оказывает непосредственное влияние на зрителя, побуждая его к определенным действиям, но очевидно, что кинематограф, транслируя «считываемые» ценности, формирует, нормализует и легитимирует конкретные установки и ролевые модели.

Таким образом, социологическое изучение феномена героизма необходимо для уточнения моделей конструирования героических (кино)образцов как примеров для подражания, особенно для молодых поколений.

Степень научной разработанности проблематики

Изучением героизма занимаются представители самых разных дисциплин – философы, культурологи, психологи, социологи и др.⁵ Например, в работах З. Фрейда проанализирован «героический миф» – мифические представления о рождении героя. К. Юнг развил идеи Фрейда, распространив их на представления о смерти и возрождении. О. Ранк, последователь Фрейда, описал универсальные принципы мифотворчества применительно к «рождению героя». Е.М. Мелетинский, анализируя особенности мифологических героев, утверждал, что самые древние герои всех культур олицетворяли собой идею творе-

³ <https://sobesednik.ru/obshchestvo/20210412-blogger-na-doroge-ili-dtp-radi>.

⁴ <https://daily.afisha.ru/news/48523-piar-nasilnika-ili-zhurnalistskaya-udacha-v-seti-obsuzhdayut-intervyu-skopinskogo-manyaka-u-sobchak>.

⁵ См., напр.: *Фрейд З.* Введение в психоанализ. СПб., 1999; *Юнг К.Г.* Воспоминания, сновидения, размышления. М., 1998; *Юнг К.Г.* Очерки по психологии бессознательного. М., 2010; *Ранк О.* The Myth of the Birth of the Hero: A Psychological Exploration of Myth. Baltimore, 2004; Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой. К.-М., 1997; *Мелетинский Е.М.* Герой волшебной сказки. Происхождение образа. М., 1958; *Мелетинский Е.М.* Происхождение героического эпоса. Ранние формы и архаические памятники. М., 1963; *Пропп В.Я.* Морфология сказки. Л., 1928; *Пропп В.Я.* Фольклор и действительность. М., 1989; *Пропп В.Я.* Русский героический эпос. М., 2006 и др.

ния. Дж. Кемпбелл внес огромный вклад в изучение феномена героизма в социокультурном ключе, разработав концепцию «путешествия героя», которая во многом созвучна структурному анализу В.Я. Проппа – он провел масштабное исследование волшебных сказок, выделив в них устойчивый набор «героев» на основе тех функций, которые они выполняют в разных типах сюжетов. Своеобразную трактовку героизма, основанную на двух понятиях – судьбы и трагедии, предложил П.А. Сапронов⁶.

Многочисленные исследования героического можно условно сгруппировать по их тематическим акцентам, которые воспроизводятся на протяжении длительного времени. С одной стороны, это изучение характерных черт героев в эпосе – гомеровском⁷, средневековом западном⁸, национальном (например, украинском⁹) и др. С другой стороны, это исследования отдельных аспектов героизма – эстетики¹⁰, категорий «подвиг»¹¹ и «альтруизм»¹², диалектики взаимоотношений героя и общества¹³ и т.д. Сегодня исследователи говорят о необходимости отдельной науки о героизме: О. Эфтимии и С.Т. Эллисон¹⁴ полагают, что в изучении героизма междисциплинарное единство знания – центральная задача, т.е. значение и функция «науки о героизме» – интеграция всех форм и элементов его познания¹⁵. Среди новейших направлений в изучении героизма

⁶ Сапронов П.А. Феномен героизма. СПб., 2005.

⁷ См., напр.: Кессиди Ф. От мифа к логосу: Становление греческой философии. СПб., 2003; Лосев А.Ф. Философия. Мифология. Культура. М., 1991; Сахарный Н.Л. Гомеровский эпос. М., 1976; Шталь И.В. Гомеровский эпос: Опыт текстологического анализа «Илиады». М., 1975; Шталь И.В. «Одиссея» – героическая поэма странствий. М., 1978; Шталь И.В. Художественный мир гомеровского эпоса. М., 1983; Шталь И.В. Эпические предания Древней Греции: Гераномахия. Опыт типологической и жанровой реконструкции. М., 1989 и др.

⁸ См., напр.: Гуревич А.Я. Походы викингов. М., 1966; Гуревич А.Я. Категории средневековой культуры. М., 1972; Гуревич А.Я. Проблемы средневековой народной культуры. М., 1981; Гуревич А.Я. Средневековый мир: Культура безмолвствующего большинства. М., 1990; Жирмунский В.М. Немецкий романтизм и современная мистика. СПб., 1996; Жирмунский В.М. Религиозное отречение в истории романтизма. Материалы для характеристики Клеменса Брентано и гейдельбергских романтиков. М., 1919; Мельникова Е.А. Древнескандинавские географические сочинения: тексты, перевод, комментарий / Под ред. В.Л. Янина. М., 1986; Мельникова Е.А. Скандинавские рунические надписи: Новые находки и интерпретации. М., 2001; Путилов Б.Н. К вопросу о составе песенного Разинского цикла (былина о Соколе-корабле) // Русский фольклор: Материалы и исследования. М.-Л., 1961. Т.6; Путилов Б.Н. О роли национально-государственного фактора в развитии древней русской литературы // Ученые записки ГГПИ. 1945. №1 и др.

⁹ См., напр.: Кирдан Б.П. Собиратели народной поэзии: из истории украинской фольклористики XIX в. М., 1974.

¹⁰ См., напр.: Мовчан В.С. Героическое в системе эстетических категорий. Львов, 1986; Шудря Е.П. Художественное предвосхищение будущего. Киев, 1978.

