



Бабич Николай Сергеевич
Институт социологии РАН
Российская Федерация, Москва
sociolog@mail.ru

СЕЗОННОСТЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ КАЧЕСТВА ДАННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА

Аннотация. Проведен анализ усредненных помесечных колебаний трех показателей общественного мнения. Ожидаемая сезонность не выявлена. Проверена и отклонена гипотеза погашения сезонных колебаний в результате систематической ошибки (артефакта сбора данных). Показано, что локальная стабильность показателей общественного мнения с высокой вероятностью является объективно существующим эффектом. С учетом этого, отсутствие сезонности в регулярных опросах на социально-политические темы можно считать свидетельством в пользу качества данных.

Ключевые слова: социологический опрос; общественное мнение; сезонность; качество данных; выборка; систематическая ошибка; репрезентативность.

Babich Nikolay Sergeevich
Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences
Russian Federation, Moscow
sociolog@mail.ru

SEASONALITY OF PUBLIC OPINION INDICATORS IN THE CONTEXT OF THE DATA QUALITY OF SURVEY RESEARCH

Abstract. Average monthly fluctuations of three indicators of public opinion were analyzed. Expected seasonality was not found. Hypothesis of redemption of seasonal fluctuations as a result of systematic error (an artifact of data collection) was tested and rejected. It is shown with a high probability that the local stability of the public opinion indicators is objectively existing effect. With this in mind, one can say, that the lack of seasonality in regular social and political surveys can be considered as evidence in favor of the quality of data.

Key words: survey research; public opinion; seasonality; data quality; survey sample; bias; representativeness.

Постановка задачи

Сезонные колебания показателей – ожидаемое явление в повторяющихся массовых опросах. Календарно-зависимые изменения экономической активности, предпочтительное время отпусков, праздники, стандартные административные сроки (учебный год, финансовый год и т.п.), наконец погода – все эти факторы не могут не оказывать некоторого влияния на настроение и поведение респондентов. Например, достаточно часто встречаются сезонные колебания уровня отказов от ответа [Groves, 2004, p. 149-152]. Значительное влияние такого рода факторы оказывают на величину индекса предпринимательской уверенности, рассчитываемого Росстатом по результатам опроса 3,5 тысяч предприятий: при введении

поправки на сезонность, меняются многие тенденции динамики индекса [Деловая активность..., 2015].

Но календарная периодичность в опросных показателях может существовать как по содержательным, так и по методическим причинам. Например, можно высказать предположение, что доля «затрудняющихся» с ответами на социально-политические вопросы будет снижаться в те периоды, когда более образованная, а потому мобильная часть населения становится более доступной для опросов, то есть, вне сезона отпусков или длительных праздников. И если содержательно детерминированная сезонность представляет собой интересный для построения аналитических и прогностических моделей эффект, то сезонность, возникающая в результате методических факторов – это, скорее, систематическая ошибка, от которой целесообразно было бы избавляться. Задача, которая может быть поставлена в этом контексте, заключается в том, чтобы дифференцировать методические и содержательные факторы сезонности, и, по возможности, разделить их эффекты. Однако прежде, чем ее решать, необходимо оценить фактический уровень сезонных колебаний показателей общественного мнения по каким-либо достаточно надежным, полным, длительным и детальным данным. К последним могут быть отнесены результаты регулярных опросов общественного мнения ведущих исследовательских организаций.

Эмпирическая база исследования

Эмпирической базой для нашего анализа послужили данные регулярных опросов, опубликованные на сайте Аналитического центра Юрия Левады в разделах индикаторов положения дел в стране (<http://www.levada.ru/indikatory/polozhenie-del-v-strane/>) и одобрения органов власти (<http://www.levada.ru/indikatory/odobrenie-organov-vlasti/>). Удовлетворяющими требованиям полноты, длительности и детальности оказались три повторяющихся в исследованиях Левада-центра вопроса:

1) Дела в стране идут сегодня в целом в правильном направлении, или страна движется по неверному пути?

2) Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность Владимира Путина на посту президента (премьер-министра) России?

3) Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность правительства России?

Данные по этим вопросам характеризуются наибольшей глубиной ретроспективы и, одновременно, полнотой помесечного наполнения. Последнее особенно важно с точки зрения поиска сезонности, так как отсутствие значительного числа месячных данных способно

породить ложные различия. Например, в ответах на вопрос «Дела в стране идут сегодня в целом в правильном направлении, или страна движется по неверному пути?» за время наблюдений произошли значительные перемены, выразившиеся в оптимистическом сдвиге. Отсутствие нескольких июньских наблюдений в начале исследуемого периода может привести к искусственному завышению доли положительных оценок для июня по сравнению с остальной выборкой дат. Кроме того, преимуществом выбранных индикаторов является их многосторонний характер, обнаруживаемый, конечно, с известными оговорками. Первый вопрос относится к российскому обществу в целом, второй – к конкретной личности, а третий – к политическому институту.

Результаты анализа

Наиболее длинный ряд данных имеется по индикатору положения дел в стране. Поэтому именно его целесообразно рассмотреть наиболее детально. В таблице 1 приведено полное ежемесячное распределение долей ответов на вопрос «Дела в стране идут сегодня в целом в правильном направлении, или страна движется по неверному пути?». Цветом выделено отклонение от годового среднего в большую (голубой) или меньшую (зеленый) сторону. Как видно из цветографической схемы, в динамике показателя имеются локальные тенденции на повышение и понижение, хотя их длина и ослабевает постепенно, сменяясь колебаниями вокруг среднего к концу рассматриваемого периода. Наличие локальных тенденций может быть основой сезонных колебаний. Однако рисунок столбцов не совпадает от года к году. Таким образом уже на предварительном качественном уровне анализа возникают сомнения в том, что динамика выбранных индикаторов имеет сезонный компонент.

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Дела в стране идут сегодня в целом в правильном направлении, или страна движется по неверному пути?», в % от всей выборки

Дата	В правильном направлении	События ведут нас в тупик	Затруднились ответить	Дата	В правильном направлении	События ведут нас в тупик	Затруднились ответить
1997/1	22	63	16	2000/1	31	49	20
1997/2	14	69	17	2000/2	28	52	20
1997/3	14	68	18	2000/3	27	52	21
1997/4	17	66	17	2000/4	32	49	20
1997/5	19	62	19	2000/5	34	43	23
1997/6	19	67	14	2000/6	нет данных		
1997/7	нет данных			2000/7	35	45	20
1997/8	22	58	19	2000/8	29	53	19
1997/9	24	59	18	2000/9	29	51	19
1997/10	21	59	20	2000/10	28	52	20
1997/11	22	56	22	2000/11	32	52	16
1997/12	19	60	22	2000/12	30	51	19
1998/1	19	59	22	2001/1	35	45	20
1998/2	20	59	21	2001/2	35	46	19
1998/3	20	61	20	2001/3	40	43	17
1998/4	17	65	18	2001/4	34	48	18
1998/5	15	67	18	2001/5	34	46	20
1998/6	12	73	14	2001/6	41	41	18
1998/7	10	72	18	2001/7	37	42	21
1998/8	10	75	15	2001/8	37	42	21
1998/9	10	75	15	2001/9	40	40	20
1998/10	5	77	17	2001/10	41	39	20
1998/11	7	78	15	2001/11	44	39	17
1998/12	8	76	16	2001/12	42	41	17
1999/1	7	78	15	2002/1	40	42	18
1999/2	6	80	14	2002/2	38	43	18
1999/3	10	78	12	2002/3	41	43	16
1999/4	10	75	16	2002/4	38	43	18
1999/5	10	70	20	2002/5	37	47	16
1999/6	8	77	16	2002/6	44	44	13
1999/7	12	76	13	2002/7	40	40	20
1999/8	8	82	10	2002/8	37	47	16
1999/9	10	76	14	2002/9	43	42	15
1999/10	23	63	14	2002/10	44	37	19
1999/11	20	65	14	2002/11	нет данных		
1999/12	31	51	19	2002/12	40	43	17

Продолжение таблицы 1

Дата	В правильном направлении	События ведут нас в тупик	Затруднились ответить	Дата	В правильном направлении	События ведут нас в тупик	Затруднились ответить
2003/1	40	47	13	2006/1	34	48	18
2003/2	36	50	14	2006/2	41	44	16
2003/3	35	50	15	2006/3	35	49	17
2003/4	31	56	13	2006/4	34	47	19
2003/5	36	48	16	2006/5	43	38	19
2003/6	нет данных			2006/6	41	42	17
2003/7	39	47	14	2006/7	44	39	17
2003/8	36	49	15	2006/8	43	42	15
2003/9	38	47	15	2006/9	41	43	17
2003/10	34	50	16	2006/10	38	44	18
2003/11	40	46	14	2006/11	43	37	20
2003/12	51	35	14	2006/12	43	35	21
2004/1	50	37	13	2007/1	46	37	17
2004/2	54	37	10	2007/2	48	36	17
2004/3	54	33	13	2007/3	45	39	17
2004/4	47	40	13	2007/4	43	39	18
2004/5	48	40	12	2007/5	49	34	17
2004/6	41	44	14	2007/6	50	35	15
2004/7	41	46	13	2007/7	50	31	20
2004/8	38	50	12	2007/8	47	34	19
2004/9	37	51	12	2007/9	48	34	18
2004/10	39	50	11	2007/10	51	33	17
2004/11	38	51	11	2007/11	55	32	13
2004/12	36	51	13	2007/12	64	20	16
2005/1	31	56	13	2008/1	61	23	16
2005/2	31	58	11	2008/2	61	24	15
2005/3	35	52	14	2008/3	60	24	16
2005/4	34	55	12	2008/4	55	29	16
2005/5	37	51	12	2008/5	59	27	14
2005/6	34	52	14	2008/6	57	25	18
2005/7	32	51	17	2008/7	55	31	14
2005/8	34	52	14	2008/8	55	29	16
2005/9	36	48	16	2008/9	61	24	15
2005/10	34	48	19	2008/10	54	27	19
2005/11	38	45	16	2008/11	49	30	22
2005/12	38	46	16	2008/12	43	40	18

Продолжение таблицы 1

Дата	В правильном направлении	События ведут нас в тупик	Затруднились ответить	Дата	В правильном направлении	События ведут нас в тупик	Затруднились ответить
2009/1	42	39	19	2012/1	41	39	21
2009/2	41	40	19	2012/2	46	35	19
2009/3	41	39	20	2012/3	50	34	16
2009/4	43	36	21	2012/4	46	36	18
2009/5	42	39	19	2012/5	49	33	18
2009/6	44	40	15	2012/6	44	38	18
2009/7	48	35	17	2012/7	44	38	18
2009/8	44	36	20	2012/8	41	41	18
2009/9	49	33	18	2012/9	42	39	19
2009/10	49	34	17	2012/10	43	39	18
2009/11	43	35	22	2012/11	40	44	16
2009/12	50	31	19	2012/12	41	41	18
2010/1	46	32	22	2013/1	42	41	17
2010/2	48	35	17	2013/2	41	42	17
2010/3	48	34	18	2013/3	41	43	16
2010/4	47	34	19	2013/4	41	41	18
2010/5	47	34	19	2013/5	40	40	20
2010/6	47	35	18	2013/6	41	43	16
2010/7	50	29	21	2013/7	40	41	18
2010/8	48	32	20	2013/8	40	43	17
2010/9	49	32	18	2013/9	40	43	17
2010/10	51	31	18	2013/10	40	43	18
2010/11	47	34	19	2013/11	40	41	19
2010/12	46	36	17	2013/12	41	39	20
2011/1	46	38	17	2014/1	43	41	17
2011/2	42	42	16	2014/2	47	37	16
2011/3	40	42	18	2014/3	60	26	15
2011/4	43	40	18	2014/4	58	26	16
2011/5	44	39	17	2014/5	60	23	17
2011/6	41	39	20	2014/6	62	22	17
2011/7	40	43	17	2014/7	55	26	19
2011/8	36	44	20	2014/8	64	22	14
2011/9	42	40	18	2014/9	62	22	17
2011/10	43	38	19	2014/10	60	23	17
2011/11	41	40	19	2014/11	59	22	19
2011/12	38	41	21	2014/12	56	27	18

Окончание таблицы 1

Дата	В правильном направлении	События ведут нас в тупик	Затруднились ответить	Дата	В правильном направлении	События ведут нас в тупик	Затруднились ответить
2015/1	55	27	18	2015/7	59	23	18
2015/2	54	29	17	2015/8	55	29	17
2015/3	57	25	19	2015/9	55	26	19
2015/4	60	23	18	2015/10	61	25	14
2015/5	60	23	17	2015/11	55	27	18
2015/6	64	22	14	2015/12	56	27	16

Помесячное усреднение показателя отношения к положению в стране (таблица 2) позволяет увидеть, что различия между месяцами с минимальным и максимальным значением не превышают 3%. Они укладываются гораздо меньше, чем в одно стандартное отклонение.

Таблица 2

Помесячное среднее арифметическое долей ответов на вопрос «Дела в стране идут сегодня в целом в правильном направлении, или страна движется по неверному пути?» за 1997-2015 гг.

Месяц	В правильном направлении		События ведут нас в тупик		Затруднились ответить	
	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение
Январь	38	13	44	13	17	3
Февраль	38	14	45	14	16	3
Март	40	14	44	14	17	2
Апрель	38	13	45	14	17	2
Май	40	14	42	13	18	3
Июнь	41	15	43	16	16	2
Июль	41	13	42	14	18	3
Август	38	14	45	15	17	3
Сентябрь	40	14	43	15	17	2
Октябрь	40	14	43	14	17	2
Ноябрь	40	13	43	14	17	3
Декабрь	41	13	42	13	18	2
Всего	40	13	43	14	17	3

К сожалению, в условиях таких близких среднемесячных значений не имеет смысла применять методы моделирования сезонности, поэтому мы использовали довольно грубый подход, осуществив проверку гипотезы о различии групп с помощью непараметрического критерия Краскала-Уоллиса. Он не дал значимых различий на уровне 0,05 и даже 0,01. Таким образом, за весь период наблюдений сезонные колебания оптимизма не превышали порога случайного шума. Характерно и то, что даже порядок изменений проанализированного показателя внутри года не выглядит систематическим. «Высокие» месяцы соседствуют с «низкими» случайно.

Может быть, отсутствие сезонности является сравнительно недавним эффектом, например, связанным со снижением искренности респондентов? Для проверки этой гипотезы мы проанализировали среднемесячные данные за первую и вторую половины наблюдаемого периода по отдельности (таблицы 3 и 4). Однако ни в одной из подвыборок значимых различий между месяцами не обнаружилось. От одного периода к другому поменялся паттерн оценок, но общим осталось отсутствие сколько-нибудь существенной сезонности.

Таблица 3

Помесячное среднее арифметическое долей ответов на вопрос «Дела в стране идут сегодня в целом в правильном направлении, или страна движется по неверному пути?» за 1997-2006 гг.

Месяц	В правильном направлении		События ведут нас в тупик		Затруднились ответить	
	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение
Январь	31	12	52	12	17	3
Февраль	30	14	54	13	16	4
Март	31	13	53	13	16	3
Апрель	29	11	54	11	16	3
Май	31	12	51	11	18	4
Июнь	30	15	55	15	15	2
Июль	32	13	51	14	17	3
Август	29	12	55	13	16	3
Сентябрь	31	12	53	13	16	2
Октябрь	31	12	52	12	17	3
Ноябрь	32	13	52	13	16	3
Декабрь	34	13	49	12	17	3
Всего	31	12	53	12	16	3

Таблица 4

Помесячное среднее арифметическое долей ответов на вопрос «Дела в стране идут сегодня в целом в правильном направлении, или страна движется по неверному пути?» за 2007-2015 гг.

Месяц	В правильном направлении		События ведут нас в тупик		Затруднились ответить	
	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение
Январь	47	7	35	6	18	2
Февраль	48	7	36	6	17	1
Март	49	8	34	7	17	2
Апрель	48	7	34	6	18	2
Май	50	8	32	7	18	2
Июнь	50	9	33	8	17	2
Июль	49	7	33	7	18	2
Август	48	9	34	7	18	2
Сентябрь	50	8	33	7	18	1
Октябрь	50	7	33	7	17	2
Ноябрь	48	7	34	7	19	3
Декабрь	48	9	34	8	18	2
Всего	49	7	34	7	18	2

Таблица 5

Помесячное среднее арифметическое долей ответов на вопрос «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность Владимира Путина на посту президента (премьер-министра) России?» за 2000-2015 гг.

Месяц	Одобрю		Не одобряю		Нет ответа	
	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение
Январь	71	13	24	7	5	9
Февраль	73	9	23	7	4	5
Март	74	7	23	7	4	4
Апрель	76	8	21	8	3	2
Май	76	8	21	8	3	3
Июнь	75	8	23	8	3	2
Июль	75	7	22	7	3	3
Август	75	7	22	6	3	3
Сентябрь	75	7	23	7	3	2
Октябрь	75	6	22	6	3	3
Ноябрь	75	8	23	7	3	3
Декабрь	75	7	22	7	3	3
Всего	75	8	22	7	3	4

Таблица 6

Помесячное среднее арифметическое долей ответов на вопрос «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность Владимира Путина на посту президента (премьер-министра) России?» за 2000-2007 гг.

Месяц	Одобряю		Не одобряю		Нет ответа	
	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение
Январь	67	15	25	5	9	12
Февраль	70	8	24	3	6	6
Март	72	5	23	3	6	5
Апрель	78	5	19	5	3	3
Май	76	6	20	6	4	4
Июнь	76	6	21	7	4	2
Июль	75	5	21	5	4	3
Август	74	5	21	4	5	3
Сентябрь	73	5	23	5	4	3
Октябрь	74	4	22	4	4	4
Ноябрь	73	6	23	4	4	4
Декабрь	75	6	21	5	4	3
Всего	73	7	22	5	5	5

Таблица 7

Помесячное среднее арифметическое долей ответов на вопрос «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность Владимира Путина на посту президента (премьер-министра) России?» за 2008-2015 гг.

Месяц	Одобряю		Не одобряю		Нет ответа	
	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение
Январь	75	9	23	9	2	1
Февраль	76	9	23	9	2	1
Март	76	9	22	9	2	1
Апрель	75	10	23	10	2	1
Май	76	10	23	11	2	1
Июнь	74	10	24	10	2	1
Июль	75	8	24	9	1	1
Август	76	8	23	8	2	1
Сентябрь	76	9	22	9	2	1
Октябрь	76	8	22	8	2	2
Ноябрь	76	10	22	10	2	1
Декабрь	76	8	23	9	2	1
Всего	76	9	23	9	2	1

Таблица 8

Помесячное среднее арифметическое долей ответов на вопрос «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность правительства России?» за 2000-2015 гг.

Месяц	Одобряю		Не одобряю		Нет ответа	
	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение
Январь	45	9	50	9	5	5
Февраль	45	9	49	8	6	5
Март	44	10	48	10	8	9
Апрель	44	10	50	10	6	6
Май	46	10	48	8	7	7
Июнь	45	11	50	10	6	5
Июль	45	9	49	8	6	6
Август	44	10	51	8	6	5
Сентябрь	46	11	49	10	5	4
Октябрь	47	9	48	8	6	4
Ноябрь	45	8	51	8	5	4
Декабрь	47	9	49	9	5	4
Всего	45	9	49	9	6	5

Таблица 9

Помесячное среднее арифметическое долей ответов на вопрос «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность правительства России?» за 2000-2007 гг.

Месяц	Одобряю		Не одобряю		Нет ответа	
	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение
Январь	38	5	54	8	8	5
Февраль	38	5	53	7	9	5
Март	37	6	50	12	13	9
Апрель	36	7	54	11	10	5
Май	37	4	52	8	12	7
Июнь	36	5	55	8	9	5
Июль	38	4	52	7	10	6
Август	36	4	55	7	9	5
Сентябрь	37	3	55	6	8	4
Октябрь	40	5	52	7	9	4
Ноябрь	40	5	53	7	7	4
Декабрь	41	6	52	9	7	5
Всего	38	5	53	8	9	5

Таблица 10

Помесячное среднее арифметическое долей ответов на вопрос «Вы в целом одобряете или не одобряете деятельность правительства России?» за 2008-2015 гг.

Месяц	Одобряю		Не одобряю		Нет ответа	
	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение	%	Стандартное отклонение
Январь	52	7	46	8	2	2
Февраль	52	6	46	6	2	1
Март	52	5	45	6	2	1
Апрель	52	6	46	6	2	2
Май	55	6	43	6	2	2
Июнь	53	8	44	8	3	2
Июль	53	6	45	7	3	2
Август	52	7	46	8	2	1
Сентябрь	55	9	43	9	2	1
Октябрь	53	7	44	8	3	2
Ноябрь	50	8	48	8	2	1
Декабрь	53	7	45	8	2	1
Всего	53	7	45	7	2	1

Аналогичное отсутствие сезонности было продемонстрировано и на данных двух других социально-политических вопросов, и также в обеих половинах периода наблюдения (таблицы 5-10). Таким образом, проанализированные данные свидетельствуют о том, что время года не влияет, по крайней мере, на часть важнейших индикаторов общественного мнения. Этот несколько неожиданный вывод требует объяснения и критического осмысления.

Интерпретация результатов анализа

Первое объяснение, которое мы обязаны рассмотреть, состоит в том, что отсутствие сезонности в данных Левада-центра – это артефакт, связанный с технологией исследований. В самом деле, если генеральная совокупность подвержена изменениям, зависящим от календаря, а ее описание этих изменений не отражает, вполне возможно, что (а) изменения искусственно удалены из описания, либо (б) оно вообще не отражает генеральную совокупность.

Вариант «а» может означать, например, аналитическую корректировку показателей, учитывающую сезонный фактор (скажем, взвешивание по известным коэффициентам периодической изменчивости). Однако при анализе данных в Левада-центре такая корректировка не производится, что видно из подробного описания методики омнибуса

(<http://www.levada.ru/zakazchikam/omnibus>) и подтверждается сотрудниками Левада-центра (личное сообщение А.И. Гражданкина, которому автор выражает благодарность).

Вариант «б» означал бы более серьезный риск для качества данных. Между процедурой описания выборки и реальным состоянием генеральной совокупности существуют промежуточные звенья передачи информации, и то, что динамика генеральной совокупности не отражена в ее описании, может быть связано с артефактами, рождающимися в этих звеньях. Например, по пессимистичным оценкам, даже в Германии при поквартирных опросах подделывается каждая третья анкета [Ohrfeige an der Haustür, 1993, S. 41]. Методические изыскания Д.М. Рогозина в условиях российских полевых работ внушают опасения по поводу еще более высокого уровня фабрикации данных интервьюерами [Рогозин, Ипатова, 2015]. Интенсивная фальсификация данных может служить фактором, исключаящим сезонность в результате очень простого механизма, основанного на здравом смысле и памяти интервьюеров. Будучи членами того же общества, что и руководители исследований, и респонденты, рядовые труженики социологического поля имеют представление, во-первых, о широко известных из средств массовой информации социологических фактах, таких как высокая поддержка В. В. Путина, и несколько меньшая поддержка Д.А. Медведева, во-вторых, о результатах своих собственных прошлых опросов. Со стороны тех, кто подделывает анкеты, вполне рациональной стратегией фабрикации выступает воспроизведение показателей, которые уже известны из этих двух источников. Это, естественно, снижает динамику данных, соответственно, высокий уровень фабрикации может приводить к отсутствию таких локальных проявлений динамики как сезонность.

Источником систематических смещений может быть и сама процедура сбора данных, неосознанно трансформирующая их на каких-то этапах или даже цензурирующая с вполне благородными целями повышения качества. Хорошо известно, например, что крайне распространенная в массовых опросах потребителей практика фильтрации «профессионалов» – работников торговли, сферы рекламы, продвижения товаров и т.п. категорий ставит своей задачей обеспечение некоторой «чистоты» данных, свободы их от влияния предубежденных и/или компетентных респондентов. И эта задача вполне корректна в качественных исследованиях, результаты которых чувствительны к индивидуальным мнениям, особенно в условиях фокус-групповой динамики, когда «авторитетное» мнение одного участника может быть принято всеми респондентами. Но для массовых опросов единичные мнения не представляют опасности в плане надежности данных, так как значение высказываний упомянутых «профессионалов» нивелируется сотнями непрофессиональных респондентов. В

то же время, неоправданная дополнительная фильтрация респондентов на «входе в анкету» создает вполне реальную опасность систематических ошибок. Так, объективно менее склонные к сотрудничеству респонденты (по причине низкого образования, недостатка, недостаточной уверенности в себе, высокой занятости и т.п.) могут с существенно большей частотой отказываться от участия в опросе, если он начинается с выяснения профессии – вопроса, который отнюдь не предназначен для налаживания контакта и вовлечения человека в исследование. Наиболее вероятным кандидатом на роль подобной, внешне направленной на улучшение опросных данных, а по факту ухудшающей их, процедуры, сглаживающей сезонность, служит аналитический контроль качества со стороны сотрудников полевых отделов заказчиков и подрядчиков. Простейшей, и потому, наверняка, наиболее распространенной формой такого контроля является сравнение показателей с прошлыми уровнями для поиска подозрительных выбросов. Весьма правдоподобное предположение состоит в том, что интервьюеры, по анкетам которых находятся простые, но существенные отличия от собранных ранее данных, будут более тщательно проверяться, и их данные будут с большей вероятностью выбраковываться. К сожалению, результатом такого аналитически-ориентированного контроля может быть ровно то же самое очищение опросных данных от локальной динамики, что наблюдалось бы и при массовой фабрикации анкет.

К счастью, против обоих вариантов объяснения феномена внесезонности общественного мнения как артефакта, существует достаточно сильный аргумент, основанный на предсказываемом этими объяснениями промежуточном эффекте, а именно: отсутствии существенной локальной динамики. В самом деле, если бы проблема состояла в том, что где-то в цепочке сбора данных функционирует фильтр, трансформирующий показатели в вид, близкий к среднему, то и в соответствующих рядах мы не наблюдали бы локальных длительных повышательных или понижательных тенденций. Однако, как видно из цветографической схемы таблицы 1, такие локальные тенденции в данных Левада-центра явно присутствуют. Они становятся реже в последние годы, но не это приводит к исчезновению сезонности: последняя отсутствует как в первой, так и во второй половине проанализированных нами рядов.

Если зафиксированное отсутствие сезонности не является артефактом, тогда оно отражает некоторый важный политический феномен: высокую локальную (в рамках смены времен года) стабильность общественного мнения по политическим вопросам. С учетом изложенных в начале статьи соображений, это явление представляется достаточно странным, или, во всяком случае, маловероятным, не соответствующим ожиданиям, основанным на

общих соображениях. Поэтому, прежде, чем делать выводы об указанной локальной стабильности, необходимо получить какие-нибудь дополнительные подтверждения ее существования, желательно, основанные на внешних по отношению к опросам Левада-центра данных.

Таблица 11

Средний недельный индекс популярности запроса "Путин" в данный месяц, по Гугл Трендс. Данные без географической локализации за 2004-2015 гг.

Месяц	Индекс популярности запроса	Стандартное отклонение
Январь	16	2
Февраль	15	2
Март	17	1
Апрель	16	1
Май	17	1
Июнь	17	1
Июль	16	1
Август	16	1
Сентябрь	16	1
Октябрь	16	1
Ноябрь	16	1
Декабрь	16	1
Всего	16	1

Таковыми могут выступать результаты мониторинга Google Trends (<http://www.google.com/trends/>), в котором рассчитывается индекс популярности поисковых запросов (пересчитанное в шкалу от 0 до 100 популярность слова или словосочетания по сравнению с общим количеством поисковых запросов в Google за определенный промежуток времени, и наиболее популярными запросами – последние получают значение 100). Индекс является относительным, поэтому, например, если график нисходящий, это еще не означает, что запрос реже используют в поиске – возможно, что популярность других растет быстрее. Это создает определенные трудности в интерпретации данных, так же как явления полисемии, неоднозначность географической привязки ip-адресов и другие известные проблемы интернет-данных. Тем не менее, показатели Google Trends могут использоваться в четко очерченных рамках, например, для проверки формализованных гипотез. Наш случай именно таков. Полное отсутствие сезонности в индексе популярности запроса, имеющего

однозначное отношение к российской политике, подтвердит существование феномена высокой локальной стабильности общественного мнения. И именно такое подтверждение мы получаем из данных таблицы 11.

Выводы

Оставляя в стороне социально-политическую интерпретацию и объяснение обнаруженного явления, мы сосредоточимся на его методических следствиях. Во-первых, объект периодических опросов, проводимых Левада-центром (общественное мнение), по-видимому, не испытывает существенных сезонных трансформаций. Во-вторых, генеральная совокупность, отражаемая в опросах, наоборот, сезонные трансформации испытывает. Под влиянием отпусков, периодов учебного года, праздников и т.п. факторов неизбежно меняется состав населения, доступного для опроса в разных географических точках. В-третьих, сезонное изменение генеральной совокупности не отражается в данных опросов общественного мнения, проводимых Левада-центром. Это обстоятельство свидетельствует о достаточно высоком качестве выборки периодических опросов, которая обеспечивает описание одного и того же объекта, несмотря на динамику генеральной совокупности. Наконец, в-четвертых, возможно, что высокая устойчивость результатов свидетельствует о сравнительно слабой подверженности выборок определенной конструкции (большого объема, с большим географическим и социально-демографическим разбросом) систематическим ошибкам, связанным с периодическими изменениями размещения генеральной совокупности. В таком случае, при прочих равных условиях, отсутствие сезонности в данных повторяющихся опросов следует считать скорее критерием высокого качества выборки.

Библиографический список

Деловая активность организаций в России в октябре 2015 года.
http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d06/219.htm

Рогозин Д. М., Ипатов А. А. Насколько разумна наша вера в результаты «бумажных» квартирных опросов? М.: Радуга, 2015.

Groves, R. Survey Errors and Survey Costs. New-York: Wiley, 2004.

Ohrfeige an der Haustür // Der Spiegel, 1994, №26, S. 41-46.

Хавенсон Татьяна Евгеньевна
Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики
Российская Федерация, Москва
tkhavenson@hse.ru

**КАЧЕСТВО ОТВЕТОВ РЕСПОНДЕНТОВ ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА
НА ВОПРОСЫ О СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПОЛОЖЕНИИ СЕМЬИ.
ОБОБЩЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ
И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО ЛОНГИТЮДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Аннотация. В докладе описываются результаты исследования качества ответов респондентов школьного возраста на вопросы о профессии и уровне образования родителей. Исследование включает в себя систематический обзор статей, содержащих анализ качества ответов школьников на вопросы о социально-экономическом положении семьи, опубликованных в период с 1990 по 2015 гг. И анализ согласованности ответов детей и родителей, а также временную устойчивость ответов детей на вопросы об уровне образования родителей и наличии предметов домашнего обихода, проведенное на данных российского лонгитюдного исследования «Траектории в образовании и профессии».

Ключевые слова: достоверность ответов; измерение социально-экономического положения; опросы детей

Khavenson Tatiana Evgenievna
National Research University Higher School of Economics,
Russia, Moscow
tkhavenson@hse.ru

**QUALITY OF SCHOOL-AGE CHILDREN REPORTS
ON FAMILY'S SOCIO-ECONOMIC BACKGROUND.
SYSTEMATIC REVIEW AND RUSSIAN LONGITUDINAL DATA ANALYSIS**

Abstract. Paper describes study of the school-age children responses' quality on the questions about profession and educational level of their parents. The study consists of two parts: first one is a systematic review of the papers about the quality of school students' responses on questions about socio-economic background of their family published from 1990 to 2015. Second part is a study of a consistency between children' and parents' answers and children' inter-time responses consistency on questions on parental level of education and home possessions based on the Russian longitudinal study "Trajectories in education and profession".

Key words: SES measures; children questionnaires; responses accuracy

Школьники все чаще выступают в роли единственных респондентов в эмпирических исследованиях в социальных науках. В тоже время, в фокусе исследования зачастую не только мнение или отношение школьников, но и информация по целому ряду фактологических вопросов, в том числе о семье. Не верифицируя эту информацию из других источников, исследователи неявно предполагают, что ответы школьников на такие вопросы не подвержены ошибке измерения, или, по крайней мере, что эта ошибка примерно такая же, как и в ответах взрослых. Но так ли это? Не превышают ли эти вопросы уровень компетентности респондентов среднего и старшего школьного возраста. Действительно ли школьники могут ответить на вопросы об образовании или профессии

родителей, доходе семьи, о вопросах, позволяющих оценить социальный, культурный, материальный капитал и другие аспекты социально-экономического положения семьи?

Мета-аналитические исследования связи образовательных достижений и социально-экономического положения семьи показывают, что результаты исследований зависят, в том числе, и от подходов к измерению обоих понятий, особенно характеристик семьи учащегося [Sirin, 2005; White, 1982; White и др., 1993]. Во-первых, подходов к определению социально-экономического положения семьи очень много. Во-вторых, сам по себе опрос детей является в определенной степени методологическим вызовом, так выбор индикатора СЭП зачастую определяется такими факторами как уместность или возможность задавания вопроса, а не его необходимость для целей исследования. Однако не так часто задается вопрос о надежности измерения данных концептов в ситуации, когда источником информации выступают дети. Исследований немного и они разрозненные.

Целью данной работы является анализ качества ответов детей школьного возраста на вопросы об образовании и профессии родителей и других индикаторах культурного капитала и социально-экономического положения семьи. Под качеством ответов здесь понимается согласованность ответов детей с ответами их родителей и устойчивость ответов детей во времени.

Исследование проводилось в два этапа: на первом был проведен систематический обзор без статистического обобщения. Были отобраны все статьи в базах научного цитирования Scopus и Web of Science, опубликованные в период с 1990 по 2015 гг., в которых изучается качество информации о социально-экономическом положении семьи, собранной посредством опроса детей школьного возраста. Всего было отобрано 16 статей. На основе результатов отобранных статей сделано обобщение качества ответов детей школьного возраста на вопросы о профессиональном статусе и уровне образования родителей.

На втором этапе на данных российского лонгитюдного исследования «Траектории в образовании и профессии»¹ будут проанализированы ответы одних и тех же учеников и их родителей на вопросы об образовании и профессии родителей и других индикаторах социально-экономического положения и культурного капитала семьи. В исследовании использованы данные волн лонгитюда, когда участники обучались в 8 и 9 классе и опрос родителей.

