

Национальный исследовательский университет  
Высшая школа экономики

---

МЕТОДЫ И ПРОЦЕДУРЫ  
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ:  
ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ

Сборник статей, посвященный памяти  
первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ  
А.О. Крыштановского



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Москва 2017

УДК 3160:167/168(06)

ББК 66.5

М54

Редакционный совет:

Н.Д. Воронина, Г.В. Градосельская, И.К. Зангиева,  
И.М. Козина (председатель), Е.В. Полухина,  
О.Б. Савинская, А.В. Стрельникова, Ю.Н. Толстова

**Методы и процедуры социологических исследований:**

М54 **Традиции и инновации.** Сборник статей, посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко; Нац. исслед. у-нт «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2017. — 225 с.; 7,29 Мб. — ISBN 978-5-7598-1630-0 (e-book).

Сборник содержит статьи, подготовленные на основе докладов, сделанных на VII научно-практической конференции «Социологические методы в современной исследовательской практике: традиции и инновации» (г. Москва, 23–24 сентября 2016 г.), посвященной памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ Александра Олеговича Крыштановского.

Сборник рассчитан на тех, кто интересуется методологией, методикой и современной практикой проведения социологических исследований.

**УДК 3160:167/168(06)**

**ББК 66.5**

**ISBN 978-5-7598-1630-0**

© Коллектив авторов, 2017

© Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2017

## Содержание

Содержание	3
Вступительное слово	5
<b>I. ОПЫТЫ</b>	
<i>Ильин В.И.</i> Данные в полевом визуальном исследовании	7
<i>Климова С.Г., Михеенкова М.А.</i> Опыт использования ДСМ-метода в типологическом анализе	20
<i>Озерова М.В.</i> Достижимость респондентов национального панельного лонгитюда «Траектории в образовании и профессии»: методический опыт ФОМа	32
<i>Сабурова М.И., Майсурадзе А.И.</i> Контент-анализ в небольших социологических исследованиях	45
<i>Семина М.В.</i> Сравнительный анализ эффективности онлайн и офлайн опросных технологий	59
<i>Сендерович Н.Л., Майсурадзе А.И.</i> Автоматизация кодирования открытых вопросов	77
<i>Шрадер Х.</i> Домохозяйства в Центральной Азии: методологические размышления об одном эмпирическом исследовании (2012–2015 гг.)	94
<i>Герасимова К.Г.</i> Объективные показатели степени самореализованности личности: к постановке проблемы социологического измерения	107

## **II. ОБРАЗЦЫ**

*Демин П.В.* 115  
Корпоративная культура предпринимательского университета:  
опыт измерения

*Мытиль А.В., Дудченко А.Н., Савинская О.Б.* 131  
Независимая оценка качества: движение к эффективной  
институционализации или к институциональной ловушке?

*Соболева Н.Э.* 146  
Влияние трудовых ценностей на взаимосвязь между  
удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью (по  
данным European Values Study)

*Шведовский В.А., Стандрик А.С.* 160  
Диахронный подход к построению индекса культурной  
идентичности Востока и Запада

*Алтунина Е.С., Беспалова-Милек О.В., Шмерлинг Д.С.* 167  
Новая математика неравенства

## **III. ЭТЮДЫ**

*Андреев И.С., Баранов И.С., Подорина Ю.А.* 183  
Образы Президента РФ В.В. Путина в среде студенческой  
молодежи г. Москвы

*Мифтахутдинова К.И., Михайлова О.Р.* 196  
Образ политической партии «Единая Россия» (на конформной  
выборке студентов-бакалавров г. Москвы)

*Соколова А.А., Лещенко О.В.* 213  
Институциональное и личностное доверие  
к здравоохранению: опрос в Москве

## Вступительное слово

Настоящий сборник статей сформирован на основе докладов, подготовленных к VII научно-практической конференции «Социологические методы в современной исследовательской практике: традиции и инновации», которая традиционно проводится в память первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ Александра Олеговича Крыштановского (1955–2005).

Из богатой программы далеко не все доклады отлились в форму статьи или эссе. Да и нужно ли? Шарм устной такой рефлексии о методе, которым работаешь, когда в фокус внимания берется не результат исследования, а прежде всего его процесс, с трудом переводится в сухой остаток жестко обрамленного канонами письменного научного текста. Но попытки сделаны, и они собраны в раздел «Опыты». В этом разделе читатель найдет и опробованные авторские рецепты, которые можно взять для использования в собственной практике, и оценочные логические карты по методам, нарисованные на основе личного профессионального опыта, и описания трудностей, с которыми социологи, проводя исследования вроде бы понятные по задачам и дизайну, сталкиваются на этапах полевого сбора данных и их анализа. Здесь же есть текст, повествующий о «настройках» отношения самого исследователя к процессу исследования; вроде бы мягкие «настройки» вполне определенно указывают пространство возможного действия и строго очерчивают запретные зоны.