¹¹ См., напр.: Трофимов А.В. Комсомол как инструмент формирования «советского патриотизма» // Историко-педагогические чтения. 2018. №22.

¹² См., напр.: Сорокин П.А. Человек и общество в условиях бедствий: Влияние войны, революции, голода, эпидемии на интеллект и поведение человека, социальную организацию и культурную жизнь. СПб., 2012.

¹³ См., напр.: Соколова Б.Ю. Культурологическая сущность феномена героизма: Автореф. дисс. к. культурологии. Харьков, 2011.

¹⁴ См., напр.: Efthimiou O, Allison ST. Heroism science: Frameworks for an emerging field // Journal of Humanistic Psychology. 2018. Vol.58. No.5.

¹⁵ См., напр.: Hefner P. Embodied science: Recentering religion-and-science // Zygon. 2010. Vol.45.

¹⁵ См., напр.: Goethals G.R., Allison S.T. Making heroes: The construction of courage, competence, and virtue // J.M. Olson, M.P. Zanna (Eds.). Advances in Experimental Social Psychology. 2012. Vol.46.

можно выделить: героическое лидерство¹⁶, повседневный героизм¹⁷, коллективный героизм¹⁸, телесный героизм¹⁹ и даже «генетический» героизм²⁰.

Таким образом, диссертационное исследование призвано уточнить границы предметного поля социологии в изучении феномена героизма, поскольку наша дисциплина обладает достаточной теоретической и эмпирической базой для анализа героического в фундаментальных и прикладных целях, с учетом его амбивалентности и сложных коннотаций.

Теоретико-методологические основания диссертации

Диссертационное исследование опирается на сравнительный и историографический анализ концептуальных ресурсов качественного подхода и визуальной социологии. Качественный подход²¹ акцентирует внимание на смысловой нагруженности социальной жизни: субъекты наделяют смыслами явления социальной реальности, а исследователи выступают в качестве интерпретаторов данных смыслов. Героизм – социальный феномен, наполненный огромным количеством смыслов, что приводит к неоднозначности его коннотаций. Социально-феноменологический подход²² допускает анализ героизма как элемента социальной структуры, сформировавшегося вследствие проявления устоявшегося в повседневности статусного порядка, и анализ кинематографа как искусственно созданной реальности, которая функционирует по собственным законам и вовлекает зрителя в особый мир кинематографических репрезентаций. Поскольку формирование образов (и героического тоже) во многом зависит от языковых (в широком смысле) средств, диссертационное исследование опирается и на символический интеракционизм²³: в частности, драматургический подход подчеркивает важность визуального для конструирования, воспроиз-

¹⁶ См., напр.: Allison S.T., Goethals G.R. Heroic Leadership: An Influence Taxonomy of 100 Exceptional Individuals. N.Y., 2013.

¹⁷ См., напр.: Keczer Z., File B., Orosz G., Zimbardo P.G. Social representations of hero and everyday hero: A network study from representative samples // PLoS. 2016. Vol.11. No.8.

¹⁸ См., напр.: Klisanin D. Collaborative heroism: Exploring the impact of social media initiatives // Media Psychology Review. 2015. Vol.9. No.2.

¹⁹ См., напр.: 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. N.Y., 2017.

²⁰ См., напр.: Friend S.H., Schadt E.E. Clues from the resilient // Science. 2014. Vol.244.

²¹ См., напр.: Дильтей, В. Воззрение на мир и исследование человека со времен Возрождения и Реформации. М.-Иерусалим, 2000; Дильтей, В. Сущность философии. М., 2001; Дильтей, В. Категории жизни // Вопросы философии. 1995. №10; Дильтей, В. Основная мысль моей философии // Вопросы философии. 2001. №9; Вебер М. Избранные произведения. М., 1990; Вебер М. Избранное. Образ общества. М., 1994; Зиммель Г. Избранное. Т.2. М., 2010; Зиммель Г. Общение. Пример чистой, или формальной социологии // Социологические исследования. 1984. №2; Зиммель Г. Проблема социологии // Западноевропейская социология XIX – начала XX веков. М., 1996; Знанецкий Ф. Исходные данные социологии // Американская социологическая мысль: Тексты. М., 1996; Знанецкий Ф. Мемуары как объект исследования // Социологические исследования. 1989. №1 и др.

²² См., напр.: Шюц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М., 2003; Шюц А. Избранное: мир, светящийся смыслом. М., 2004; Шюц А. Некоторые структуры жизненного мира // Философия языка и семиотика. Иваново, 1995; Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции // Философия эпохи постмодерна. Минск, 1996 и др.

²³ См., напр.: Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М., 2000; Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М., 2003; Joas H. G.H. Mead: A Contemporary Re-Examination of His Thought. Cambridge, 1997 и др.

водства и понимания социальных практик. Визуальная социология²⁴ изучает социальные явления через призму зрительных образов и визуальных репрезентаций, а героизм в диссертационной работе рассматривается через призму медийных и кинематографических репрезентаций.

Также теоретико-методологическую базу диссертации составили культурологические и психологические работы, посвященные феномену героизма²⁵ и кинематографу²⁶, и работы по методике социологических исследований, на основе которых была выстроена эмпирическая часть исследования²⁷.

Объект диссертационного исследования – героизм как социальный феномен с множественными коннотациями. **Предмет** – социальные представления о героизме, инструменты их формирования (кинематограф) и методики социологической оценки.

Цель исследования – систематизация значимых для социологии трактовок героизма и разработка его концептуального и операционального определения для эмпирического изучения социальных представлений о герое.