По результатам исследования выявлено, что качество ответов детей старшего школьного возраста приемлемо, тогда как ответы детей среднего школьного возраста

¹ <https://trec.hse.ru/>

нельзя считать удовлетворительными и использовать их в качестве единственного источника информации.

Первый этап исследования показал, что связь между ответами детей и родителей об уровне образования родителей колеблется от средней до сильной. Среднее и медиана коэффициента корреляции равно 0,6 как для образования матери, так и для отца. Связь ответов о профессии варьируется примерно в том же диапазоне, но среднее и медиана коэффициента корреляции немного выше – 0,7 для обоих родителей. То есть в половине случаев дети достаточно хорошо отвечают на вопрос о профессии родителей, показывая высокую (выше 0,7) силу связи. С возрастом точность ответов повышается для обоих индикаторов.

Коэффициент согласованности для переменной про образование в среднем равен 0,5 для обоих родителей и 60% ответов в среднем совпадает. То есть, по данным проанализированных статей, между ответами детей и родителей на вопрос об образовании последних наблюдается умеренная по силе связь. Для вопроса о профессии среднее значение коэффициента согласованности несколько выше – 0,7, что позволяет говорить о достаточно сильной связи между ответами детей и родителей. В данном случае совпадает около 70% ответов в среднем. С увеличением возраста качество ответов детей растет. Структура семьи также оказывается значимым фактором для качества ответов. Если один из родителей (чаще отец) не проживает вместе с ребенком, точность ответов ниже.

Результаты анализа данных российского лонгитюдного исследования показывают, что дети отвечают на вопрос об образовании матери в 8 классе и год спустя одинаково примерно в 80% случаев. Около 6% через год занижают уровень образования, около 16% завышают. В опросе в 8 классе 12% респондентов выбрали вариант ответа «Я не знаю». Опросник же 9 класса не содержал такой ответной опции. При этом количество пропусков ответов примерно одинаково в обеих волнах. В 9 классе эти респонденты, по-видимому, рассредоточились по содержательным ответам. Вместе с этим, в опросе 9 класса недопредставлены низкие категории образования матери, что позволяет предположить, что ответы "Я не знаю" свойственны детям из семей, где образовательный уровень матери не очень высок. При возможности ответить я не знаю, они так и отвечают, а при невозможности, ставят ответ в содержательной категории, причем завышая уровень образования.

Также в докладе будут показаны результаты анализа по сравнению ответов детей и родителей и детей в 8 и 9 классе по более широкому кругу индикаторов социально-экономического положения семьи.

Библиографический список

Sirin S.R. Socioeconomic Status and Academic Achievement: A Meta-Analytic Review of Research // Review of Educational Research. 2005. Т. 75. № 3. с. 417–453.

White K.R. The relation between socioeconomic status and academic achievement// Psychological Bulletin. 1982. Т. 91. № 3. с. 461.

White S.B. и др. Socioeconomic Status and Achievement Revisited // Urban Education. 1993. Т. 28. № 3. с. 328–343.

Ларина Татьяна Игоревна
Российский университет дружбы народов
Российская Федерация, Москва
larina_ti@pfur.ru

**НЕВЕРБАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ
В ЭМПИРИЧЕСКОМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ:
ВОЗМОЖНОСТИ И ВОСТРЕБОВАННОСТЬ**

Аннотация. Невербальная информация – одна из наиболее естественных форм информации, которая не требует от респондентов каких-то усилий по ее производству, в то же время несет в себе огромный эвристический потенциал. В статье описаны возможности конкретного применения невербальной информации в контексте эмпирических социологических исследований, а именно – массовых опросах, интервьюировании и фокус-группах.

Ключевые слова: фокус-группы; интервьюирование; массовые опросы; невербальная информация; социологические исследования

Larina Tatiana Igorevna
Peoples` friendship university of Russia
Russian Federation, Moscow
strebkov@nm.ru

**NONVERBAL INFORMATION IN EMPIRICAL SOCIOLOGICAL RESEARCH:
OPPORTUNITIES AND DEMAND**

Abstract. Nonverbal information is one of the most natural forms of information that does not require the respondents any efforts to produce, at the same time it has a great heuristic potential. The article describes the possibilities of using of nonverbal information in the context of empirical sociological research - namely, mass surveys, interviews and focus groups.

Key words: focus groups; interviews; mass surveys; nonverbal information; sociological researches

Обоснование возможности научной работы с невербальными характеристиками в социологии

Невербальная коммуникация является очевидно важной и неотъемлемой частью социальной коммуникации наравне с вербальной. По оценкам различных исследователей более 55% информации людьми передается невербально [Меграбян, 2001]. Основные научные положения работы с невербальным поведением разработаны в области антропологии и психологии, ниже обрисуем основные вехи генезиса взглядов на невербальное поведение:

«Язык жестов» выделялся уже в древние времена. Известным примером его использования является театр масок в древней Греции. Значительным шагом в развитии взглядов на невербальное поведение стала работа Аристотеля «Физиогномика», в которой впервые предпринята попытка связать внешность и характер человека. «Последователей Аристотеля было много, среди них были Цельс, Цицерон, Квинтилиан. В средние века развитием этого направления занимался Ибн Сина, в эпоху Возрождения - Леонардо

да Винчи и И. Скотт, позже - Ф. Бэкон и один из самых заметных физиогномистов XVI-XVIII столетий И.Г. Лафатер. Физиогномика так и не стала наукой, оставшись скорее искусством. Но знания, накопленные в этой сфере, легли в основу некоторых научных направлений» [Лагун, 2004, с. 116].

В XVII веке жест определился как единица языка тела, что было тесно связано с психологией, риторикой, педагогикой.

Своеобразным началом в истории исследования невербального языка стала работа Ч. Дарвина «О выражении ощущений у человека и животных» [Дарвин, 1896]. И именно эта работа является знаковой для всех последующих авторов, разрабатывавших данную сферу.

На данный момент для серьезного изучения темы стоит обратиться к первоисточникам, где содержатся экспериментально подтвержденные данные. Это в первую очередь труды Ч. Дарвина, А.Кендона, Г. Крейндли, В. Лабунской, Д. Наварро, О. Фрая, У. Фризена, П. Экмана.

В настоящее время крупные отечественные и мировые социологические центры, такие как ВЦИОМ, TNS, GALLUP обратили внимание на применение невербальной составляющей в социологии.

Сегодня практически нет конкретных техник анализа невербальных реакций респондентов в социологических исследованиях. В статье стоит цель обрисовать некоторые экспериментально разработанные авторские техники.

В наиболее общем виде использование невербальной информации в контексте прикладных социологических исследований возможно по двум направлениям, которые являются тесно взаимосвязанными:

- 1) Повышение качества социологического инструментария;
- 2) Углубление и улучшение качества получаемых социологических данных.

Методологические предпосылки использования невербальной информации в социологических исследованиях

Для эффективного использования невербальной информации в контексте социологических исследований необходимо отметить некоторые общие принципы, основанные на теоретических изысканиях специалистов (в основном психологов и антропологов) в области невербального поведения.

На основании работ Ч. Дарвина, Г. Крейндли, В.В. Лабунской и П. Экмана выделена перспективная и простая схема составных частей невербального поведения,

которая может быть использована в социологическом контексте [Дарвин,2001; Крейндли,2002; Лабунская, 1999; Экман, 2012]:

1) Пластика. При анализе пластики предлагается использовать подход П. Экмана о классификации жестов на иллюстраторы, адаптеры, манипуляторы, регуляторы и эмблемы.

2) Позы. При интерпретации поз основополагающим видится подход Д. Наварро о разделении состояний человека на комфорт и дискомфорт.

3) Мимика. Мимические выражения – область, наиболее подробно разработанная П.Экманом, поэтому и здесь применимы его подходы о делении лица на «три этажа», микровыражениях и разработанная им и его коллегой У. Фризенем Facial action coding system (FACS, Система кодирования лицевых движений).

4) Паралингвистика. Здесь мы обращаемся к научным изысканиям Г.Е. Крейндли.

Анализ невербальных проявлений в социологии подчинен социологическим целям. *Главный закон работы с невербальной информацией в социологическом контексте - анализ по схеме «Стимул – реакция», так как не каждое невербальное проявление значимо: почесать нос может человек просто потому что он чешется, но, если почесывание происходит непосредственно после озвучивания вопроса и перед ответом на него, такое проявление – значимо.*

Далее будут рассмотрены возможности использования невербальной информации в ходе следующих видов социологических исследований: фокус-группы, интервьюирование и массовые опросы, но заранее нужно оговориться, что:

1) Для фокус-групп основным невербальным компонентом являются пластика и позы;

2) Для интервьюирования – мимика, паралингвистика, но пластику и позы также можно интерпретировать;

3) Для массовых опросов – мимика и позы.

Технология анализа невербальных реакций респондентов на анкету для массовых опросов в ходе пилотажа с целью последующего улучшения инструментария

Первое направление, на котором имеет смысл остановиться, – это использование невербальной информации респондентов при работе с анкетой для массовых опросов на этапе ее пилотажа для диагностирования и в случае необходимости повышения качества инструментария. В 2013-2015 гг. автором под руководством проф. д.с.н. Пузановой Ж.В. в рамках диссертационной работы проведен ряд экспериментов, позволивших разработать

технологии анализа невербальных реакций респондентов на анкету для массовых опросов [Ларина, 2015].

В ходе первого эксперимента была установлена возможность объективной работы с невербальными признаками. Ключевым положением стало выделение для работы базовых эмоций [Экман, 2012], которые одинаково отображаются абсолютно у всех людей, это – радость, печаль, гнев, удивление, страх, отвращение и презрение. В ходе эксперимента данное положение было проверено и подтверждено, также совпали и описания базовых эмоций, выделенных П. Экманом и полученных в ходе эксперимента.

В ходе второго эксперимента спектр возможных реакций респондентов в ходе работы с анкетой для массовых опросов на пилотажном этапе был дополнен самыми частотными проявлениями, был сделан вывод о том, какие реакции говорят о некачественном инструментарии, так же была создана схема кодирования невербальных реакций респондентов в ходе массовых опросов. Основой схемы стала Facial action coding system (FACS), разработанная У. Фризенем и П. Экманом, однако она была модифицирована в соответствии с социологическими задачами и включила не только мимические проявления. Таким образом, схема состоит из 18 самых частотных жестов, 64 мимических проявлений и 6 поз.

Спектр возможных реакций на социологический инструментарий включил в себя радость, удивление, раздражение, презрение, отвращение, печаль, страх, мыслительные процессы, стресс/дискомфорт, нерешительность/сомнение.

Итак, ниже представим основные компоненты технологии:

Необходимые условия: специальным образом представленная пилотируемая анкета – один вопрос на одной странице, для более легкого определения того, на какой вопрос респондент отвечает.

Техника (рекомендуется, но необязательна): камера, установленная таким образом, чтобы не смущать респондентов и фиксировать процесс прохождения пилотажа. Возможна работа и без видео-фиксации, тогда необходимы социологи-диагносты, которые будут кодировать поведение согласно схеме.

Для диагностирования состояния респондента при ответе на вопрос необходимо использовать следующую информацию:

- Схема кодировки невербальных реакций респондентов;
- Невербальные характеристики вероятных эмоциональных реакций при работе в эмпирических социологических исследованиях. Формат статьи не представляет возможным дать детальную информацию по этим пунктам.

Для процедуры оценки невербальных реакций можно пользоваться видеозаписью процесса пилотажа, либо использовать помощь нескольких кодировщиков.

- Наиболее важными реакциями для диагностики качества социологического инструментария являются – стресс/дискомфорт, раздражение, нерешительность/сомнение. Если большинство респондентов (более 50% респондентов) демонстрируют их на этапе пилотажа – это очевидная причина изменить формулировки вопросов. Качественный вопрос анкеты должен быть эмоционально нейтрален или вызывать эмоции спектра веселье-удивление, если они не вызваны самой формулировкой.

- Если для более чем 70% респондентов вопрос нейтрален – он качественный, не подлежит корректировке.

Следует отметить, что данную технологию можно применять, как для массовых опросов, так и в фокус-групповых исследованиях, и в стандартизированных интервью.

Важно: мы пытаемся увидеть реакцию респондентов на социологический инструментарий, и в случае дискомфорта респондента и наличия потенциальной опасности искажения данных – изменяем инструментарий, чтобы впоследствии получить качественные данные.

Использование невербальной информации в ходе фокус-групповых исследований

Фокус-группу можно считать интервьюированием в малой группе, основанном на процессе групповой динамики. Фактически существует лишь статья Лагуна А.Е., целиком посвященная невербальным аспектам фокус-групповых исследований, хоть есть и другие авторы в той или иной мере затрагивающие этот вопрос (Мельникова О.Т., Чеховский И.В. и др.). Основные выводы, которые описывает автор относятся к модераторам, которые, по их признанию, используют невербальную информацию интуитивно и поверхностно. Лагун А.Е. приводит следующие данные: модераторы, упоминая свое невербальное поведение, говорят, что используют положение корпуса, жестикуляцию руками, контакт глаз с респондентами и проксемические компоненты для управления групповой динамикой, в то же время они отслеживают контакт глаз между участниками фокус-групп и с ними самими, а также паузы в их речи [Лагун, 2004].

Мы предлагаем два направления использования невербальной информации в фокус-групповых исследованиях:

- 1) Работа модератора
- 2) Анализ данных фокус-групп

1. Работа модератора

Использование невербальной информации модератором также возможно рассматривать в двух ракурсах. Первый – использование невербальных приемов для повышения эффективности фокус-группы.

В своей книге О.Т. Мельникова, со ссылкой на М. Дибас [Мельникова, 2007, с. 91], приводит классификацию «сложных» респондентов для фокус-групп. Итак, «сложный» респондент — это: доминирующий респондент; робкий респондент; респондент-эксперт; многословный респондент; неадекватный респондент; незавершенный респондент; стеснительный респондент; слишком позитивный респондент; негативно настроенный респондент; враждебный респондент; прерывающий респондент; спрашивающий респондент.

Модератор при проведении фокус-группы внешне выполняет роль ведущего. Однако специфика метода заключается в том, что коммуникация осуществляется не только между модератором и опрашиваемыми, но и между самими респондентами. В связи с этим задача модератора не сводится к банальному задаванию вопросов, а состоит еще и в регулировании хода обсуждения, контроле процессов протекания групповой динамики, а также умении слушать (и слышать) не только (и не столько) ответы на поставленные вопросы, но и отслеживать реакции респондентов на все происходящее в группе. Для эффективной работы с такими респондентами исследователями предлагаются различные стратегии поведения, которые сводятся к использованию как вербальных, так и невербальных приемов и средств коммуникации, направленных на предотвращение негативных последствий. Если останавливаться на невербальном компоненте, то, взаимодействуя с такими респондентами, он может использовать: территориальное доминирование («захват территории» при помощи положения рук и корпуса), подавление с помощью положения ладони (ладонь вниз), доминирование при помощи смены позы (из положения сидя — в положение стоя), также эффективны смены интонаций, управление зрительным контактом, «отзеркаливание», установка кресла модератора немного выше кресел участников. Эти приемы актуальны при стремлении модератора сохранить лидерство и контроль над беседой.

Второе направление – наиболее перспективное и интересное, может лечь в основу оценки работы и подготовленности самого модератора. В этом ракурсе необходимо обратиться к The specific affect coding system (SPAFF) – системе, впервые разработанной психологами Дж. Готтманом и Л. Крокоффом для систематического наблюдения аффективного поведения в рамках супружеских отношений пар, которые обращаются к семейным психологам [Coan&Gottman, 2007]. В основе SPAFF лежит стремление кодировать всю коммуникацию, основываясь как на вербальных компонентах, так и

невербальных. При этом аффект понимается не в узком смысле, а в широком как любая коммуникация, имеющая эмоциональные оттенки любой интенсивности.

Всего в SPAFF выделяется 18 аффектов, пять – позитивных, двенадцать – негативных и нейтральный аффект. Как любая научная система SPAFF предлагает четкие критерии отнесения той или иной коммуникации к тому или иному аффекту, включая и конкретные юниты из FACS.

Поскольку при помощи SPAFF кодируются целиком фрагменты коммуникации, то всю фокус-группу поминутно можно расписать в системе тех или иных аффектов, таким образом, на выходе получить удельный вес нейтральной коммуникации в фокус-группе, позитивной коммуникации и негативной коммуникации. Впоследствии, воспользовавшись формулой простейшего аналитического индекса

$$I = \frac{\text{позитивная коммуникация} - \text{негативная коммуникация}}{\text{вся коммуникация}} \times 100\%,$$

получим число, которое теоретически может изменяться от -100% до 100%, и говорить нам о преобладании той или иной коммуникации, а следовательно, об успешности фокус-группы в целом. Любое число больше 0% будет говорить об успешно реализованное фокус-группе, а появления знака «минус» о тех или иных проблемах, которые сопровождали конкретную фокус-группу.

Таким образом, обращение к SPAFF позволяет оценить успешность самой фокус-группы либо отдельных ее этапов, а также качество работы и подготовленность модератора.

2. Анализ данных фокус-групп

В фокус-групповом исследовании как разновидности группового интервью значительное место занимает процесс групповой динамики. Наиболее актуальное невербальное поведение в ходе фокус-групп – пластика и позы, так как анализ мимики в данном случае мало пригоден. Д. Наварро в жестах различает признаки комфорта и дискомфорта, что видится наиболее логичным подходом к анализ групповой динамики. Так, можно выделить стрессовые вопросы для участников фокус-групп.

Наиболее логичным видом применения невербальной информации в ходе фокус-группового исследования видится дополнение расшифровок транскриптов фокус-групп описанием невербального поведения информантов на третьем уровне анализа, который характеризуется учетом интерпретации всех полученных материалов (см. табл. 1).

Таблица 1

Кодификатор невербального поведения участников фокус-групп

Временной интервал невербального проявления	Участник, демонстрирующий невербальное проявление (напр. Женщина вторая слева)	Форма невербального проявления (поза, жест, мимика)	Область невербального проявления (руки, ноги, глаза и т.д.)	Описание невербального поведения	Значение невербального проявления (эмоция, комфорт, дискомфорт)	Стимул («триггер»), которым вызвана реакция
0:59 – 1:02	Девушка со светлыми волосами	Жест	Руки	Кратковременное касание волос	Успокаивающий жест, выдающий нервозность	Сколько часов в сутки в среднем Вы проводите в сети Интернет?

При достаточном количестве исследований с применением данного варианта анализа невербального поведения можно будет понять, на что, в первую очередь, модератору нужно обращать внимание во время ведения фокус-групп, а также исследователю, когда он сопоставляет невербальное и вербальное поведение респондента. Используя сопоставительный анализ вербального и невербального поведения участника фокус-группы, можно понять, когда, например, участник не так уверен в том, что говорит, когда он испытывает дискомфорт, и с чем это может быть связано, когда участник раздражен, когда то, что он говорит, вызвано влиянием других, а не его собственным мнением. При помощи анализа невербального поведения можно выявить «профессиональных» участников фокус-групп или знакомых друг с другом участников (что свидетельствует о плохой работе рекрутера), если это не удалось заметить сразу в ходе дискуссии. Использование невербальной информации в фокус-групповых исследованиях позволяет получить данные более глубокого уровня.

Благодаря данному кодификатору можно отследить значимые изменения в реакциях участников фокус-групп на стимулы (вопросы), определив потенциально искажающие социологические данные.

Использование невербальной информации в интервьюировании: рекомендации для интервьюеров и анализ поведения интервьюируемых

Интервьюирование, будь оно формализованным, полужформализованным, неформализованным или экспертным, является еще одной разновидностью личного взаимодействия между интервьюером и интервьюируемым, а значит невербальный аспект здесь также актуален. Об этом свидетельствуют уже имеющиеся работы на данную тематику, среди которых следует выделить работу А.В. Матовской [Матовская, 2006],

которая акцентируется на подготовке интервьюеров к ведению интервью, основанной на невербальных приемах управления беседой. Автором статьи разработан тест, направленный на определение невербального интеллекта интервьюера, который хорошо дополняет изыскания А.В. Матовской, но формат статьи не представляет возможности детально его описать. Это направление на самом деле перспективно, но мы хотим пойти немного дальше и обратить внимание на интерпретацию невербального поведения интервьюируемого.

Во-первых, в полуформализованном и формализованном интервьюировании перспективно использовать схему анализа невербальных проявлений респондентов, представленную в разделе «массовые опросы», с небольшой модификацией, но логика остается та же – при ее помощи хорошо определяются «стрессовые»/неудобные для интервьюируемых вопросы, а следовательно, потенциально некачественные данные, получающиеся на выходе.

Во-вторых, отдельным направлением являются экспертные опросы, где слова экспертов обычно принимаются «на веру», и, действительно, неэтично подвергать сомнению экспертные оценки, однако невербальные характеристики дают возможность проникнуть в ментальные процессы экспертов и сделать выводы о степени уверенности экспертов в своих словах, о том, насколько комфортна для них тема опроса, а какие аспекты беседы им не слишком приятны. Данное направление требует серии экспериментов, которая планируется в будущем, но отсутствие исследований в данной сфере актуализирует перспективность изучения данного вопроса.

Востребованность использования невербальной информации в эмпирических социологических исследованиях не постулируется явно. Э. Берн говорит: «Выражение лица может измениться без участия сознания», и мы понимаем, что это действительно так, невербальная информация является самой естественной ее формой, поскольку невербальные проявления в меньшей степени контролируются сознанием, соответственно несут в себе огромный пласт данных, которые необходимы в социологии, ведь информация, получаемая с помощью прямых вопросов давно ставится под сомнение критиками социологических исследований, а проективные и психосемантические методики не всегда применимы. Именно невербальная информация становится средством, которое не требует специальных методов получения, применима при любом виде исследования, но нуждается в разработанных техниках анализа.

Библиографический список

Дарвин Ч. О выражении ощущений у человека и животных. СПб.: Питер, 2001. 344 с.
Изард К. Психология эмоций. СПб.: Питер, 2011. 464 с.

- Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: язык тела и естественный язык. М.: Новое литературное обозрение, 2002. 581 с.
- Лабунская В. А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Ростов н/Д.: Феникс, 1999. 608 с.
- Лагун А. Е. Невербальное поведение: к методике использования в социологическом исследовании. //Социологические исследования. 2004. №2. С. 115-123.
- Ларина Т.И. Повышение качества опросного инструментария на основе анализа невербальных реакций респондентов: дис. канд. социол. наук. РУДН, Москва, 2015.
- Матовская А.В. Использование невербальной информации в личном интервью//Социологические исследования.2006.№3. С.104-112.
- Меграбян А. Психодиагностика невербального поведения. СПб: Речь, 2001. 256 с.
- Мельникова О.Т. Фокус-группы: методы, методология, модерирование: Учеб. пособие для студентов вузов/О.Т. Мельникова. М.:Аспект-Пресс.2007. 320 с.
- Наварро Д., Карлинс М. Я вижу, о чем вы думаете / пер. с англ. Белошеев О. Г. Минск: Попурри, 2009. 336 с.
- Фрай О. Детекция лжи и обмана. М : Прайм-Еврознак, 2006. 320 с.
- Экман П. Происхождение эмоций. 2-е изд. СПб. : Питер, 2012. 333 с.
- Экман П., Фризен У. Узнай лжеца по выражению лица. СПб.:Питер, 2010. 304 с.
- Coan&Gottman.Handbook of Emotion Elicitation and Assessment, Chapter: 16, Publisher: Oxford University Press, 2007, pp.267-28
- Kendon A. Introduction: current issues in the study of .nonverbal communication // Nonverbal Communication Interaction and Gesture / ed. A Kendon. Paris, New York: Mouton Publisher : The HsgueDe Gruyter, 1981. P. 1–53.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ РЕФЕРЕНДУМОВ КАК ПРОБЛЕМА

Аннотация. Референдуму как форме общественного мнения в социологической науке уделяется недостаточное внимание. Мало исследований не только по проблемам подготовки и организации референдумов, но надежности и корректности получаемых результатов, которые, порой, играют особую роль при принятии последующих политических решений. Об этом можно судить и по результатам последнего референдума о выходе Великобритании из ЕС, прошедшего 23 июня 2016 г. Являются ли результаты данного референдума (как и многих других) об общественном мнении объективными? В надвигающейся «эре референдумов», с помощью которых будут решаться кардинальные проблемы развития общества, эти вопросы для социологов приобретают особо важное значение.

Ключевые слова: общественное мнение; референдум; результаты; политические решения; Крым; Brexit

Mikheeva Natella Arshakovna.
Saint-Petersburg State University of Economics
Russia, Saint-Petersburg
nat-nat1909@mail.ru

THE RESULTS OF THE EVALUATION OF PUBLIC OPINION IN REFERENDUMS AS A PROBLEM

Abstract. Referendum as a form of public opinion in social science is given insufficient attention. There is little research not only on preparation and the organization of referendums, but the reliability and correctness of obtained results, that, at times, play a special role in making subsequent policy decisions. This can be judged by the results of the last referendum on the British exit from the EU, held June 23, 2016. Are the results of this referendum (and many others) about public opinion objective? In the coming "era of referendums", which will be solved radically the problems of the development of society, these are questions for sociologists are particularly important.

Key words: public opinion; the referendum; results; policy decisions; Crimea; Brexit

В социологии принято понятие о Референдуме как форме прямого волеизъявления граждан по какому-либо вопросу государственной важности или местного самоуправления, осуществляемого посредством голосования и имеющего высшую юридическую силу.

В отличие от выборов, когда объектом голосования является тот или иной депутат на какую-либо должность, в референдуме объектом волеизъявления является не человек (кандидат), а определенный вопрос, по которому проводится референдум. Результаты референдума определяются только на основе принципов мажоритаризма.

Референдум представляет собой обращение к избирательному корпусу для окончательного решения какого-либо (большой частью законодательного или конституционного) вопроса. Это обращение может исходить от главы государства, парламента, от местных властей.

В социологической и юридической литературе достаточно подробно рассматриваются сущность, функции, масштабы, виды, способы и стадии проведения референдумов. [См. Живодрова, 2012; Полтораки В.А., Петров О., 2006; Социология: учебник для вузов, 2013 и др. издания]

История и примеры

Считается, что впервые референдум был проведен в 1439 г. в **Швейцарии**, кантоне Берн при решении вопроса о финансовом положении. Именно в этой стране, известной регулярным проведением референдумов, только по вопросам, касающимся активного избирательного права, в XX в. было проведено восемь референдумов:

- 1900 г. — о всеобщем прямом избрании членов Федерального собрания — парламента («против» — 65% от числа проголосовавших);
- 1942 г. — о расширении и прямой выборности состава Федерального собрания («против» — 68%);
- 1950 г. — о порядке выборов в Национальный совет — нижнюю палату парламента («за» — 67%);
- 1959 г. — о введении избирательного права для женщин («против» — 67%);
- 1971 г. — по тому же вопросу («за» — 66%);
- 1978 г. — о праве голоса с 18 лет («против» — 79%);
- 1979 г. — по тому же вопросу («против» — 51%);
- 1991 г. — по тому же вопросу (решение положительное). [Волошин Ю.А., Мотюшенко В.Д., 2008, с.31]

В первой половине 2016 г. — здесь прошло два Референдума.

Состоявшийся в Швейцарии 28 февраля 2016 года референдум войдет в историю в связи с необычно высокой явкой избирателей на уровне 63% (в среднем по стране эта цифра обычно на 20% ниже). Причиной столь высокого интереса избирателей к февральскому референдуму стали вынесенные на него вопросы, которые касались, прежде всего, порядка реализации решения референдума 2010 года о высылке из страны иностранных граждан, нарушивших закон, а также перспектив строительства второго автомобильного туннеля под перевалом Сен-Готард.

В последнем референдуме, состоявшемся здесь 16 июня 2016 г., были запланированы ответы на 5 вопросов:

1. инициатива Pro Service public (о реформировании госсектора);
2. безусловный основной доход;
3. принципы финансирования федеральных трасс;
4. изменение Закона о репродуктивной медицине;
5. ревизия Закона о беженцах.

Ответы на второй вопрос о введении гарантированного дохода для каждого гражданина страны («получать деньги не работая») заставили властные органы отказаться от этой идеи. Эта общественная инициатива была отвергнута большинством в 76,9% голосов. [Важнейшие референдумы...]

Многие референдумы проводятся для решения важных проблем территориального обустройства стран. Показателен в этом плане пример **Аргентины**. Результаты Референдума 2013 г., проведенного на Фолклендских островах в Аргентине, сказались на возможности сохранения ее территориальной целостности.

Фолклендские острова остаются предметом территориального спора между Аргентиной и Великобританией, осуществляющей фактический контроль над ними как над своей заморской территорией.

В 1945 г. Аргентина заявила, что она сохраняет за собой права на владение Фолклендскими островами и право получить их обратно от УК. Великобритания ответила, что жители островов должны проголосовать за выход из ее состава на референдуме, и что это было важным условием для осуществления Декларации ООН о предоставлении независимости колониальным странам и народам.

Статус заморской территории Великобритании был подтверждён как по результатам англо-аргентинского вооруженного конфликта в 1982 г., когда Аргентина потерпела поражение, так и по итогам референдума, прошедшего по инициативе местных властей 10-11 марта 2013 года. В пользу этого положения высказалось 99,3 % голосовавших, против — только три человека (явка составила 92 % — в волеизъявлении участвовало 1517 из 1672 островитян, имеющих право голоса).

Население Фолклендских островов в основном британского происхождения, и оно предпочло, чтобы острова остались британской территорией.

Но Аргентина до сих пор продолжает оспаривать как название этих островов

(Мальвинские острова), так и их территориальную принадлежность. [Фолклендские острова...]

Россия. Крым.

Для России чрезвычайно важны примеры волеизлияния крымчан по поводу статуса своей территории.

В Крыму было намечено и состоялось несколько исторических референдумов.

- Первый референдум на территории Крыма (и первый в истории СССР референдум) состоялся 20 января 1991 года. На голосование был вынесен вопрос: "Вы за воссоздание Крымской Автономной Советской Социалистической Республики как субъекта Союза ССР и участника Союзного договора?"

В референдуме приняли участие 1,441 млн человек (81,3%), включая жителей Севастополя. Положительно ответили 1,343,855 млн человек (93,26%). Это голосование бойкотировало большинство крымских татар. Однако 12 февраля 1991 г. Верховный совет Украинской ССР принял закон о восстановлении Крымской АССР в составе УССР. Через четыре месяца соответствующие изменения были внесены в конституцию УССР 1978 года, и Крымская область была преобразована в Крымскую АССР.

- 5 мая 1992 года на сессии Крымского парламента был принят акт о государственной самостоятельности Республики Крым, который должен был вступить в силу после подтверждения его общекрымским референдумом, назначенным на 2 августа и который не состоялся по решению Верховного совета Украины.

- В 1998 году и в 2006 г. в повестку дня сессии Верховного совета Крыма были внесены вопросы о проведении референдумов, в том числе, по вопросу о предоставлении русскому языку статуса государственного, а также о снятии моратория на референдумы о статусе Крыма. Однако, по разным причинам эти референдумы не состоялись.

- 16 декабря 2006 года крымчане на неофициальном народном референдуме проголосовали против политического курса президента Украины Виктора Ющенко на вступление в НАТО. Его организаторы - Всекрымское народное собрание - провели референдум на улицах, так как власти Крыма отказались предоставить помещения для голосования. Против членства Украины в Североатлантическом альянсе высказались 98,7% из почти 900 тыс. граждан, принявших участие в голосовании. Но юридической силы этот референдум не имел.

- 16 марта 2014 года на территории Автономной Республики Крым и города Севастополя местными властями был проведен Референдум о статусе Крыма - по вопросу о будущем статусе и государственной принадлежности полуострова. На референдум были вынесены

два вопроса: вхождение Крыма в состав России в качестве субъекта федерации или восстановление Конституции Республики Крым 1992 года при сохранении Крыма в составе Украины. Согласно официальным результатам, в АРК 96,77 % проголосовавших поддержало присоединение Крыма к России при явке 83,1 %, в г.Севастополе за присоединение к России проголосовало 95,6 % избирателей при явке 89,5 %. Референдум проводился при поддержке российских войск, которые совместно с отрядами крымской самообороны сделали возможным само проведение данного референдума, обеспечив «безопасность граждан и благоприятные условия для их волеизъявления».

17 марта Россия признала независимость Республики Крым, провозглашённой на основании Декларации о независимости и результатов референдума, а 18 марта 2014 г. подписала с крымскими властями договор о присоединении Крыма к России.[История референдумов в Крыму...]

Но история Крыма заставляет обратить внимание и на самый первый плебисцит (или референдум), состоявшийся еще в 1783 г. в целях его присоединения к России.

Князь Г. Потёмкин как наместник южных областей Российской империи, видя сложность и нестабильность политического положения в Крыму, пришёл к окончательному выводу о необходимости присоединения его к России, что завершило бы территориальное расширение империи на юг до естественных границ и создало единую экономическую область — Северное Причерноморье. В декабре 1782 года, возвратясь из Херсона, Потёмкин обратился к Екатерине II с меморандумом, в котором подробно высказал свою точку зрения, особо указав на благоприятную для этого внешнеполитическую ситуацию.

14 декабря 1782 года императрица направила Потёмкину «секретнейший» рескрипт, в котором объявила ему свою волю «на присвоение полуострова», а 8 апреля она подписала манифест «О принятии полуострова Крымского, острова Тамана и всей Кубанской стороны под Российскую державу». Этот документ должен был храниться в тайне, пока присоединение ханства не станет свершившимся фактом.

В тот же день Г. Потёмкин отправился на юг, но ещё в пути получил неожиданное известие об отречении Шахин Гирея от Крымского ханства. Причиной тому стали открытая ненависть подданных в отношении проводимых им реформ и политики, фактическое финансовое банкротство государства, взаимное недоверие и недопонимание в отношениях с русскими властями.