В разделе «Образцы» собраны тексты, нацеленные, как положено научной статье, прежде всего на результат, а не на методику его получения, однако на такой результат, процесс получения которого должен быть абсолютно понятен и прозрачен читателю. Переворачивая суть дела с ног на голову, можно было бы сказать, что даже самый интересный, с точки зрения автора, результат, путь к которому не удастся методически корректно прочертить, может быть включен в такой текст только в крайнем случае, да и то в статусе гипотезы для дальнейшей проверки. А то и вовсе может быть исключен, как помеха, как шум.

При всем многообразии дизайнов исследования, которыми жива современная социология, материалы второго раздела показывают, что российская социология расщепляется, помимо прочих расколов, исполь-

зую терминологию Н. Элиаса<sup>1</sup>, на парадигмы одноуровневого и двухуровневого знания; в первом случае эмпирическое знание используется для формулирования аксиоматики исследования, из которой внутренне непротиворечиво дедуцируется уже предвосхищенный ясный результат; во втором случае исходные эмпирические и теоретические знания попеременно подвергаются индукции и дедукции, чтобы на выходе получить нечто, что одновременно добавляет некоторую определенность, но для своего (более полного) осмысления непременно требует дополнительных исследований.

В третий включены «этюды» — работы студентов Школы социологии НИУ ВШЭ, выполненные на втором курсе бакалавриата и на уже третьем курсе самостоятельно, хотя и под чутким оком научных руководителей, переписанные так, чтобы фокус внимания сместить не на результат (по большей части незначительный в силу коформности выборов), а на методическую сторону процесса: на поэтапное постижение процедур анализа данных в процессе их освоения.

Редакционный совет сердечно благодарит всех авторов, нашедших силы и время поучаствовать в подготовке сборника памяти Александра Олеговича Крыштановского.

*О.А. Оберемко*

---

<sup>1</sup> Элиас Н. Знание и власть // Знание: собственность и власть. М.: ИСПИ РАН, 2010. С. 127–129.

# 1. ОПЫТЫ

## Данные в полевом визуальном исследовании

Владимир Иванович Ильин  
доктор социологических наук, профессор,  
Санкт-Петербургский государственный университет  
e-mail: ivi-2002@yandex.ru

Несмотря на растущий интерес к визуальной социологии и антропологии, проблемы методологии и техники визуального полевого исследования остаются в тени. Одна из проблемных областей — визуальные данные. Цель данной статьи состоит в анализе их функций, достоинств и недостатков. Предмет ограничен только фотографией.

Визуальные данные — это образы, помогающие ответить на исследовательские вопросы. С одной стороны, правильно собранные и упорядоченные данные сами дают ответ в образной форме на некоторые вопросы в стиле «как?» и «почему?», а с другой — они являются материалом для последующего анализа с целью построения мини-теорий.

Визуальные данные обладают рядом достоинств. Они представляют собой образы, адекватные формам социальной реальности, могут схватывать детали, не поддающиеся фиксации иными способами в силу быстротечности наблюдаемых процессов, их пестроты и масштабности, продолжительности. Они в большей мере, чем текст, свободны от теоретико-методологической оптики наблюдателя, а потому открыты для вторичного анализа.

В то же время визуальные данные не свободны и от существенных ограничений. Как и тексты, они представляют собой социальные конструкты. Оптика камеры в существенной мере искажается исследовательской оптикой. Фотограф конструирует образы реальности, выбирая момент нажатия кнопки затвора и кадрируя реальность. Он не свободен от методологической, теоретической, идеологической, политической и моральной цензуры.

Однако ограничения визуальных данных не являются только их особенностью. Это проблема всех без исключения типов социальных данных. Выход состоит в триангуляции разнообразных данных, что позволяет взаимно нейтрализовать их недостатки.

Ключевые слова: визуальные данные, наблюдение, анализ данных, визуальный образ, визуализация, избыточная фиксация, визуальное этнографическое описание, мини-теория.