Для достижения поставленной цели в работе были решены следующие задачи:

1. Выделить и обосновать наиболее значимые для социологии междисциплинарные трактовки героизма.
2. Систематизировать используемые в эмпирических социологических исследованиях индикаторы героического.
3. Проанализировать способы конструирования социально устойчивых образов героя в кинематографе, реконструировав кинонарративы и определив типы киногероев, востребованные современным зрителем.
4. Охарактеризовать предлагаемый кинематографом и сложившийся в российском обществе «героический этос» и его поколенческие различия.

Научная новизна и значимость результатов диссертационного исследования определяется обозначенным выше характером проблемного поля и решением основных задач работы и состоит в следующем:

²⁴ См.: Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. М., 2010.

²⁵ См., напр: Зорин А.Л. Появление героя: из истории русской эмоциональной культуры конца XVIII – начала XIX века. М., 2016; Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой. К.-М., 1997; Franco Z., Zimbardo P. The banality of heroism // Greater Good. 2006-2007. Vol.3. No.2; Heroism and Well-Being in the 21st Century. Applied and Emerging Perspectives / Ed. by O. Efthimiou, S.T. Allison, Z.E. Franco. N.Y., 2018; Allison S.T., Goethals G.R. Heroes: What They Do and Why We Need Them. Oxford University Press, 2011; Allison S.T., Goethals G.R., Kramer R.M. (Eds.). Handbook of Heroism and Heroic Leadership. N.Y., 2017 и др.

²⁶ Жабский М.И. Кинематография. Вызовы глобализации // Культура в глобальном мире. Т.II. СПб., 2005; Воглер К. Путешествие писателя: Мифологические структуры в литературе и кино. М., 2017; Павлов А.В. Постыдное удовольствие: философские и социально-политические интерпретации массового кинематографа. М., 2014; Куренной В.А. Философия фильма: упражнения в анализе. М., 2009; Эйзенштейн С. Вертикальный монтаж // Избранные произведения. Т.2. М., 1964; Салахиева-Талал Т. Психология в кино: Создание героев и историй. М., 2019 и др.

²⁷ См., напр.: Татарова Г.Г., Бурлов А.В. Логическая организация анализа данных, полученных методом неоконченных предложений // Социологические исследования. 1999. №8; Девятко И.Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург, 1998.

1. Систематизированы наиболее значимые для социологии междисциплинарные трактовки героизма и предложена обобщающая классификация героев, которая может использоваться в эмпирических исследованиях.
2. Обозначена методическая проблема, связанная с использованием понятий «герой» и «героизм» в социологических опросниках, – отсутствие их однозначной, устоявшейся трактовки, которая позволяла бы исследователям и респондентам быть уверенными в том, что их представления о данных феноменах находятся в едином смысловом поле.
3. Разработан и апробирован инструментарий эмпирического исследования (последовательное сочетание контент-анализа кинофильмов, методики неоконченных предложений и массового онлайн-опроса), позволяющий понять особенности и источники конструирования образа героя в общественном мнении.
4. Выявлены доминирующие типы героев и киногероев у представителей разных поколений.

Положения, выносимые на защиту:

1. Для преодоления избыточной коннотированности и амбивалентности понятия «герой» социологическая типология героев должна включать в себя все формы проявления героического, включая лжегероизма. Для построения типологии проявления героического были сначала разделены на три типа: профессиональный героизм (спасение людей по долгу службы), гражданский (спасение людей по личным убеждениям) и социальный (помощь людям, благотворительность, без личного риска или с минимальным риском). На этой основе была разработана классификация героев: военный героизм (герой-воин), героизм в чрезвычайной ситуации (герой-спасатель), помощь людям (герой-благотворитель), преодоление себя (герой-вдохновитель), тяга к приключениям (герой-авантюрист) и демонстративный героизм (герой-демонстратор). По аналогии с типологией героев была разработана типологию лжегероев, которая включает в себя меньше типов, потому что основана на способах выдавать себя за героя в рамках социально-ролевых паттернов героизма: «лжегерой-воин» (фальсифицирует военные документы, безосновательно позиционируется как герой в масс-медиа из политических соображений); «лжегерой-благотворитель» (выставляет напоказ положительные поступки, приоритет – не помощь людям, а слава, вплоть до фальсификации информации); «лжегерой-вдохновитель» (проявления героя-авантюриста и героя-демонстратора).
2. В научном дискурсе отсутствует единое и однозначное определение героического, что объясняется размытостью понятия «герой» в обыденном словоупотреблении. В опросах общественного мнения исследовательские интерпретации героического часто отличаются от повседневных представлений, что влечет за собой содержательные рассогласования в опросниках и некорректную интерпретацию полученных данных (проблемы с валидностью и надежностью). В эмпирических исследованиях не используется еди-

ный набор эмпирических индикаторов героического по причине амбивалентности героизма, которая детерминирована исторически, социокультурно и ситуативно (действие, которое считается героическим в одной группе, может отвергаться другой как неприемлемое и отвратительное; герои одной эпохи могут оказаться злодеями в другое время и т.д.). Соответственно, необходимо разводить социумные и личностные индикаторы героизма, для чего разработанная классификация героев была укрупнена: мифический герой/супергерой (сверхспособности), реальный герой (выдающийся героизм, обыденный героизм и их сочетание) и квази-герой (лжегерой и антигерой).