28 июня 1783 года состоялась торжественная присяга крымской знати, которую принимал лично князь Г. Потёмкин на плоской вершине скалы Ак-Кая под Карасубазаром (ныне Белогорск). Сначала присягали мурзы, беи, духовные лица, а затем уже и простое

население. Торжества сопровождались угощениями, играми, скачками и пушечным салютом. В ходе организованной присяги манифест Екатерины II и был, наконец, обнародован.

10 июля Потёмкин из лагеря при Карасубазаре отправил императрице послание с известием об окончательном разрешении крымской проблемы: *«Все знатные уже присягнули... под державу Вашу с радостью. Правда, было много затруднения по причине робости татар, которые боялись нарушения закона, но по уверениям моим, сделанным их присланным, теперь так покойны и веселы, как бы век жили у нас»*. [Болотина Н.Ю., 2014]

Очевидно, что именно политические шаги князя Потёмкина, направленные на миролюбивое и дружелюбное отношение войск к населению, высказывание уважения и соответствующих знаков внимания татарской знати оказали должное воздействие и привели к «бескровному» присоединению Крыма. [Присоединение Крыма к Российской империи ...]

К сожалению, на этот первый в истории Крыма плебисцит до сих пор не обращают внимания социологи, юристы и политики. Хотя именно он стал отправной точкой исторического присоединения Крыма к России, проведенного очень грамотно и успешно, с умелым воздействием на все слои населения полуострова, получившего возможность реализации своих прав на более демократических основах.

УК - Великобритания

Особое внимание следует уделить Референдуму о членстве Великобритании в Европейском союзе, известном внутри Великобритании как референдум о ЕС (Brexit), который состоялся в Великобритании и Гибралтаре 23 июня 2016 года.

В референдуме смогли принять участие граждане Великобритании, Северной Ирландии и стран Содружества, легально находящиеся на территории королевства, а также британские граждане, живущие за рубежом не более 15 лет. В голосовании также участвовали члены палаты лордов, а также граждане Содружества, проживающие в Гибралтаре. Общая явка была достаточно высокой – 72,21% от всех имеющих право голоса.

В итоге, по завершении подсчета всех голосов 24 июня к 7:30 утра по местному времени 51,89 % граждан Великобритании проголосовали за выход из Евросоюза, 48,11 % — высказались против. Таким образом, на референдуме победили сторонники выхода Великобритании из Европейского союза. После опубликования подобных результатов

референдума премьер-министр Дэвид Кэмерон (изначально выступавший против Brexit) заявил, что уходит в отставку.

Данные результатов опроса по пяти странам UK достаточно отличались. Если наибольший процент за выход из ЕС продемонстрировали жители Англии (53,4%) и Уэльса (52,5 %), то наименьший процент продемонстрировали жители Гибралтара (4,1%) и Шотландии (38,0%).

Разница в количестве голосов по столь важному вопросу, касающемуся не только жителей Великобритании, но и всей Европы, составляет всего 3,78%. Последствия данного волеизъявления имели сильнейшее возмущение в обществе со стороны «меньшинства» и брожение – в виде разных протестных митингов, шествий и др. мероприятий. Возникла реальная угроза отделения от Великобритании Гибралтара, Шотландии, Сев. Ирландии.

В связи с этим последним событием не только европейского, но и мирового значения возникает насущный вопрос об объективности результатов проведения этого и других референдумов, об их юридической правомерности и состоятельности, правовых последствиях, о нарушении прав меньшинства. [Референдум о членстве Великобритании...]

Критерии объективности

К разрешению этой проблемы уже сложились разные подходы и, в первую очередь, в самой постановке вопросов. Имеет значение их формулировка, многозначность формулировки, «ухода» респондентов при ответе на непонятные для них вопросы. Совершенно очевидно, что ситуация, когда люди не знают, за что голосуют, неприемлема. Именно поэтому во многих современных демократических странах (например, в США и Германии) общенациональные референдумы не проводятся, несмотря на высокий уровень развития демократии.

При высоком политическом рейтинге инициатора референдума благодаря умело поставленному вопросу результаты голосования могут быть заранее predeterminedены. Наполеон именно через референдум перешел от республиканской формы правления к имперской, а Гитлер именно через референдум присоединил к своим полномочиям канцлера полномочия президента.

Но в ином случае итоги референдума могут быть непредсказуемыми. Это когда при отсутствии варианта ответа «затрудняюсь ответить» респондент вынужден говорить только «да» или «нет», порой, действительно не понимая, в чем смысл вопроса.

Таким образом, формулировка вопроса и информированность респондента о его сути сильно влияют на объективность результатов референдума. [Полторак В.А., Петров О., 2006, с. 203-211]

Вторая серьезная проблема – это количественные показатели относительно процента участвующих в референдуме и процента проголосовавших на вопросы.

В разных странах сложились разные позиции по этим вопросам.

Италия - закон требует, чтобы в голосовании приняло участие большинство зарегистрированных граждан (действует обязательный вотум) и предложение считается одобренным, если его поддержало большинство зарегистрированных депутатов в коммунах.

Венгрия - закон требует, чтобы в голосовании приняло участие более половины избирателей и более половины голосовавших одинаково ответили на вопрос.

Испания - закон никакого порога не устанавливает. Одобренным считается решение, за которое подано большинство действительных голосов избирателей, принявших участие в голосовании.

Австрия - согласно Федеральному конституционному закону ч. 1 ст. 45, “При проведении народного голосования решение принимается простым большинством”.

Македония - по ст. 73 Конституции решение считается принятым, если за него подано большинство голосов, но при условии, что в голосовании приняло участие более половины из общего числа.

Намибия - по Конституции 1990 г. ч. 3 ст. 132 предусмотрено, что конституционная поправка принимается 2/3 от общего числа голосов.

Швейцария - для принятия обычного закона требуется относительное большинство голосов, для конституционной поправки – абсолютное большинство в большинстве кантонов. [Кравченко Г.Н., 2006, с. 25-30]

Таким образом, возникает так называемая проблема абсентеизма: можно ли мнение активного меньшинства считать мнением народа?

Абсентеизм (от лат. *absens, absentis* — отсутствующий, англ. *absenteeism*) — уклонение избирателей от участия в голосовании на выборах, или, в более широком понимании, политическое поведение, характеризующееся бездействием, то есть уклонением от какого-либо политического участия (электоральное поведение, партийная деятельность, участие в митингах и демонстрациях и т. д.), но главным образом подразумевается уклонение от своих прямых электоральных функций. [Абсентеизм]

Считается, что в данном случае абсентеисты, которые безразличны ко всему происходящему, готовы принять решение любого большинства тех, кому не все равно и кто пришел голосовать, чтобы выразить свою волю. В таком случае принятое решение должно быть обязательным для всех, включая абсентеистов.

Но в случае с состоявшимся Brexit не все так однозначно. Британское общество оказалось расколото почти поровну в результате проведения референдума по важному вопросу о членстве страны в Евросоюзе. Неожиданно выяснилось, что проигравшая сторона не намерена сдаваться, а итог волеизъявления большинства граждан отнюдь не предрешен. Для абсентеистов найдены и оправдательные причины, например, в виде дождливой погоды, помешавшей многим людям прийти к урнам для голосования.

Так как итоги референдума не носят юридически обязывающего характера, то этот процесс уже начался: петицию о повторном референдуме, но уже по другим правилам, подписали 4,128,453 человек (на 24.00 9 июля 2016 г.).

Авторы петиции требуют отменить результаты первого референдума на основании того, что за выход страны из ЕС проголосовали менее 60% избирателей при явке менее 75%. В условиях проведения референдума по членству Великобритании в Евросоюзе такие условия не прописаны. Но представители британского МИДа напомнили, что все условия проведения референдума были утверждены парламентом, их ранее рассмотрели правительство и королева. Поэтому никакие новые требования оснований под собой не имеют и власти страны будут продолжать готовить все необходимые для выхода из Евросоюза документы.

В либеральных кругах, которые держат власть в большинстве европейских стран, очень популярна идея о том, что «демократия — это права меньшинств». Отстаивать частные интересы почетно, общие — зазорно. Что касается английской элиты, то возникает уверенность в том, что она может поддержать меньшинство в виде столь крупной группы населения как 48,1% избирателей. И если это произойдет, то неудобных сравнений с другими странами и референдумами не избежать. [Британское меньшинство...]

Приведенные примеры результатов некоторых референдумов в разные времена и в разных странах позволяют сделать выводы о растущей популярности использования этой набирающей силу формы выражения общественного мнения по различным поводам. Но, с другой стороны, все больше проявляется нечеткость в определении качественных (формулировка вопросов) и количественных показателей относительно результатов референдумов, которые могут лечь в основу для принятия важных политических решений.

В разных странах они имеют различные показатели, и здесь требуется большая активность ученых, например, социологов, демографов и статистиков, а также сотрудников различных международных организаций для приведения этих показателей возможно к единому знаменателю. По мнению автора, пора приступить к более детальному анализу и обсуждению поставленных вопросов на научных конференциях, форумах и семинарах, организовать обсуждение проблемы на страницах профессиональных журналов, принимать активное участие в планируемых отечественных и зарубежных референдумах.

Слишком важное значение они имеют для жизненного обеспечения населения и территориальной целостности различных стран, а также для возможности избегания военных конфликтов для разрешения столь насущных вопросов.

Библиографический список

Болотина Н. Ю. Потёмкин. Во главе южных губерний. Глава 10. - М.: Вече, 2014. – 480 с.

Гавра Д.П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. – СПб: РАН; ИНСЭП, 1995. – 235 с.

Волошин Ю.А., Мотюшенко В.Д. Введение в избирательное право. - М.: НОРМА, 2008. – 328 с.

Живодрова Н.А. Развитие института референдума в зарубежных странах // Правовая политика государства: теория, история, практика. Сборник научных статей. Вып. 4. – Пенза: ИИЦ ПГУ, 2012. – 376 с.

Кравченко Г.Н. Конституционное право зарубежных стран. – М.: Эксмо, 2009. – 442 с.

Ноэль-Нойман Э. Массовые опросы: введение в методику демоскопии.- М.:Прогресс, 1978.

Паниотто В., Харченко Н. Социологическое исследование как способ контроля за результатами выборов и референдумов // Социология: теория, методы, маркетинг. —2001. —№1. — С. 155–170.

Петухова, Н. В., Барнашов, А. М. Правовые ограничения времени инициирования, назначения и проведения референдумов: конституционно-правовой опыт России и зарубежных стран //Н. В. Петухова, А. М. Барнашов //Современное право. -2010. - № 4. - С. 55 - 58

Полторац В.А., Петров О. Социологический механизм референдума: механизм реализации. Статья. // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2006.- №4.- с. 203-211

Социология: учебник для вузов. Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – М.: ЮНИТИ, 2003. – 407 с.

Михайлов В.А. Социология общественного мнения. – Тверь: ТГУ, 2005. – 384 с.

Johns, Gary. Absenteeism // Blackwell Publishing : The Blackwell Encyclopedia of Sociology. — 2007. — С. 4.

Важнейшие референдумы в Швейцарии за последние 45 лет./ URL: <http://www.swissinfo.ch/rus/multimedia> (дата доступа 01/05/2016).

История референдумов в Крыму. Досье / URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/1043447> (дата доступа 01/05/2016).

Присоединение Крыма к Российской империи /URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата доступа 01/05/2016).

Выход Великобритании из Европейского союза: Материал из Википедии — свободной энциклопедии /URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата доступа 01/05/2016).

Референдум о членстве Великобритании в Европейском союзе / URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата доступа 01/05/2016).

Абсентеизм/ URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата доступа 01/05/2016).

Британское меньшинство может отыграть Brexit назад /URL: <https://www.ridus.ru/news/224709.html> (дата доступа 01/05/2016).

Савинская Ольга Борисовна
Национальный исследовательский университет
Высшая школа экономики
Российская Федерация, Москва
osavinskaya@hse.ru

**СТРАТЕГИИ СМЕШИВАНИЯ МЕТОДОВ (MIXED METHODS RESEARCH):
ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ДИСКУССИЙ О ФОРМИРОВАНИИ
«МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ДВИЖЕНИЯ»¹**

Аннотация. Данная работа является методологической рефлексией текущих дискуссий о становлении нового методологического подхода – стратегии смешивания методов (mixed methods research), в котором предполагается совмещение качественных и количественных методов сбора и анализа данных для досконального изучения социального феномена. В докладе рассматриваются основные шаги развития стратегии смешивания методов (MMR), обсуждение русскоязычного перевода термина и текущие классификации исследовательских дизайнов многометодных исследований. Достижения и нерешенные вопросы обозначаются в последней части статьи.

Ключевые слова: стратегии смешивания методов (mixed methods research); MMR; качественная и количественная методологии; QUAL; QUAN; дизайн исследования; триангуляция методов; анализ данных; интеграция данных

Savinskaya Olga Borisovna
National Research University Higher School of Economics
Russian Federation, Moscow
osavinskaya@hse.ru

**MIXED METHODS RESEARCH: THE REVIEW OF CURRENT DISCUSSIONS ON
THE THIRD METHODOLOGICAL MOVEMENT²**

Abstract. The paper is about methodological reflection on current discussion about “third methodological movement” (or “third research community”) that supposes the combination of the qualitative and quantitative approaches to implement the multimethod research strategy for more comprehensive understanding of social phenomenon. The main steps on the development of the methodological movement, Russian translation of the term ‘MMR’ and current competitive classifications of the research designs are described. The perspectives are discussed in the last part of the paper.

Key words: mixed methods research; MMR; qualitative methodology; QUAL; quantitative methodology; QUAN; research design; data analysis and integration

¹ Работа подготовлена в ходе проведения исследовательских работ в рамках научно-учебной группы «Стратегии смешивания методов в социальных науках» № 15-05-0012, поддержанной Программой «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)».

² The paper was prepared within the framework of the Academic Fund Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE) in 2015 (grant № 15-05-0012). The project “[Mixed methods research: needs, design and procedure implementation](#)”.

Предпосылки становления стратегии смешивания методов (Mixed methods research)

Обсуждение необходимости включения нескольких методов появилось еще в 60-ых годах на волне становления классических методов в количественной парадигме [Савинская и др., 2016, с. 23]. Однако, к 90-ым годам XX века дискуссия стала обретать более системный характер: стали обсуждаться не столько различия, сколько сходства процедур проведения качественных и количественных исследований, практики совмещения этих методов для решения прикладных задач, познавательные возможности совмещения количественного и качественного подходов. Все эти вопросы имели общую цель - сравнение двух подходов и поиск общих и специфических черт исследовательских дизайнов [Bryman, 1988; Bryman, 1992]. В это время появилась идея рассматривать на эмпирическом уровне качественно-количественный континуум [Bryman, 1988; Веселкова, 1996; Ключкина, 1998], появилась дискуссия о методах, находящихся на середине этого континуума [Веселкова, 1996] и критериях, их характеризующих.

Системное сравнение двух видов исследования – качественного и количественного стало возможным благодаря долгой стандартизации дизайнов этих исследований посредством участия разных исследовательских команд в конкурсах научных фондов. Как отмечает Н.Дензин [Denzin, 2009, p. 143-147] политика фондов в области научных исследований в качестве стандарта для написания заявки используют количественное исследование. «Качественники» же, изначально имеющие слишком разные стандарты исследовательских дизайнов долгое время дискутировали о стандарте качественного исследования и через сравнение находить общие процедуры, специфические смыслы и условия их выполнения в качественных исследованиях, опирающихся на понимающий, интерпретативный, конструктивистский или другие близкие им подходы. В итоге «диалог парадигм» [Guba, 1990] привел к стандартизации типичных дизайнов исследования для монометодного исследования, а также к осознанию необходимости разработки дизайнов исследований многометодных, более того, предполагающих интегративное смешивание качественных и количественных методов [Tashakkori, Teddlie, 1998]. Изучив пять баз данных (PubMed, ERIC, PsychInfo, Academic OneFile, Academic Search Premier) и публикации в двух методически близких тематике журналов (Journal of Mixed Methods Research, International Journal of Multiple Research Approaches), Иванкова и Кавамура выявили, что с 2000 года наблюдается поступательный рост количества статей об эмпирических исследованиях, где совместно применяется качественный и количественный подходы [Ivankova and Kawamura 2010]. В это же время закрепляется в

научном дискурсе и термин «mixed methods research», который мы предлагаем переводить на русский язык как «стратегия смешивания методов».

Определение понятия

Исторически сложилось так, что в российской практике вследствие того, что данная исследовательская стратегия лучшим образом подходит для решения практических задач в рамках прикладной социологии, сочетание в одном исследовании количественного и качественного подходов стали называть «комплексными» исследованиями, чтобы подчеркнуть многосторонний характер исследования. Также имеется практика обозначения этого направления как «комбинирование методов». Для обозначения типов исследования, которые в англоязычной литературе обозначаются как Mixed Methods Research, нам представляется более корректным использование понятия «смешивание». Во-первых, это более точный перевод англоязычного термина. Во-вторых, понятие «комплексный» значительно шире. Оно обозначает сложность, многокомпонентность составных частей исследования. Понятие «комбинирование» говорит лишь о «поверхностном» соединении двух методов и не отсылает к возможностям интеграции результатов разных этапов исследования. В-третьих, «смешивание» нам представляется более удачным с точки зрения образа той деятельности, которая происходит в исследовательском процессе. Образ «смешивания» подходит в разных случаях реализации многометодного исследования: и тогда, когда методы всего лишь объединяются для параллельного или последовательного их применения в одном исследовании [Creswell, 2009], и тогда, когда уместно «перемешать методы до большей однородности», интегрировать их [Tashakkori, Teddlie, 1998] как на этапе сбора данных, создав полуформализованный метод, так и на этапе анализа, используя, например, новые версии компьютерных программ для анализа текстов (CAQDAS), включающий в себя и качественный, и количественный подходы к анализу текстовых данных .

Далее, в переводе термина mixed methods research нам представляется уместным использовать понятие исследовательской стратегии, переводя полно этот термин как «стратегия смешивания методов». В социологии термин «стратегия» задействуется многими ведущими методологами. Так, Н.Дензин и Й.Линкольн под стратегиями понимают целостный исследовательский процесс, логически связывающий теоретический, методологический и эмпирический уровни исследования. Они определяют его как процесс «умения, допущения и практики, используемые исследователем для перехода от парадигмы и дизайна исследования к сбору и анализу данных» [Handbook...

1994, p. 202]. Под дизайном же понимают только «план проведения исследования» [Creswell, 2009, p. 5], что близко русскоязычному термину «программа исследования».

Что же такое на данный момент «стратегии смешивания методов»? Единого сложившегося определения пока еще нет, однако идут активные попытки создать общее семантическое поле. Так, Б.Джонсон, А.Онвьюигбази и Л.Тернер подробно рассмотрели и объединили 19 определений и пришли к выводу, что эти определения сильно различаются. В них указываются следующие признаки: что «смешивается» (типы исследования, методологии, методы), этап исследовательского процесса, на котором происходит смешивание (сбор или анализ данных), широта фокуса «смешивания» (от данных до подходов), цель смешивания (глубина и полнота понимания событий, процессов или подтверждение фактов), вид методологии (восходящая или нисходящая) [2007, p. 123].

Развивая сложившееся семантическое поле, Дж. Кресвелл дает свое определение: «В стратегиях смешивания методов (Mixed Methods Research) исследователь собирает и анализирует как качественные, так и количественные данные, основываясь на исследовательском вопросе; смешивает (интегрирует или соединяет) их параллельно или последовательно, придавая при этом большую значимость одному из них или же обоим; использует эти процедуры в одном исследовании или на множественных фазах исследовательской программы; рассматривает эти процедуры в рамках выбранного философского или теоретического подхода; разрабатывает уникальный исследовательский дизайн с несколькими методами» [Creswell, 2011, с. 271]. Приведенные выше понятия отражают сложившуюся на данный момент ситуацию широты понимания понятия смешивания методов и подходов, открытости к дальнейшему поиску и конструированию критериев для его классификации.

Разработка «образцов» или «идеальных типов» стратегий

Детальное изучение практик применения стратегии смешивания методов привело к попытке разработать «образцовые» дизайны для смешивания качественных и количественных методов. В течение 2000-ых опубликовано несколько конкурирующих и дополняющих друг друга ключевых учебников, в которых разбираются такие дизайны. Кратко осветим их по наиболее цитируемым работам.

Д. Кресвелл и В. Плано Кларк [Creswell, Plano Clark, 2011], обобщая опыт своих коллег, выделяют 4 ключевых пункта, по которым исследователь принимает решение о собственной стратегии смешивания методов. Первый – это уровень взаимодействия между двумя ветками исследования. Здесь авторы выделяют четыре подвиды – это

смешивание данных, соединение данных, интегрирование данных и встраивание одних данных (менее масштабных) в другие. Примером последнему может быть пилотаж с использованием качественных методов в количественном исследовании. Второй ключевой пункт – приоритет одной из веток исследований, либо их гармоничное сочетание. Третий – «тайминг» выполнения ветвей исследования. Здесь выделяется последовательное выполнение качественной и количественной «веток», параллельное и последовательно-параллельная многофазная комбинация. Примером последнему может быть последовательный сбор данных, но параллельный анализ. И наконец, четвертый пункт для принятия решения – это определение момента, начиная с которого будет проводиться «интегрирование» данных: предполагается ли интеграция на этапе разработки дизайна исследования, на этапе сбора данных, на этапе анализа или только на этапе интерпретации и написания отчета. Исходя из этих четырех критериев, Кресвелл (2009) выделяет такие виды дизайнов как последовательный разведывательный дизайн, последовательный объясняющий дизайн, параллельный триангуляционный дизайн, параллельный встроенный дизайн, параллельный трансформативный дизайн.

Ташакори и Тедли (1998) предложили 4 вида смешивания данных на этапе анализа, что в целом проливает свет и на описанные выше дизайны Д.Кресвелла. Они выделяли последовательный и параллельный анализ данных, трансформирующий анализ и многоуровневый анализ. Предпоследний предполагал, что качественные данные в процессе анализа квантифицируются, то есть обретают количественные характеристики, или же наоборот, количественные данные становятся объектом для более подробного изучения смысла при помощи качественных методов. Для этих процессов были сконструированы термины *quantitizing* и *qualitizing*, которые пока еще ожидают более точного перевода на русский язык.

Для стратегий смешивания методов наиболее характерен прагматизм как практико- и проблемно- ориентированный, плюралистический подход. Решение о проведении исследования с помощью стратегии смешивания методов зависит от поставленного исследовательского вопроса или проблемы исследования. Д. Кресвелл и В. Плано Кларк отмечают, что решение о выборе исследовательской стратегии должно исходить из учета навыков исследователя, существующих в его распоряжении ресурсов, в т. ч. временных, и аудитории, заинтересованной в результатах. В идеале, стратегия смешивания методов требует от исследователя владения обеими техниками исследования — количественными и качественными. Однако на практике оказывается, что реализация стратегий «смешивания» возможна в исследовательской команде коллег, обладающих разными компетенциями.

Д. Морган [Morgan 2014, p. 63-84] более пессимистичен в развитии стратегий смешивания методов и предлагает только три стратегии. Это пересекающиеся результаты, дополнительное покрытие и последовательный вклад. Первая предполагает проведение двух независимых исследований, отвечающих на один исследовательский вопрос. Цель проведения такого исследования – повысить эффективность каждого из примененных методов за счет указания на совпадающие результаты. Однако минусами такого исследования является то, что природа данных имеет разный формат, так же как и выборка для сбора данных строится совершенно по разным принципам. В итоге, полученные результаты сложно сравнивать.

Вторая стратегия, которую Д.Морган назвал «дополнительное покрытие», также предполагает параллельное применение двух и более методов, однако целью такого исследования является не согласование и нахождение подтверждений в двух разных примененных методах, а расширение, насыщение концептов, что можно метафорически обозначить как складывание общей картинки из нескольких пазлов. Однако, также как и в первой стратегии, здесь собираемые данные слишком разнородны, и сделать выводы оказывается слишком сложно.

И наконец, третья стратегия – это «последовательные вклады». Как следует из названия, два этапа исследования проводятся друг за другом. Этот вид стратегии предполагает большие временные, финансовые или кадровые затраты на выполнение обоих этапов исследования, но имеет больше преимуществ в силу поступательной работы на каждом этапе и логичным переходом от первого этапа ко второму. При этом он считает, что реализации данной стратегии какой-то из методов обязательно будет ведущим, или основным в данном исследовании. Д.Морган выделяет четыре варианта реализации такой стратегии.

Первый вид третьей стратегии (qual—QUAN)— это сбор качественных данных, анализ которых позволит задать вектор основному количественному методу, сгенерировать гипотезы, разработать вопросы для анкеты, шкалы, поможет понять сензитивные моменты и найти новые социальные феномены. Второй тип (quan - QUAL) характеризуется тем, что подготовительный этап сбора и анализа количественных данных помогает сформировать целевую выборку для второго этапа исследования, группу респондентов для дальнейшего глубокого погружения при помощи качественных методов сбора данных. Третий тип (QUAN—qual) – предполагает основное количественное исследование с последующим небольшим сбором качественной информации для оценки и интерпретации результатов, понимания плохо объяснимых результатов. И наконец, четвертый тип (QUAL –quan) – это основное качественное исследование и последующее

дополняющее его количественное, которое нацелено на обобщение качественных данных с помощью количественного исследования, выделение основных тенденций³.

Выбор той или иной стратегии смешивания обосновывается прагматизмом, как наиболее релевантным теоретическим подходом. Не углубляясь сильно в философские основания прагматизма, сторонники стратегий смешивания методов, видят в прагматистском подходе основания для усиления акцента на исследовательской проблеме, имеющей чаще всего практико-ориентированный или даже практико-преобразующий характер, ориентацию на итог исследования и возможности применения полученных результатов и решения проблемы. Методы рассматриваются как инструменты и в соответствии с логикой прагматизма оцениваются с точки зрения их познавательного потенциала для определенного предмета исследования [Morgan, 2014, p. 39].

Перспективы развития методологического направления

Предложенные «образцы», упорядочивающие стратегии смешивания и представляющие собой модели дизайнов реализации этих стратегий, тем не менее оставляют проблемы недостаточной институционализации данного методологического направления, начиная с проблем, связанных с познавательной адекватностью и практической применимостью выбираемого дизайна, методов, процедур и исследовательских инструментов, а также обоснованности логических моделей научного вывода для интеграции разно-форматных результатов анализа.

Остается не решенной до конца проблема интегрирования результатов, полученных разными методами, на итоговом этапе исследования. Редакторы журнала «The Journal of Mixed Methods Research» М. Феттерс и Д. Фрешвотер призывают авторов статей подробно описывать исследовательские процедуры и проблемы методологического характера, возникающие в ходе исследовательского процесса, раскрывать то, как достигается эффект « $1 + 1 = 3$ »⁴ в результате интеграции количественных и качественных данных [Fetters, Freshwater, 2015].

³ Следует отметить, что сокращения длинных терминов, предложенные Морсом в 1991 году, – QUAL, QUAN, qual, quan – стали распространенными в рамках научных дискуссий в силу своего удобства. Данные сокращения, на наш взгляд, могли бы быть полезными и для русскоязычного научного общения без перевода.

⁴ Формула, обозначающая, что от комбинирования или интеграции двух методов, количественного и качественного, возникает синтезирующий эффект, дающий дополнительный прирост знания или увеличивает его достоверность.

В последние годы описанные выше стратегии смешивания и исследовательские дизайны для их реализации, привлекают внимание российских исследователей, которые видят в этом позитивный познавательный эффект взаимного дополнения методов (Готлиб 2000) и подвергают накопленный западный опыт методологической рефлексии (Терещенко 2012, Полухина, Присянюк 2015). Подробное пошаговое сравнение качественных и количественных методов и нахождение логических связей совместного их применения для более полного изучения феномена – это безусловно позитивный сдвиг в развитии социологической методологии. Продуктивным также видится визуализация исследовательского дизайна посредством схем, что стало частью стандарта представления результатов MMR-исследования в журнальной статье. Исследовательская методология усложняется, увеличивается набор компетенций, которыми должен обладать современный социолог, но вместе с тем, появляются обобщающие модели, показывающие как из отдельных специфичных шагов исследовательского процесса формируется общее знание. И это свидетельствует о том, что несмотря на банальность изначального посыла данного методологического направления, популярность его будет возрастать, а нерешенные методические проблемы получать новые версии их решений.

Библиографический список

Веселкова Н.В. Теоретические основания и методологические принципы полужурналистского интервью. Диссертация на соискание степени кандидата социологических наук / Институт социологии РАН. Москва, 1994.

Готлиб А.С. Социально-экономическая адаптация россиян: опыт сочетания количественной и качественной методологии в отдельно взятом исследовании // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2000. № 12. С. 5-24.

Полухина Е. В., Присянюк Д. В. Исследования со "смешанными" методами (mixed methods research): интеграция количественного и качественного подхода // В кн.: Метод: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин / Под общ. ред.: М. В. Ильин, В. С. Авдонин. Вып. 5: Методы изучения взаимозависимостей в обществоведении . М. : Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, 2015. С. 309-318.

Савинская О. Б., Истомина А. Г., Ларкина Т. Ю., Круглова К. Д. Концептуальные представления о стратегиях смешивания методов (mixed methods research): этапы развития и современные дискуссии // Социологические исследования. 2016. № 8. С. 21-29.

Терещенко О. В. Методология социальных исследований: вне количественно-качественной риторики // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие [Электронный ресурс]: Материалы IV Очередного Всероссийского социологического конгресса / РОС, ИС РАН, АН РБ, ИСППИ. — М.: РОС, 2012. С. 8648-8654.

Клюшкина О.Б. Специфика анализа данных фокусированных групповых интервью в качественном исследовании. Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Институт социологии РАН. Москва, 1998.

Bryman A. Quantitative and qualitative research: further reflections on their integration // *Mixing methods: qualitative and quantitative research*. Ed. by J.Brannen. Aldershot: Avebury, 1992.

Bryman A. Quantity and quality in social research. London: Routledge. 1988.

Creswell J. Research design: Qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

Creswell J. Research design: qualitative, quantitative and mix method approaches. 3rd ed. Sage: Thousand Oaks, Calif., 2009.

Creswell J. W., Plano Clark V. L. Designing and Conducting Mixed Methods Research. 2nd ed., Thousand Oaks, CA: SAGE, 2011.

Denzin N. The Elephant in the Living Room: Or Extending the Conversation about the Politics of Evidence // *Qualitative Research*. 2009. 52 9(2). Pp. 139-160.

Guba, E. G. The alternative paradigm dialog // *The paradigm dialog*. Ed. by E. G. Guba. Newbury Park, CA: Sage, 1990. Pp. 17-30.

Johnson R., Onwuegbuziy A., Turner L. Toward a definition of mixed method research // *Journal of mixed method research*. 2007. Vol.1. №2. 112-133.

Ivankova N., Kawamura Y. Emerging trends in the utilization of integration designs in the social, behavioral and health sciences // *The Sage handbook of mixed methods in social and behavioral research*. 2nd ed. by A. Tashakkori & C. Teddlie. London: SAGE, 2010. Pp. 581-611.

Morgan D.L. Integrating qualitative and quantitative methods: A pragmatic approach. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 2014.

Tashakkori A., Teddlie Ch. Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks, CA: SAGE, 1998.

Татарова Галина Галеевна
Институт социологии Российской академии наук
Российская Федерация, Москва
tatarova-gg@rambler.ru

Кученкова Анна Владимировна
Российский государственный гуманитарный университет
Российская Федерация, Москва
a.kuchenkova@rggu.ru

ЭТАП ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА: ЭВРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ

Аннотация. В статье на примере вторичной концептуализации данных российской выборки за 2012 год «Европейского социального исследования» обосновывается важность и целесообразность использования показателя «этап жизненного цикла» для понимания специфики субъективного благополучия. С этой целью: рассматриваются теоретические основания применимости «этапа жизненного цикла», выделяются на эмпирическом уровне качественно однородные (по этапу жизненного цикла) группы, для каждой из них проводится анализ взаимосвязи между общим показателем субъективного благополучия и частыми показателями, определяются сходства и различия в особенностях восприятия субъективного благополучия на разных этапах жизненного цикла.

Ключевые слова: этап жизненного цикла; субъективное благополучие; общий показатель субъективного благополучия; частные показатели субъективного благополучия; типологический анализ; логико-комбинаторные методы.

Tatarova Galina Galeevna
Institute of Sociology of the Russian Academy of Science
Russian Federation, Moscow
tatarova-gg@rambler.ru

Kuchenkova Anna Vladimirovna
Russian State University for the Humanities
Russian Federation, Moscow
a.kuchenkova@rggu.ru

A STAGE OF LIFE CYCLE: HEURISTIC POTENTIAL FOR EXAMINATION OF SUBJECTIVE WELL-BEING

Abstract. On the basis of European Social Survey (Russian sample, 2012) the article shows the importance and significance of life cycle stage in explanation of subjective well-being specificity. For this purpose: theoretical grounds of life cycle are considered; on the empirical level several groups (representing different life cycle stages) are selected; for each of them the interconnection between general and particular indicators of subjective well-being is analyzed; the similarities and differences in perception of subjective well-being at different life cycle stages are found out.

Key words: life cycle stage; subjective well-being; general indicator of subjective well-being; particular indicators of subjective well-being; typological analysis; logical-combinatorial methods

Постановка исследовательской задачи

Дистанцирование социологов от показателя «этап жизненного цикла» неслучайно несмотря на его высокий эвристический потенциал и обусловлено прежде всего тем, что

объемы выборок резко возрастают в тех исследованиях, в которых предполагается его использование. Объяснительные возможности этого показателя, производного от ряда социально-демографических характеристик (возраст, семейное положение, наличие детей и др.) проявляются в самых разных предметных областях социологии и в том числе в процессе изучения *субъективного благополучия (СБ)* - одной из важных составляющих восприятия индивидом жизни и собственного положения. Состояние и уровень субъективного благополучия людей определяется различными факторами, базовым из которых является *этап жизненного цикла*, на котором они находятся. На эмпирическом уровне - это производный показатель, имеет номинальный уровень измерения и формируется как логический индекс.