### Введение

XXI век имеет шансы стать веком тотальной визуализации, когда эпоха массовых текстов трансформируется в эпоху визуальных образов. Это

кардинально меняет не только форму, но и смысл социальных коммуникаций, в том числе и в науке. Здесь все заметнее тренд к визуализации традиционных форм данных. Например, в количественных исследованиях таблицы почти повсеместно превращаются в разные формы графиков и диаграмм. В качественных исследованиях пока еще робко, но все чаще появляются фотоиллюстрации. По мере изменения полиграфических технологий и сдвига в сторону электронных публикаций уходит в прошлое некогда серьезная проблема качества и стоимости включения в текст фотографий. Кроме того, публичная социология — это не просто модное словосочетание, но и путь выживания социологии в обществе, где существование научной дисциплины зависит от ее востребованности, а соответственно и понятности широкой публике, от которой держатели бюджетных ресурсов мало отличаются с точки зрения научной эрудиции. В этой реально кризисной ситуации визуализация является поиском языка, понятного широкой публике как совокупности потенциальных потребителей ее продукта за пределами социологического сообщества. Между тем формирующийся запрос на визуализацию предполагает разработку методологических оснований новых форм для презентации научных результатов.

Визуальное полевое исследование — это, как правило, наблюдение с использованием фото- или видеокамеры. В отличие от исследований визуальной культуры оно предполагает создание базы данных в процессе наблюдения. Это две совершенно разные предметные области, которые, однако, очень часто объединяются под шапкой «визуальной социологии» или «визуальной антропологии» [Штомпка, 2007]. Предметной областью первых являются объекты визуальной культуры, начиная с произведений визуального искусства и кончая массовой любительской фотографией, вышедшей с узкой площадки семейных альбомов на просторы Интернета. Данное направление относительно популярно, в том числе и в отечественном обществознании [Смирнова-Ярская, Романов, 2009].

Предметной областью визуальных методов полевого исследования являются методология и техника сбора и анализа данных с помощью фиксации изучаемых процессов на фото- и видеокамеры. И если исследования визуальной культуры продвинулись достаточно далеко, то визуальные методы полевого исследования, несмотря на их более чем вековую историю [Emmison, Smith, 1987], остаются на уровне практики, едва затронутой серьезным методологическим анализом. Основной опорой для развития этого направления пока являются исследования в соседних областях документальной, журналистской и художественной фотографии, напр., [Руйе, 2014], а также соответствующих жанров кино.



Однако, несмотря на сходство техники и предметов, это все же разные области. Как отмечал Говард Беккер, главное различие между документальной и социологической фотографией в том, что документальная фотография обычно теоретически слаба. В социальных же науках визуальные данные должны работать на развитие теории и ее обоснование [Becker, 1974]. Пока переход от документальной съемки, применяемой в социологии и антропологии, к исследовательской фотографии разработан очень слабо. Этот тезис можно рассматривать и как объяснение недостаточной глубины данного текста, который в определенной мере является развитием предшествующей работы на эту тему [Ильин, 2006: 134–146].

В статье речь идет только о наблюдении с использованием фотокамеры, результатом чего являются фотоснимки как разновидность качественных данных. В чем их специфика? Зачем вообще нужны визуальные данные? Попробую ответить на эти вопросы.

### **Смысл и формы визуального исследования**

Одним из качественных методов является наблюдение, представляющее собой мониторинг изучаемых процессов. Оно организуется с помощью следующих основных вопросов: что происходит, какие формы принимает процесс, каковы причины происходящего, как процесс меняется во времени. Частью мониторинга является фиксация данных. Исследователь их записывает в блокнот или в компьютер (гаджет), снимает на видео- или фотокамеру. Таким образом, сбор визуальных данных — это один из элементов наблюдения.

Смысл и содержание этого процесса связаны с формулированием его цели. Научное исследование начинается со стремления понять смысл происходящих социальных процессов. В зависимости от используемых методов формулируется и стиль исследовательских вопросов. В качественных методах основными являются вопросы о том, как и почему что-то происходит.

Ответ на эти вопросы дается в нескольких формах.

(1) Этнографическое описание отвечает на исследовательские вопросы в основном с помощью «натуральных» понятий, что не исключает периферийного использования и научных категорий. Правда, последние в этом случае играют роль примечаний «на полях», в которых исследователь проводит нити, связывающие конкретное наблюдаемое явление с какими-то теоретическими концепциями. Однако это уже выход за пределы собственно наблюдения. Одним из способов этнографического описания реальности события является фотоочерк. Исследователь с помощью презентации серии фотографий, упорядоченных вокруг оси тематических блоков и / или времени, дает этнографическое аналитическое

описание, позволяющее понять, что и как происходит. Качественной особенностью исследовательского очерка является его аналитический характер. Это значит, что недостаточно представить набор фотографий. Они должны в образной форме отвечать на исследовательские вопросы. Потребитель информации, глядя на фотоочерк, должен понять, что, в каких формах и как происходило. Этнография предлагает научный анализ, но в формах, доступных пониманию тех, кто не знаком с научными категориями. Кроме того, такой анализ полезен и специалистам, ибо он очищен от влияния методологической оптики, которая при неверном ее выборе искажает реальность. На такой очерк можно смотреть, используя разные варианты оптики.