3. Разработанная и апробированная методика социологического исследования (использована методная триангуляция) позволяет реконструировать доминирующие образы героя и киногероя в сознании представителей разных поколений, для чего современный российский кинематограф был рассмотрен с точки зрения транслируемых образов и составляющих их элементов. Согласно полученным данным, «этос героя-воина» утрачивает свой приоритет (советского периода), в целом превалировавший ранее (кино)героический этос и (кино)поведенческие модели перестают находить отклик у подрастающих поколений, но новые (кино)нарративные и (кино)героические модели еще не сформировались.
4. Старшее поколение россиян в качестве доминирующих героических типов выбирает героя-спасателя (как правило, гражданский, а не служебный героизм) и героя-воина, младшее – героя-спасателя и героя-благотворителя, т.е. у молодых поколений превалирует более мирная трактовка героизма. Герой-спасатель – это, как правило, стереотипно-клишированный образ без определенного «лица», как и герой-благотворитель – олицетворение повседневного (социального) героизма с определенным набором положительных качеств (патриотизм, доброта, образованность, честность и т.д.) и четко считываемым посылом. Однако, выбирая героев, на которых они хотели бы быть похожи, младшие поколения называют в основном героев-вдохновителей, а старшие поколения более последовательны и называют героев-спасателей и героев-воинов.

Эмпирическая база диссертации сформирована посредством сочетания качественного и количественного подходов. Был проведен неформализованный контент-анализ (58 российских кинофильмов), анкетирование на основе метода неоконченных предложений (родительское поколение – 26 респондентов; студенческое – 30; детское – 38) и всероссийский онлайн-опрос (805 респондентов, четыре возрастные группы: 14-19 лет, 20-29, 30-49 и 50-69).

Теоретическая и практическая значимость исследования

Результаты диссертационного исследования способствуют уточнению методических возможностей социологического анализа понятий со сложными коннотациями, а предложенная и апробированная методика, последовательно сочетающая неформализованный контент-анализ, метод неоконченных пред-

ложений и онлайн-опрос, может быть использована для разработки программной части и инструментария эмпирических исследований как более широкого масштаба и тематики, так и фокусирующихся на схожих по размытости коннотаций понятиях и феноменах. Результаты диссертационного исследования могут применяться в качестве иллюстративного материала в курсах по методологии и методике социологических исследований, визуальной социологии, качественным методам, методам работы с текстовыми данными, а также использоваться в подготовке учащихся сценарных факультетов и в разработке программ патриотического воспитания молодежи.

Апробация работы

Основные положения диссертационного исследования изложены в 17 опубликованных автором работах, в том числе в 7 изданиях, включенных в Перечень РУДН. Выводы и материалы диссертации докладывались и обсуждались на международных и российских конференциях, в том числе на двух ежегодных научных конференциях студентов, аспирантов и молодых ученых «Актуальные вопросы социологической науки: теория, методология, практика» (РУДН, 2018, 2020), XIV Фестивале науки в Москве (РУДН, 2019), двух ежегодных научных конференциях студентов, аспирантов и молодых ученых «Диалог цивилизаций: Восток-Запад» (РУДН, 2020, 2021), IX Международной социологической Грушинской конференции «Социальная инженерия: как социология меняет мир» (ВЦИОМ, 2019), VII международной конференции: «Развитие коммуникологии: журналистика и медийная практика» (РАНХиГС, 2019).

Структура диссертации подчинена достижению цели и задач исследования: работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии и трех приложений. Библиография диссертации насчитывает 269 источников. Объем диссертационной работы – 8,3 п.л. (без приложений и библиографии).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается выбор темы и ее актуальность, характеризуется степень изученности проблемы, теоретико-методологические основания диссертационного исследования, его объект, предмет, цель и задачи.

В **первой главе «Героизм как социальный феномен и объект научного интереса»** представлен обзор трактовки понятий «герой» и «героизм», рассмотрены разные типологии героического поведения, представлена собственная классификация героев и раскрыты причины его амбивалентности.

Первый параграф посвящен *«Вариантам концептуализации понятия “герой”»*. В русском языке слово «герой» имеет пять основных значений: совершивший подвиг мужества, доблести, самоотверженности; отличившийся поступком и привлекая к себе внимание; тот, кто является идеалом, предметом восхищения, образцом для подражания; образ, воплощающий характерные черты эпохи или среды; главное действующее лицо в фильме, книге, спектакле. Самоотверженность упоминается в большинстве определений героя, т.е. необ-

ходимый компонент героизма – самопожертвование, также важен компонент «сподвижничества», т.е. герой вдохновляет людей. Психологи различают три формы героического действия – военную, гражданскую и социальную: условно «военные» герои рискуют жизнью и здоровьем по долгу службы (полицейские, пожарные, спасатели); гражданские герои рискуют жизнью по личным убеждениям, а не по долгу службы; социальные герои не подвергают свою жизнь угрозе, но приносят иные личные жертвы (серьезные финансовые последствия принятого решения, утрата социального статуса, долговременные проблемы со здоровьем, общественное порицание). Для социологии наиболее важны два последних типа героизма – когда героические поступки не связаны с должностными обязанностями, а совершаются по убеждению. Анализ феноменов *героизма* и *повседневного героизма* показывает, что социальные представления о них – это набор абстрактных характеристик, где отсутствуют четкие границы с родственными понятиями (знаменитости, «звезды» спорта и др.).

В параграфе представлена авторская типология героев, основанная на анализе разных определений героизма. Типология включает в себя следующие типы: герой-воин (военный героизм), герой-спасатель (в чрезвычайной ситуации), герой-благотворитель (помощь людям), герой-вдохновитель (преодоление себя), герой-авантюрист (тяга к приключениям) и герой-демонстратор (демонстративный риск).

Во *втором параграфе «Феномен лжегероизма»* рассмотрена «обратная сторона» героизма – демонстративное поведение, его имитирующее. Изучение лжегероизма тесно связано с исследованиями героизма, поскольку в повседневной жизни нередко подмены этих понятий. Массовая культура часто использует сюжетную линию, в основе которой лежит сложный и опасный поиск путей разоблачения лжегероя, скрывающегося за одной из масок героизма – воина (приписывает себе чужую славу), спасателя (случайно оказался в нужном месте в нужное время), вдохновителя (обманывает своих последователей) или благотворителя (скрывает за фасадом благих намерений преступный бизнес). Соответственно, лжегероизм – это неоправданное приписывание героизма, т.е. лжегерой – тот, кто выдает себя за героя, кого незаслуженно считают героем.