Известны исследования, посвященные изучению характера связи между субъективным благополучием и отдельными составляющими этапа жизненного цикла, в частности возрастом. В одних из них [Easterlin, 2006] результаты свидетельствуют о достижении максимального уровня в середине жизни и соответственно о существовании П-образной формы зависимости. В других – демонстрируется [Blanchflower, Oswald, 2007] то, что к 40-50 годам уровень субъективного благополучия достигает своих минимальных значений и форма зависимости совершенно иная, а именно U-образная. В России, согласно исследованию Г.А. Монусовой (проведенному на основе данных Европейского социального исследования), уровень субъективного благополучия снижается в течение жизни, немного поднимаясь в 50-60 лет [Монусова, 2002].

Безусловно, на субъективное благополучие оказывает влияние не только возраст, но и другие переменные, описывающие этап жизненного цикла. В рамках нашего исследования ставилась задача изучения особенностей восприятия субъективного благополучия на разных этапах жизненного цикла. Ее решение опиралось на вторичную концептуализацию данных Европейского социального исследования и включало обоснование выбора нескольких ключевых этапов жизненного цикла, разработку модели изучения характера взаимосвязи *общего показателя* субъективного благополучия и *частных показателей* на разных этапах жизненного цикла посредством применения разных методов анализа данных, в том числе оригинального алгоритма, позволяющего учесть специфику исследовательской ситуации. Тем самым в центре нашего внимания находились *сходство* и *различие* в оценках субъективного благополучия представителей разных, качественно отличных этапов жизненного цикла. В основе правдоподобное предположение о том, что характер взаимосвязи между *частными показателями СБ* и *общим* различен в группах, находящихся на разных этапах жизненного цикла. Безусловно, каждая из этих групп может быть существенно дифференцирована и по ряду других характеристик

субъективного благополучия. Тем самым *типологический анализ* на каждом этапе жизненного цикла может быть продолжен с целью выявления типологической структуры, но это следующий шаг исследования, переход к которому невозможен без предварительного анализа, результаты которого представляются в данной статье.

Методические решения на каждом уровне анализа данных принимались с ориентацией на продолжение исследования в русле типологического анализа и соответственно опирались на его язык, логику проведения [Татарова, 2007, с. 46-78]. Роль показателей субъективного благополучия в качестве типобразующих признаков¹ определялась в процессе реализации принципа «*тройной рефлексии*» как результата взаимодействия трех составляющих: 1) существующих концептуальных представлений об измерении показателей субъективного благополучия; 2) логической структуры технологии проведения типологического анализа 3) эмпирически выявленных закономерностей таких как факторная структура исходных для анализа переменных, характер распределения ответов респондентов.

Технология проведения типологического анализа предполагает учет функциональной роли каждого типобразующего признака. Некоторые из них описывают априорную типологию, некоторые служат основой для проведения всевозможных разбиений, классификаций объектов, некоторые участвуют только в процессе интерпретации результатов разбиения респондентов на отдельные классы для перехода от формальной классификации к содержательной типологии. В случае, когда основанием типологии выступает субъективное благополучие, представляется целесообразным для введения *априорной типологии* прежде всего использовать *этап жизненного цикла* человека. Нами обосновывается возможность (в соответствии с эмпирической базой) типологического анализа только на трех группах респондентов, этап жизненного цикла определялся возрастом, семейным положением, наличием детей, проживающих совместно с родителями или отдельно.

Данная статья посвящена выявлению сходства и различия среди людей с *высоким* и *средним* уровнем общего показателя *СБ* (это производный показатель включает удовлетворенность жизнью в целом и уровень испытываемого счастья). В ней представлены результаты очередного этапа в разработке технологии проведения типологического анализа по характеру субъективного благополучия.

Эмпирическая база исследования. Первичные данные российской выборки за 2012 год (объем – 2484 чел.) международного сравнительного исследования, проводимого в

¹ Исследовательская «кухня» формирования типобразующих признаков представлена в статье авторов [Татарова, Кученкова, 2016], которая принята к печати и будет опубликована в №11.

рамках проекта «Европейское социальное исследование (European Social Survey)» [Европейское социальное...].

Этап жизненного цикла: теоретическая и эмпирическая интерпретация

Индивидуальные изменения в течение жизни изучаются посредством понятий: *жизненный путь, жизненная траектория, жизненный цикл*. Первые два используются как синонимы. В рамках концепции жизненного пути изучаются наиболее значимые события и их последовательности в жизни людей, индивидуальные траектории, биографии и истории жизни. Жизненный путь рассматривается как «как последовательность более или менее продолжительных состояний и характеристик людей, которые с течением времени изменяются в связи с деятельностью и событиями» [Блоссфельд, Хьюинк, 2006, с. 17]. Особое внимание уделяется не столько нормативному процессу прохождения фиксированных стадий жизни, сколько «субъективному восприятию своего социального времени индивидом или группой» [Семенова, 2009, с. 21]. Вне зависимости от методологических предпосылок и инструментов реализации исследования в рамках этой концепции особое значение отводится соотношению событий, происходящих в жизни человека с его возрастом, поскольку именно время выступает в качестве ключевого элемента, структурирующего жизненный путь человека, и универсального контекста социальной жизни. Кроме того, привязка наступления событий к возрасту позволяет «на внутрииндивидуальном уровне - динамически соотносить разные сферы жизни человека; на межиндивидуальном уровне - проводить внутри- и межпоколенные сравнения; на надиндивидуальном уровне — соотносить жизненные пути индивидов и поколений с происходящими в обществе макропроцессами» [Тындик, Митрофанова, 2014, с. 147].

Одним из наиболее важных понятий при изучении жизненного пути является «статусный переход», под которым понимают изменение положения и социальной роли индивида в одной из сфер жизнедеятельности (например, семейной, профессиональной). Эти изменения влекут за собой и перемены в восприятии окружающей действительности, мнениях и установках, расстановке приоритетов и стратегиях поведения. К таким значимым переходам можно отнести выход на постоянную работу по окончании учебы, переезд в отдельное от родителей место проживания, вступление в брак, рождение детей, потеря работы, выход на пенсию и другие. Как показывают исследования [напр., Тындик, Митрофанова, 2014], последовательность этих событий и время наступления может существенно варьироваться даже внутри одного поколения. Вместе с тем, некоторые из них все же наступают в определенных возрастных рамках.

Несмотря на фиксируемые исследователями эффекты дестандартизации жизненного пути, плюрализации жизненных образцов, многообразия индивидуальных выборов

конфигураций жизненного пути, их значительную вариабельность в межкультурном сравнении, «значительные изменения в последовательности (секвенцировании), timing (временной привязке) и темпе внутри-биографических переходов» [Мещеркина, 2002, с. 62], сохраняются некоторые крупные фазы и «расписание» жизни. «Социальный возраст в значительной степени совпадает с хронологическим. Через эту хронологизацию он приводится к стандартизированному "течению нормальной жизни"» [Мещеркина, 2002, с. 62]. Жизненный путь может быть рассмотрен как организованный вокруг системы занятости (через «очевидное временное членение на фазы подготовки, собственно занятости и выхода на пенсию» [Мещеркина, 2002, с. 62]) или в рамках реализации в семейных отношениях.

Понятие «жизненный путь» позволяет акцентировать внимание на многомерности, многообразии жизненных траекторий, их нелинейном развитии, различной субъективной значимости тех или иных событий, обуславливающих переход человека от одного этапа жизни к другому. Вместе с тем ряд универсальных возрастных процессов позволяет выделять различные возрастные стадии (фазы, периоды) или этапы развития человека (например, детство, переходный возраст, зрелость, старость и др.). Для выделения таких базовых этапов жизни более адекватным представляется понятие «*жизненный цикл*», позволяющий сместить акцент с индивидуальной изменчивости и вариативности биографий на наличие некоторых общих стадий. Под этапами / фазами жизненного цикла понимают «качественно отличные периоды индивидуальной или групповой жизни по мере взросления человека, сопровождающиеся изменениями его роли и статуса» [Семенова, 2009, с. 19].

Одним из ключевых параметров для периодизации жизни является возраст, в определенной мере обуславливающий смысл и значение событий, жизненных переходов, социальных изменений для каждого человека. Вместе с тем нельзя не согласиться с тем, что «что хронологический возраст сам по себе является «пустой» переменной — мы вряд ли можем заявлять, что именно он определяет поведение человека. По мере того, как люди становятся старше и различия между людьми одного возраста множатся, хронологический возраст теряет свою значимость как простой и главный показатель времени» [Ежов, 2005, с. 27]. Тем самым при изучении мнений и установок людей требуется учитывать и другие социально-демографические характеристики, определяющие его положение, а именно наличие супруга (партнера), детей и их возраст. Это в равной мере относится и к изучению субъективного благополучия.

Принятие методических решений о выделении определенных *этапов жизненного цикла* должно основываться не только на теоретических представлениях о необходимости

учета кроме возраста других значимых социально-демографических характеристик, но и на эмпирических закономерностях (реальной дифференциации респондентов по значимым для выделения этапов жизненного цикла переменным).

На основании используемой базы данных россияне были классифицированы по трем показателям: возрастная группа, наличие супруга (партнера), наличие / отсутствие детей и совместное или раздельное проживание с ними (см. табл. 1).

Таблица 1

Таблица сопряженности «возраст × дети × наличие супруга(и)»

Возраст	Наличие/отсутствие детей и их место проживания						Итого
	не было детей		дети есть, живут с родителем(ями)		дети есть, живут отдельно		
	нет супруга(и)	есть супруг(а)	есть супруг(а)	нет супруга(и)	есть супруг(а)	нет супруга(и)	
15-29	370	92	81	22	6	7	578
30-49	102	79	368	145	75	66	835
50-72	52	32	168	102	230	252	836
73-90	23	3	4	25	57	123	235
Итого	547	206	621	294	368	448	2484

При выборе групп респондентов, находящихся на разных этапах жизненного цикла, учитывалось только экономически активное население (россияне в возрасте 15-72). Ключевыми характеристиками перехода от одного этапа к другому послужили изменения структур семей и домашнего хозяйства, в том числе отделение от родителей и необходимость содержания собственных детей или отсутствие такой необходимости. Наиболее наполненными для сравнения оказались несколько групп:

- *группа 1*: 15-29 лет без детей и без супруга(и) - 370 чел., среди них 172 мужчин, 198 женщины;

- *группа 2*: 30-49 лет, есть супруг(а), есть дети, которых надо содержать - 368 чел., мужчин и женщин среди них соответственно 172 и 196;

- *группа 3*: 50-72 года, есть супруг(а), есть взрослые дети, живущие отдельно - 230 чел., мужчин и женщин среди них соответственно 107 и 123.

Эти группы составляют 38,9% от всех опрошенных, что косвенно свидетельствует о наличии существенной дифференциации по жизненным траекториям. В каждой ситуации, описываемой двумя переменными (наличие супруга(и) и совместно проживающих детей) доминируют представители определенной возрастной категории. Среди респондентов без супруга(и) и детей молодые в возрасте 15-29 лет (выделенные нами в *группу 1*) составляют 67,6%. Среди респондентов с супругом и проживающими с ними детьми большинство

(59,3%) – представители возрастной категории 30-49 (вошли в *группу 2*). Наконец, среди проживающих с супругом, но отдельно от взрослых детей, доминируют (62,5%) респонденты в возрасте 50-72 (*группа 3*). Тем самым, несмотря на значительную вариабельность жизненных путей, выделение трех этапов жизненного цикла для анализа представляется теоретически оправданным и эмпирически обоснованным.

Предварительный анализ связи между этапами жизненного цикла и показателями субъективного благополучия

На этом уровне анализа в процессе факторизации (как на всем массиве опрошенных, так и для представителей трех этапов жизненного цикла по отдельности) были выделены тесно коррелирующие между собой группы переменных, используемые для измерения субъективного благополучия. На основе этих результатов были сформированы интегральные показатели – индексы [Татарова, Кученкова, 2016]. Один из них – *общий показатель СБ* формировался в виде логического индекса на основе вопросов об *удовлетворенности жизнью и счастьем*. На следующем уровне анализа он выступал в роли *целевой* переменной. На каждом этапе жизненного цикла были выделены респонденты с его высоким (В), средним (С) и низким (Н) уровнями значений (см. табл. 2). Самые низкие значения встречались крайне редко, и было принято решение далее сравнивать респондентов только с *высоким* и *средним* уровнем *СБ*. В *группе 1* представлены 162 респондента с высоким уровнем *СБ*, 164 – со средним, 43 – низким, для одного респондента наблюдается противоречие (П). В *группе 2* распределение соответственно следующее: 139, 175, 52 и 2, в *группе 3* - 76, 113, 38, 3.

Таблица 2

Схема определения значений общего показателя *СБ*

<i>Счастье</i>	<i>Удовлетворенность жизнью</i>				
	1	2	3	4	5
1	Н	Н	Н	П	П
2	Н	Н	Н	С	П
3	Н	Н	С	С	С
4	П	С	С	В	В
5	П	П	С	В	В

Частные показатели *СБ* формировались либо в виде суммарных индексов на основе взаимосвязанных переменных, либо представляли одиночные переменные. В роли потенциальных детерминант *общего СБ* в их число включено 14 переменных (см. П1-П14 в табл.3). Важно подчеркнуть, что интервалы изменения значений индексов были по возможности приведены к одному и тому же виду (пятибалльные шкалы, в одном случае (П11) - трехбалльная). В табл. 3 представлены средние значения показателей на каждом из

трех рассматриваемых этапов жизненного цикла. Несмотря на близость значений, часть из них статистически различимы.

Таблица 3

Средние значения частных показателей *СБ*

Частные показатели <i>СБ</i>	группа 1	группа 2	группа 3
П1. Частота положительных эмоций*	3,80	3,58	3,44
П2. Частота отрицательных эмоций*	1,56	1,62	1,78
П3. Удовлетворенность повседневной деятельностью	3,96	3,93	3,95
П4. Уверенность в собственных силах	2,30	2,20	2,30
П5. Общительность*	3,55	2,89	2,89
П6. Уровень материального благополучия	2,54	2,57	2,63
П7. Состояние здоровья*	3,79	3,43	2,91
П8. Уровень оптимизма*	3,96	3,84	3,66
П9. Самооценка компетентности	3,40	3,37	3,23
П10. Чувство собственной значимости	3,95	3,84	3,88
П11. Чувство одиночества	1,90	1,83	1,79
П12. Эмоциональное восприятие себя в социуме	3,52	3,64	3,50
П13. Напряженность ритма жизни*	3,54	3,19	3,48
П14. Наличие цели в жизни	3,67	3,71	3,70

Примечания: * отличия средних значений статистически значимы по критерию Краскэла-Уоллиса.

При переходе от первого ко второму и третьему этапам жизненного цикла в среднем растет частота отрицательных эмоций, снижается – частота положительных, степень общительности, самооценка состояния здоровья, уровень оптимизма, напряженность ритма жизни. Отличия в значениях этих показателей вполне объяснимы снижением с возрастом объективных характеристик здоровья человека, а также увеличением по мере взросления «пройденного» по жизни пути, сокращением «предстоящего», снижением социальных возможностей (большая часть выборов с течением жизни оказывается уже реализованной) и увеличением количества социальных ограничений [Семенова, 2004, с. 157].

Для целей нашего исследования важно было ответить на вопрос: какие из потенциальных детерминант в большей степени связаны с общим показателем субъективного благополучия? Для ответа на него были вычислены значения *меры связи* Крамера (V). Зависимая переменная – общий показатель *СБ*, принимает два значения: высокий, средний. Независимые переменные – частные показатели П1-П14. В табл.4 представлены значения коэффициента выше 0,2 (значения выше 0,3 выделены жирным).

Таблица 4

Значения коэффициентов Крамера

I	Частные показатели <i>СБ</i>	Группы по этапам жизненного цикла		
		группа 1	группа 2	группа 3
I1	Частота положительных эмоций	0,308	0,260	-
I2	Частота отрицательных эмоций	0,268	0,316	0,223
I3	Удовлетворенность повседневной деятельностью	0,310	0,291	0,309
I4	Уверенность в собственных силах	0,289	0,221	-
I5	Общительность	-	-	-
I6	Уровень материального благополучия	0,217	-	-
I7	Состояние здоровья	0,276	0,261	0,211
I8	Уровень оптимизма	0,311	0,247	0,349
I9	Самооценка компетентности	0,206	-	-
I10	Чувство собственной значимости	0,401	0,387	0,328
I11	Чувство одиночества	-	-	-
I12	Эмоциональное восприятие себя в социуме	-	0,201	0,255
I13	Напряженность ритма жизни	0,368	0,196	0,232
I14	Наличие цели в жизни	0,324	0,331	0,392

Общей закономерностью для представителей всех трех этапов жизненного цикла является взаимосвязь общего показателя с чувством собственной значимости и наличием определенной цели в жизни, а также с уровнем оптимизма, удовлетворенности повседневной деятельностью, частотой отрицательных эмоций, в меньшей степени с состоянием здоровья.

Для полноты описания различий респондентов с *высоким* и *средним* уровнем *СБ* на каждом этапе жизненного цикла, рассмотрим на сколько отличаются для них средние значения потенциальных детерминант (I1-I14). В табл. 5 представлены соответствующие разницы средних.

Общий вектор различий одинаков для всех трех этапов жизненного цикла: у респондентов с высоким уровнем общего показателя *СБ* в среднем значения абсолютного большинства показателей выше, чем у респондентов со средним уровнем целевого показателя (о чем свидетельствуют положительные значения в табл.5).

**Разница средних значений для респондентов с *высоким* и *средним* уровнем
общего показателя *СБ***

I	Частные показатели <i>СБ</i>	группа 1	группа 2	группа 3
I1	Частота положительных эмоций	0,57	0,42	0,33
I2	Частота отрицательных эмоций	-0,39	-0,44	-0,36
I3	Удовлетворенность повседневной деятельностью	0,45	0,41	0,54
I4	Уверенность в собственных силах	-0,38	-0,30	-0,23
I5	Общительность	0,26	0,13*	0,41
I6	Уровень материального благополучия	-0,33	-0,15*	-0,16*
I7	Состояние здоровья	0,33	0,31	0,15*
I8	Уровень оптимизма	0,50	0,40	0,60
I9	Самооценка компетентности	0,25	0,20	0,18*
I10	Чувство собственной значимости	0,69	0,69	0,61
I11	Чувство одиночества	0,20	0,04*	0,12*
I12	Эмоциональное восприятие себя в социуме	0,28	0,33	0,39
I13	Напряженность ритма жизни	0,57	0,38	0,39
I14	Наличие цели в жизни	0,54	0,58	0,73

Примечание: знаком * отмечены статистически не значимые различия средних, жирным выделены наибольшие различия.

Вместе с тем, наибольшие отличия в средних значениях частных показателей обнаруживаются по следующим: чувство собственной значимости и наличие цели в жизни. Кроме того, для молодых наиболее существенная разница в средних значениях присутствует по переменным: частота положительных эмоций, уровень оптимизма и напряженность ритма жизни. Для представителей старшей возрастной категории – уровень оптимизма и удовлетворенность повседневной деятельностью.

Предварительный анализ показал, что одни из частных показателей тесно коррелируют с общим показателем *СБ* на всех трех этапах жизненного цикла. Другие имеют особое значение только на отдельных из них.

Результаты этого уровня анализа – огрубленная оценка сходства и различий этапов жизненного цикла по характеру связи частных и общего показателей субъективного благополучия. Для углубленного анализа был использован ДСМ-метод, описание результатов применения приведены ниже.

Результаты применения ДСМ-метода на разных этапах жизненного цикла

ДСМ-метод (разработанный В.К. Финном [Автоматическое ..., 2009]) относящейся к классу логико-комбинаторных методов, может использоваться как инструмент

типологического анализа (подробнее об их специфике см. [Кученкова, Татарова, 2013; Кученкова, 2012]), очередному этапу разработки технологии проведения которого и посвящена наша статья.

Прежде всего подчеркнем, что ДСМ-метод позволяет реализовывать несколько различных стратегий анализа, нами использована лишь часть его возможностей. Выделим важные аспекты процедуры использования метода, переходя для наглядности на язык переменных и закономерностей. Общий показатель **СБ** – это целевая переменная, частные показатели **СБ** - независимые переменные, закономерность – комбинация из значений независимых переменных, которая «хорошо» объясняет значение целевой переменной.

- Респонденты, представляющие три этапа жизненного цикла, рассматривались по отдельности.
- В каждой группе респонденты с высоким и средним уровнем целевой переменной противопоставляются друг другу. Путем простого перебора отыскиваются такие *закономерности* (комбинации значений независимых), которые встречаются у респондентов с высоким значением целевой переменной и не встречаются у респондентов со средним значением. И наоборот, для респондентов со средним уровнем также отыскиваются комбинации значений независимых переменных, отличающие их от респондентов с высоким уровнем **СБ**.
- Для ограничения простого перебора и сокращения рассматриваемых комбинаций вводится входной управляемый параметр P – это минимальное количество респондентов в группе, для которых выявленная закономерность должна быть верна.
- Проводится серия экспериментов с разным значением P . Стремясь выявить закономерности, характерные для значительного количества респондентов, в качестве начального его значения было выбрано количество респондентов, составляющих 10% от объема группы. Например, для группы 1 (всего 370 человек, в том числе 162 с высоким и 164 средним уровнем общего показателя) $P=16$. Оказалось, что для респондентов с высоким уровнем **СБ** нет ни одной комбинации из значений независимых переменных, которая встречалась бы минимум у 16 человек и не встречалась у опрошенных со средним уровнем **СБ**. Для респондентов со средним уровнем **СБ** было обнаружено 13 комбинаций, отличающих их от опрошенных с высоким значением целевой переменной. Эти комбинации описывают 26% респондентов со средним уровнем **СБ** в группе 1.
- Для разных значений P получается различное количество комбинаций ($R1$), детерминирующих то или иное значение целевой переменной.

- Для оценки «качества» совокупности комбинаций (назовем это качеством модели объяснения) при заданном Р используется показатель R2 - это доля респондентов, «покрываемых» выявленными закономерностями.
- Уменьшение Р увеличивает значения показателей R1 и R2, поэтому необходимо достижение некоторого «баланса» между их значениями. Поиск такого баланса привел к целесообразности выбора значения R2 не ниже 0,6. Это обусловлено, в том числе и тем, что в моделях с более высокими значениями новые закономерности во многом повторяют возникшие на предыдущих шагах, что не дает значительного качественного улучшения модели с точки зрения содержательных результатов. Для группы 1 оптимальные значения: Р=10, а R2 = 0,63 (для случая высокого уровня общего показателя СБ) и R2 = 0,68 (для среднего уровня).

Таблица 6

Показатели R1, R2 при разных значениях Р для группы 1
(162 и 164 респондента с высоким и средним уровнем СБ)

Р	R1		R2	
	для респондентов с высоким уровнем СБ	для респондентов со средним уровнем СБ	для респондентов с высоким уровнем СБ	для респондентов со средним уровнем СБ
16	0	13	0	0,26
15	2	23	0,13	0,32
14	5	36	0,23	0,45
13	7	49	0,23	0,51
12	12	77	0,32	0,59
11	31	104	0,50	0,62
10	77	172	0,63	0,68
9	165	263	0,75	0,75
8	326	428	0,81	0,79

Для группы 2 (табл.7) и группы 3 (табл.8) были проведены аналогичные экспериментальные расчеты R1 и R2 при разном Р. Для респондентов, находящихся на втором этапе оптимальные значения: Р=9 для опрошенных с высоким уровнем **СБ** (R2=0,59) и Р=13 для респондентов со средним уровнем **СБ** (R2=0,62).

Таблица 7

Показатели R1, R2 при разных значениях P для группы 2
(139 и 175 респондентов с высоким и средним уровнем СБ)

	для респондентов с высоким уровнем СБ	для респондентов со средним уровнем СБ	для респондентов с высоким уровнем СБ	для респондентов со средним уровнем СБ
16	0	44	0	0,47
15	0	67	0	0,52
14	0	89	0	0,55
13	1	131	0,09	0,62
12	3	189	0,18	0,69
11	17	268	0,47	0,73
10	27	393	0,49	0,75
9	59		0,58	
8	115		0,68	

Для респондентов, находящихся на третьем этапе жизненного цикла: P=7 для обладающих высоким уровнем СБ (R2=0,74); P=10 для обладающих средним уровнем СБ (R2=0,65).

Таблица 8

Показатели R1, R2 при разных значениях P для группы 3
(76 и 113 респондентов с высоким и средним уровнем СБ)

P	R1		R2	
	для респондентов с высоким уровнем СБ	для респондентов со средним уровнем СБ	для респондентов с высоким уровнем СБ	для респондентов со средним уровнем СБ
12	0	10	0	0,30
11	0	24	0	0,56
10	0	41	0	0,65
9	6	72	0,42	0,72
8	14	139	0,49	0,80
7	44	267	0,74	0,90

Выбор относительно оптимальных параметров позволяет перейти к интерпретации полученных моделей (совокупности комбинаций). В рис.1-2 представлены отличительные характеристики респондентов с высоким и средним уровнями общего показателя СБ на каждом из этапов жизненного цикла. Частные показатели субъективного благополучия (I1-I14) упорядочены по частоте встречаемости. Все шкалы порядковые, пятибалльные (за исключением I11 – трехбалльной).

Группа 1	Группа 2	Группа 3
И2. Частота отрицательных эмоций (<i>низкая</i>)	И2. Частота отрицательных эмоций (<i>низкая</i>)	И2. Частота отрицательных эмоций (<i>низкая</i>)
И1. Частота положительных эмоций (<i>высокая</i>)	И10. Чувство собственной значимости (<i>высокое</i>)	И1. Частота положительных эмоций (<i>выше среднего</i>)
И8. Уровень оптимизма (<i>высокий</i>)	И4. Уверенность в собствен. силах (<i>ниже среднего</i>)	И10. Чувство собственной значимости (<i>высокое</i>)
И11. Чувство одиночества (<i>есть 2-3 человека</i>)	И8. Уровень оптимизма (<i>высокий</i>)	И11. Чувство одиночества (<i>есть 2-3 человека</i>)
И7. Состояние здоровья (<i>хорошее</i>)	И14. Наличие цели в жизни (<i>определенно есть</i>)	И12. Эмоциональное восприятие себя в социуме (<i>выше среднего</i>)
И4. Уверенность в собственных силах (<i>ниже среднего</i>)	И6. Уровень материального благополучия (<i>в принципе хватает</i>)	И3. Удовлетворенность повседневной деятельностью (<i>высокая</i>)
И13. Напряженность ритма жизни (<i>высокая</i>)	И5. Общительность (<i>выше среднего</i>)	И4. Уверенность в собствен. силах (<i>ниже среднего</i>)
И14. Наличие цели в жизни (<i>определенно есть</i>)	И3. Удовлетворенность повседневн. деятельностью (<i>выше среднего</i>)	И8. Уровень оптимизма (<i>выше среднего</i>)
И3. Удовлетворенность повседневной деятельностью (<i>высокая</i>)	И7. Состояние здоровья (<i>хорошее</i>)	И7. Состояние здоровья (<i>среднее</i>)
И9. Самооценка компетентности (<i>выше среднего</i>)	И11. Чувство одиночества (<i>нет близких / есть один человек</i>)	И5. Общительность (<i>выше среднего</i>)

Рис.1. Характеристики респондентов с высоким уровнем СБ

Основные эмпирические закономерности, полученные при сравнении групп, демонстрируют *асимметричность причинных взаимосвязей* между общим и частными показателями субъективного благополучия. *Высокий уровень* общего показателя определяют:

- На первом и третьем этапах жизненного цикла в первую очередь эмоциональные факторы (отсутствие отрицательных эмоций и наличие положительных), а также социальные, связанные с общением (наличие друзей и близких, отсутствие чувства одиночества).
- На втором этапе более значимы уверенность в собственных силах, наличие определенной цели в жизни.
- Для второго и третьего этапа - высокий уровень собственной значимости.

Группа 1	Группа 2	Группа 3
И9. Самооценка компетентности (<i>средняя</i>)	П14. Наличие цели в жизни (<i>трудно сказать</i>)	П13. Напряженность ритма жизни (<i>средняя</i>)
П14. Наличие цели в жизни (<i>трудно сказать</i>)	П10. Чувство собственной значимости (<i>среднее</i>)	П7. Состояние здоровья (<i>среднее</i>)
И4. Уверенность в собственных силах (<i>средняя</i>)	П3. Удовлетворенность повседневной деятельностью (<i>среднее</i>)	П14. Наличие цели в жизни (<i>трудно сказать</i>)
П13. Напряженность ритма жизни (<i>средняя</i>)	П7. Состояние здоровья (<i>среднее</i>)	П10. Чувство собственной значимости (<i>среднее</i>)
П10. Чувство собственной значимости (<i>среднее</i>)	П12. Эмоциональное восприятие себя в социуме (<i>среднее</i>)	П6. Уровень материальн. благополучия (<i>трудно прожить</i>)
П3. Удовлетворенность повседневной деятельностью (<i>средняя</i>)	П13. Напряженность ритма жизни (<i>средняя</i>)	П8. Уровень оптимизма (<i>средний</i>)
П7. Состояние здоровья (<i>средне</i>)	И4. Уверенность в собственных силах (<i>средняя</i>)	П3. Удовлетворенность повседневной деятельностью (<i>средняя</i>)
П8. Уровень оптимизма (<i>средний</i>)	И9. Самооценка компетентности (<i>средняя</i>)	П11. Чувство одиночества (<i>нет близких / есть 1 чел.</i>)
П1. Частота положительн. эмоций (<i>выше среднего</i>)	П8. Уровень оптимизма (<i>средний</i>)	П12. Эмоциональное восприятие себя в социуме (<i>среднее</i>)
П11. Чувство одиночества (<i>нет близких / есть 1 чел.</i>)	П2. Частота отрицательных эмоций (<i>ниже среднего</i>)	П4. Уверенность в собствен. силах (<i>средняя</i>)

Рис.2. Характеристики респондентов со средним уровнем СБ

Средний уровень общего показателя субъективного благополучия в отличие от высокого сопровождается:

- На всех этапах жизненного цикла отсутствием определенной цели в жизни, низким уровнем собственной значимости, напряженности ритма жизни.
- Для представителей 2-го и 3-го этапов – невысокими оценками здоровья.
- Специфическими факторами являются для 1-го этапа – низкий уровень компетентности, уверенности в собственных силах, для 2-го – невысокая самооценка, для 3-го – материальные трудности.

Выводы. 1. Эвристический потенциал «этапа жизненного цикла» как показателя значителен при условии наличия в исследованиях возможностей для выделения достаточно объемных групп, находящихся на разных этапах жизненного цикла. 2. Является весьма перспективным изучение субъективного благополучия в контексте выявления детерминант (в виде частных показателей субъективного благополучия) общего показателя *СБ*, сформированного как логический индекс на основе двух переменных (удовлетворенность жизнью, счастье). 3. На эмпирическом уровне эти детерминанты существенно отличаются

на каждом из этапов жизненного цикла, отражая разницу в жизненных ориентациях и приоритетах людей. 4. Изучение взаимосвязей между общим показателем субъективного благополучия и его отдельными составляющими на «локальном» уровне с помощью ДСМ-метода, позволяет обнаружить существенную асимметричность причинных отношений и выявить отличительные черты людей с высоким и средним уровнем *СБ*.

Библиографический список

Автоматическое порождение гипотез в интеллектуальных системах / под общ. ред. В.К. Финна. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009

Блоссфельд Х.-П., Хьюинк И. Исследование жизненных путей в социальных науках: темы, концепции, методы и проблемы // Журнал социологии и социальной антропологии. 2006. Том IX. № 1. С. 15-44.

Европейское социальное исследование в России // Официальный сайт Института сравнительных социальных исследований «CESSI». URL: <http://ess-ru.ru/index.php?id=334> (дата обращения: 01.06.2016)

Ежов О.Н. Парадигма жизненного пути в зарубежной социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. Том VIII. № 3. С. 22-33.

Зеликова Ю.А. Субъективное благополучие пожилых людей (кросснациональный анализ) // Социологические исследования. 2014. №11. С. 60-69.

Кученкова А.В. Особенности логико-комбинаторных методов как средств многомерного анализа данных // Вестник РГГУ. 2012. №2. С. 113-130.

Кученкова А.В., Татарова Г.Г. Стратегия применения логико-комбинаторных методов в процедурах типологического анализа // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2013. №36. С. 7-35.

Мещеркина Е.Ю. Жизненный путь и биография: преемственность социологических категорий (анализ зарубежных концепций) // Социологические исследования. 2002. №7. С. 61-67.

Монусова Г.А. Субъективное благополучие и возраст: Россия в контексте международных сравнений // XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4 кн. М.: ВШЭ, 2012. Кн.3. С. 98-109.

Семенова В.В. Возраст как социальный ресурс: возможные источники социального неравенства // Россия реформирующаяся: Ежегодник - 2004 / отв. ред. Л.М. Дробижева. - М.: Институт социологии РАН, 2004. С. 157-170.

Семенова В.В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2009. 271 с.

Татарова Г.Г. Основы типологического анализа в социологических исследованиях. Учебное пособие. М.: Высшее Образование и Наука, 2007.

Татарова Г.Г., Кученкова А.В. Показатели субъективного благополучия как типобразующие признаки // Социологические исследования. 2016. №11.

Тындик А.О., Митрофанова Е.С. Социально-экономическое поведение индивида в зеркале концепции жизненного пути // Мониторинг общественного мнения. 2014. №3. С. 146-158.

Blanchflower D., Oswald A. Is well-being U-shaped over the life cycle? // Social Science & Medicine, Elsevier. 2008. Vol. 66(8). P. 1733-1749

Easterlin R. Life Cycle Happiness and its Sources: Intersections of Psychology, Economics and Demography // Journal of Economic Psychology. 2006. №27. P. 463-482.

Темницкий Александр Лазаревич
МГИМО (У) МИД России.
Россия, Москва,
taleksandr@list.ru

СПРАВЕДЛИВОСТЬ В ОПЛАТЕ ТРУДА КАК ОБЪЕКТ ИЗМЕРЕНИЯ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ¹

Аннотация. В статье на материалах исследований (2007-2014 гг.) делается акцент на обнаружение эмпирических проявлений феномена справедливости в оплате труда работников. Для измерения справедливости в оплате труда предлагаются прямые и косвенные вопросы, раскрываются результаты их эмпирической диагностики. Показано, что для всех раскрытых проявлений справедливости в оплате труда характерно общее положительное качество: быть надежной опорой для неспешных преобразований.