(2) Мини-теория дает ответы на поставленные вопросы с помощью абстрактных категорий и понятий, позволяющих в обобщенной форме представить суть изучаемого процесса. Разумеется, фотографические образы не могут выполнять эту функцию в силу своей конкретности и уникальности (в них запечатлен конкретный момент, имевший место здесь и сейчас). Однако визуальные данные, в том числе и предварительно упорядоченные в виде фотоочерка, используются как исходный материал для построения мини-теории. Если в этнографическом описании визуальные данные в виде образов представляют собой готовые блоки, из которых складывается картинка события, то в мини-теории они переводятся на язык абстрактных категорий и отбрасываются как переработанный и уже ненужный материал.

(3) Интеграция этнографии и теории с помощью фотоиллюстраций. Здесь пересекаются два жанра. Теория описывает реальность в абстрактных категориях, а фотоснимок иллюстрирует уникальный момент, вписывающийся в логику теории. Он позволяет сделать теории понятнее и убедительнее, хотя далеко не всегда научно более обоснованно. Кроме того, он делает текст более привлекательным (при его просмотре страницы с фотографией попадают в поле зрения читателя в первую очередь). Здесь снимок выполняет в основном коммуникативную функцию.

Таким образом, визуальные данные являются материалом, из которого или на основе которого создается готовый научный продукт. Что такое данные? Это «любая информация, которая может пролить свет на ваш исследовательский вопрос» [Grbich, 2013: 16]. Фотографии делают это с помощью визуальных образов, позволяющих увидеть (!) ответ.

### **Преимущества визуальных данных**

Визуальные данные имеют ряд преимуществ по отношению к данным в виде текстов и цифр.

Во-первых, визуальный образ для многих — это наиболее адекватное отражение реальности, часто воспринимаемое как слепок с нее. В силу этого на снимке реальность можно увидеть в формах, приближенных к ней. На ранних этапах развития документальной фотографии это их качество почти абсолютизировали, поскольку замена субъективного человеческого глаза механической камерой рассматривали как рывок к объективному отражению реальности [Руйе, 2014: 66–161]. Теперь это уже считается очевидной иллюзией, но, тем не менее, в ней есть доля истины. Снимок отличается от понятий и категорий, используемых в вербальной фиксации результатов наблюдения, предлагающих уже вторичную, сконструированную реальность.

Вербальная фиксация наблюдаемых процессов по определению вторична, так как описание социальной реальности означает ее перевод в качественно иное состояние, где она приобретает форму уже проведенного анализа. Использование слов означает качественный скачок от процессов, людей и вещей к упорядоченным символам (категориям и понятиям). Мы не видим того, что видел наблюдатель. Нам даны уже выбранные и развешанные им ярлыки, разложенные в соответствии с предложенным им порядком. Вербально описанное явление закрыто для вторичного анализа, ибо приходится опираться на классификации и упорядочение, уже проведенные наблюдателем. Нередко оно не позволяет вернуться к исходному материалу и реконструировать его. В этом одна из проблем вторичной интерпретации данных ранних путешественников: если они писали о туземцах с немыслимыми телесными характеристиками, то современный исследователь имеет простой выбор: верить или не верить, но не в состоянии перепроверить. Фотография в определенной мере выводит доказательства на уровень, изоморфный реальности: ее контуры соответствуют фотографическому образу. Автор данных увидел в ней феномен А, что не мешает другим увидеть там совершенно иное.

Во-вторых, наблюдаемые в полевом исследовании социальные процессы часто имеют характер, не только не поддающиеся детальной фиксации, но даже ускользающие из поля зрения. Это результат трех аспектов многих процессов.

(а) Нередко они имеют скорость, превосходящую способность наблюдателя не только их запомнить и описать, но даже просто заметить. Важные характеристики ситуации могут мелькать в форме дискретных моментов, длящихся секунды, а то и менее. Современная же фотокамера в состоянии зафиксировать и дифференцировать детали процесса, имеющие длительность в доли секунды. Она буквально останавливает мгновения, делая их доступными для неспешного и вдумчивого разглядыва-

ния и анализа. С ее помощью реализуется фаустовская утопия, сформулированная в ставшей крылатой фразе «Остановись мгновение!»

(б) Перед глазами исследователя мелькает так много деталей, потенциально имеющих принципиальное значение, что заметить их порою просто невозможно, так как они ускользают из поля зрения. Наблюдатель нередко физически не в состоянии сфокусировать взгляд на десятках аспектов протекающего перед ним процесса. Разглядывание в кабинете фотографий, сделанных в поле, позволяет увидеть множество важных деталей, ускользнувших из поля зрения во время наблюдения. Разумеется, приращение данных в процессе их разглядывания возможно лишь при условии, что наблюдатель смог зафиксировать больше, чем увидел. Это предполагает технику избыточной фиксации, когда камера схватывает гораздо больше, чем глаз исследователя. Иначе говоря, фотограф сначала снимает, а потом уже думает, что и зачем он снял. Цифровые камеры с огромными объемами памяти делают эту информационную роскошь реально возможной.