По аналогии с условной типологией героев можно предложить типологию лжегероев, которая включает в себя меньше типов, потому что основана на сути лжегероизма – способах выдавать себя за героя, основываясь на устойчивых социально-ролевых паттернах героизма. Соответственно, «лжегерой-воин» – тот, кто фальсифицирует военные документы, чтобы считаться героем, или безосновательно позиционируется как герой в масс-медиа из политических соображений; «лжегерой-благотворитель» выставляет напоказ свои положительные поступки, размещая посты и фотографии в социальных сетях, т.е. его приоритетом является не помощь людям, а слава (крайнее проявление – полная имитация деятельности, т.е. фальсификация информации); «лжегерой-вдохновитель» включает в себя типы героя-авантюриста и героя-демонстратора (метафорическое и неоправданное использование понятия «герой»).

В параграфе также рассмотрено понятие антигерой, которое имеет несколько трактовок: во-первых, антигерой выступает в качестве главного антагониста героя в художественном произведении (олицетворение зла); во-вторых, антигерой – ключевой персонаж повествования, подчеркнута лишенная героических качеств (например, Обломов); в-третьих, антигерой – персонаж, который нарушает закон и ведет себя аморально, но вызывает симпатию у зрителя (например, Дэдпул). Иными словами, существуют квазигерои – лжегерои и антигерои. Между этими типами и настоящими героями часто пролегает тонкая грань, вследствие чего может происходить подмена понятий.

Третий параграф «Амбивалентность героизма как социального конструкта» продолжает анализ взаимосвязи героизма и лжегероизма в медийном контексте. Дискурсивные механизмы конструирования образов героев и лжегероев схожи, поскольку современная массовая культура основана на определенном наборе нарративов и форматов визуальности. Амбивалентность героизма рассмотрена в контексте исследовательских попыток оценить практический потенциал героизма – в целях его использования на благо общества. В параграфе делается вывод о двойственности героизма: на первый взгляд, это предельно простое в обыденной жизни понятие, исчерпывающееся действиями в интересах общества вопреки личному риску, однако за мнимой простотой скрывается ряд парадоксов. Причем именно противоречивая природа героизма определяет его интригующий характер: с одной стороны, героизм – это социальная атрибуция, с другой стороны, героический поступок – всегда личный выбор. Обе стороны героизма детерминированы исторически, социокультурно и ситуативно: действие, которое считается героическим одной группой, может отвергаться другой как неприемлемое и отвратительное; герои одной эпохи могут оказаться злодеями в другое время, даже если речь не идет о появлении новых, разоблачающих фактов, а только о реинтерпретации прошлого в свете новых социокультурных реалий и этических моделей. Научный анализ героизма необходимо вести на двух уровнях: социальном и индивидуально-личностном. Второй подразумевает изучение мотивов, которые заставляют человека совершать героические поступки, – это скорее предмет интереса психологии, поэтому в диссертационной работе акцент сделан на социальном уровне анализа героизма.

Вторая глава «Формирование социальных представлений о героическом: анализ кинематографа» посвящена процессам, которые определяют создание и закрепление образов в целом и образа героя в частности.

Первый параграф раскрывает особенности **«Конструирования образов: основные этапы и механизмы»**. Формирование образов проходит в несколько этапов: ощущения – восприятие посредством органов чувств; отражение внешнего мира – сопоставление образов; чувственное познание и абстрактное мышление; обобщенное и опосредованное восприятие; отражение взаимодействия внутреннего и внешнего мира, поступательная и реверсивная циклическая работа мышления, принятие решений, формирование образов; непосредственное и опосредованное отображение действительности, осуществление принятых решений и действий. Деятельность субъекта играет решающую роль в преодо-

лении противоречий, которые возникают в процессе познания: будучи отражением предметов и явлений, образ все равно субъективен – зависит от потребностей, мотивов, целей, установок, эмоций, основывается на опыте, накопленном во взаимодействии с другими и внешним миром.

В социологии образ рассматривается как отображение унифицированного социального опыта, которое упрощает коммуникацию. Социальный образ конструируется на основе социальных ролей, статусов, общественных ожиданий и стереотипов, также важна визуальная репрезентация. В параграфе рассмотрено формирование образов с помощью художественных и визуальных приемов: современная массовая культура основана на индустрии зрелищ, где визуальное выходит на первый план. Правила восприятия художественного мира кинофильма заложены в культуре, к которой принадлежит зритель. Несмотря на то, что он склонен сравнивать то, что видит на экране, с личным опытом, между ним и кинореальностью неизбежно встает культура – знаковая система более высокого уровня. Зритель воспринимает кинообраз и через него выходит за пределы субъективного пространства – в пространстве своей культуры, которая не дает ему поверить, что увиденный образ реален, напоминая, что его нужно воспринимать по законам кинематографа. Таким образом, в кинематографе мы неизбежно сталкиваемся с парадоксом: по визуальному ряду кино – самое реалистичное из искусств, но в то же время оно же и самое иллюзорное. Зритель, вовлеченный в просмотр кинофильма, погружен в три реальности: обычную – в физическом смысле, кинореальность на экране и реальность на стыке первых двух. Если прежде представления о героизме формировались благодаря чтению, то сегодня, в эпоху доминирования визуальной культуры, мы черпаем образы героев из кинематографа, т.е. изменился коммуникационный контекст формирования образов в целом и героя в частности.