Ключевые слова: справедливость в оплате труда; представления и проявления; методы измерения; прямые и косвенные вопросы; труд; рабочие; инженеры; врачи

Temnitskiy Alexander Lazarevich
Moscow State Institute of International Relations
Russian Federation, Moscow
taleksandr@list.ru

REMUNERATION FAIRNESS AS AN OBJECT OF MEASUREMENT: METHODOLOGICAL APPROACHES AND EMPIRICAL RESULTS

Abstract. In this article on the basis of researches (2007-2014) reveal of empirical phenomenon of labour remuneration fairness displays is accented. For measuring labour remuneration fairness direct and indirect questions are posed and the results of their empirical diagnosis are revealed. It is shown that one common good quality is typical for all of the revealed displays of labour remuneration fairness: to be a reliable support for gradual reforms.

Key words: labour remuneration fairness; ideas and displays; measurement methods; direct and indirect questions; labour; workers; engineers; doctors

Проблема социальной справедливости входит в число наиболее актуальных в современном российском обществе и будет обостряться по мере повышения разрыва между бедными и богатыми людьми и снижения возможности добиться желаемого для себя жизненного результата посредством своего труда. К числу наиболее популярных ответов, как на открытый вопрос: «Как вы понимаете слово справедливость», так и на закрытый: «Что означает понятие справедливости в обществе» относятся суждения, связанные с признаками дистрибутивной справедливости: «чтобы труд оплачивался достойно, по результатам» [Урнов, 2012, с. 75]. Заработок и связанные с ним мотивы

¹ Статья подготовлена в рамках работы по академическому проекту Института социологии РАН: «Социокультурные характеристики цивилизационных перемен в трудовой культуре наемных работников». Тема № 99.5.

труда играют решающую роль в жизни российских работников вот уже на протяжении последнего четверть века. Известно, что по сравнению с наемными работниками других стран Европы российские работники являются лидерами по желанию за счет хорошей работы получить больше денег (32%) и аутсайдерами по стремлению получить удовлетворение от достигнутого результата (17%). К этому следует добавить, что российские работники занимают самые последние позиции по степени готовности работать с удовольствием, даже если бы не нуждались в деньгах и по уровню общей удовлетворенности работой². В этой связи сфера заработной платы, в которой работники ежедневно ощущают соприкосновение результатов труда с его вознаграждением, является актуальным и первичным объектом для понимания складывающихся в ней сторон справедливости.

Особенностями проводимых социологических исследований справедливости в оплате труда являются различающиеся подходы к предмету исследований, существенно расходящиеся количественные данные по долям работников, считающих свой труд справедливо и несправедливо оплачиваемым.

Что может стать адекватным предметом исследования для понимания справедливости в оплате, зависят ли получаемые результаты от типа выборки, конструкций анкетных вопросов, их типов и форм, шкал измерения, насколько в целом является уловимым данный феномен в социологическом измерении? Эти и другие вопросы будут рассмотрены на основе имеющихся данных социологических исследований трудового поведения рабочих, инженеров, врачей, выполненных в период 2007-2014 гг.³

² Рассчитано по данным Европейского социального исследования 2010 г. Официальный сайт European Social Survey. Электронный ресурс: <http://www.europeansocialsurvey.org/>. (Дата обращения: 30.05.2016).

³ В 2007 г. исследование среди рабочих и инженеров проводилось на подмосковном промышленном предприятии в г. Электросталь по академической программе Института социологии РАН. Руководитель исследования Темницкий А.Л. Выборку составили рабочие и инженеры девяти структурных подразделений, представляющих по квотному принципу отбора основное и вспомогательное производства, а также инженерные службы. Объем выборки 355 рабочих и 155 инженеров.

Исследование мотивации труда врачей проводилось Независимым институтом социальной политики под руководством Шишкина В.В. Автор статьи принимал участие в разработке методической и аналитической частей работы. Выборка по медицинским учреждениям носила целевой характер. Опрос проведен в двух регионах (Саратовская и Ярославская области). Были отобраны врачи областных, районных больниц, и городских поликлиник. Объем выборки 620 врачей.

В 2009 г. опрос врачей проводился Центром Левады по программе фундаментальных исследований НИУ "Высшая школа экономики». Выборка охватила 791 врача в трех субъектах РФ. Руководитель исследования Шишкин В.С.

В 2011 г. опрос инженеров был проведен на Подольском машиностроительном заводе Подшибякиной Е.М. в рамках подготовки магистерской диссертации под руководством автора статьи. Объем выборки 106 чел.

В 2013 г. опрос проведен НИУ ВШЭ при организационной поддержке Министерства здравоохранения России в 14 субъектах РФ. Объем выборки: 1611 врач. В 2014 г. опрос проводился Центром Левады в четырех субъектах РФ. Объем выборки 951 врач. Руководитель исследований В.С. Шишкин. Автор статьи принимал участие в разработке инструментария и анализе данных приводимых исследований.

Предметное поле исследования: изучать представления или проявления справедливости в оплате труда?

Изучать представления о справедливости, т.е. связывать ее с выходящими за область повседневного трудового поведения, межличностных отношений и статусного положения факторами более высокого порядка, как правило, морально-нравственного и ценностного содержания. Изучение проявлений справедливости предполагает направленность на поиск тех ее эмпирических признаков, которые способны стать хорошими аналитическими переменными и во взаимосвязи с другими, релевантными изучаемому предмету переменными образовывать объяснительные модели.

При переносе центра тяжести в изучении справедливости на выявление представлений о ней, она часто отождествляется с видом эмоционально-оценочного, преимущественно интуитивного, плохо либо вовсе нерелексируемого чувства, приводит к такому уровню понимания, когда справедливость оказывается в одном ряду с такими понятиями, как правда и честность. В итоге делаются выводы, что в «российском социуме справедливость во многом остаётся моральной категорией, которой невозможно руководствоваться в принятии государственных и политических решений, для разрешения значимых для большинства общественных проблем» [Римский, 2016]. В более приближенном к уровню конкретных организаций направленность исследователей на изучение представлений о справедливости чаще всего связывается с тем, «что «представления о справедливости / несправедливости являются элементами общей системы ценностей и определяются структурой последней; «справедливость» зависит не только от состояния объекта оценки (реального распределения благ), но и от притязаний субъекта ценностного отношения; — соответственно, более остро будет переживаться (оцениваться как «несправедливое») недостаток тех благ, которые ценятся более чем другие» [Попова, Бессокирная, 2008, с. 91]. Еще четче предметная направленность исследователей на анализ представлений о справедливости получает свое содержательное воплощение, когда в центре внимания оказывается рабочее место с микроконтекстом трудовых взаимоотношений и занимаемых позиций. Выявить адекватные представления работников о справедливой оплате труда можно при опоре на «совокупность показателей, характеризующих рабочее место респондента, его заработную плату, реальную и желаемую, представления о справедливости процесса принятия решений на его

предприятия (мезоконтекст), а также возможные взаимосвязи мезо- и макроконтекста» [Черныш, 2014, с. 81].

Еще один подход к выявлению представлений о справедливости изложен в известной в менеджменте теории С. Адамса. Согласно ей предполагается, что вознаграждение не обязательно должно быть сверхщедрым. Оно может быть весьма скромным, но восприниматься как справедливое, если ненамного отличается от вознаграждения коллег по работе или других работников, выполняющих аналогичную работу [Каверин, 1998, с. 155]. Наиболее явным критерием справедливости является сравнение с оплатой труда других работников в своем коллективе, на других предприятиях, выполняющих аналогичную работу. Проверка этой теории показала, что преобладающее большинство работников считает размер своего заработка равным зарплатку коллег по работе (табл. 1).

Таблица 1

Оценка получаемой зарплаты рабочими и инженерами по отношению к работникам, выполняющим аналогичную работу на данном предприятии (%)⁴

Считают размер своей зарплаты:	Рабочие	Инженеры
Ниже, чем у других	30	25
Примерно такой же	67	70
Выше, чем у других	3	5
<i>Число ответивших</i>	<i>350</i>	<i>145</i>

Из корреляционного анализа зависимости оценок справедливости оплаты труда от оценок своего заработка с заработком коллег по работе, выяснилось, что теория С. Адамса в целом находит свое подтверждение. У работников, размер зарплаты которых, примерно, равен зарплатку коллег по работе выполняющих аналогичную работу, оценки справедливости выше, чем у тех работников, которые оценивают размер своего заработка как более низкий или более высокий по сравнению со своими коллегами. Особенно заметно это выглядит у инженеров (42% против 26%). При этом надо учитывать, что размер получаемого заработка всегда оказывался выше, у тех, кто считает свой труд справедливо оплачиваемым

⁴ Используются данные исследования 2007 г., проведенного на машиностроительном заводе в г. Электросталь Московской обл.

Другим критерием в оценках справедливости оплаты труда является сравнение своего заработка с заработком работников, выполняющих аналогичную работу на других предприятиях. Исследование показало, что наемные работники являются достаточно информированными агентами, постоянно отслеживающими размеры заработка на других предприятиях своего региона. Доля работников, затруднившихся с ответами на данный вопрос невысока (12% среди рабочих, 10% среди инженеров). Оценки своего заработка по сравнению с заработком работников, выполняющих аналогичную работу на других предприятиях, оказались более критичными, чем в ответах на предыдущий вопрос (табл.2).

Таблица 2

Оценка получаемой зарплаты рабочими и инженерами по отношению к работникам, выполняющим аналогичную работу на других предприятиях (%)

Считают размер своей зарплаты:	Рабочие	Инженеры
Ниже, чем у других	46	70
Примерно такой же	42	25
Выше, чем у других	12	5
<i>Число ответивших</i>	<i>308</i>	<i>130</i>

Меньшая часть рабочих (42%) и лишь каждый четвертый инженер посчитали размер заработка равным заработку их коллег по региону. Это при том, что отобранное предприятие относится к числу экономически успешных. Предполагается, что в ответы работников на данный вопрос включается не только объективная информированность, которая, естественно, черпается не из статистических справочников, а по каналам социальных сетей, но и новые притязания, свойственные, прежде всего, их наиболее квалифицированной части. Выяснилось, чем моложе и образованнее работник, чем выше у него готовность к смене данного предприятия, тем в большей мере он считает, что его заработок ниже, чем на других предприятиях.

Таким образом, оценки своего заработка с заработком работников, выполняющих аналогичную работу на других предприятиях, оказались более дифференцирующими, а значит и более информативными.

Общим для всех указанных подходов к изучению *представлений* о справедливости является направленность исследователей на выявление тех факторов, которые способствуют обнаружению ее свойств как зависимой переменной. Главная задача в

таком случае сводится к обнаружению всех тех свойств справедливости, которые обнаруживаются при проекции на нее множества различных социально-демографических и средовых факторов. Но, при этом как правило, не ставится вопрос о ее возможном обратном влиянии на показатели трудового и организационного поведения.

Попытки поставить такие вопросы выводят нас на поиск *проявлений* оценок справедливости в оплате как возможного фактора, условно независимой исследовательской переменной. Ведущими основаниями для такого подхода являются наличие дифференцирующих свойств переменной «справедливость в оплате труда», ее потенциал образовывать статистически значимые связи с другими переменными, участвовать в образовании факторов. То есть, акцент на изучение проявлений справедливости в оплате труда не исключает предыдущий (изучать представления о справедливости), а лишь дополняет его, является следующим этапом. Так, при постановке исследовательского вопроса, в какой мере справедливость в оплате труда, может рассматриваться как фактор трудовой мотивации, обнаружилось, что при оценках своей зарплаты как справедливой увеличивается уровень общей удовлетворенности работой на предприятии, но не повышается готовность работать с большей трудовой отдачей [Темницкий, 2005].

Оригинальный подход к изучению проявлений справедливости в труде был реализован на основе ее эмпирической интерпретации, использовании многомерных видов анализа для обнаружения ее информативного потенциала. В результате чего было дано обоснование, что оценки справедливости в труде детерминируют отнесение работника к определенному социальному типу и могут быть включены в число управляемых факторов трудовой деятельности [Бессокирная, Татарова, 2014].

Прямые и косвенные вопросы для измерения справедливости в оплате труда: преимущества и недостатки

По данным различных исследований получаемые результаты оценок справедливости в оплате труда существенно расходятся. Так, отмечается, что «на прямой вопрос о справедливости заработной платы половина респондентов отвечает положительно, а половина отрицательно» [Черныш, 2014, с. 83]. На вопрос, заданный исследователями Фонда общественного мнения: «Как вы считаете, размер вашей заработной платы соответствует или не соответствует объему и сложности работы, которую вы выполняете», также половина (51%) респондентов указывает на соответствие [ФОМ, 2003].

Между тем, при опросах профессиональных групп наемных работников отдельных предприятий и организаций на прямой вопрос об оценках справедливости в оплате труда доли рабочих, инженеров, врачей, считающих справедливой оплату своего труда никогда не превышала 25%. (табл. 3).

Таблица 3

Оценки справедливости в оплате труда у обследованных профессиональных групп
в зависимости от года опроса (%)

Считают оплату своего труда справедливой:	Профессиональные группы				
	Рабочие 6-7 разряд	Инженеры		Врачи	
		2007	2007	2011	2007
Определенно да	3	5	24	15	6
Иногда да, иногда нет	31	35	53	25	15
Определенно нет	59	55	12	53	74
Затрудняюсь ответить	7	5	7	7	5
<i>Количество ответивших</i>	<i>162</i>	<i>137</i>	<i>106</i>	<i>621</i>	<i>791</i>

Примерно, такие же результаты получены и по данным других исследований, объектом которых являлись отдельные предприятия. Так, по данным исследования, проведенного в 2007г. на трех промышленных предприятиях (Псков, Брянск, Киров) только 7% рабочих считали оплату своего труда справедливой. Большинство рабочих (74%) получают, по их мнению, меньше, чем заслуживают [Попова, Бессокирная, 2008, с.99]. Вызвано ли такое существенное расхождение типом выборки, профессиональным составом опрошенных, либо отсутствием промежуточных градаций в конструкциях вопросов трудно сказать. Вопрос о сопоставимости получаемых результатов на основе использования территориальных или производственных выборок требует отдельного рассмотрения.

Использование прямого вопроса о справедливости в оплате труда обнаружило его такие преимущества как способность участвовать в образовании новых факторов на основе корреляционной связи с другими переменными, измеренными по идентичным шкалам. Так, в исследованиях врачей 2007 и 2009 гг., когда вопросы о справедливости в оплате труда задавались напрямую, факторный анализ по методу Varimax позволил обнаружить конструктивную роль справедливости в образовании новых факторов. Она проявлялась в том, что оценки справедливости оплаты труда образовывали фактор на основе положительных корреляций с оценками зависимости размера оплаты труда от квалификации и личного трудового вклада, и ему противостоял фактор, образованный на

основе корреляция зависимости размера зарплаты от результатов работы подразделения и учреждения в целом, а также отношений с руководством (табл. 4).

Таблица 4

Справедливость в оплате труда во взаимосвязи с факторами, определяющими размер заработной платы врачей. Матрица повернутых компонент (факторные нагрузки)

Компоненты	Годы опросов			
	2007		2009	
	Факторы			
	1	2	1	2
Оценки справедливости оплаты		,753	,728	
Квалификация		,768	,697	
Личный трудовой вклад	,439	,663	,719	,353
Конечные результаты работы подразделения	,836		,563	,553
Конечные результаты работы учреждения в целом	,794	,312	,518	,604
Отношения с руководством	,733			,825
Наличие объемов, количество пациентов	,561	,492	,575	,523

Обнаруженные тенденции, связанные с использованием прямого вопроса о справедливости в оплате труда, позволяют утверждать: 1) справедливость в оплате труда является хорошей аналитической переменной, обладающей потенциалом участвовать в образовании факторов, 2) справедливость образует факторы на основе корреляций с переменными, характеризующими непосредственно связь с выполняемой работой, и не образует - с внешними по отношению к личности сторонами труда.

Однако в последующих исследованиях с учетом того, что термин «справедливость» затрагивает «тонкие» области эмоциональных чувств респондента, повышает критичность в восприятии сегодняшней реальности и тем самым способствует, как выяснилось из опросов, негативной тенденциозности в ответах, было принято решение не использовать термин «справедливость» в конструкциях вопросов. В исследованиях медицинских работников в 2013 и 2014 гг. для измерения справедливости в оплате труда использовался косвенный подход. Определение категории справедливо оплачиваемых работников строилось по ответам на несколько независимых вопросов. Мы исходили из того, что проявления степени полноты чувства справедливости в оплате труда можно обнаружить:

1. На основе соотношения ответов на вопросы о размерах получаемой зарплаты и ожидаемой с учетом того, чтобы размер ожидаемой зарплаты позволил сосредоточиться на выполнении своих профессиональных обязанностей на одной полной ставке. К

справедливо оплачиваемым работникам относились те, размер получаемой зарплаты которых равен либо меньше ожидаемой⁵.

2. По оценкам достаточности планируемого повышения заработной платы, чтобы иметь возможность сосредоточиться на выполнении своих профессиональных обязанностей и не искать дополнительной работы по внешнему совместительству и рассмотрении такого повышения как справедливого. То есть, те, кто считает планируемое повышение зарплаты достаточным и соответствующим представлениям о справедливом уровне оплаты труда, оцениваются как справедливо оплачиваемые⁶.

3. По уровню оценок соответствия зарплаты затрачиваемым усилиям и степени удовлетворенности размером заработка. К справедливо оплачиваемым работникам относились те, которые считали, что получаемая зарплата соответствует затрачиваемым усилиям, и при этом ими давались высокие оценки удовлетворенности размером заработной платы⁷.

Несомненно, что указанные подходы ужесточают критерии отнесения работников к справедливо оплачиваемым уже потому, что строятся на соотношении ответов на два различных вопроса.

Рассмотрим результаты такого соотнесения и те реалии, которые скрываются за ними.

1. При выявлении равенства между притязаниями к размеру ожидаемой зарплаты и размера получаемой зарплаты мы выходим на минимальное количество подобных случаев. Выявленное равенство размеров получаемых и ожидаемых зарплат можно рассматривать как количественное отражение *идеального* соотношения адекватности меры труда мере вознаграждения. Размер зарплаты данной категории врачей оказался, примерно, выше в 2 раза, чем в среднем по выборке. Можно утверждать, что притязания к ожидаемой заработной плате, не выходящие за границы получаемой, указывает не на аскетизм и непритязательность данных групп врачей, а на результат насыщения представлений о приемлемом уровне оплаты труда.

⁵ Для выявления притязаний к *ожидаемой* зарплате использовалась формулировка анкетного вопроса: «Как Вы считаете, какой уровень заработной платы по основному месту работы должен получать сегодня врач, чтобы иметь возможность сосредоточиться на выполнении своих профессиональных обязанностей на одной полной ставке» (тыс. руб.)?

⁶ Использовались вопросы: 1. Считаете ли Вы достаточным планируемое к 2018 году повышение заработной платы, чтобы иметь возможность сосредоточиться на выполнении своих профессиональных обязанностей по основному месту работы и не искать дополнительной работы по внешнему совместительству? 2. Соответствует ли предполагаемый к 2018 году уровень повышения заработной платы Вашим представлениям о справедливом уровне оплаты?

⁷ Использовались вопросы: 1. Насколько Вы согласны или не согласны с утверждением: «Моя зарплата соответствует затрачиваемым усилиям»? 2. Насколько Вы удовлетворены или не удовлетворены размером заработка?

2. Для врачей, подчеркивающих достаточность и справедливость запланированного повышения зарплаты (назовем их *лояльными*), напротив, характерен меньший размер получаемого заработка (примерно, на одну тысячу рублей) по сравнению с противоположной категорией при более высоком уровне удовлетворенности ее размером. Существенно более низкими в среднем, на 10 тыс. руб.) оказались и их притязания к размеру ожидаемой зарплаты. Врачи, которые подчеркивают достаточность и справедливость запланированного повышения зарплаты, придают большее значение роли организационных инструментов (конечным результатам работы организации, подразделения), чем индивидуальных (личному трудовому вкладу и квалификации) в оценках факторов зависимости размера зарплаты. Для них характерен большой стаж работы в организации по сравнению со всеми остальными (в среднем на 4 года).

В целом, данную категорию медицинских работников можно рассматривать как надежного проводника проводимой политике реформирования оплаты труда.

3. При полном соответствии оценок зарплаты затрачиваемым усилиям и одновременно максимальном уровне удовлетворенности заработком размер получаемой зарплаты врачей оказался существенно выше (почти на 10 тыс.руб), чем в среднем по выборке, а вот притязания к ожидаемой зарплате заметно ниже (в среднем на 6 тыс.руб.). Полученные данные могут рассматриваться как указание на результат относительного насыщения представлений о справедливости в оплате труда. Можно утверждать, что оно наступает, если работники по максимуму оценивают соответствие размера заработной платы затрачиваемым усилиям, и при этом они также полностью удовлетворены размером получаемой зарплаты. Характерно, что абсолютное большинство таких врачей (82%) считает, что они в настоящее время трудятся с максимально возможным уровнем качества и результативности в труде и только 2% могли бы работать гораздо лучше. При этом фактическая продолжительность их рабочей недели оказалась почти на 3 часа ниже, чем у других выделенных категорий врачей. Данную категорию врачей можно назвать *довольными* своим положением и достигнутыми результатами в работе. Из числа объективных характеристик, отличающих *довольных* врачей от всех остальных, наиболее значимо выделяются больший стаж работы по всем показателям: в здравоохранении, в данной медицинской организации, занимаемой должности, а также более старший возраст (в среднем, 48 лет против 45 лет по выборке). Среди них также больше мужчин (37% против 30% по выборке).

Категория *довольных* врачей может рассматриваться как референтная для проводимой политики реформирования заработной платы, так как они намного чаще, чем

остальные считают, что уровень планируемого повышения заработной платы соответствует представлениям о справедливом уровне оплаты (70 и 44%).

Представительность указанных категорий в динамике двух лет исследований является достаточно устойчивой (табл.5).

Таблица 5

Проявления справедливости в оплате труда врачей (% от числа опрошенных)

Проявления справедливости в оплате труда	Метка типологической категории	Годы опроса	
		2013	2014
1. Полное равенство получаемого и ожидаемого размеров зарплаты	Идеальные	2	1
2. Оценка планируемого повышения зарплаты как достаточного и соответствующего представлениям о справедливом уровне оплаты труда	Лояльные	29	27
3. Полное соответствие зарплаты затрачиваемым усилиям при максимальном уровне удовлетворенности размером заработка	Довольные	5	3
<i>Количество опрошенных</i>		<i>1611</i>	<i>951</i>

Таким образом, при использовании более жестких критериев к выявлению справедливо оплачиваемых работников чаще всего возникает проблема статистической наполненности вычисляемых категорий. Между тем, для всех раскрытых проявлений справедливости в оплате труда характерно общее положительное качество организационного конформизма – быть надежной опорой для неспешных преобразований. Следует признать, что каких-либо веских доказательств преимущества косвенного подхода к измерению справедливости в оплате труда над прямыми вопросами найдено не было.

. Выводы

Трудовая интерпретация справедливости, по-прежнему, остается ведущим критерием в ее восприятии со стороны работников.

В обращении к проблеме справедливости в оплате труда предлагается не довольствоваться изучением только лишь оценок и представлений о ней. С учетом возрастающей актуальности проблемы трудовой справедливости следует в центр

исследовательского внимания ставить вопросы о проявлениях справедливости во взаимосвязи с мотивацией трудового поведения, условиями и организацией труда, отношением к организационным инновациям. При этом нельзя противопоставлять предметное поле изучения представлений и проявлений справедливости в оплате труда.

В арсенале методов социологического измерения справедливости оплаты труда важно использовать как прямые, так и косвенные вопросы, поскольку, как показал анализ, нет явного преимущества одних над другими.

Библиографический список

Бессокирная Г.П., Татарова Г.Г. Справедливость в труде как управляемый фактор трудовой деятельности: проблемы измерения // Социальные инновации в развитии трудовых отношений и занятости в XXI / Под общей редакцией проф. З.Х. Саралиевой – Н.Новгород: издательство НИСОЦ, 2014. С. 75-80.

Каверин С.Б. Мотивация труда. М., 1998. С.155.

Попова И.М., Бессокирная Г.П. Социальная справедливость: представления и оценки рабочих // Социологический журнал. 2008. №3. С.85-105.

Римский В.Л. Как понимают и как оценивают реальные практики справедливости российские граждане [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=670> (Дата обращения: 30.04.2016).

Темницкий А.Л. Справедливость в оплате труда как ценностная ориентация и фактор трудовой мотивации // Социологические исследования, 2005. №5. 81-88.

Урнов М.Ю. Что есть справедливость? (Попытка анализа массовых представлений) // Общественные науки и современность. 2012. №5. 71-88.

ФОМ о справедливой оплате труда [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/Rabota-i-dom/11225> (Дата обращения: 15.03.2016).

Троцук Ирина Владимировна
Российский университет дружбы народов
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
Российская Федерация, Москва
irina.trotsuk@yandex.ru

ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА (ОПРОСНЫХ) ДАННЫХ В КОНТЕКСТЕ СТАРЫХ И НОВЫХ ДИСКУССИЙ О СОСТОЯНИИ ЭМПИРИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ

Аннотация. В статье предпринята попытка обозначить возможности систематизации складывающихся в отечественной науке дискуссий относительно методического арсенала эмпирической социологии. В качестве критериев предлагаемой систематизации выступают: типы ответных реакций социологического сообщества на критические медийные выпады в адрес качества опросных данных; изменение акцентов в профессиональной полемике о возможностях, ограничениях, проблемах и перспективах эмпирической социологии в последнее десятилетие; фокусировка методических дискуссий о качестве опросных данных на инструментах слеполевого контроля; группы проблем, определяющих нынешние акценты в обсуждении возможностей оценки и повышения качества опросных данных (проблемы замалчивания, забывания и нереалистичности).

Ключевые слова: опросные данные; социологическое сообщество; эмпирическая социология; методическая рефлексия; качество данных; количественный и качественный подход; методический аудит; методная триангуляция

Trotsuk Irina Vladimirovna
Peoples' Friendship University of Russia
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
Russia, Moscow
irina.trotsuk@yandex.ru

(SURVEY) DATA QUALITY IN THE CONTEXT OF OLD AND NEW DEBATES ON THE STATE OF EMPIRICAL SOCIOLOGY

Abstract. The author seeks to identify ways for the systematization of the current discussions on the methodological and technical arsenal of empirical sociology. The criteria proposed for such conditional systematization are as follows: types of sociological community responses to the critical media attacks on the quality of survey data; the shift of emphasis in the professional debates on the possibilities, limitations, problems and challenges of empirical sociology in the last decade; the focus of methodological discussions about the quality of survey data on the ways of post-field control; groups of problems determining the current focus of the discussions on the ways to improve the quality of survey data (silencing, forgetting and unrealizability).

Key words: survey data; sociological community; empirical sociology; methodological reflection; data quality; qualitative and quantitative approach; methodological audit; methodological triangulation

К сожалению (а, может быть, к счастью – точки зрения здесь расходятся), сегодня отечественная социология периодически оказывается в центре дискуссий специфического характера: ей ставится в вину получение данных, на основе которых выстраиваются неправильные прогнозы, даются некорректные оценки, принимаются странные управленческие

решения с негативными последствиями и т.п.¹. Поскольку интерпретировать результаты массовых опросов в принципе может кто угодно и как угодно, критикуется обычно не манипулирующий (целенаправленно или по некомпетентности) данными, а их качество – они квалифицируются как недостоверные, необъективные, ангажированные, неполные, нерепрезентативные и пр. (список можно продолжать бесконечно). Ответная реакция на конкретные критические выпады или в целом на атмосферу общественного недоверия социологическим данным бывает разной: размещение в средствах массовой информации статей представителей социологического сообщества, по тональности и содержательным акцентам воспроизводящих дух обвинительных материалов [см., напр.: Чепуренко, 2014]; создание площадок для профессиональных дискуссий внутри социологического сообщества и профильных организаций [см., напр.: Дискуссия о социологии на сайте РОС]; обсуждения на специальных сетевых ресурсах [см., напр.: «Мануфактура Соцпох», позиционирующая себя как «форма групповой работы над эмпирическим и теоретическим материалом, что не исключает новостной ленты и легкой околотематической дискуссии»]; и, конечно, привычный социологам формат научных публикаций по проблемам оценки и повышения качества (опросных) данных [см., напр.: Бабич, Батыков, 2015; Исупова, 1996; Ключина, 1990; Мануильская, Преснякова, 2013; Мягков, 2002; Назарова, 1999; Рогозин, Картавцев, Галиева, Вьюговская, 2016; Сваффорд, Косолапов, Козырева, 1999; Толстова, 2015 и др.].

Содержание, стиль и тональность перечисленных типов реакции на медийную критику социологических данных существенно разнятся. В случае медийного ответа на медийную атаку даже название материала может вполне соответствовать общественным ожиданиям. Так, в статье «Не стреляйте в социолога» А. Чепуренко связывает негативное восприятие социологии в целом и опросов общественного мнения (особенно по электоральной проблематике) в частности с устойчивостью вредных, подрывающих доверие к социологии как инструменту самопознания общества, социальных мифов, таких как: уравнивание социологии с демоскопическими процедурами; вера, что «электоральные опросы – важное средство управления массовым сознанием»; убеждение, что «если результаты голосования сильно расходятся с данными социологов, то верить им нельзя»; уравнивание «измерения электоральных настроений с электоральными прогнозами» без учета множества факторов, которые определяют, как люди голосуют, как они отвечают на вопросы и что думают, совершая первое и второе действия. Тональность, содержательная насыщенность и общий стиль дискуссий на профессиональных площадках более академичны, будучи рассчитаны

¹ Критики – не только «внешние» по отношению к социологической дисциплине и сообществу социальных ученых люди, но и представители нашего профессионального круга.

на компетентную, оценочно менее ангажированную и менее политизированную аудиторию. Впрочем, если подобные площадки размещены в неформальном сетевом пространстве, то в качестве аргументов могут приводиться зарисовки из личного исследовательского опыта или жизненных наблюдений.

Во всех нынешних дискуссиях о возможностях, ограничениях, проблемах и перспективах эмпирической социологии можно отметить, во-первых, смещение тематических акцентов и отказ от противопоставления разных типов интеллектуальных процедур (методов); во-вторых, несколько подходов к оценке и повышению качества данных. Длительное время споры о типах и качестве данных велись в русле противопоставления качественного и количественного подходов. В западной социологии «спор о методе» применительно к эмпирическим исследованиям во второй половине XX века прошел такие этапы, как: ренессанс качественных методов в 1960-е – 1970-е годы; завершение фундаментальных теоретических дискуссий в 1970-е годы и ориентация на методологическую консолидацию и широкое использование качественных методов в эмпирических исследованиях; в 1980-е – 1990-е годы обращение к проблеме кризиса репрезентации и легитимации этнографических описаний; период беспрецедентного развития качественного подхода с точки зрения его институционализации и публикационного обеспечения в 1990-е годы; сегодня ведутся не бурные дискуссии о соотношении качественного и количественного подходов на методологическом уровне, а спокойные обсуждения критериев оценки данных, прежде всего, в рамках качественного подхода в силу неоднозначности принятых здесь трактовок надежности, валидности и др. [см., напр.: Green, 2001; Morse, 1999; Patton, 2002; Voils, Sandelowski, Barroso, Hasselblad, 2008].

В отечественной социологии сложилась иная ситуация, обусловленная временным фактором – качественные методы стали активно использоваться в России в 1990-е годы благодаря маркетинговым исследованиям. И если в эти десятилетия в западной социологии методологические (ряд авторов предпочитает называть их «парадигматическими») дебаты в целом завершились, то у нас они только начались. Программной статьей здесь является «Миф о качественной социологии» Г.С. Батыгина и И.Ф. Девятко [1994], где дилемма «качественное–количественное» представлена как неприлично модный, но сомнительный и бессмысленный сюжет, имеющий мало отношения к собственно науке, но говорящий о ее критическом состоянии (о непонимании собственного предмета и серьезных аномалиях в институциональной структуре). К 2004 году накал дискуссии о соотношении качественного и количественного подходов в отечественной социологии спал, о чем свидетельствует «Спор о методах» в журнале «Неприкосновенный запас» [2004]: российские условные «ка-

чественники» и «количественники», а также авторитетные «методологи» высказали разумные доводы в пользу разных оценок социологического знания, исходя из его методной природы, подчеркнули необходимость развивать методическую рефлексивность и способность критически осмысливать собственный категориальный аппарат и исследовательские практики, отметили все еще слишком упрощенное восприятие социологии как демокопического инструмента и несправедливую маргинализацию неформализованных данных (и качественных методов) как якобы второсортного журнализма с претензией на значимые научные результаты.

Судя по дискуссии о социологии на сайте Российского общества социологов, с 2000-х годов ее формируют иные полемические вопросы: критерии профессионализма социолога и необходимость включения в них параметра публичности; эпистемологическая структура и логика развития социологического знания, в том числе возможность использовать понятие «национальная школа»; основания теоретической социологии и масштабы применения математического аппарата в социологии эмпирической и т.д. В перечне дискуссионных вопросов несколько особняком стоит призыв Г.Г. Татаровой, обусловленный «методологической травмой» как особым видом коллективной растерянности социологического сообщества перед «обилием социологических теорий, методологий, методов в процессе принятия решений о выборе средств познавательной деятельности» [2006, с. 3], – переходить от «инвентаризации» имеющихся возможностей к «интеграции» методологического корпуса эмпирической социологии [Татарова, 2007] посредством системы иерархически организованных принципов (различение макро, мезо и микро уровней в рефлексии по поводу методов исследования; упорядочивание методологического знания по критериям «измерение» или «анализ»; рассмотрение языка исследования как сложной системы систем; разведение языковой и логической структуры в каждой методике; выделение понятий-инвариант во всех классах исследовательских практик). Особое положение данного призыва объясняется ориентацией его автора на интеграцию методологического аппарата через процедуру метатеоретизирования, которая неоднозначно воспринимается в социологии, особенно применительно к эмпирическому уровню.