(в) Наблюдаемое событие может быть столь интенсивным и продолжительным, что описать его в поле нет возможности, да и запомнить массу деталей, часть из которых может оказаться важными, тоже не удастся. Порой эти процессы длятся несколько дней подряд, не оставляя исследователю ни времени, ни сил сразу описать увиденное. Фотокамера же позволяет наблюдателю делать массу снимков, фиксирующих стремительные и объемные потоки социальных феноменов, которые ни мозг, ни рука — пишущая или печатающая — не в состоянии превратить в данные.

В-третьих, фотография обеспечивает объемность и детальность фиксации, недоступную при использовании вербальных инструментов. Словесное описание подчинено логике категориальной сетки (исследовательской оптики). Объектив же наивен и фиксирует больше, чем видит или хочет видеть исследователь в данный момент (правда, в рамках выбранного им кадра). Иначе говоря, логика кадра вырывается за пределы контроля его автора, не совпадает с его методологической и идеологической оптикой. Вернувшись к снимку на новой фазе исследовательской спирали, он может увидеть на нем многое из того, что было в зоне методологической слепоты в момент наблюдения. Зрители, использующие другую оптику, разглядывая снимки, также могут увидеть то, что не смог или не захотел увидеть фотограф. Детали проявляются в только процессе неспешного разглядывания снимка. Правда, это возможно лишь при использовании фотографом уже упомянутой техники избыточной фиксации, предполагающей, что съемка опережает по скорости и превосходит

по масштабу способность фотографа в процессе наблюдения понять важность мелькающих деталей.

### **Ограниченность визуальных данных**

На ранних, романтических этапах развития исследовательской фотографии описание ее особенностей как особой разновидности данных завершалось перечислением достоинств. Только позже пришло понимание, что не все так просто, что снимки, как и слова, — это, с одной стороны, тоже продукты социального конструирования, а с другой — они являются инструментами конструирования реальности. Визуальное исследование не свободно от первородного методологического греха: глаз по своей природе является инструментом конструирования образа мира. В чем это проявляется?

(1) Взгляд, в том числе через видоискатель камеры, избирателен, интенционален. Он запрограммирован интересами фотографа: кого что интересует, то в первую очередь и попадает в кадр. Соответственно то, что выпадает за пределы зоны интересов, оказывается незамеченным, попадает в слепую зону. Например, любитель и знаток архитектуры снимет большое количество зданий и их элементов, даже если предмет его наблюдения был иной.

(2) Точка нахождения наблюдателя во многом определяет содержание обзора. Она локализована в географическом и социальном пространствах, поэтому отчетливо видеть можно только то, к чему ты близок, куда тебя допустили, к чему ты принадлежишь. Нельзя увидеть и снять то, что находится за пределами видимости. Чтобы что-то снять, к нему надо приблизиться, а для этого надо иметь доступ. Соответственно из разных точек одна и та же реальность разворачивается в серии совершенно разных фотографий, отражающих один и тот же объект с разных дистанций и ракурсов. Однако если был только один наблюдатель, т.е. риск принять вершину айсберга за весь айсберг. Тут уместно привести притчу о слепых, которые ощупывали разные части тела слона и отвечали на вопрос о том, что такое слон. Исследователи, наблюдающие событие из разных точек, имеют много шансов уподобиться этим слепым. Очень часто исследователю доступна только сцена, открытая зрителям: закулисная зона, где часто скрывается суть события, оказывается вне поля зрения.

(3) Фотосъемка — это фиксация избранного момента, его извлечение из непрерывного потока времени. Сейчас ситуация одна, а пять минут назад была иной. И это фотограф решает, когда нажать на кнопку. Разные люди сделают это в разные моменты. В итоге один и тот же процесс имеет возможность быть представленным в фотографиях, между кото-

рыми с трудом можно найти общность, даже если они снимались из одной точки. Даже видеокамера не предполагает, что оператор не выключает ее на протяжении всего события. Таким образом, есть противоречие между прерывистостью съемки и непрерывностью реальности.

(4) Самоцензура (моральная, политическая, идеологическая и религиозная) влияет на выбор объекта и кадрирование. Глаз закрывается при встрече с тем, что видеть неприлично, а снимать и показывать — тем более. Например, человек во время события оступился и упал. В рамках «нормального» этикета направлять на него камеру неприлично, однако случайность является формой проявления закономерности: упавший мог оказаться в такой ситуации потому, что выпил лишнего или находится в плохой физической форме в силу возраста. А это все детали, которые нередко важны для понимания того, кто участвует в наблюдаемом событии. Кроме того, есть немало ситуаций, которые можно видеть, но снимать кажется аморальным (например, гибель людей). В итоге на выходе получаем снимки, очищенные самоцензурой.