Второй параграф «Конструирование образов в кинематографе» описывает приемы усиления вовлеченности кинозрителя в события, демонстрируемые на экране. Чтобы сконструировать запоминающуюся историю и наполнить ее интересными персонажами, кинематограф (вид нарративного искусства) через универсальные мифологемы транслирует вечные смыслы и ценности. В отличие от литературы, которая позволяет читателю активно задействовать свое воображение, кинематограф предлагает зрителю готовые визуальные шаблоны. При просмотре кино человек вовлекается в события, происходящие на экране, его психологическая защита притупляется и повышается эмоциональный отклик. Однако для такой вовлеченности необходимо, чтобы зритель доверял тому, что видит на экране, в той или иной степени ассоциировал себя с персонажами и ситуациями фильма. Герой кинофильма должен быть квинтэссенцией проблем своего времени – иначе фильм не найдет отклика у аудитории. Кинолента успешна, если ее конфликт бьет в болевые точки общества.

Представления о героях и героизме формируются под влиянием большого количества факторов, среди которых центральное место занимает культурный контекст и конкретные исторические условия. Соответственно, на каждом этапе развития общества можно выделить доминирующие типы культурных «исто-

рий» и «героев» (персонажей). Например, нынешняя пандемия обусловила популярность фильмов про эпидемии: общество нуждается в фильмах, с помощью которых может осмыслить актуальные проблемы, а кинематограф стремится дать зрителям эту возможность, активно реагируя на современные вызовы.

В *третьем параграфе «Образ героя: кейс военного кинофильма»* приведен пример социологического кинопросмотра. Был выбран современный фильм о Великой отечественной войне: во-первых, военные фильмы в подавляющем большинстве повествуют о героизме; во-вторых, память о войне на протяжении десятилетий сплачивает российское общество, хотя идеологическую функцию воспитания патриотизма в последние годы начали выполнять и многочисленные фильмы о спортсменах. Поэтому интересно проследить, как современный российский кинематограф репрезентирует образ «героя войны», какие модели поведения подает как «норму» (кино выполняет нормативно-символическую функцию). Социологический просмотр кинофильма требует учета того, что на массовое восприятие показанного влияют не только события, происходящие на экране, но и то, как о фильме говорят журналисты и лидеры мнений, чьи отзывы часто не совпадают с официальной позицией его создателей. В анализе сюжета фильма автор опирается на трехступенчатую структуру «повествования о герое» Д. Кэмпбелла, собственную типологию героев и подход, предложенный В.А. Куренным.

В *третьей главе «Социологическая оценка социальных представлений о героизме»* представлены этапы разработки и апробации дизайна и методики собственного эмпирического исследования.

Первый параграф «Варианты эмпирической оценки феномена героизма» представляет собой обзор социологических исследований по тематике героизма. В параграфе перечислены и проанализированы зарубежные и российские опросы, направленные на изучение феномена героизма. Западные исследования включают в себя анализ текстов, сопровождающих вручение высших военных наград и высказываний награжденных медалями, а также опросы общественного мнения (кого люди считают героем, как различаются наборы качеств героя у разных поколений и т.д.). Российские исследования (преимущественно массовые опросы), как правило, призваны выявить тех, кого люди считают героями, но не установить критерии, на основе которых общественное мнение склонно считать кого-то героем. Вероятно, это объясняется двумя обстоятельствами: с одной стороны, героизм стал полноправным объектом эмпирического научного интереса относительно недавно; с другой стороны, исследователи до сих пор сомневаются в самой возможности объективных критериев героизма, полагая, что в них всегда превалирует субъективный компонент. При анализе социальных представлений о героизме необходимо учитывать, какой образ героя транслируется на уровне государства, а какой сложился в массовом сознании, поскольку эти образы не всегда совпадают. Например, в России имеет смысл проводить анализ отечественного кинематографа, в том числе фильмов, снятых при финансовой поддержке государства.

Во *втором параграфе «Методические возможности изучения социальных представлений о героизме»* представлен обзор применяемых в исследованиях героизма методик – для разработки собственного инструментария. Акцент сделан на проективных методиках, методах визуальной социологии и методиках оценки вовлеченности зрителей в кинопросмотр, поскольку образ героического поведения рассматривается как в значительной степени конструируемый кинофильмами. В исследовании героизма недопустимо ограничиваться лишь одной методикой, поскольку формирование представлений о героизме – сложный и многогранный процесс. Было принято решение сочетать опросный метод (двухэтапное анкетирование – разведывательный этап на основе методики неоконченных предложений, затем массовый онлайн-опрос) с неформализованным контент-анализом российских кинофильмов. Сочетание контент-анализа и проективной методики позволяет проанализировать героизм как с позиции зрителя (восприятие кинематографических образов), так и с позиции кинематографического материала (наделен определенными смыслами). Результаты анализа помогли сформулировать вопросы для онлайн-анкетирования.

Третий параграф «Апробация методики оценки образа героя в кинематографе» представляет результаты первого этапа эмпирического исследования, реализованного методом неформализованного контент-анализа. Исследование состояло из следующих этапов: формирование четырех групп фильмов – успешные в зарубежном прокате, получившие международные премии, успешные в российском прокате и получившие российские премии; в каждой группе были реконструированы образы главных героев посредством перевода киноповествования в краткий зрительский нарратив; на основе описаний персонажи кинофильмов были распределены по группам в соответствии с авторской типологией героев.