Другой особый тематический блок в нынешних социологических дискуссиях касается методических решений в эмпирических исследованиях. С одной стороны, определенная полемика по поводу методной стороны социологической работы ведется и сфокусирована на трех вопросах: 1) игнорирование этапа анализа данных (публикации о маргинальном статусе математических процедур и статистических методов в российской социологии [см., напр.: Орлов, 2005]); 2) распространение новых технологий исследовательской ра-

боты, прежде всего, в сфере сбора данных (повышение репрезентативности онлайн-опросов, использование электроники для фиксации поведенческих паттернов в медиапотреблении, потенциал технологии «больших данных» и т.д.); 3) апологетика социологической методологии после громких «социологических фиаско», связанных с неточностью прогнозов электорального поведения россиян (будь то явка на выборы, итоги голосования или то и другое одновременно)², или же, наоборот, после не менее громких «социологических побед» (например, «крымского опроса»).

С другой стороны, в методическом блоке текущих социологических дискуссий наметился определенный пробел – отсутствует систематическая рефлексия относительно качества (опросных) данных. Безусловно, по этой теме можно найти массу разбросанных по годам и журнальным разделам публикаций (другой вопрос, что чаще всего речь в них идет о сборе данных в рамках конкретного прикладного проекта), периодически возникают локальные дискуссии по отдельным предложениям в этой сфере (например, о «методическом аудите»), однако в целом ситуация здесь неоднозначная. Вероятно, дело в том, что предпринимать какие-то шаги по оценке и повышению качества опросных данных социологи могут на трех этапах проведения эмпирического исследования – до поля, непосредственно в поле и после поля, и основная полемика сегодня сместились на послеполевой этап, потому что с первыми двумя этапами обсуждать, по сути, нечего. Общеизвестно, что до полевого этапа необходимо проводить тренинги с интервьюерами, инструктаж всех задействованных сотрудников и пилотаж инструментария (отдельная область долевой работы – методические эксперименты [см., напр.: Климов, Rogozin, 2006; Климова, Щербакова, 2015; Мягков, Журавлева, 2011]). Уважающие себя исследовательские компании³ все эти шаги реализуют, поэтому обсуждать здесь, по сути, нечего, как и в отношении действий, которые необходимы на полевом этапе для контроля поля (как правило, эти действия сводятся к недопущению фальсификации данных).

Казалось бы, по поводу послеполевого контроля вопросов также быть не должно – основной целью так называемого «контрольного исследования» является оценка масштабов (и способов) фальсификации вопросников интервьюерами, которые по самым разным соображениям (обычно в целях экономии времени и минимизации физических и психологических затрат), исходя из собственных представлений о том, как именно отвечали бы

² В социологическом сообществе не выработался консенсус относительно «правильной» стратегии поведения в подобных случаях: одни исследователи ввязываются в медийные споры, пытаясь доказать правильность методологии опросов общественного мнения и ее неспособность давать однозначные прогнозы; другие не приемлют формат публичных оправданий, апеллируя к некомпетентности широкой аудитории; третьи предпочитают просто игнорировать медийный шум.

³ Безусловно, для этого нужны соответствующие кадровые и финансовые ресурсы.

респонденты на вопросы, заполняют за них анкеты (старожилы опросной индустрии фальсифицируют ответы на вопросы искусно и близко к «реальному» общественному мнению). Представители головных исследовательских компаний пытаются внедрить все новые инструменты контроля работы интервьюеров (за последние годы качество контроля возросло за счет использования западных стандартов, наработок и компьютерных технологий) и предотвращения фальсификации данных – от аудиозаписи хода интервью и введения контрольных цифр для затраченного на получение ответов времени до отслеживания пространственных перемещений интервьюеров. Однако все более изощренным технологиям контроля противостоят все более искусные методы их обхождения, и это бесконечное соревнование оказывается в центре социологических дискуссий и обмена «полевыми» опытом по успешному выявлению и предотвращению фальсификаций в разных исследовательских ситуациях. Впрочем, и здесь нужно уточнение, что занимаются слеполевым контролем качества данных только располагающие достаточными ресурсами компании, понимающие важность подобной дополнительной нагрузки для уверенности в объективности данных и в качестве вклада в свой репутационный капитал.

Если отставить в сторону финансовые, кадровые и временные ограничения, определяющие возможности контроля качества опросных данных на слеполевом этапе, то можно выделить здесь три условные группы проблем – замалчивания, забывания и нереалистичности. Первую группу составляют: замалчивание, что опрос – не универсальный измерительный инструмент, он не должен применяться везде и всегда, что, к сожалению, мы часто наблюдаем («сделать социологию» многие заказчики воспринимают исключительно как «провести опрос», а в рыночной экономике социологи вынуждены подстраиваться под «спрос»); замалчивание проблемы достижимости респондентов – не только при маршрутных поквартирных, но и в телефонных опросах достижимость за прошедшие десятилетия снизилась, хотя и по разным причинам; замалчивание, что массовые опросы предоставляют в наше распоряжение два типа данных – устойчивые социальные стереотипы, поддерживаемые медиа, если человек более или менее осведомлен о предмете вопроса, или же «эмерджентные переменные», т.е. первые пришедшие респонденту в голову (или «подсказанные» наводящей информацией интервьюера) ответы на вопросы, в которых у него нулевая информированность (заинтересованность), но эффект социальной желательности заставляет придумывать ответ по соображениям типа «это стыдно не знать», «неудобно подвести человека, он работает, а я ответить не могу» и пр., в итоге респондент по запросу интервьюера «производит мнение», которого у него до момента опросной коммуникативной ситуации не было; и т.д.

Кроме того, с одной стороны, социологи часто обижаются на общественное недоверие к собственным данным и на журналистов за их извращенную презентацию (вырванные из контекста аналитические обобщения, обсуждение отдельных частот, а не распределения предпочтений респондентов по вопросу и т.п.), но, с другой стороны, методическая «кухня», благодаря которой общественности предъявляются некие цифры, остается закрытой (за исключением формулировок вопросов и ответов, объема выборки и времени проведения опроса) с самой разной мотивировкой – коммерческая тайна, запрет заказчика, авторские права, некомпетентность медийной аудитории и пр. В итоге возникают мифы об ангажированности исследователей и фиктивности данных (слухи о «нарисованности цифр» подкрепляются повседневными разговорами типа: «Тебе социологи звонили, спрашивали?» – «Нет». – «И мне нет, значит, цифры на коленке нарисовали»).

Ко второй условной группе проблем – забывания – можно отнести то, что предлагаемые сегодня «новшества» на деле оказываются чем-то «хорошо забытым». Например, в качестве основы «методического аудита» [Рогозин, 2016] выступает прекращение «игнорирования ситуации, в которой производится “общественное мнение”, и акторов – конкретного респондента и конкретного интервьюера, которые его производят», и демонстрация того, как «“общественное мнение” появляется на свет не в голове среднестатистического гражданина и не в таблицах московского интеллектуала, а в сложной коммуникационной игре, в которую вступают неразличимые, спрятанные от посторонних глаз интервьюеры и обыватели». Однако говорить об игнорировании специфики выстраиваемой интервьюером и респондентом коммуникативной ситуации вряд ли правильно: во-первых, тотальная аудиорегистрация вербальной коммуникации в ходе опроса допускает и запись разговора интервьюера с респондентом после окончания «официальной части» – обсуждения впечатлений по ее поводу; во-вторых, исследовательские компании используют формализованную процедуру оценки коммуникативной ситуации опроса – интервьюер заполняет специальный опросный лист после завершения интервью; в-третьих, существуют публикации, подтверждающие предельную заинтересованность социологов в понимании «невидимых бойцов» опросного фронта [см., напр.: Маслова, 2000].

Д. М. Рогозин предлагает проводить методический аудит опросов общественного мнения через фиксацию особенностей коммуникативной ситуации сбора данных в ином ключе – посредством агрегирования результатов тотальной регистрации вербального взаимодействия интервьюеров и респондентов (речь идет, прежде всего, о телефонном интервью с автоматизированной системой аудиозаписи) в формат «параданных» (сопутствующей информации). Они позволяют отследить, как именно и с опорой на какие соображения

(проговариваемые) респондент выбирает вариант ответа на вопрос, взаимоотношения содержания результаты опроса и парадоксы о коммуникативных ситуациях получения этих результатов (как ведут себя респонденты – переспрашивают, уточняют смысл слов, удивляются, сердятся или смеются, объясняют свои ответы и системы координат, задают ли вопросы интервьюеру и пр.).

Данное предложение укладывается в нынешнюю исследовательскую моду (в хорошем смысле слова) на работу с «большими данными», однако здесь возникает третий тип из указанных выше проблем – реалистичности, обусловленный следующими вопросами: речь идет о стандартизированном методическом аудите определенной опросной технологии, конкретного исследовательского проекта или же совокупности методических и процедурных решений, составляющих типичный формат работы конкретной исследовательской компании в конкретном регионе по конкретным тематикам? Кто должен/будет разрабатывать стандарты формирования массива парадоксов и его анализа? Как сочетается призыв обращать пристальное внимание на коммуникативную ситуацию интервью с тем, что содержательные ее аспекты будут учитываться только в случае обнаружения значимых статистических корреляций, т.е. если по итогам анализа парадоксов обнаружится вопрос, вызвавший самые большие затруднения, судя по среднему времени, затраченному на поиск ответа на него. Кстати, представители теории «больших данных» [см., напр.: Mayer-Schonberger, Cukier, 2013] утверждают, что в мире больших данных строгая точность невозможна (данные постоянно меняются), а порой и нежелательна, потому что их не интересует причинность: обнаруживаемые корреляции ничего не говорят о том, почему что-то происходит, а предупреждают, что какое-то событие есть. Соответственно, парадоксы фиксируют факт проблематичности некоего вопроса (если в среднем по выборке на него уходит аномально большое время), но не объясняют, с чем связаны подобные сложности (а вопрос «почему» все же составляет суть методического аудита).

Вероятно, следует вернуться к группе проблем забывания и вспомнить о старой доброй методной триангуляции [см., напр.: Erzerberger, Prein, 1997; Jick, 1983; Breitmayer, 1991] как инструменту валидации эмпирических данных, поскольку сегодня она обретает новое звучание по трем причинам. Во-первых, в силу простоты, быстроты и экономичности сегодня все шире применяются телефонные опросы, а в само телефонное интервью методная триангуляция (в узком ее толковании), по сути, встроена – стандартизированная процедура получения формализованных данных сочетается с коммуникативной ситуацией полупроформализованного интервью (отсутствует запрет на достаточно свободный формат общения). Во-вторых, современные технические возможности позволяют вести запись разговоров в ходе телефонного опроса в автоматическом режиме, параллельно со сбором данных

обеспечивая социологов огромным массивом сопроводительной информации в доступном для разнообразной обработки формате. В-третьих, фокус на содержательных аспектах коммуникации, обнаружить которые подобные параданные позволяют, представляется более важным, чем статистическая обработка параданных в поисках «говорящих» корреляций и их последующая интерпретация.

Последнее стало очевидно в ходе презентации результатов проекта «Продовольственная безопасность России» в Российской академии народного хозяйства и государственной службы (опрос был проведен на двухосновной выборке мобильных и стационарных телефонов посредством случайного генерирования номеров по спискам номерных емкостей Росвязи; полевой этап проходил с 23 по 28 апреля 2015 года, было опрошено 1833 респондента, из них в Алтайском крае – 608 человек, Краснодарском – 611, Приморском – 614). Продовольственная безопасность «замерялась» через простые вопросы о повседневных потребительских и продовольственных практиках населения, например, о том, выращивают ли респонденты у себя на огороде овощи и фрукты, держат ли в хозяйстве домашнюю птицу или скотину (по этим вопросам параданные о продолжительности ответа не показали корреляции с выбором того или иного варианта ответа). Однако в инструментарии использовались вопросы, порождающие эмерджентные социально одобряемые ответы, например, о необходимости Доктрины продовольственной безопасности России (параданные не показали затруднений с поиском ответа, судя по затраченному на него среднему по выборке времени), а также оценочно коннотированные вопросы о возможном запрете ввоза в Россию продуктов питания из враждебных стран и возможном отказе от ввоза в Россию импортных продуктов питания (по этим вопросам параданные о продолжительности поисков ответов в ряде случаев показали корреляции с выбором того или иного варианта ответа).

Параданные оказались полезны в данном проекте именно в контексте методной триангуляции: позволили выбрать из огромного массива интервью самые продолжительные⁴; они были транскрибированы, а транскрипты проанализированы на предмет оценки восприятия респондентами вопросов (нормально, в штыки, с юмором и т.п.) и аргументации выбираемых из списка или предлагаемых ответов. Например, оказалось, что необходимость запрета ввоза иностранных продуктов питания обосновывается респондентами уверенностью в их опасности для здоровья: *«Обязательно надо запретить, потому что оттуда и*

⁴ Конечно, тут возможны ошибки: самые продолжительные интервью могут оказаться с теми респондентами, кто по тем или иным причинам медленно говорит или очень плохо ориентируется в теме, но выполняет свой «гражданский респондентский долг», старательно сочиняя ответы. Однако эта проблема снимается на этапе транскрибирования.

болезни, и все остальное. И всевозможные заражения. Мы уже пищим от этой зарубежной химии» (женщина, 79 лет); с далеко идущими геополитическими последствиями: «Нужно запретить, нужно, обязательно нужно! Во-первых, это безопасность. Во-вторых, капиталистические страны хотят уничтожить нас как население вообще некачественными продуктами гмошными, чтобы у нас рождаемости не было, ... чтобы мы поумирали побыстрее, а они бы захватили наши все полезные ископаемые...» (мужчина, 45 лет); из геополитической вредности: «Я бы чисто из вредности запретила. Потому что нам все пакостят» (женщина, 41 год); из соображений пользы: «Обязательно нужно запретить! Это, во-первых, и нашу безопасность сохранит, и повысит занятость населения, безработица сократится. Два зайца убивается этим делом. У нас можно свои качественные продукты не хуже ихних производить...» (мужчина, 45 лет); или из чувства патриотизма: «Наши [продукт] как-то больше душу даже греет» (мужчина, 27 лет) и т.д.

Таким образом, в российской социологии дискуссии о методических решениях и качестве (опросных) данных сменили привычный для себя в 1990-е и 2000-е годы контекстуальный фрейм – сопоставления возможностей качественного и количественного подходов, экспериментирования с опросными формулировками, тестирования разных видов инструментария и пр., обретя взамен несколько избыточную электорально-политизированную направленность и явный акцент на необходимости жесткого контроля данных на послеполовом этапе для устранения фальсификаций, разработки рекомендаций по их недопущению в будущем и более корректной интерпретации выявленных особенностей поведения признаков. Статья ни в коем случае не претендует на значимые или глобальные обобщения – в ней представлена попытка зафиксировать, какие линии методических дискуссий сегодня затихли, какие, наоборот, набирают силу, но попадают в забавные ловушки забывчивости или гиперболизации возможностей «больших данных» и контроля поля, – все эти линии важно развивать в целях интеграции социологического знания и российского профессионального сообщества.

Библиографический список

Александр Чепуренко: Не стреляйте в социолога // <http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2014/11/27/ne-strelyajte-v-sociologa>.

Бабич Н.С., Батыков И. Достоверность социологических опросов потребителей: получение информации об ассоциациях марки с производителем и правообладателем // Теория и практика общественного развития. 2015. № 12.

Батыгин Г.С., Девятко И.Ф. Миф о «качественной социологии» // Социологический журнал. 1994. № 2.

Дискуссия о социологии // http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=311.

- Задорин И.В. Вторая репутационная смерть российской социологии. 2012 // <http://www.zircon.ru/publications/sotsiologiya-sotsiologii-professionalnoe-soobshchestvo/vtoraya-reputatsionnaya-smert-rossiyskoy-sotsiologii>.
- Исупова О.Г. Телефонное интервью: заметки организатора опроса // Социология: 4М. 1996. № 6.
- Климов И.А., Рогозин Д.М. Тестирование вопросов о доходе // Социальная реальность. 2006. № 11.
- Климова С.Г., Щербакова И.В. Опыт изучения территориального контекста гражданского участия // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 3.
- Клюшина Н.А. Причины, вызывающие отказ от ответа // Социологические исследования. 1990. № 1.
- Мануильская К.М., Преснякова Л.А. Как правильно задавать вопросы об изменениях цен? Методические особенности измерения инфляционных ожиданий // Телескоп. 2013. № 5.
- Мануфактура «Соцпох» // https://www.facebook.com/groups/socpoxh/?ref=nf_target&fref=nf.
- Маслова О. М. Мир интервьюера: по данным формализованного и свободного интервью // Социология: 4М. 2000. № 12.
- Мягков А.Ю. Использование экспертных оценок при диагностике неискренних ответов респондентов // Социологический журнал. 2002. № 3.
- Мягков А.Ю., Журавлева С.Л. Экспериментальная оценка качества данных в телефонных интервью // Социология: 4М. 2011. №32.
- Назарова И.Б. Качество опроса: факторы неответов // Социологические исследования. 1999. № 11.
- Необщественное мнение: Социолог Дмитрий Рогозин о необходимости аудита массовых опросов. 2016 // <http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/07/21/650004-neobschestvennoe-mnenie>.
- Орлов А.И. Статистические методы в российской социологии (тридцать лет спустя) // Социология: 4М. 2005. № 20.
- Рогозин Д.М., Картавец В.В., Галиева Н.И., Вьюговская Е.В. Методический аудит массового опроса. М., 2016.
- Сваффорд М.С., Косолапов М.С., Козырева П.М. Международные стандарты оценки качества социологических обследований // Мир России. 1999. Т. VIII. № 1-2.
- Спор о методах // Неприкосновенный запас. 2004. № 3.
- Татарова Г.Г. Интеграция методологического знания: миф или реальность? Материалы докладов и выступлений Всероссийского социологического конгресса «Глобализация и социальные изменения в современной России». М., 2007.
- Татарова Г.Г. Методологическая травма социолога. К вопросу интеграции знания // Социологические исследования. 2006. № 9.
- Толстова Ю.Н. Новые информационные технологии как фактор повышения эффективности социологического исследования // Математическое моделирование социальных процессов. Вып. 17. М., 2015.
- Erzerberger C., Prein G. Triangulation: Validity and empirically based hypothesis construction // Quality and Quantity. 1997. No 31.
- Green E.C. Can qualitative research produce reliable quantitative findings? // Field Methods. 2001. Vol. 13. No. 1.
- Jick T.D. Mixing qualitative and quantitative methods: Triangulation in action // J. Van Maanen (ed.) Qualitative Methods. Beverly Hills, 1983.
- Mayer-Schonberger V., Cukier K. Big Data: A Revolution that will Transform How We Live, Work and Think. L., 2013.

Morse J.M. Qualitative methods: The state of the art // *Qualitative Health Research*. 1999. Vol. 9. No. 3.

Patton M.Q. Two decades of developments in qualitative inquiry // *Qualitative Social Work*. 2002. Vol. 1. No 3.

Voils C.I., Sandelowski M., Barroso J., Hasselblad V. Making sense of qualitative and quantitative findings in mixed research synthesis studies // *Field Methods*. 2008. Vol. 20. No 3.

Вайсбург Александра Владимировна
Тверской государственный технический университет
Российская Федерация, Тверь
lassie1@inbox.ru

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ, ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РЕГИОНАХ (НА ПРИМЕРЕ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация. В статье рассмотрены основные проблемы при организации и проведении социологических исследований в регионах. Отсутствие крупных исследовательских центров, привлечение недобросовестных субподрядчиков, низкий уровень телефонизации в малых городах, сжатые сроки, негативно сказываются на качестве результатов исследований.

Ключевые слова: социологические исследования; заказчик; интервьюер; исследовательские центры

Vaisburg Alexandra
Tver state technical University
Russian Federation, Tver
lassie1@inbox.ru

ISSUES OF PREPARATION, ORGANIZATION AND CONDUCT APPLIED RESEARCH IN THE REGIONS (ON THE EXAMPLE OF TVER REGION)

Abstract. The article describes the main problems in organizing and conducting sociological research in the regions. The lack of large research centers, the involvement of unscrupulous subcontractors, the low level of telephones in small towns, tight deadlines, have a negative impact on the quality of research results.

Key words: sociological research; customer; interviewer and research centers

В настоящее время спрос на политические, маркетинговые, социальные и социологические исследования неизменно возрастает. За последние года наблюдается явная тенденция большей популяризации качественных методов исследований, появления «гибридных» методик. Хотя, конечно же, анкетирование все еще остается самым востребованным методом сегодня среди заказчиков.

В данной статье автор хотела бы остановиться на некоторых проблемах, которые на ее взгляд, возникают в большинстве российских регионов, конечно же, не считая крупные города и столицы. К сожалению, большинство классических положений, прописанных в учебниках по методике и технике социологических исследований, в процессе реальной работы по организации и проведению исследований не могут соблюдаться в силу возникновения различных препятствий и ограничений. Поэтому далее будут рассмотрены возникающие проблемы и препятствия в реальной практике подготовки, организации и проведения социологических исследований.

Наверняка достаточно понятной многим прикладным социологам проблемой сегодня является не понимание зачастую заказчиком, какую именно информацию он хочет

получить, как будет проводиться исследования, какие ресурсы для этого нужны и т.д. Естественно, при этом заказчики хотят максимум информации за минимальную цену. Не редко, даже просто за копейки. Особенно московские заказчики, приходящие в другие города и сотрудничающие с региональными центрами считают, что цены должны быть как минимум вдвое ниже, чем в Москве. Отсюда я нередко слышу удивленный возглас: «почему это столько стоит в Твери, это же провинция?». Тверские же заказчики, как правило, предъявляют достаточно упрощенные требования к аналитике результатов социологических исследований.

По данным электронных справочных ресурсов (типа <http://tver.spravker.ru> и <http://tver.obzorgoroda.su>) в Твери на сегодняшний момент насчитывается около 10-15 исследовательских центров, занимающихся организацией и проведением социологических и маркетинговых исследований. Имея неоднократный опыт работы с тверскими компаниями, могу сказать, что многие из них не имеют в штате постоянного специалиста-социолога, а обращаются по мере спроса на исследования к сторонним исследователям, привлекая их на нелегальной основе. Это во многом связано с нерегулярностью спроса на исследования, а также с самими специалистами-социологами. Имея за плечами 12-ти летний опыт работы преподавателем, с сожалением можно констатировать, что работать по профессии в г. Твери могут только единицы из-за отсутствия вакансий. При этом самый парадокс в том, что в исследовательские центры на немногочисленные вакансии «социологов» идут работать не выпускники с красными дипломами, не студенты, имеющие самый большой «полевой» опыт работы за годы учебы в вузе. Идут работать по профессии самые приспособляемые, активные, «живенькие» выпускники, которые могут выдержать авральные проекты, сжатые сроки, форс-мажорные обстоятельства и т.д.

Из-за отсутствия на Тверском рынке крупных исследовательских центров, обладающих достаточным штатом специалистов-социологов, интервьюеров т.д. складывается ситуация невозможности проведения крупномасштабных проектов. Большинство таких организаций работает на субподрядах (на организацию лишь «полевого» этапа исследования) у крупных столичных организаций. Отсюда главной целью исследования «на месте» становится лишь организация «чистого» поля любой ценой. При этом, как правило, заказчики ставят минимальные сроки проведения полевого этапа, из-за чего качество его организации очень сильно страдает. Интервьюеры набираются впопыхах, сам заказчик часто не успевает доработать нормально инструментарий, требует представить электронные базы с забитыми анкетами на следующее утро после проведения опроса. Нередко в практике работы автора происходило

так, что интервьюеры возвращались из «поля» поздно ночью, а к 8-00 утра надо было представить электронный массив анкет.

Современные студенты-социологи не готовы к такому авралу работы. Так как большинство из них обучаются на платной основе, то в дополнительных заработках они не нуждаются. Набрать интервьюеров из числа студентов-социологов у нас в Твери практически невозможно. Зарплаты по 2000-2500 рублей за день работы интервьюером их не привлекают. Многие же из тех, кто решил съездить «в поля» ради опыта, попросту не выдерживают психологической нагрузки, долгой дороги, работы в деревнях, плохих погодных условий, отказов от участия в исследовании в грубой форме и т.д.

Так как Тверская область является самой большой среди центральных областей России, то это диктует дополнительные проблемы при организации социологических исследований. Зачастую дорога до наиболее удаленных районов (Жарковский, Весьегонский, Западнодвинский и т.д.) занимает порядка 5-6 часов в одну сторону. При этом если необходимо охватить еще и сельское население данных районов, то собрать «поле» в таких районах за 1 день становится достаточно сложной задачей и интервьюеры возвращаются домой глубокой ночью. Особенно зимой, когда световой день особенно короткий. Оплата подобных выездов, конечно же, должна составлять больше, чем в близлежащие районы. Хотя заказчики не учитывают этого и оценивают стоимость 1 анкеты как в ближние, так и в дальние районы одинаково. Из-за размера области в исследованиях часто участвуют несколько субподрядчиков, которые, естественно, стремятся взять наиболее «выигрышные» по затратам на транспорт близлежащие районы. Поэтому распределение дальних районов всегда является затруднительным.

Опросы сельского населения вообще представляют отдельную проблему. Так как выборочная совокупность рассчитывается по данным всероссийской переписи населения, которая учитывает официальную регистрацию жителей. То в реальности, даже по идеально рассчитанной выборке, приезжая в отдаленные деревни днем физически невозможно найти молодое население и людей среднего возраста. Они или вообще уехали жить в города, либо трудоустроены там. При выборе же деревень для опросов следует учитывать, что части деревень, обозначенных на картах уже вообще нет, они вымерли.

При проведении контроля или телефонных опросов в Тверской области достаточно остро стоит проблема отсутствия должного уровня стационарной телефонизации в средних и малых городах (что абсолютно не понятно московским заказчикам). Среди сельского же населения достаточно низкий уровень и мобильной телефонизации, особенно у пожилых людей. Зачастую при проведении контроля анкеты сельского населения, содержащие только адрес без номера телефона, представители заказчика подвергают выбраковке.

Достаточно большие объемы частного сектора даже в средних и малых городах также затрудняют работу интервьюеров. Затрачивается большее количество времени на поиск респондентов, отсутствуют возможности доступа на участки, наблюдаются опасности в виде домашних животных и т.д.

Достаточно большая доля проводимых исследований сегодня проводится на политические тематики, особенно в преддверии выборов. Негативная реакция респондентов, отказы в участии, большие объемы анкеты, также создают дополнительные трудности при проведении исследований. Вообще в исследованиях любой тематики пренебрежение объемами анкеты разработчиком ведет только лишь к большей доле «дорисованных» анкет, которые практически невозможно выявить ни одним контролем.

Создают дополнительные трудности при организации социологических исследований и бюрократические проволочки. Площадки с электронными торгами недоступны для целого ряда исследовательских центров (низкий уровень информированности, отсутствие доступов к системам, неумение пользоваться ими и т.д.). Запросы о выставлении ценовых предложений по услуге на проведение социологических исследований в государственных учреждениях (типа вуза) зачастую доходят до конкретных исполнителей, когда для составления сметы исследования остается 1-2 дня. Понятно, что за такой короткий промежуток времени, при наличии учебной и прочей нагрузки достаточно качественно просчитать смету социологического исследования не представляется возможным. Даже когда уже переговоры с заказчиком проведены, и достигнут консенсус, подписание муниципального контракта или договора иногда занимает огромный период времени. Согласование бумаг с юридическими отделами обеих сторон, бесконечное внесение правок в формулировки, прохождение целого ряда инстанций для согласования договоров с государственными учреждениями «съедает» большой период времени от социологического исследования.

В целом, перечислив и разобрав целый ряд проблем при организации и проведении социологических исследований в регионах, хочется заметить, что их преодоление во многом возможно. Хотя в реальности достаточно часто организация исследований превращается в рутинную работу, отсутствует индивидуальный подход к заказчику и все исследования проводятся «по шаблону». Однако для решения большинства перечисленных проблем нужно только очень стараться, любить свою профессию и посвящать организации исследования достаточно много времени, которого всегда не хватает.

Василенко Людмила Александровна,
Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ
Российская Федерация, Москва,
vasilenkola@mail.ru

СОЦИОЛОГИЯ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ: ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ИССЛЕДОВАНИЙ

Аннотация. Рассматриваются различные виды социологических опросов, инновационные технологии онлайн исследований, встроенных в систему государственного управления, включающие самоорганизацию социологов в интернет-коммуникациях.

Ключевые слова: гражданское общество; Public Value Management; социологический флешмоб; вики-доклад; онлайн-опросы; сетевой «снежный ком»; Активный гражданин; петиции; «Российская общественная инициатива»; открытость; экспертные опросы в интернет; блогосфера

Vasilenko Liudmila
The Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration (RANEPА),
Russian Federation, Moscow
vasilenkola@mail.ru

THE CULTURE OF OPEN GOVERNANCE: FROM THE PARADIGM OF "NEW PUBLIC MANAGEMENT" TO THE PARADIGM OF "PUBLIC VALUE MANAGEMENT"

Abstract. This article discusses the different types of opinion polls, the innovative technology of online research, built-in system of governance, including the self-organization of sociologists in internet-communications.

Key words: Civil Society; Public Value Management; sociological flashmob; wiki-report; online surveys; network "snowball" Active citizen petition; "the Russian public initiative" openness; expert surveys on the Internet; the blogosphere

Применение социологических исследований в управленческой практике, их востребованность – одна из важнейших проблем социологии. Контекст открытости, публичности, участия граждан в процессах принятия управленческих решений, предлагаемый парадигмой New Public Management, реализуемой в нашей стране, позволяет реализовывать социологические исследования на новой информационно-технологической и социокультурной основе [Василенко Л.А., Макагонов П.П., 2001, с. 91–93]. Процесс реализации данных подходов в России продолжается третье десятилетие, но недовольство граждан качеством государственного управления, по данным социологических опросов не снижается [Василенко Л.А., Миронова Н.И., 2012]; [Василенко Л.А., Кашина М.А., 2015. С. 13–24]. Не получается в полной мере важнейшая составляющая реформирования – публичность (public), открытость, и подотчетность органов власти гражданскому обществу. Одна из причин заложена в расхождении ценностных основ и интересов разных социальных групп. Что определило перехода к новой парадигме – Public Value Management (менеджмент публичных ценностей) [Тюрин Д.В., 2014, с. 181].

Сложные процессы общественного развития актуализируют инновационные исследовательские механизмы, встроенные в канву социального управления. Одно из направлений – *интернет-опросы*, позволяющие получить обратную связь от большого числа респондентов с минимальными затратами. В прошлом проведение интернет-опросов осуществлялось рассылкой анкет по электронной почте, что требовало наличия баз данных адресов. Адреса часто собирались за счет взаимной пересылки анкет (своеобразный метод сетевого «снежного кома»). Обработка осуществлялась вручную, уровень проверки ошибок заполнения был невысокий. Анкеты в текстовом формате, размещаемые в группах новостей, интернет-форумах и телеконференциях (newgroups), позволяли проводить экспертные опросы тематических и референтных групп, упрощая формирование выборки, так как каждая группа имеет свой круг, о котором можно собрать характеристики. Сегодня этот инструмент применяется для привлечения групп респондентов на официальный сайт, где размещается в формате HTML стандартный более сложный Web-опросник, включающие страницы с личными данными, снабженный некоторым контролем заполнения вопросов.

Рождение самозагружающегося Web-опросника позволило автоматизировать обработку. Сегодня существует много Интернет-ресурсов, обеспечивающих технологическую поддержку социологических опросов, например, Anketolog.ru, Testograf.ru, Webanketa.ru, Surveymonkey.com, Survio.com. Более полно проведение анкетного онлайн-опроса автоматизируют системы Anketolog.ru, Testograf.ru и Survio.com, имеют возможность создать панель респондентов, реализовать их отбор по заданным параметрам. «В системах Anketolog.ru и Testograf.ru пользователь может выступать в качестве респондента и, заполняя анкеты, высказывать мнение по интересующим вопросам», Anketolog.ru, помимо отображения итоговой статистики в различных вариациях предоставляет дополнительные услуги, например, адаптацию анкеты заказчика, перевод анкет в электронный формат» [Подвесовский А.Г., и др., 2015, с. 247–257]. Развитие интернет-сервисов создает надежду на скорое появление полноценного сетевого ресурса, сочетающего в себе не только осуществление опроса, но и инструменты его анализа и интерпретации.

Существует новое направление развития систем массовых онлайн опросов населения, которые постепенно становятся компонентом официальных сайтов органов власти. На примере анализа сайтов города Москвы, мы находим использование социологического инструментария органами власти (данные Центра независимого мониторинга исполнения Указов Президента Российской Федерации «Народная экспертиза» Общероссийского народного фронта), (рис. 1, 2). Управленческий механизм, включающий простейший социологический инструментарий, являет портал «Активный гражданин» в Москве. Социологический опрос респондентов, желающих участвовать в принятии решений по вопросам «как

улучшить город и качество проживания граждан» в описании проекта на сайте назван референдумом в электронной форме. Задается, как правило, один вопрос, сопровождаемый автоматическим подсчетом и отображением результата. Если нужны другие вопросы, они вводятся поэтапно. Цель опроса – срез общественного мнения граждан, заинтересованных в развитии своей территории, предоставление возможности воспрепятствовать каким-либо решениям органов власти. Процедура простая – респонденты регистрируются на сайте «ag.mos.ru», для наиболее активных участников вводятся преференции – за каждое голосование начисляются баллы, за 1000 баллов присваивается статус «Активный гражданин» с возможностью обменять эти баллы на городские услуги – парковочные часы, посещение театров и т.п.

По данным на 11 июля 2016 г. в 1722 голосованиях приняло участие 1353021 участников, получено 50769350 мнений, внедрено 137 новинок. Только по одному вопросу посадки деревьев и кустарников в своих дворах проголосовало почти 70% участников (рис. 3). По итогам первого этапа голосования отобрано 1376 дворов для озеленения весной 2016 г. На втором этапе жители выбрали породы деревьев и кустарников. Наиболее популярными среди пород деревьев стали каштан (12,62%), ель (11,69%), береза (11,12%). Среди кустарников – сирень (30,27%), чубушник (14,36%), кизильник – 13,03%. По итогам квартала составляется рейтинг городских новаций. Во II квартале 2016 г. собрано 3,3 млн оценок москвичей по 45 нововведениям, средний балл – 4,67 (пятибалльная шкала).