(5) Съемка — это уже анализ, ибо кадр является аналогом категории, а она — ключевым элементом концепции (пусть часто и обыденной). Это тот же капкан, что и в вербальном описании. Снимать же, не кадрируя, нельзя. Разные фотографы, снимая одну и ту же ситуацию, выберут разные рамки кадра, что нередко ведет к совершенно разным образам реальности.

(6) Цензура в широком смысле этого слова проявляется в устанавливаемых разными организациями ограничениях на съемку. На выставках, в магазинах, на предприятиях и на ряде мероприятий официально запрещено фотографировать. Не так давно в России действовал запрет на съемку в метро, есть ограничения на съемку на железнодорожных объектах. При наблюдении жизни военных никогда не знаешь, когда твой взгляд упрется в военную тайну. Есть даже ограничения на съемку на Красной площади, поскольку рядом находятся объекты особой государственной важности.

(7) Фотограф-исследователь подвержен естественному соблазну эстетизации. Красивая фотография, как и изящно написанный текст, упрощают привлечение и удержание внимания, а значит, способствуют пониманию, часто требующему вдумчивости, не совместимой со спешкой. Мимо снимка, лишённого эстетической привлекательности, зритель пройдет мимо, не утруждая себя разглядыванием деталей, в которых он мог бы увидеть что-то очень важное. Однако эстетизация — это уже редактирование слепка с реальности, соскальзывание исследования в искусство. А это уже принципиально иная форма отражения реальности.

Образно говоря, есть лекарство, а есть сладкая оболочка таблетки, есть суть фотографии, а есть ее форма. В процессе коммуникации автора со зрителем доступ к содержанию может блокироваться формой, лишенной эстетической привлекательности. Таким образом, соблазн эстетизации имеет вполне рациональные основания.

(8) Человек как объект съемки тоже является участником процесса конструирования образа реальности. Механизмом его вовлечения в этот процесс выступает ситуация съемки, принимающая характер перформанса (см. подробнее [Ильин, 2006]). Камера трансформирует снимаемую реальность, вынуждая объект играть роль — либо навязываемую ему фотографами и стереотипами, либо сознательно выбираемую им самим с целью манипуляции впечатлениями. Людей, попавших в кадр, часто интересует не достоверность получаемого визуального образа, а его привлекательность, эстетические и этические достоинства. Не все соглашаются сниматься в грязной и некрасивой рабочей одежде, предоставлять для съемки не приведенное в порядок жилье.

(9) Отбор снимков для презентации результатов также идет через фильтр исследовательской оптики: то, что важно одному, другой стирает. Исследовательская оптика редактирует реальность и на этом этапе отбора снимков для презентации и публикации. Редактирование идет не только через фильтр предмета (это вполне оправдано, хотя создает проблему для вторичного анализа, опирающегося на иной предмет). В качестве фильтра часто выступают соображения идеологической и политической целесообразности: исследователь может порою подсознательно выводить за кулисы снимки, которые работают против его убеждений.

(10) Массив сделанных снимков классифицируется в архиве с помощью той или иной категориальной сетки, отражающей суть избранной концепции и предмета исследования. Разные сетки — разная классификация как эмпирический каркас возникающей теории. Иначе говоря, исследовательская теоретико-методологическая оптика накладывает серьезный отпечаток на процесс упорядочения архива. В силу этого у исследователей, работающих в разных теоретико-методологических рамках, фотоархивы имеют разную структуру.

(11) Логика внимания структурирует съемку: глаз и камера останавливаются на том, что выделяется, бросается в глаза, необычно, экзотично, эксклюзивно и т.д. Рутинное и банальное, т.е. то, что отражает суть структур повседневности, имеет тенденцию уходить в тень, где возрастает вероятность быть незамеченным, а случайное получает повышенные шансы попасть в кадр. Очень красивый или уродливый человек имеет больше возможности попасть в кадр, чем средний персонаж, хотя

последний более типичен. Единственный портрет Сталина в большой колонне демонстрантов имеет много шансов попасть в видеоискатели почти всех камер, в то время как банальные, хотя и типичные транспаранты останутся незамеченными. Внимание — это фильтр, сформированный предшествующим опытом. Для кого-то экзотикой является крокодил, а для кого-то — метро. Москвич и житель деревни представят столицу в виде совершенно разных фотоочерков.