фильмы, успешные в зарубежном прокате	фильмы, успешные в российском прокате	фильмы, получившие международные премии	фильмы, получившие российские премии
герой-воин – 13 герой-авантюрист – 8 герой-благотворитель – 7 (только женщины)	герой-воин – 8 герой-благотворитель – 5	герой-благотворитель – 4 герой-вдохновитель – 2 герой-авантюрист – 2	герой-авантюрист – 11 (2 женских) герой-благотворитель – 7 (2 мужских); герой-воин – 5

Наиболее распространенным типом героя в массовом российском кино оказался «воин». Западные критики отдают предпочтение фильмам, в которых доминирует тип «герой-благотворитель», причем в фильмах, заинтересовавших западную публику, женщины чаще выступают в роли «благотворителей» и в целом в традиционных «женских амплуа», тогда как в фильмах, наиболее интересных россиянам, женщины чаще выступают в роли «авантюристов» и «воинов», а также антагонистов главных героев.

В четвертом параграфе «*Восприятие образа киногероя представителями разных поколений*» представлены результаты второго этапа исследования на основе методики неоконченных предложений. Чтобы оценить, насколько отличаются любимые киногерои и представления о героизме у детей, студентов и родительского поколения, был разработан опросник, состоящий из двух частей: вопросы о героизме и вопросы о кинопредпочтениях респондентов. Результаты опроса позволили сделать выводы о поколенческих различиях в типах героев и киногероев, а также оценить, совпадают ли характеристики (реальных) героев с образами киногероев.

Группа	Реальный герой	Герой в кино
Методисты	Герой-воин, Герой-спасатель	Герой-воин
Учителя	Герой-спасатель	Герой-воин
4 курс вуза	Герой-спасатель	Герой-вдохновитель, Герой-авантюрист
1 курс вуза	Герой-спасатель	Герой-вдохновитель
10 класс школы	Герой-спасатель	Герой-вдохновитель
5 класс школы	Герой-спасатель	Герой-вдохновитель

Практически у всех групп в качестве реального героя доминирует тип «спасатель». Что касается кинематографических предпочтений, то старшее поколение выбирает героев-воинов, а студенты и дети предпочитают более мирные трактовки киногероизма.

Завершающий *пятый параграф «Представления россиян о героизме: поколенческое “измерение”*» содержит результаты последнего этапа исследования – всероссийского онлайн-опроса, в котором приняли участие представители четырех поколенческих групп. Вопросы анкеты были разработаны по итогам двух предшествующих этапов: опросный инструментарий включал в себя блок вопросов, направленный на выяснение представлений о героизме, и блок вопросов, призванный выявить кинематографические предпочтения. По результатам опроса были реконструированы образы героев для всех групп, проведено их сопоставление и показаны взаимосвязи между образами «реального» героя и киногероя. Так, представители всех поколений на первое место ставят героя-спасателя, отмечая, что герой – тот, кто совершает героический поступок не по долгу службы, т.е. гражданский герой. Главным критерием героического действия выступает самопожертвование: поступок, при котором человек пострадал, считается более героическим, чем аналогичный, но обошедшийся без жертв. Самый частый пример героизма – спасение из пожара, самое главное качество героя – сила духа. Респонденты всех поколений убеждены, что героический поступок может сделать человека счастливым.

Поколенческие различия типов реального героя представлены на рисунках ниже:

14-19 лет + 20-29 лет



Герой-благотворитель

- Героизм-это *вершина добродетели*;
- Героизм-это *преодоление себя*;
- Героизм *не обязательно должен быть связан с риском*;
- *Усыновление ребенка и волонтерская деятельность- это героизм.*

В меньшей степени, чем старшая группа респондентов считают героизмом *любовь к Родине и исследовательскую деятельность.*

30-49 лет + 50-69 лет



Герой-воин

- Героизм- это *любовь к Родине.*
- *Героизм- самопожертвование на поле боя*;
- Героизм *должен быть связан с риском*;
- Главные качества: *самоотверженность и надежность.*

В меньшей степени, чем младшая группа респондентов, считают героизмом *альтруизм и преодоление собственных страхов.*

Соотношение «реальных» и киногероев:

возрастная группа	14-19 лет	20-29 лет	30-49 лет	50-69 лет
тип героя в фильмах (фильмы, в которых персонажи совершают героические поступки)	герой-воин, герой-спасатель	герой-воин, герой-спасатель	герой-воин, герой-спасатель	герой-воин, герой-спасатель
герой, на которого хотели бы быть похожи	герой-вдохновитель, герой-авантюрист	герой-вдохновитель, герой-благотворитель	герой-спасатель, герой-авантюрист	герой-воин

Молодое поколение выбирает более мирные трактовки героизма, чаще указывая те его варианты, что не связаны с риском, например, благотворительность и отказ от зависти и/или негативного отношения к окружающим. Для

старшего поколения понятие героизма связано с патриотизмом в большей степени, чем для младших поколений, которые более спокойно воспринимают публичность героических поступков, в отличие от старшего поколения. Популярное советское понятие «трудовой героизм» находит больший отклик у молодого поколения, которое чаще считает героизмом усердное выполнение своей работы. Старшее поколение отдает предпочтение фильмам, в которых доминирует герой-воин (советские фильмы о Великой Отечественной войне), а младшее поколение – фильмам, в которых доминирует герой-вдохновитель (сюжеты про преодоление себя). Называя героев, на которых они хотели бы быть похожи, младшие респонденты выбирают в основном героев-вдохновителей, а старшие респонденты более последовательны – называя героев-спасателей и героев-воинов.