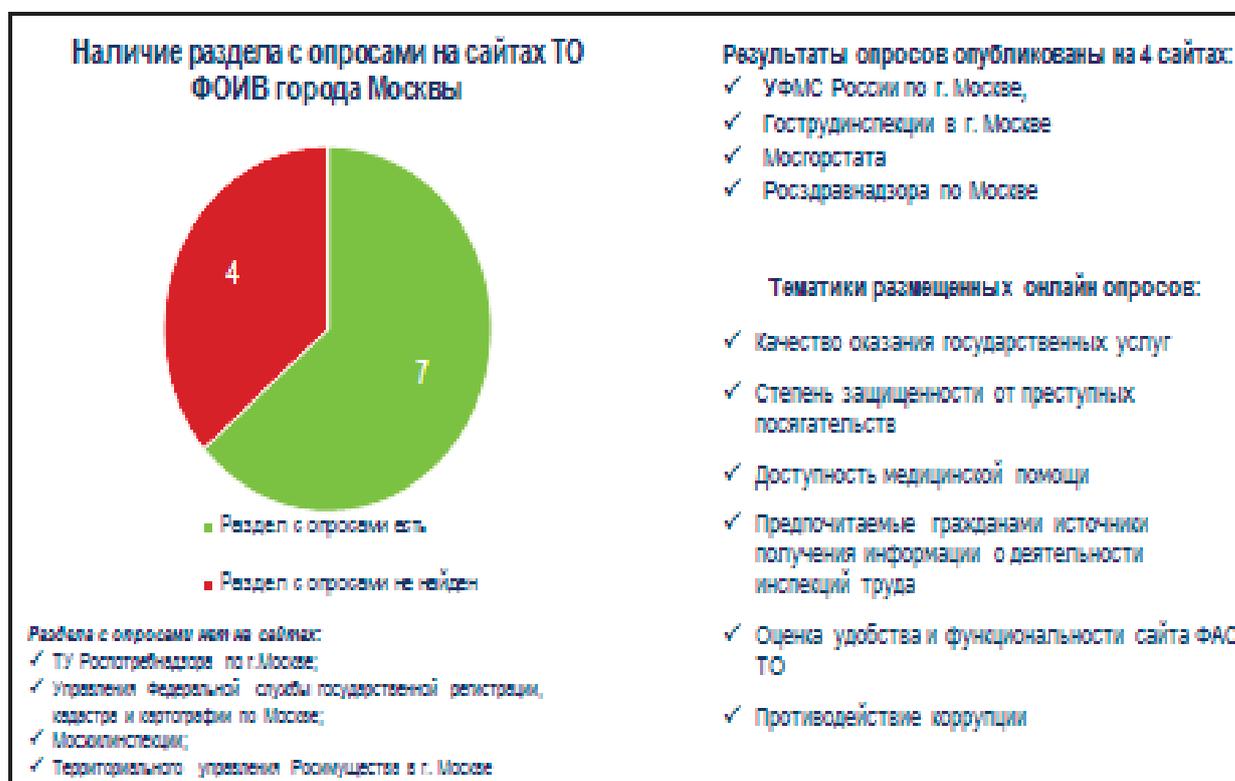


Рис. 1. Наличие раздела с опросами на 11 официальных сайтах федеральных органов исполнительной власти города Москвы.



Рис. 2. Наличие раздела с опросами на 126 официальных сайтах внутригородских муниципальных образований города Москвы.



Рис. 3. Инфографика по итогам реализации акции «Миллион деревьев» на сайте «Активный гражданин».

Обсуждение на Круглом столе «Информационная Москва: интернет-коммуникации между обществом и властью», организованном Рабочей группой «Общество и власть: прямой диалог» Регионального штаба Общероссийского общественного движения «Народный Фронт «За Россию» в г. Москве показало, что в целом ресурс

«имеет возможности для повышения прозрачности и открытости органов власти г. Москвы». Остро обсуждался вопрос реализации принципа открытости и прозрачности голосования, отсутствие инструмента проверки достоверности учета голосов граждан, принявших участие в голосовании, отсутствие независимой экспертизы, что «создает условия для коррупциогенных схем и решений органов власти г. Москвы, так как экспертные заключения, приводимые в поддержку тех или иных решений, пишутся по заказу мэрии, которая сама выбирает экспертов». В ответ Правительство Москвы сообщило, что на сайте каждый респондент может проверить правильность учета его голоса и в онлайн-режиме отслеживать общую динамику результатов голосования. В то же время Правительство города на конкурсной основе пригласило независимую фирму, которая провела аудит качества программного обеспечения, организации голосования и подтвердила прозрачность и невозможность подделки его результатов. Критике подверглась иерархическая система управления ресурсом, отсутствие возможности включения инициатив граждан-респондентов. Граждане не рассматриваются как партнеры, а власть использует ресурс для «легитимации заранее принятых администрацией города решений, создавая впечатление манипуляции общественным мнением». Правительство города, отстаивая свое право создавать удобный ресурс управления для проверки общественного мнения, отношения москвичей к выдвигаемым ими инициативам, ссылались на общероссийский ресурс «Российская общественная инициатива» для выдвижения встречных инициатив.

Другой способ встраивания онлайн-опроса в систему принятия управленческого решения на государственном уровне – *петиции*, на федеральном уровне создана система «Российская общественная инициатива» – коллективное обращение граждан в органы власти с предложением принять определенное решение или нормативный акт (как правило, с приложением проекта). Петиция содержит компонент электронного голосования в виде сбора подписей и возможностью сформулировать аргумент поддержки. Количество подписей граждан с указанием их местожительства (возможно, и других данных) отображается интерактивно [Василенко В.И. и др., 2015, с. 33]. Наличие большого числа подписей определяет уровень поддержки гражданского общества, обязывая орган власти, в чьей компетенции находится вопрос, рассмотреть его, хотя решение может быть отрицательным. Граждане, проголосовавшие в поддержку инициативы, получают сообщения о состоянии решения вопроса, поздравление и благодарность за активность, если вопрос решен положительно.

Общественными инициативами считаются предложения граждан России по вопросам социально-экономического развития страны, совершенствования государственного и муниципального управления. Каждая инициатива проходит предварительную экспертизу:

проверку на отсутствие нецензурных либо оскорбительных выражений, угроз жизни или здоровью граждан, призывов к осуществлению экстремистской деятельности; проверку на соответствие Конституции РФ, общепризнанным принципам и нормам международного права, в том числе в области прав, свобод и законных интересов граждан (ст. 6 Федерального конституционного закона от 28 июня 2004 г. N 5-ФКЗ “О референдуме”); проверку на наличие описания проблемы, вариантов решения проблемы, обоснованности этих вариантов. На ресурсе доступен поиск, которым можно воспользоваться для того, чтобы перед вводом новой инициативы поискать аналоги по заданной теме. Инициатива рассматривается экспертным советом, решения которого открыто для граждан. Электронная форма подачи петиций создала возможности для поддержки гражданами РФ инициатив федерального уровня, независимо от места их проживания. Позитивные примеры реализации инициатив можно проанализировать на сайте <https://www.roi.ru/>. Данная информация является ценным информационным источником социологической информации.

Особенность механизма – отсутствие анонимности, доступ к голосованию требует авторизации пользователей. Чтобы подать инициативу или голосовать за уже внесенную, необходимо: быть гражданином России старше 18 лет; иметь доступ к компьютеру, подключенному к Интернету и быть зарегистрированным на портале госуслуг (www.gosuslugi.ru). Интернет-ресурс функционирует с применением единой системы авторизации и аутентификации: один человек – один голос. Для поддержки инициативы на федеральном уровне и в субъектах России численностью населения более 2 млн необходимо набрать не менее ста тыс голосов в поддержку инициативы, а на региональном и муниципальном – не менее 5% от численности зарегистрированного населения. Функционирование такого инструмента требует закрепления обязанностей по рассмотрению петиций в каждом органе государственной власти за конкретными коллегиальными структурами (экспертными советами). Их состав может быть закреплен соответствующим решением органа власти и опубликован на официальном сайте. Согласно нормативным требованиям, органы государственной власти обязаны рассматривать инициативы граждан (Указ Президента Российской Федерации от 4 марта 2013 года №183 «О рассмотрении общественных инициатив, направленных гражданами Российской Федерации с использованием интернет-ресурса «Российская общественная инициатива»). На уровне субъектов Федерации принимаются аналогичные нормы, например, см. ч. 1 ст. 54 Устава (Основного закона) Томской области, принятого решением Томской областной Думы от 26 июля 1995 г. №136. Определено право законодательной инициативы граждан в форме петиций – гражданской законодательной инициативы населения области путем внесения ее в Думу от имени не менее чем одного процента от числа граждан, обладающих активным избира-

тельным правом. Петиции содержат предложения о принятии, изменении, признании утратившим силу или отмене закона или проекта закона Томской области. [Василенко В.И. и др., 2015, с. 34].

Интересна технология проведения социологических опросов – *социологический флэшмоб*. Появился феномен флэшмоба в начале нашего века. Этимология термина проста: «flash» (англ) – миг, вспышка и «mob» (англ) – толпа, что означает «мгновенная толпа». Первоначально данное явление представлено научному сообществу в 2002 г. в работе американского социолога Говарда Рейнгольда. Он использует понятие *smart mob* (англ.— умная толпа), понимая под ним «своеобразную форму самоструктурирующейся социальной организации с использования коммуникационных технологий» [Рейнгольд Г., 2006]. Суть флэшмоба в том, что «незнакомые люди, используя Интернет и мобильную связь, договариваются о встрече в определенном месте и о сценарии проведения кратковременной акции. Не общаясь друг с другом, собравшиеся одновременно выполняют заранее оговоренное нестандартное действие, например, хлопают в ладоши, танцуют, надувают разноцветные шарики и т.п., а затем мгновенно расходятся» [Василенко Л.А., 2008, с. 457]. В частности, сценарий социологического флэшмоба построен на массовом социологическом действии. А феномен флэшмоба, спонтанно рожденный как культурная массовая акция, является привлекательной формой социологической активности в условиях недостатка средств на проведение масштабных социологических исследований.

Рассмотрим первый опыт проведения социологического флэшмоба в России (пример не является единственным). Публичная акция профессиональных социологов – социологический флэшмоб, был проведен в формате одновременного разового массового интервью в разных частях страны 25 – 30 сентября 2014 г. Идея акции принадлежит Игорю Задорину в рамках проекта «Открытое мнение» с поддержкой исследовательской группы ЦИРКОН с целью привлечь внимание общества к проблемам учительской профессии. Он писал, что цель акции – «сделать результаты исследований и анализа предметом общественной дискуссии. ...Ключевым ресурсом в данном случае будет являться не финансовое обеспечение исследования, а профессиональный интерес и активная социальная позиция коллег-исследователей и профессионалов-смежников» [Задорин И., 2014]. Акция привлекла внимание 280 социологов, их рекрутинг осуществлялся через почтовые рассылки по базам данных исследовательских компаний «Социологос» и «РИК», исследовательских ассоциаций (СОПСО, СПАС, Группа 7/89»), обращений в социальных сетях, личных обращений к социологам и публикации информации о проекте на сайтах Социологос.ру, Research&Trends, Педсовет.орг, Агентства социальной информации и др. Желающие участники регистрировались через Google-форму или e-mail, ука-

зав ФИО, представляемую организацию, населенный пункт и координаты для связи. Инструментарий опроса формировался коллективно, подготовлена анкета-гайд интервью с шестью вопросами, сценарий его проведения и поздравительная открытка ко Дню учителя. Законспектированные анкеты интервью передавались для обработки через Google-форму или высылались на e-mail организаторов (куда отправлялись аудиозаписи). Участники в рамках акции провели 257 интервью в 40 регионах страны. Сеть региональных партнеров ЦИРКОН при поддержке Фонда «Национальные ресурсы образования» в период с 1 по 7 октября 2014 г. провели дополнительно еще 94 интервью из неохваченных флешмобом семи регионов РФ. Полная выборка – 351 респондент в 47 регионах страны. Обработка анкет осуществлялась рабочей группой совместно с сотрудниками группы ЦИРКОН [Российский учитель, 2014].

Подводя итог, отметим, что в результате апробирован не только инновационный метод проведения массовых опросов, но и технология согласования ценностей и позиций профессионального сообщества социологов, т.е. реализована в какой-то мере идея Ю. Хабермаса о гражданском обществе «как сфере интеракции и коммуникации автономных и свободно самоопределяющихся индивидов, ...формирующихся спонтанно и на добровольных началах. Именно здесь формируются мнения, идеалы, ценности и ориентации» [Хабермасс Ю., 1995, С.142]. «Если рассматривать участников политических флешмобов как смарт-толпу, то созданный в недрах этой «умной толпы» потенциал для рациональной коммуникации, основанной на принципах равного и свободного взаимодействия, и есть тот социальный капитал, который служит основой развития гражданского общества, каким оно выглядит в рамках хабермасовской концепции» [Юхно И. В., 2014].

Что не удалось? Не достигнута в полной мере цель «сделать результаты исследований и анализа предметом общественной дискуссии», развернутой дискуссии не получилось, что, кстати, происходит практически с любым социологическим исследованием – оно не становится предметом массового обсуждения, социологическая наука не рассматривает это как вид научной деятельности, хотя научная составляющая здесь есть, например, необходимо совершенствовать методологическую основу сценариев проведения, методы согласования позиций социологов, участвующих в акциях, а также согласования позиций участников принятия последующих управленческих решений, т.е. учиться встраивать технологию в систему социального управления, предварять акции необходимой подготовкой, используя социальный капитал, формировать политический и управленческий контекст, применять полученные результаты социологических исследований в управленческой практике. Но мы пока с социальными медиа работаем робко.

Блогосфера и социальные медиа являются кладезью социологической информации.

Опыт их исследования стал обширным. В 2012 г. защищена диссертация «Управленческие взаимодействия в социоинформационной блогосфере» [Шамыкина В.М., 2012], комплексный подход к исследованию блогосферы представлен в работе Л.А. Василенко, начиная с формирования подходов к комплектованию информационной базы, на основе сервисных возможностей блого-среды (данных интернет-статистики частоты посещений блогов постоянных пользователей и гостей, уровня их активности в комментариях, анализа тематики общения), выявляя зоны активности, привлекающие наибольшее число участников и оценивая социальную базу исследования. На втором этапе сосредоточивается внимание на разработке инструментария и сборе социологических данных [Василенко Л.А., 2012, с. 47]. Анализ 39 блогов губернаторов в 2014 г. показывает, что в среднем число их активных участников составляет 8,85. Для комментирования открыто 27 % блогов, 22 % имеет ответы на комментарии, 19 % – четко выраженную позитивную направленность, 20 % имеет сильно выраженное модерирование. [Василенко В.И., Василенко Л.А., 2014, с. 10]. Исследование блогов Волгоградской области [Ефимов Е.Г., 2014, С. 231] показало, что «пользователи блогов образуют особую группу, отличающуюся политической активностью и пользующуюся вниманием руководителей высокого уровня. Встречи с блоггерами стали неотъемлемой частью PR-компаний руководителей». На основе контент-анализа заголовков постов, автор делает вывод о некоторой политизации блогосферы, в центре внимания которой «находятся прежде всего события, связанные с деятельностью властей, а сама блогосфера выступает «инструментом критического осмысления политической реальности». В исследовании «Информационные и медийные предпочтения населения Белгородской области» (октябрь 2012 г.) делается вывод «Социальные сети и блоги – наиболее востребованный вид интернет ресурсов. Основные барьеры на пути дальнейшей экспансии Интернета в жизненное пространство граждан имеют уже не инфраструктурный, а компетентностный и социокультурный характер» [Реутов Е.В., Тришина Т.В., 2015. С. 140]. Социологические исследования коммуникаций демонстрируют сохранение высокого уровня недоверия к органам власти [Шилова В.А., 2015]; [Никовская Л.И., Якимец В.Н., 2015. С. 438 – 449].

Автор видит перспективным методическим подходом к анализу вторичных социологических данных *коллективный аналитический инструмент «Вики-доклады»*, соединяющий креативных социологов, имеющих собственные эмпирические данные по общей или близкой тематике. Идея пока не апробирована. Основная цель – создать прецедент публичного коллективного доклада инициативной группы научной общественности – аналитический документ о состоянии и перспективах развития выбранной области исследований. Использование вики-технологии дает основание называть такой документ Вики-

докладом. Условие включения в состав участников – наличие собственной эмпирической базы проведенных исследований и ее предоставление в совместное пользование коллективу авторов. Порядок подготовки доклада определяется коллегиально. Обсуждаются цели, задачи, предмет, объект, структура с возможным определением (или самоопределением) авторов, принципы работы, сетевой график, включая сбор информации, формирование общей комплексной информационной базы данных, первоисточников и их изучение. Доступ к первоисточникам и массивам данных для участников инициативной группы предоставляется на взаимной основе путем пересылки файлов или предоставления доступа по паролю к соответствующему интернет-ресурсу. Представляется обязательным обоснование достоверности приведенных данных и корректность их интерпретации, формулирование и обоснование выводов и рекомендаций, что должно отслеживаться всеми авторами. В составе правил совместной деятельности может быть обсуждение содержания, согласованное внесение изменений и дополнений, выбор редакционной группы, утверждение итогового текста и представление его общественности.

Вики-технология позволяет сочетать коллективную работу над общей темой, интегрировать результаты нескольких социологических исследований и осуществлять коллективное их сопоставление, используя исследовательский потенциал, опыт, авторские позиции в сочетании со свободой выражения мнений и позиций на основе культуры открытой дискуссии. Близкую технологию являет нам общественная подготовка Отчета Сбербанка о корпоративной социальной ответственности за 2012 г.: «Процесс создания отчета также важен, как и сам отчет, так как он позволяет объединить усилия самых разных людей вокруг идей, которые важны для банка. ...Как и в прошлом году, мы приглашаем к участию: экспертов в области КСО, представителей НКО, экономистов, специалистов в области международных экономических отношений, бизнес-консультантов, и, конечно, всех клиентов и сотрудников Сбербанка». В процессе подготовки документа использовалась не дешевая коммуникативная среда на основе вики-технологии, а технологически более емкая краудсорсинговая площадка.

Подводя итоги экскурсу инновационных технологий социологических исследований, отметим важное перспективное – использование профессиональными социологами открытых данных органов власти в рамках проекта «Открытое правительство», что сегодня не заслуженно недооценивается профессиональным социологическим сообществом.

Библиографический список

Василенко В.И., Василенко Л.А., Казанцева О.А., Тарасова Е.В. Модели диалога власти и общества в интернет-коммуникациях. М 2015. 112 с.

Василенко В.И., Василенко Л.А. Инновационные модели диалога власти и общества в интернет-коммуникациях: совместный поиск путей развития // Имидж в стратегии инновационного развития регионов России. Всероссийская научно-практическая конференция «Имидж в стратегии инновационного развития регионов России» 19–21 июня 2014 г./ отв. Ред. Ю.А. Дроздова, А.А. Огарков. – Волгоград: Издательство ФГБОУ ВПО РАНХиГС, 2014. С. 7–11.

Василенко Л.А. Интернет в информатизации государственной службы России (социологические аспекты). М.: Изд-во НАУКА, 2008. 570 с.

Василенко Л.А. Особенности применения гибких методов проведения социологических исследований и возможностей их интерпретации // Современная социология — современной России: Сборник статей памяти А. О. Крыштановского. Электронный ресурс / НИУ ВШЭ; РОС; СоПСо. — М.: НИУ ВШЭ, 2012. С. 46–62.

Василенко Л.А., Макагонов П.П. Становление новой парадигмы административно-го управления в США в 90-х годах: уроки для России//Государственная служба России: проблемы становления и развития. -М., 2001. С. 80 -90.

Ефимов Е.Г. Социальные сети как ресурс формирования регионального имиджа // Имидж в стратегии инновационного развития регионов России. Всероссийская научно-практическая конференция «Имидж в стратегии инновационного развития регионов России» 19–21 июня 2014 г. / отв. Ред. Ю.А. Дроздова, А.А. Огарков. – Волгоград: Издательство ФГБОУ ВПО РАНХиГС, 2014. С. 229 – 232.

Задорин И. Социологический флешмоб. Идея. Сентябрь 2014. Электронный ресурс. <https://www.facebook.com/groups/289593911076225/permalink/720599751308970/>. (Время доступа 11.07.2016).

Никовская Л.И., Якимец В.Н. О формировании и отстаивании общественных интересов в России: от «административной» к партнерской модели // ПОЛИС, 2015, С 49 – 63.

Подвесовский А.Г., Бабурин А.Н., Попырко В.А., Степанищев А.Ф. Обзор и сравнительный анализ функциональных возможностей Интернет-ресурсов поддержки проведения социологических опросов в режиме онлайн // Актуальные проблемы социально-гуманитарных исследований в экономике и управлении: материалы II Международной научно-практической конференции профессорско- преподавательского состава, магистров и студентов факультета экономики и управления (10 декабря 2015 г., г.Брянск) / под ред. Е.И. Сорокиной, Е.А. Дергачевой: в 2 т. – Брянск: БГТУ, 2015. – Т.1. – 373 с.

Рейнгольд Г. Умная толпа: Новая социальная революция / Г. Рейнгольд. – М. : Фаир-пресс, 2006. – 416 с.

Реутов Е.В., Тришина Т.В. Интернет-практики и информационные предпочтения населения // Социологические исследования. 2015. № 4. С. 140 – 148.

Российский учитель: 5 вопросов о жизни и профессии. Материалы социологического флешмоба Итоговые результаты первого социологического флешмоба. 2014. Электронный ресурс . (URL <http://www.sociologos.ru>). (Время доступа 11/07/2016).

Тюрин Д.В. Эволюция нового государственного управления: логика эффективности, результативности и менеджмента публичных ценностей // Теория и практика общественного развития. 2014. № 5. С. 179 – 181.

Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность. Московские лекции и интервью. Лекция третья. Наследие французской революции. М.: Институт философии РАН. АО «КАМИ», 1995.

Шамыкина В.М. Управленческие взаимодействия в социоинформационной блогосфере. Дисс. канд. социол.наук. М., 2012.

Шилова В.А. Коммуникативное поле управления: теория, методология, практика. М.: Лотос, 2015. 204 с.

Южно И.В. Флешмоб как современная стратегия политического участия// SCI-ARTICLE.RU. 2014. № 13.

Пузанова Жанна Васильевна
Российский университет дружбы народов
Российская Федерация, Москва
puzanova_zhv@pfur.ru

ПРОЕКТИВНЫЕ МЕТОДИКИ В СОЦИОЛОГИИ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ

Аннотация. В статье анализируются возможности применения различных проективных техник для повышения достоверности информации, получаемой от респондента, в эмпирических социологических исследованиях. Рассматриваются различные виды проективных вопросов, их возможности и ограничения, области применения, а также условия повышения эффективности в социологических исследованиях для снижения доли неискренних ответов и повышения субъективной анонимности респондентов.

Ключевые слова: массовые опросы; опросный метод; достоверность информации; проективные вопросы; метод проекции

Puzanova Zhanna Vasilyevna
Peoples' friendship university of Russia
Russian Federation, Moscow
puzanova_zhv@pfur.ru

PROJECTIVE TECHNIQUES IN SOCIOLOGY: OPPORTUNITIES AND PROSPECTS OF APPLICATION

Abstract. The article analyzes possibilities of applying different projective techniques to improve truthfulness of the information received from the respondent in empirical sociological research. Different types of projective questions, their possibilities and limitations, scope are considered in the article. Also underlines conditions of increase efficiency in sociological research to reduce a number of insincere responses and improve subjective anonymity of respondents.

Key words: mass surveys; the questionnaire method; the accuracy of the information; projective questions; projection method

Особенностью исследований, опирающихся на опросные методы, является то, что основным, а зачастую и единственным источником информации для социолога выступают ответы респондентов (вербальные сообщения). Качество и достоверность итоговых данных во многом зависит от искренности респондентов, правдивости их ответов. Хотя, справедливости ради надо отметить, что не только от этого: в данной статье мы оставляем за скобками вопросы концепции исследования, организации сбора информации и т.п., и заостряем внимание на проблемах достоверности данных полученных от респондента в процессе коммуникации в рамках исследования. Справедливости ради надо отметить, что проблема «искренности» респондента обсуждалась неоднократно, но готовых рецептов раз и навсегда здесь предложенных нет и быть не может. В общей формулировке все предложенные варианты сводятся к одной интенции: необходимо создание условий для

того, чтобы респондент чувствовал себя комфортно, однозначно понимал вопрос и был готов поделиться с исследователем ответом на него, соответственно при условии, что он у него есть. Ситуации создания условий для появления новой информации у респондента, формирования у него мнения или создания хотя бы предпосылок для восприятия или формирования этого мнения безусловно имеют место быть в современной практике социальных исследований (например, технологии обогащенного общественного мнения, эмерджентных вопросов, полит-технологий), но в данном случае мы рассматриваем опросы как метод сбора информации, а не инструмент создания/ формирования ее.

Опасность искажения информации в рамках опросных технологий редко принимается во внимание исследователями. Особенно это характерно для исследователей, использующих различные виды интервью в качественной парадигме, где интимность и эмоциональность коммуникации – залог искренности ответов, предпосылка для начала работы, без которой двигаться дальше не имеет смысла. Между тем практика массовых опросов показывает, что социологам часто приходится иметь дело с неискренними ответами, отказом от ответов, пропусками и т.п., доля которых в итоговом массиве может быть высока. Причем, в исследованиях на эмоционально-нейтральные темы таких проблем гораздо меньше, чем в исследованиях на деликатные, сенситивные [Мягков, 2002, с. 57-58], а также в ответах на вопросы, понимаемые неоднозначно, сложные для респондента, или ответов на которые у него просто нет.

Поэтому одной из главных задач социолога является необходимость снизить риск появления недостоверных, неискренних ответов (мы намерено не используем слово «ложных») именно на ранних этапах исследования, т.е. на стадии разработки и апробации инструментария. Одно из главных средств здесь – умелое использование различных вопросных техник, варьирование формулировки и формы вопроса, а также использование разнообразных приемов «перекрестного контроля», «проекции» и «рутинизации» и др. [Obligacion F.R., 1994, p. 31]

Группа проективных методик только получает сейчас свое развитие и признание за пределами психологии – в социологии, маркетинге, менеджменте, рекламе. Изначально проективный метод, понимаемый как один из методов исследования личности «основан на выявлении проекций в данных эксперимента с последующей интерпретацией. Проективный метод характеризуется созданием экспериментальной ситуации, допускающей множественность возможных интерпретаций при восприятии ее испытуемыми. За каждой такой интерпретацией вырисовывается уникальная система личностных смыслов и особенностей когнитивного стиля субъекта» [Психологический словарь, 1990]. Судьба понятия «проекция» представляет немалый интерес и поучительна

в том смысле, что в разных трактовках этого понятия отразилась свойственная психологии неоднозначность понимания даже ее важнейших категорий и понятий. Эволюция понятия проекции, становление проективного подхода проходило через непонимание и идеологические запреты: от понятия «проекции» как психологического феномена (у З. Фрейда) до современной проективной психодиагностики.

Определяя специфику проективного подхода, Л. Франк писал о том, что это прием исследования личности, с помощью которого испытуемого помещают в ситуацию, реакцию на которую зависит от значения для него этой ситуации, от его мыслей и чувств. А стимул приобретает смысл не просто в силу его объективного содержания, а прежде всего в связи с личностным значением, которое придает ему испытуемый.

Общими для всех проективных методик являются следующие признаки: неопределенность, неоднозначность используемых стимулов; отсутствие ограничений в выборе ответа; отсутствие оценки ответов испытуемых как «правильных» и «ошибочных». И именно это имеет немаловажное значение для работы в рамках опросных методов социолога на сложные, деликатные, сензитивные вопросы, к примеру. Л. Франк первым разработал классификацию проективных методик, которая несмотря на множество других, с незначительными изменениями и дополнениями, предложенными позднее, является сегодня наиболее полно характеризующей проективную технику:

Конститутивные методики (когда испытуемому предлагается аморфный материал, которому он должен придать смысл. Например, классический пример – методика Роршаха, пользующаяся популярностью до сегодняшних дней. Предполагается, что в процессе интерпретации изображений, придания им смысла испытуемый проецирует свои внутренние установки, стремления и ожидания на стимульный материал.

Конструктивные методики (когда испытуемому предлагаются отдельные детали: фигурки людей, животных, строения и прочее, из которых нужно создать осмысленное целое и объяснить его. Таким образом испытуемым конструируется «малый мир», а по множеству его особенностей делается заключение о его личности).

Интерпретативные методики (в этом случае испытуемому необходимо истолковать, интерпретировать какое-либо событие, ситуацию. Наиболее яркий пример такой методики – ТАТ (тест тематической апперцепции). В ходе исследования испытуемым составляется небольшой рассказ, в котором необходимо указать, что привело к изображенной ситуации, что происходит в настоящее время, о чем думают, что чувствуют действующие лица, чем эта ситуация завершится. Предполагается, что испытуемый идентифицирует себя с «героем» рассказа, что дает возможность раскрытия внутреннего мира обследуемого, его чувств, интересов и побуждений).

Катартические (испытуемому предлагается осуществление игровой деятельности в особо организованных условиях, например, психодрама. В результате добиваются терапевтического эффекта, обнаруживается возможность выносимые во вне конфликты, проблемы и т.п.)

Рефрактивные (диагностирование проводится по произвольным изменениям коммуникации - речи, почерке (описки, оговорки), на основании чего делается вывод о личностных особенностях, скрытых мотивах).

Экспрессивные (рисунок на свободную или заданную тему (например, методика «дом-дерево-человек»), по которому делаются выводы об аффективной сфере личности, уровне психосексуального развития и других особенностях).

Импрессионные (проективные методики основываются на изучении результатов выбора стимулов из ряда предложенных, например, тест Люшера. Психологическая интерпретация исходит из символического значения цвета).

Аддитивные (от испытуемого требуется завершение имеющего начало предложения, рассказа или истории. Например, предлагается серия незаконченных предложений типа: «Будущее кажется мне...», «Думаю, что настоящий друг...» и т.п. Эти методики предназначены для диагностики разнообразных личностных переменных — от мотивов тех или иных поступков до отношения к сложным психологическим вопросам).

Справедливости ради, нужно сказать и о том, что использование понятия проекции для обозначения этих методик у некоторых известных психологов вызывает возражения. Например, Р. Кэттелл предпочитает называть их «тестами ошибочного восприятия». Л. Беллак пишет об «апперцептивном искажении». Однако попытки заменить название этой группы методик не увенчались успехом, и большинство исследователей принимает их исторически сложившееся обозначение как проективных.

Как мы уже отмечали, у исследователя велика вероятность получить ложную информацию в ситуациях опроса на темы деликатные, неоднозначные, «неоформленные в сознании». И формулировка вопроса «в лоб» - не всегда самый простой вариант поиска ответа на исследовательские вопросы. Достаточно часто реальное положение вещей не осознается человеком, так как скрывается от его сознания с помощью психологической защиты. «Психологическая защита — специальная регулятивная система стабилизации личности, направленная на устранение или сведение до минимума чувства тревоги, связанного с осознанием конфликта. Функцией психологической защиты является «ограждение» сферы сознания от негативных, травмирующих личность переживаний» [Психологический словарь, 1990].

Основополагающим принципом для объяснения и анализа феномена проецирования, на наш взгляд, является представление об активности процесса восприятия, его личностном характере. Проективные методики основаны на том, что человек склонен проецировать, то есть переносить свой жизненный опыт и представления о чем-либо на действия других людей (на вымышленные ситуации, персонажей и т. п.) для того, чтобы объяснить эти действия.

С этой точки зрения, представим те проективные методики, которые уже применяются или могут быть эффективно применены в рамках исследовательской практики с использованием опросных технологий.

Во-первых, достаточно большой класс *ассоциативных методик*, основанных на том, что респондентов просят сказать, написать или выбрать из предложенных вариантов то, что у них ассоциируется с исследуемым предметом. Существуют различные варианты ассоциативных методик: словесные, персонификация, ассоциации на визуальные стимулы и т.д. Ассоциации могут применяться при изучении представлений, отношений, идентификаций, самоидентификаций, имиджа, а также в маркетинге для выявления отношения респондентов к определенной марке, группе товаров, рекламе и т.д. Примером использования в социологии подобных методик может служить тест «Кто Я?» (или как он еще называется «двадцати Я»), для изучения самоидентификации [Татарова, 1999] или идентификации [Пузанова, 2013]. Несмотря на довольно длительную историю применения теста «Кто Я?», он не получил широкого применения в социологических исследованиях. Тем не менее, очевидны неоспоримые методические преимущества этой методики, к которым можно отнести простоту, доступность, оперативность. Его применение в социологии вполне оправдано тем, что процесс самоопределения личности практически неотделим от социального окружения, и именно социальное окружение оказывает влияние на формирование самооценки, самоопределения индивида, его интеракций, а следовательно, и его социальной идентичности. С точки зрения разнообразия методик, наряду со словесными ассоциациями, можно упомянуть *персонификацию* — вербальную или невербальную (с использованием портретов). Она используется также для выяснения особенностей имиджа лидера, партии, компании, организации, представлений, сложившихся у респондентов, в рекламе – для выяснения типажа постоянного потребителя исследуемой марки (например, при подборе актеров для рекламы). Респондентов также могут просить выбрать те картинки и слова, которые ассоциируются у них с исследуемым явлением, предметом, феноменом, рекламой, маркой – работа со словами и изображениями (например, провести *визуализацию*).