(12) Появление цифровой фотографии и прогресс техники ее редактирования стимулируют процесс стирания граней между документом и произведением искусства, слепком с реальности и живописью, между фактом и симулякром. Данный тренд ставит под угрозу перспективы фотографии как исследовательского инструмента. Достоверность фотоснимка оказывается целиком зависимой от доверия к автору. Фоторедакторы позволяют легко и просто убрать «ненужные» детали, искажающие логику авторского повествования, соединить в одном кадре то, что в реальности рядом не находилось. При этом убираются не только прыщи с лица, но и «прыщи» социальной реальности, «портящие» картину. И проверить это можно только с помощью специальной экспертизы. Однако нарастание угроз достоверности данных характерны не только для визуального исследования. Это методологическая бомба массового поражения. Проблема неумышленного искажения полевым исследователем данных или даже сознательной их фальсификации стимулирует сомнения относительно любых типов социологической информации, запуская противоположный процесс усложнения технологии верификации.

### **Исследовательская триангуляция**

Проблема ограниченности угла обзора, привязанного к позиции исследователя в физическом и социальном пространстве, имеет серьезный характер. Один из путей ее решения состоит в сборе данных с помощью нескольких исследователей, наблюдающих одну и ту же ситуацию. Исследовательская триангуляция в визуальном исследовании принимает две разные формы.

Во-первых, это участие в исследовании нескольких коллег с камерами, которые снимают событие с разных точек физического пространства.

Во-вторых, к участию в исследовании привлекаются люди, входящие в объект исследования. Они оказываются в роли ассоциированных исследователей. В антропологии различают визуальные данные самой культуры и о ней («records of» и «records about») [Prosser, 1998: 123]. При изучении американских индейцев антропологи научили их обращаться с кинокамерой и получили визуальные данные, показывающие изучаемую культуру, представленную глазами ее носителей. Английские исследова-



тели беспризорников в Мали раздали фотокамеры детям, которые сняли уголки социальной реальности, закрытые для посторонних.

Я в исследовании повседневной жизни молодежи в обществе потребления привлекал студентов в качестве наблюдателей-фотографов, снимавших там, куда мне попасть было трудно, не нарушая чистоты ситуации (например, в ночные клубы) [Ильин, 2007].

### **Выводы**

Таким образом, визуальные данные, как и любые иные данные, имеют и несомненные преимущества, и недостатки. Проблема не в самих данных, а в их адекватности исследовательским вопросам. Нет плохих типов данных. Есть данные высокого качества и не очень, есть адекватные цели и не соответствующие ей. Данные — это средства достижения цели, а средства не всегда эффективны.

Выход из противоречивой ситуации видится в триангуляции источников и исследователей. Нет смысла в чисто визуальном исследовании, если не считать случаи, когда она используется как демонстрация возможностей визуализации. Оптимальным являются разные формы их сочетания. Такое сочетание оптимально не только на стадии презентации аргументов, но и в процессе производства данных. Например, фотографии используются как стимулы, организующие интервью, и таким образом выполняют функции катализатора получения текстовых данных. Последние же, в свою очередь, позволяют более достоверно и с позиций изучаемого объекта интерпретировать смысл снимков.

Кроме того, стремительный прогресс техники фотографирования и редактирования ставит на повестку дня проблему развития технологий верификации визуальных данных, которые пока заметно отстают от технологий их фальсификации.

### **Список использованной литературы**

Ильин В.И. (2006) Драматургия качественного полевого исследования. СПб.: Интерсоцис.

Ильин В.И. (2007) Быт и бытие молодежи российского мегаполиса: социальная структуризация повседневности общества потребления. СПб.: Интерсоцис.

Руйе А. (2014) Фотография. Между документом и современным искусством / Пер. с фр. СПб.: Клаудберри.

Штомпка П. (2007) Визуальная социология. Фотография как метод исследования: Учебник / Пер. с польск. Н.В. Морозовой. М.: Логос.

Ярская-Смирнова Е.Р., Романов П.В. (ред.) (2009) Визуальная антропология: режимы видимости при социализме. М.: Вариант, ЦСПГИ.

Becker H.S. (1974) Photography and Sociology // Studies in Anthropology of Visual Communication. No 1. P. 3–26.

Emmison M., Smith P. (1998) *Researching the Visual: Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry*. L.: SAGE Publications.

Grbich C. (2013) *Qualitative Data Analysis. An Introduction*. L.: SAGE.

Prosser J. (1998) *Image-Based Research: a Sourcebook for Qualitative Researchers*. L.: Falmer Press.

---

## **Data in a field visual research**

Vladimir I. Ilyin

doctor of sociological sciences, professor,  
Saint-Petersburg State University, Sociological Faculty

e-mail: ivi-2002@yandex.ru

Despite growing interest in visual anthropology and sociology, problems of methodology and technique of visual field studies remain in the shadows. The purpose of this article is to analyze possible functions, advantages and disadvantages of visual data, focusing on photography.