В **Заключении** подведены итоги диссертационного исследования и намечены направления дальнейших исследований в обозначенном предметном поле.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:

В изданиях из Перечня РУДН

1. *Троцук И.В., Субботина М.В.* Феномен героизма: две «хронологические» интерпретации // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2017. Т.17. №3. С.420-436.
2. *Троцук И.В., Субботина М.В.* Оценка влияния кинематографа на социальные представления о героизме: апробация одного подхода // Коммуникология. 2018. Т.6. №4. С.140-158.
3. *Троцук И.В., Субботина М.В.* Счастье и героизм, личное и коллективное как основные элементы «светлого будущего» в советской (не)утопии // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2019. Т.19. №4. С.835-849.
4. *Троцук И.В., Субботина М.В.* Социологическая трактовка понятий со сложной коннотацией: взаимосвязь героизма и счастья // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2019. №12.
5. *Субботина М.В.* Амбивалентность героя в контексте изучения социального благополучия, или поиски героического в новой социально-медийной реальности // Социологическое обозрение. 2020. Т.19. №3. С.450-465.
6. *Trotsuk I.V., Subbotina M.V.* Three questions to start the sociological study of heroism // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021. Т.21. №1. С.169-181.
7. *Субботина М.В.* Негероические герои: два подхода к анализу медийных образов // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021. Т.21. №3. С.623-633.

В других научных изданиях

8. *Субботина М.В.* Конструирование образов в кинематографе: подходы к оценке зрительского восприятия кинолента // Актуальные вопросы социологической науки: теория, методология, практика: материалы ежегодной науч-

- ной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / Под ред. Н.П. Нарбута, Т.И. Лариной. М.: РУДН, 2017. С.135-142.
9. *Субботина М.В.* Социальная феноменология кино как теория конструирования образов // XII Фестиваль науки в Москве. Сборник научных статей студентов, аспирантов и молодых ученых факультета гуманитарных и социальных наук / Под ред. В.Б. Петрова, О.В. Филатовой, В.А. Цвыка. М.: РУДН, 2017. С.275-282.
 10. *Быкова Г.И., Субботина М.В.* Формирование социальных представлений о герое и героизме: социологический анализ российского кинематографа // Языки и культуры: перспективы развития в XXI веке. Сборник статей студенческой научно-практической конференции с международным участием Т.2. М.: Цифровичок, 2017. С.169-173.
 11. *Субботина М.В.* Варианты концептуализации и эмпирической оценки феномена героизма // Актуальные вопросы социологической науки: теория, методология, практика: материалы ежегодной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / Под ред. Н.П. Нарбута, Т.И. Лариной. М.: РУДН, 2018. С.82-88.
 12. *Субботина М.В.* Героизм как объект социологического интереса: методики эмпирического анализа // XIV Фестиваль науки в Москве: сборник научных статей студентов, аспирантов и молодых ученых факультета гуманитарных и социальных наук / Под ред. В.Б. Петрова, В.А. Цвыка. М.: РУДН, 2019. С.126-135.
 13. *Субботина М.В.* Возможности изучения социальных представлений о герое и героизме // Материалы IX Международной социологической Грушинской конференции «Социальная инженерия: как социология меняет мир» / Отв. ред. А.В. Кулешова. М.: ВЦИОМ, 2019. С.137-145.
 14. *Субботина М.В.* Образ героя в современном кинематографе: кейс военного кинофильма // Актуальные вопросы социологической науки: теория, методология, практика: материалы ежегодной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / Под ред. Н.П. Нарбута, Т.И. Лариной. М.: РУДН, 2019. С.89-93.
 15. *Субботина М.В.* Концептуальные основания социологического анализа механизмов конструирования образов «героического» // Актуальные вопросы социологической науки: теория, методология, практика: материалы ежегодной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / Под ред. Н.П. Нарбута, Т.И. Лариной. М.: РУДН, 2020. С.62-71.
 16. *Субботина М.В.* Представления о героизме и справедливости в период пандемии // Диалог цивилизаций: Восток – Запад: материалы XXI научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / Под ред. Н.С. Куклина, В.Б. Петрова, В.А. Цвыка. М.: РУДН, 2021. С.382-393.
 17. *Субботина М.В.* Применение метода неоконченных предложений в изучении понятий со сложными коннотациями: концептуализация героизма и справедливости // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. №5. С.88-96.

Субботина Мария Владимировна
Теоретическая и эмпирическая трактовка героизма в социологии
(на примере кинематографических репрезентаций)

В диссертации намечены общие контуры концептуального и операционального определений героя и героизма в социологическом исследовании. Для этого систематизированы междисциплинарные трактовки героизма, предложенные российскими и западными учеными, и разработана собственная типология героев. Автор акцентирует методическую проблему неоднозначности трактовок героя в обыденном и исследовательском дискурсах: респонденты и социологи вкладывают разный смысл в понятие героизм, что затрудняет работу исследователей как на этапе разработки опросного инструментария, так и на этапе анализа полученных результатов. Автор разработал и апробировал дизайн и инструментарий эмпирического исследования (сочетание неформализованного контент-анализа, метода неоконченных предложений и репрезентативного онлайн-опроса), чтобы показать возможности и ограничения социологического изучения феномена героизма.

Subbotina Maria Vladimirovna
Theoretical and empirical interpretation of heroism in sociology
(on the example of cinematic representations)

The thesis provides general conceptual and empirical definitions of hero and heroism for the sociological research. The author systematizes the interdisciplinary interpretations of heroism as introduced by Russian and Western scholars, and develops another typology of heroes. The author emphasizes the methodological problem of the ambiguous interpretations of heroism in the everyday and research discourses: respondents and researchers interpret heroism differently, which complicates the sociological work at both stages – of developing a survey questionnaire and of analyzing the data. The author developed and tested the design and tools of the empirical research (a combination of non-formalized content analysis, unfinished sentences technique and a representative online survey) to show the possibilities and limitations of the sociological study of heroism.