Ассоциативные связи устанавливаются в процессе приобретения субъективного опыта, опыта истории деятельности, в которые человек был включен или субъектом которых являлся, а также обуславливаются культурным контекстом и индивидуальным опытом. Ассоциативный эксперимент служит одним из первых проективных методов. З. Фрейд и его последователи предполагали, что неконтролируемые ассоциации являются символической или иногда даже прямой проекцией внутреннего, часто неосознаваемого содержания сознания. Это позволяло ему использовать ассоциативный эксперимент для выявления и описания аффективных комплексов. В контексте такого понимания ассоциаций все проективные методики могут быть классифицированы как разновидность ассоциативного эксперимента. В классическом варианте метода свободных ассоциаций от испытуемого требуется в ответ на предъявленное слово (стимул) как можно быстрее проговаривать первые пришедшие на ум слова (реакции). Любая необычная реакция (пауза, смех, бормотание, жалобы, объяснения ненужности или неуместности реакции, поведенческие и вегетативные проявления и т.п.) свидетельствует о проявлении психологических защит (описанный Фрейдом механизм сопротивления) и, соответственно, о связи данной реакции с аффективным комплексом. Совокупность таких реакций может помочь исследователю (психологу) описать связанный с ними аффективный комплекс. Можно отметить, что сами «ассоциативные нормы» довольно быстро (по сравнению со значением слов) изменяются, так как на них влияют изменения культуры, технологии, мода и ведущие темы СМИ. Важнейшим преимуществом ассоциативного эксперимента являются простота его проведения, доступность большинству групп испытуемых, свободная направленность. В социологии скорее может быть использован направленный ассоциативный эксперимент. Он применяется для изучения ассоциативных связей испытуемого в какой-либо определенной области в соответствии с инструкцией экспериментатора. Это может быть подбор слов-синонимов или антонимов, родовидовых или других связей, наконец, просто ассоциирование на ключевое слово или на заданную тему.

Второй класс проективных методик, на которых стоит остановиться с точки зрения перспективы их использования в социологических исследованиях с использованием опросных технологий, это *методики на завершение задания*. Суть их заключается в том, что респондентов просят закончить незавершенные стимулы, например, незаконченные предложения, рисунки и т.д. Примерами методик на завершение задания могут служить неоконченные предложения, незавершенные рисунки и т.д. Метод неоконченных предложений применялся нами для изучения проблемы одиночества [Пузанова, 2004], изучения образа террориста [Пузанова, 2015]. Методика стала популярна сейчас и в

разнообразных исследованиях в маркетинге, там она может иметь некоторые интерпретации, например, респонденту предлагается самому дописать предложение или выбрать из нескольких предложенных вариантов. *Незавершенные рисунки* также имеет различные модификации. Например, для выяснения представления респондентов о портрете потребителя исследуемого продукта, их просят дорисовать определенные детали на портрете человека, выражение лица, аксессуар и т.д.

Метод неоконченных предложений относится к классу проективных методик. Ими снимается противопоставление интеллектуальных и личностных тестов как относящихся к разным «измерениям» личности; становятся доступными для изучения бессознательные переживания человека. Особенность проективных методик заключается в том, что они косвенно воздействуют на важнейшие переживания индивида и вызывают соответствующую реакцию. В методе неоконченных предложений реализуется целостный подход к изучению личности как сплаву аффектов и интеллекта. Трудности в работе с проективными методиками заключаются в сложности выбора эмпирических индикаторов для количественных подсчетов, в отсутствии простых и валидных критериев для проверки надежности и качества исследования. Встает и теоретическая проблема разработки обоснованной и непротиворечивой системы категорий, которая могла быть положена в основу проективной методики. Аспекты «Я-образа» - это знание о себе и отношение к себе [Бодалев, 1987]. Эти части «Я-образа» могут быть осознаваемыми и неосознаваемыми, что влечет за собой методологические проблемы. Чтобы повысить достоверность, нужно отобрать наиболее универсальные и общезначимые параметры, категории образа. Метод неоконченных предложений относится к классу «мягких» методов социологии, которые характеризуются отсутствием четкости, структурированности, определенности в гипотезах. Поэтому необходима стратегия при работе с эмпирическим материалом, направленная от частного к общему. Данный метод применяется для изучения представлений о личных проблемах человека, социальной структуре общества и стратегии жизненного успеха, для исследования субъективных переживаний, ожиданий, патологических состояний личности, а также проблем межличностного восприятия и взаимодействия. При использовании метода неоконченных предложений как проективной методики невозможно полностью стандартизировать процедуру получения и обработки результатов, исключить влияние исследователя. Но в сочетании с другими методами он помогает выявить неучтенные в стандартной процедуре явления.

И наконец, **конструирующие методики** заставляют респондентов создать (вербально или невербально) что-либо: коллаж на определенную тему или какую-нибудь ситуацию. Среди методик, относящихся к этой группе можно отметить

модифицированный ТАТ (Тематический Апперцепционный Тест), Баблз (Bubble drawing), коллаж, проективные вопросы и т.д.

Модифицированный ТАТ применяется с целью изучения глубинных мотивов поведения информантов в той или иной ситуации. Респондентам показывают картинки, на которых изображена какая-либо ситуация (например, ситуация конфликта, найма на работу, беседы с начальником, покупки), и просят рассказать о том, что думают и чувствуют герои этой картинки, а также что случилось с ними до той ситуации, что изображена на картинке, и после. *Баблз (Bubble drawing)* отличается от модифицированного ТАТа тем, что респондентов не просят рассказать о событиях предшествовавших нарисованной ситуации и следующих за ней, а описать мысли, слова чувства здесь и сейчас.

Проективные вопросы помогают респондентам в завуалированной форме объяснить свое поведение, потребности, мотивы, оценки. В проективных вопросах человек может помещаться в вымышленную ситуацию (например, «Если бы Вы выиграли миллион...», «Если бы у Вас была золотая рыбка и 3 желания...») и дальше задается вопрос, в котором могут быть обозначены некоторые ограничения, направленные на исследуемый фокус), может быть в реальной ситуации, но «перенестись» во времени (например, «Если бы Вам снова пришлось выбирать вуз...», «Если бы вы снова планировали поездку в отпуск в этом году...»), примеряет на себя другую роль (например, «Если бы Президентом России был я...», «Если бы я был начальником своим...») и различные сочетания этих основных видов проекций в вопросах.

Это основные проективные методики, получившие сейчас распространение и перспективу в развитии в социологических исследованиях. Их преимущество заключается в том, что они как бы позволяют «обмануть» сознание человека и обойти психологическую защиту. То есть, таким образом, мы можем приблизиться к выявлению, пониманию реального отношения респондента к изучаемым феноменам. По опыту российских исследователей в сфере маркетинга, чаще всего психологическая защита срабатывает в ситуациях, когда «российские потребители стесняются отрицательно отзываться об исследуемом продукте, так как подсознательно не хотят обижать модератора. Респонденты воспринимают модератора как человека, пригласившего их в гости, и культурные традиции не позволяют им плохо говорить о чем-либо, что принадлежит хозяину дома, в который они пришли» [Гурджи, 2000]. Также причиной отрицательного отношения потребителя к тому или иному продукту или услуге может быть материальная неспособность приобрести его. Поэтому с помощью прямых вопросов исследователь не сможет получить информацию о реальном отношении потребителей. Что касается других «тонкостей»

исследования социальной жизни, где использование проективных методик себя хорошо зарекомендовало, то к ним можно отнести обсуждение интимных проблем, связанных со здоровьем, сексуальной жизнью и т.д.

При обсуждении «горячих» тем, то есть подразумевающих наличие различных точек зрения и воспринимающихся эмоционально (например, политика), респонденты не склонные спорить и отстаивать свою точку зрения, скорее всего, будут подсознательно стремиться согласиться с большинством. А в некоторых случаях респонденты не могут вербализовать мотивы собственного поведения, так как не осознают их. В качестве примера изучения ценностных установок (политических и гражданских) можно привести следующие вопросы: «Представьте себе, что вы решили выйти на демонстрацию со своим собственным лозунгом. Что бы вы скорее всего написали на нем?» (пример формулировки открытого проективного вопроса) и «Представьте себе, что вы решили выйти на демонстрацию или митинг со своим собственным лозунгом. Составьте его из слов, которые написаны ниже. В вашем лозунге должно быть не более трех слов. Начните его с призыва «Да здравствует» или «Долой», как вам больше нравится: Россия, Мир, Социализм, Путин, Частная собственность, Православие, Демократия, Равенство, Советская власть, Свобода, Русский народ, Справедливость» (закрытый проективный вопрос).

Явным положительным моментом для использования проективных методик в опросных технологиях и у взрослой аудитории и у детей является их «развлекательность»; оригинальность, неожиданность стимулов или заданий, некоторый элемент игры, в которую респонденты с большим удовольствием включаются. А также, возможность выйти на уровень «социального бессознательного» (нерефлексивный уровень). Например, вопрос, который использовался как косвенный контрольный индикатор в восприятии целостного символического образа В.В. Путина студенческой молодежью, звучал следующим образом: «Представьте себе, что вам дали маленькую фотографию В.В. Путина и предложили вписать это лицо в одну из картин, названных ниже. Какую из них вы бы скорее всего выбрали?»

- *«Праздничная демонстрация на Невском проспекте»*
- *«Пустынная аллея осеннего парка»*
- *«Кабина пилота сверхзвукового истребителя»*
- *«Вся семья в сборе»*
- *«Чтение лекции в университетской аудитории»*
- *«Трибуна Мавзолея»*
- *«Можете придумать собственную картину. Как она будет называться?»*

В силу того, что проективные методики требуют от респондентов напряжения фантазии, творчества, их хорошо использовать в разогревающей части брейнстормингов, креативных групп, фокус-групп и т.д.

Все описанные выше преимущества проективных методик оказываются эффективными только в случае правильного их использования, т.е. необходимо выполнение ряда условий: 1) соответствие методик целям, задачам и дизайну исследования, 2) адекватный подбор стимулов, 3) использование нескольких методик для решения одних и тех же исследовательских задач, 4) строгое соблюдение правил применения методик и проведения процедур исследования; 5) профессиональная подготовка исследователя, интервьюера, модератора.

И естественно, первый вопрос, на который необходимо ответить исследователю при планировании методологической части своего исследования, есть ли необходимость в использовании проективных методик в этом проекте, будут ли их результаты валидны, выводы репрезентативны, какие методы сбора информации необходимо выбрать и какие методики применить.

Второй ключевой момент – правильный подбор стимулов, т.к. у проективных методик, в отличие от стандартизированных тестов, нет определенных стимулов, и чаще всего они создаются каждым исследователем (или группой исследователей) самостоятельно. Момент создания или подбора стимулов в использовании проективных методик является одним из ключевых, так как от этого зависит результат исследования. При подборе стимулов необходимо придерживаться следующих правил: стимулы должны нести максимально неопределенный смысл (неоконченное предложение, размытая картинка, множество разнообразных картинок, слов, предложений и т.д.); стимулы не должны содержать множество деталей, должны быть простыми для понимания; не должны содержать социальные стереотипы и стилизации.

И наконец, третий момент – использование нескольких методик для решения одних и тех же исследовательских задач, для того, чтобы быть уверенными в валидности данных, полученных с помощью проективных методик. Отдельно можно рассмотреть вопросы интерпретации и обработки, анализа данных полученных с помощью проективных методик.

Таким образом, можно констатировать, что проективные методики в различных их модификациях имеют значительный потенциал для использования в рамках эмпирических социологических исследований, что обусловлено как их спецификой как метода, так и трансформацией проблем коммуникации в целом.

Библиографический список

- Бурлачук Л.Ф. Введение в проективную психологию / Л.Ф. Бурлачук. - Киев: Ника-Центр, 1997. 128 с.
- Гурджи И. Проективные методики в качественных исследованиях // Практический маркетинг. 2000. № 1.
- Мягков А.Ю. Вопросные методики стимулирования искренних ответов // Социология: 4М. 2002. № 15. С. 53-70.
- Общая психодиагностика / Под ред. А.А. Бодалева, В.В. Столина. М., 1987. С. 245-254.
- Проективная психология. Антология. М., 2010. 416 с.
- Психологический словарь /Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1990. 494 с.
- Пузанова Ж.В. Метод неоконченных предложений в изучении проблемы одиночества //Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2004. № 1 (6-7). С. 92-111.
- Пузанова Ж.В., Седнева М.В., Филоненко М.В. Теоретические подходы и методологическая специфика исследования феномена социальной идентичности в эмпирической социологии // Вестник РУДН. Серия "Социология". 2013. № 3. С. 14-24.
- Пузанова Ж.В., Тертышникова А.Г. Метод неоконченных предложений в исследовании социальных представлений (на примере образа террориста) // Теория и практика общественного развития. 2015. № 4. С. 12-15.
- Татарова Г.Г. Методология анализа данных в социологии (введение). — М., 1999.
- Obligacion F.R. Managing Perceived Deception Among Respondents: a Traveller's Tale // Journal of Contemporary Ethnography. 1994. Vol. 23. № 1. P. 29-50.

Владислав Владимирович Девяткин¹
Санкт-Петербургский государственный университет
факультет социологии
Российская Федерация, Санкт-Петербург
vladdevyatkin@yandex.ru

МОДЕЛЬ РАША КАК ИНСТРУМЕНТ ИЗМЕРЕНИЯ ЛАТЕНТНЫХ ПЕРЕМЕННЫХ

Аннотация. Целью данной статьи является рассмотрение модели Раша как эффективного инструмента для измерения латентных переменных и актуальность применения данной модели в социологии. Также будут приведены недостатки предшествующих систем и достоинства модели Раша.

Ключевые слова: модель Раша; факторный анализ; RM; социология

Vladislav Vladimirovich Devyatkin²
Saint Petersburg State University
Faculty of Sociology
vladdevyatkin@yandex.ru

RASCH MEASUREMENT MODEL AS A TOOL FOR MEASURING LATENT VARIABLES

Abstract The goal of this article become is to review the Rasch model as an effective tool for measurement of latent variables and relevance of application of this model in sociology. Also this article will have disadvantages of previous systems and advantage of Rasch model.

Key words: Rasch model; factorial analysis; RM; sociology

Огромное количество переменных в большинстве общественных науках являются латентными. Подобные показатели не поддаются измерению в "явном" виде как, например, вес или длина в естественных науках. Именно для их измерения стали использоваться специальные объективные методы подсчета, которые позволяют получить результат, не зависящий от набора индикаторных переменных и человека, проводящего измерение. Изначально было предложено огромное количество методов, позволяющих решить подобную задачу, например, факторный анализ. Вместе с тем данный метод имеет ряд серьезных недостатков. Одним из таких является то, что факторный анализ рассчитан на интервальные шкалы в то время как в общественных науках исследователь чаще всего имеет дело с номинальными и порядковыми шкалами. Таким образом, использование этого метода чаще всего приводит к искажениям и некорректности в исследовании. Возникшая

1 Научный руководитель: доцент кафедры прикладной и отраслевой социологии факультета социологии, к.с.н. Яшина М.Н.

2 Research supervisor: Yashina M.N., Candidate of Sociological Sciences; Associate Professor at the Department of Applied Sociology

проблема и подвигла исследователей к использованию модели, ставшей одной из самых продвинутых для вычисления латентных переменных на сегодняшний день, модели Георга Раша.

Rasch Measurement System (сокращенно RM) стала производной для целого ряда систем (таких как Item Response Theory "IRT" и 1 Parametric Logistic Latent Trait Model "1PL"), которые используются в различных науках. Можно с полной уверенностью сказать, что на данный момент мировой опыт в теории и практике вычисления латентных переменных основывается на RM.

За рубежом данная модель используется для изучения и оценивания почти во всех сферах жизни общества: от шахмат до маркетинговых и социологических исследований. Несмотря на то, что в России RM лишь набирает свою популярность, эта модель активно применяется для оценки качества образования. Крайне перспективным направлением является вычисление уровня подготовленности учащихся и студентов. Балльная система, используемая на данный момент, обладает серьезным изъяном - она очень сильно зависит от преподавателя, проводящего оценку знаний в том смысле, что низкая оценка, выставленная одним преподавателем может соответствовать большему уровню знаний, нежели более высокая оценка у другого преподавателя. Распространённая система тестирования, основывающаяся на количестве правильных ответов и используемая в качестве оценки знаний обучающихся, также является некорректной так как результат того или иного тестирования будет зависеть от измерительного инструмента, чего быть не должно. Модель Раша лишена этих недостатков.

Она выполняет два вида задач: общие и специфические. Общие задачи являются базой любой теории педагогических подсчетов и предшествуют специфическим. Они включают в себя: композицию тестовых заданий, эмпирическую апробацию заданий теста и дистракторный анализ заданий. Специфические же задачи уникальны только для модели Раша и состоят из вычисления вероятности правильного ответа на тест испытуемыми, трансформация полученных результатов тестирования, соблюдение равномерности возрастания трудности задания, проверка соответствия данного задания модели измерения и его совместимости, учет адекватности трудности теста и уровня знаний студента, учет величины вариации и размаха трудности заданий.

Данная модель также находит огромное применение в социологии. Измерение латентных переменных крайне важно для социологов, а сам поиск латентных переменных является одной из самых распространенных задач в современной социологии. В таком случае индикаторами будут вопросы социологической анкеты. Одной из попыток использовать модель Раша для создания анкеты предпринял профессор А. А. Маслак в его

исследовании вредных привычек у молодежи. Для исследования была также использована специальная программа RUMM.

Достоинства модели Раша для социологии является то, что она позволяет нам превращать измерения дихотомических и порядковых шкал в более удобные линейные измерения, позволяющие анализировать любые качественные данные с помощью количественных методов. К тому же линейная мера вычисления параметров в данной модели даёт исследователю возможность использовать большое количество статистических процедур. Результат, полученный в ходе исследования, не подвержен влиянию выборки, инструментария или субъективизма самого исследователя, а сама применяемая система относительно проста и состоит лишь из одного - двух аспектов для каждого испытуемого - вопроса и ответа. Благодаря такой простой структуре исследователь может в любой момент использовать удобные ему вычислительные процедуры и проверить пригодность системы для каждого из вопросов или испытуемого.

Библиографический список

Аванесов В.С. Понятие и методы математической теории педагогических измерений (Item Response Theory): статья третья // Педагогические измерения. 2009. № 4. С. 3-28.

Анисимова Т.С. Измерение латентных переменных в образовании. - М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. – 148 с.

Данилов А.А., Маслак А.А. Исследование точности измерения латентной переменной в зависимости от числа градаций индикаторных переменных // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2009. Т. 5. № 11. С. 106 – 114.

Маслак А.А., Махненко А.Я., Поздняков С.А. Методика измерения латентных переменных в образовании и других социально-экономических системах // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Т. 6. № 2. Ч. 3. С. 19 – 23.

Andrich D. Rasch Models for Development. - London, Sage Publications, inc., 1988. – 94p.

Bezruczko N. Rasch Measurement in Health Sciences. – Maple Grove, Minnesota: JAM Press, 2005. – 483p.

Getting Started RUMM 2010. Rasch Unidimensional Measurement Models - Pert: RUMM Laboratory Ltd, 2001. - 87p.

Maslak A.A., Karabatsos G., Anisimova T.S., Osipov S.A. Measuring and Comparing Higher Education Quality between Countries Worldwide. Journal of Applied Measurement, 2005, V. 6, N. 4. – P. 432 – 442.

Rasch G. Probabilistic models for some intelligence and attainment tests (Expanded edition, with foreword and afterword by Benjamin D. Wright). Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 199 p.

Тертышникова Анастасия Геннадьевна
Российский университет дружбы народов
Российская Федерация, Москва
tertyshnikova_ag@pfur.ru

«МЕТОДНАЯ ТРИАНГУЛЯЦИЯ» ПРИ ИЗУЧЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ¹

Аннотация. В статье приведены результаты цепочки исследований с использованием различных методов для изучения социальных представлений об интеллигенции и интеллигентном человеке. Делается вывод о применимости методов для поставленной цели, а также об их возможных комбинациях для получения более валидных данных.

Ключевые слова: социальные представления; контент-анализ; метод неоконченных предложений; семантический дифференциал; метод виньеток; интеллигенция

Tertyshnikova Anastasia Gennadievna
Peoples' Friendship University of Russia
Russian Federation, Moscow
tertyshnikova_ag@pfur.ru

METHODS' TRIANGULATION IN THE STUDY OF SOCIAL REPRESENTATIONS²

Abstract. The results of following-up number of studies using different methods for the study of social representations of the intelligenzia and intelligent person are listed in the article. It is concluded that methods are applicable for the objective, as well as their possible combinations to produce more valid data.

Key words: social representations; content analysis; method of incomplete sentences; semantic differential; vignette method; intelligentsia

Социальные представления и проективные методы

Получение качественных (верифицируемых) данных является ключевой задачей любого исследователя. Однако не всегда удается проверить степень их качества. Для этого нами предлагается использование «методной триангуляции». Логика совместного применения различных проективных методов на выходе дает возможность делать выводы как о полученных данных, так и о применимости каждого отдельного метода для поставленных целей и задач.

В сфере наших научных интересов лежит изучение социальных представлений об интеллигенции и интеллигентном человеке.

Термин «социальные представления» содержится в понятийном аппарате ряда социальных наук. Изучение социальных представлений носит междисциплинарный характер, являясь предметом анализа не только социальной психологии и социологии. В

¹Работа выполнена при поддержке РФФИ (Исследовательский проект №15-06-99484)

² The work was supported by the Russian Foundation for Basic Research (Research project №15-06-99484)

социологии же как в зарубежной, так и в отечественной науке данной проблематике уделялось и уделяется значительное внимание,.

Первым, кто осуществил эмпирическую интерпретацию понятия «социальные представления» был французский социальный психолог и социолог С. Московичи, который предложил структуру социальных представлений, а также обозначил этапы их формирования. Своеобразной «точкой отсчета» в работах С. Московичи — в рамках теории социальных представлений — выступают «коллективные представления» Э. Дюркгейма.

Социальные представления рождаются в процессе коммуникации между людьми, под которыми, по определению основоположника теории социальных представлений С. Московичи, понимается «совокупность понятий, утверждений и объяснений, берущих свое начало в повседневном общении людей, обыденной межличностной коммуникации. В современном обществе социальным представлениям отведена та же роль, которую играли мифы и верования в традиционных обществах, это своего рода современные версии здравого смысла» [Moscovici, 1981, с.180].

В отечественной науке изучением социальных представлений занимаются А.И. Донцов, Т.П. Емельянова. Однако они, при проведении психологических и социально-психологических исследований, не уделили должного внимания методологическим вопросам. Разработкой указанной проблематики в русле психологии, занималась и Г.М. Андреева, которая старалась придать представлению формат удобного инструмента для анализа социальной реальности.

В ряде аспектов необходимо указать на пересечение теории социальных представлений с когнитивистскими теориями. Так, целью когнитивной социологии является эмпирическое исследование социальных и культурных факторов, необходимых для конструирования научного знания. Но для того чтобы систематизировать совокупность полученных факторов, не достаточно лишь эмпирической составляющей. Отмечая различие социологии и социальной психологии, следует подчеркнуть, что в рамках социальной психологии происходит изучение социальных процессов с точки зрения отдельно взятой личности: влияние этих процессов на данную конкретную личность. Социолога же, прежде всего, интересует общество в целом, а также его специфические характеристики. Исследовательский интерес направлен, скорее, на понимание того, как чувства и мысли, присущие каждому индивиду, приводят к тем или иным формам социального взаимодействия.

Под проективными методиками нами понимается ситуация, когда внутренние переживания или мнения, представления человека проецируются на ситуацию, которая

предлагается исследователем. По мнению Л.Франка, «проективный метод для изучения личности представляет собой стимульную ситуацию, запланированную или выбранную потому, что будет означать для субъекта не то, что должна была бы означать в соответствии с произвольным решением экспериментатора [...], а скорее то, что должна означать для личности, придающей или наделяющей ее собственным уникальным значением и организацией. Тогда субъект будет реагировать на собственное значение представленной стимульной ситуации какой-либо формой действия и чувством, отражающим его личность» [Франк, 2000, с. 78–79].

Проведенные эмпирические исследования базируются на принципе сочетания различных подходов к изучению социальных стереотипов. При формировании инструментария был использован контент-анализ. На основе данных, полученных при помощи контент-анализа, формировался инструментарий для метода неоконченных предложений. В результате было выделено «ядро» и «периферия» образа. Следующим этапом стало проведение исследования посредством метода семантического дифференциала, ключевая цель которого – получение эмоционального «среза». Оба метода являются междисциплинарными и применяются в рамках психологии, социолингвистики, социологии. Метод виньеток, относительно новый для отечественной социологии, (который в социальных науках используется главным образом для изучения взглядов и убеждений), применяется автором как заключительный этап в «цепочке» методов. Основываясь на уже имеющихся данных, полученных методом неоконченных предложений, составлялись проективные ситуации (виньетки). Фокус внимания фиксировался на ранее выявленной «периферии» образа, из которой выбирались наиболее весомые показатели для составления виньеток.

Эмпирическая база исследования

Эмпирические данные были получены нами в ходе контент-анализа «Литературной газеты» за 5-летний период. Общий совокупный объем составил 312 номеров. Выборочная совокупность составила 61 номер. Основание отбора - номера, в которых публикации посвящены вопросу интеллигенции или интеллигентного человека. Выделялись единицы анализа и единицы счета. Применялось манифестное и латентное кодирование, предусматривающие подсчет частоты встречаемости конкретных слов и словосочетаний с оценкой скрытого семантического значения содержания текста. Ключевыми по употреблению компонентами образа «интеллигенции» и «интеллигентного человека» были определены следующие: «Гражданская позиция» (власть, народ, демократия, оппозиция, реформы, ответственность за страну, патриотизм), «Образование и уровень культуры» («культурность»), воспитание, духовность, интеллект,

личностные характеристики отриц., личностные характеристики положит., образование, особенности общения, происхождение) и «Творческое начало, креативность» (творческое начало, одаренность, креативность, талант, способность, умение видеть под другим углом зрения). Результаты, полученные в ходе контент-анализа, отражают сформированный в СМИ образ «интеллигенции» и «интеллигентного человека», его восприятие.

Проведение контент-анализа стало подготовительным этапом для разработки инструментария для метода неоконченных предложений. Предложения строились без каких-либо предварительных гипотез, однако данные контент-анализа позволили сформулировать предложения той или иной общей направленности с целью получить целостный образ. Некоторые из них заведомо предполагали направленность ответа, например, *Интеллигентный человек всегда/никогда... (поведение)* (однако, стоит отметить, что «поведение», как и другие характеристики, - не было указано в опросном листе), а некоторые были абсолютно открытыми: *Интеллигентным человеком (людьми) я могу назвать...*

Было опрошено 30 человек в возрасте до 25 лет. В ходе предварительной беседы выяснялась осведомленность респондента по данной тематике и возможность высказать свое мнение и выразить отношение по данному вопросу. Нами было получено 760 окончаний предложений, которые было необходимо подвергнуть обработке, выделив элементы и затем компоненты образа интеллигенции и интеллигентного человека для их дальнейшего анализа и интерпретации.

По результатам обработки выделено 12 компонентов образа «интеллигенции» и «интеллигентного человека». В большинстве выделяемых компонентов двух образов прослеживается сходство. Так, например, респонденты выделяли «Интеллектуальность», «Воспитание», «Позитивность», «Культурность», «Нравственность» и «Гражданскую позицию» в обоих случаях. Дело в том, что элементы и единицы счета, входящие в их состав, характеризуют оба образа. К представителям интеллигенции также обращаются и в одном, и в другом образе.

Но есть и различия. Например, в образе «интеллигентного человека» отсутствует компонент «Социальная структура». То есть, интеллигенцию в целом определяют в рамках социальной стратификации, и говорят о ее реальности или мифичности, но в образе «интеллигентного человека» такая характеристика отсутствует. Человека называют «интеллигентным», но вопрос в том, какая семантика у этого слова; вряд ли она сравнима с семантикой советского или дореволюционного периодов. Отличие также прослеживается в наличии компонента «Коммуникабельность», присущего лишь образу

«интеллигентного человека» и «Высокомерие». Но это более очевидно, поскольку общение, все же, происходит с индивидом, а не интеллигенцией в целом.

Таким образом, мы можем говорить об успешной применимости метода неоконченных предложений для поставленных целей. Он позволяет получить качественную и верифицируемую информацию.

Следующим этапом стало проведение исследования методом семантического дифференциала (СД). СД в классическом понимании, как его разрабатывал Ч. Осгуд, естественно, не является проективной методикой, но нами был использован не СД, а семантические шкалы, которые и дали возможность использовать не классические подсчеты, а метод универсалий и произвести оценивание. Модель, построенная на основе семантических универсалий, информативнее и более валидная, чем факторный или кластерный анализ, поскольку на нее не накладываются ограничения процедур математического моделирования. Семантические универсалии помогают избежать субъективизма, который может возникнуть при названии факторов или кластеров, а также исключает возможность потери части данных при факторном анализе. Стоит отметить, что семантические универсалии анализируются исключительно качественно.

Объем выборочной совокупности для настоящего исследования составил 30 студентов в возрасте от 20 до 25 лет.

Процедура исследования. При выборе исходных шкал были проанализированы шкалы, предложенные Ч. Осгудом, а также набор шкал, выделенный В. Петренко, А.Г. Шмелева и Е. Артемьевой. За основу же взяты шкалы, представленные в статье Е.В. Шелестюк «Семантический дифференциал как способ выявления внушающего воздействия текстов». Этот набор шкал был ранее апробирован в рамках исследования по сравнению эффективности различных психосемантических методик для измерения уровня толерантности в курсе «Психосемантические методы» кафедры социологии Российского университета дружбы народов. «Толерантность» и «интеллигенция» — понятия разного рода, но эти шкалы наиболее подходят к целям настоящего исследования.

В результате проведенного семантического дифференциала мы получили эмоционально окрашенную картину, которая по структуре схожа с содержательно наполненной картиной, получившейся в итоге исследования при помощи метода неоконченных предложений. Ум (интеллектуальность) отмечают наибольшее число респондентов, это, вероятно, одно из основополагающих качеств интеллигенции (интеллигентного человека).

Заключительным этапом в цепочке методной триангуляции стало исследование методом виньеток.

Виньетки представляют собой краткие рассказы или сценарии, которые описывают гипотетические характеристики и ситуации, на которые респондент должен выразить свою реакцию. Поскольку ситуации являются гипотетическими, то (с большей вероятностью) можно обойти «острые углы» и изучать сензитивные темы. Для сохранения реалистичности виньетки могут основываться на жизненных ситуациях [Пузанова, Тертышникова, 2015, с.45].

Что касается подхода, сложившегося в мировой литературе, справедливости ради нужно отметить, что виньетки используются все же в качественной традиции, а не в количественной, которая по сути дела в зарубежной социологии и психологии так и не оформилась. То есть количественная обработка виньеток – это тема гипотетически обсуждаемая, но до конца не проработанная как в западной, так и в российской литературе. Наиболее разработанной данная методика является в качественной парадигме. Мы это описываем, но не опираемся на это и идем другим путем.

Всего были опрошены 800 человек (400 человек до 25 лет + 400 человек – 40-55 лет). Таким образом, на каждый опросный лист ответили по 100 человек. Объем совокупности опрошенных является достаточным для выявления наиболее типичных, устойчивых реакций, мнений респондентов.

В результате количественной обработки данных и подсчета индексов, для перехода к групповым оценкам, нами были получены следующие результаты. Для молодежи образ интеллигентного человека сформирован не окончательно, они не имеют четкой и определенной позиции. Возвращаясь к данным, полученным ранее методом неоконченных предложений, нужно отметить, что компоненты, вошедшие в «ядро» образа, совпадают с двумя ключевыми показателями, которые были выделены в ходе метода виньеток: «Интеллектуальность» = «Стремление к саморазвитию», а «Коммуникабельность» = «Сомневающийся».

Для респондентов в возрасте 40-55 лет распределение вышло несколько иное. Образ получился более «взвешенным» и осознанным. Наибольший индекс у виньетки, характеризующейся «заигрыванием с народом», «стремлением к самосовершенствованию» и интеллигентным человеком как «сомневающимся». Основополагающей комбинацией (аналогично в случае с молодежью) является «стремление к саморазвитию» и «сомневающийся». К данной комбинации добавляется еще один показатель, образуя образ из трех компонентов: «стремление к саморазвитию»,

«сомневающийся» и «патриот». А в трех других виньетках к предыдущей комбинации добавляется еще «оппозиция власти».

«Ядро» образа (аналогично первому случаю) составляют показатели «стремление к саморазвитию» и «сомневающийся», дополненные «патриотом».

Отношение к народу «ушло» на «периферию» образа и практически не определяет интеллигентного человека, являясь наименее репрезентативной переменной.

Отметим, что каждый из предложенных методов сработал в полной мере и результатом стали полученные социальные представления об образе «интеллигенции» и «интеллигентного человека». Каждый последующий метод подтверждал результаты предыдущих, подчеркивая лишь незначительные отличительные особенности. Данные, полученные методом виньеток по двум подвыборкам сравнимы между собой и с данными, которые были получены ранее на молодежной выборке. Это дает основания полагать, что нами зафиксирован четкий образ как в СМИ, так и в представлениях людей. Рассуждая об иной последовательности методов, хотелось бы отметить, что такая возможность наверняка есть, но для иных исследовательских целей и задач. В данном варианте не представляется возможным и целесообразным, например, сначала провести метод неоконченных предложений, а затем на основе его результатов составлять карточку для контент-анализа, поскольку она будет очень масштабной и перегруженной. Метод виньеток был ориентирован исключительно на изучение «периферии» образа, которая не могла появиться без проведения метода неоконченных предложений.

Библиографический список

Артемьева Е.Ю., Вяткин Ю.Г. Психосемантические методы описания профессии // Вопросы психологии. - 1986. - № 3.

Девятко И.Ф. Причинность в обыденном сознании в и социологическом объяснении: контуры нового исследовательского подхода // Социология: 4М. – 2007. - №25.

Пузанова Ж.В., Тертышникова А.Г. Метод виньеток в социологических исследованиях: методологические принципы и методические решения // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия "Социология". 2015. №4. С.44-57

Пузанова Ж.В., Тертышникова А.Г. Технология обработки данных, полученных методом виньеток, в социологических исследованиях // Теория и практика общественного развития. 2015. №20. С16-18

Пузанова Ж.В., Тертышникова А.Г. Метод неоконченных предложений (МНП) в исследовании социальных представлений (на примере образа террориста). //Теория и практика общественного развития. 2015. № 4

Франк Л.К. Проективные методы изучения личности// Проективная психология. – М.: Апрель Пресс, Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – С. 69–85.

Moscovici S. On social representations // Social cognition: Perspectives in everyday understanding / Ed. by P.J.Forgas, Londres: Academic Press, 1981. P. 180-209