Visual data are images that help to answer the research questions. This function takes two main forms: an ethnographic analytical description in the form of a photo essay and processing visual data into a mini-theory, arising from the transfer of images into abstract categories of language.

Visual data have a number of features. Images represent adequate forms of social reality grasping the details that cannot be fixed other ways due to emergency of the observed processes, their variation in scale and duration. Compared with texts, visual data are much more open to direct secondary analysis without strong presuppositions by the observer.

At the same time visual data have their substantive limitations. Like texts, they are social constructs. Camera optics is substantially distorted by the optics of the research. A photographer constructs images of reality, choosing the moment of pressing the shutter button and the frame of the view. He is far from being free from methodological, theoretical, ideological, political and moral censorship.

However, the limitations of visual data are not merely the feature. This is a problem of all social data types without exception. The only thing to be done is triangulating different types of data to control possible biases.

Keywords: visual data, observation, data analysis, visual imagery, visualisation, visual ethnographic description, mini-theory.

## **References**

Becker H.S. (1974) *Photography and Sociology // Studies in Anthropology of Visual Communication*. No 1. P. 3–26.

Emmison M., Smith P. (1998) *Researching the Visual: Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry*. L.: SAGE Publications.

Grbich C. (2013) *Qualitative Data Analysis. An Introduction*. L.: SAGE.

Ilyin V.I. (2006) *Dramaturgiya kachestvennogo polevogo issledovaniya*. SPb.: Intersotsis. (in Russian)

Ilyin V.I. (2007) *Byt i bytie molodezhi rossiyskogo megapolisa: sotsial'naya strukturatsiya povsednevnosti obshchestva potrebleniya*. SPb.: Intersotsis. (in Russian)

Prosser J. (1998) Image-Based Research: a Sourcebook for Qualitative Researchers. L.: Falmer Press.

Ruye A. (2014) Fotografija. Mezhdu dokumentom i sovremennym iskusstvom / Per. s fr. SPb.: Klaudberri. (in Russian)

Shtompka P. (2007) Vizual'naya sotsiologiya. Fotografija kak metod issledovaniya: Uchebnik / Per. s pol'sk. N.V. Morozovoy. M.: Logos. (in Russian)

Yarskaya-Smirnova E.R., Romanov P.V. (red.) (2009) Vizual'naya antropologiya: rezhimy vidimosti pri sotsializme. M.: Variant, TsSPGI. (in Russian)

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Ильин В.И. Данные в полевом визуальном исследовании // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 7–19.

Ilyin V.I. Data in a field visual research // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 7–19.

## **Опыт использования ДСМ-метода в типологическом анализе<sup>1</sup>**

**Светлана Гавриловна Климова**  
кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник  
Института социологии РАН  
e-mail: sgklimova@mail.ru

**Мария Анатольевна Михеенкова**  
доктор технических наук, ведущий научный сотрудник  
ФИЦ «Информатика и управление» РАН  
e-mail: m.mikheyenkova@yandex.ru

В статье изложены концептуальные основания работы ДСМ-метода с социологическими данными и основные процедурные решения, сделанные авторами. Описаны возможности ДСМ-метода для решения задач типологического анализа и опыт его использования в исследовании типов гражданского участия. ДСМ-метод является инструментом формализованного качественного анализа данных. Метод применяется для анализа каузальных зависимостей в массиве данных, представленных позитивными, негативными и неопределенными примерами отношения «субъект  $\Rightarrow$  поведение». Он может использоваться, когда мы имеем дело с множеством причин или их комбинаций, приводящих к одному и тому же эффекту — тому или иному поведению, поведенческой готовности. Метод позволяет работать с малыми выборками и качественными (неколичественными) данными (от 5 до ~100 случаев, заведомо не поддающихся статистическому анализу). Показано, что можно сделать содержательно непротиворечивые выводы о характеристиках номинальной группы, даже если она мала. Главная особенность метода, позволяющая это делать, — предъявление социологу некоторого набора сочетаний признаков, которые присутствуют у одной группы и отсутствуют у антиподов — группы с заданным противоположным поведенческим признаком. Приводятся результаты эксперимента по сравнению двух типологических групп: несистемные неполитические активисты и политические активисты. Делаются выводы о сфере применения метода. Метод позволил делать обобщающие описания типов гражданского участия в соответствии с требованиями процедур, диктуемых методом (переменные-признаки-генерализации). В анализе и прогнозе можно также учесть разные уровни детерминаций (ситуационный, установочный, ценностный, нормативный) и оценить вклад каждого уровня в изучаемое поведение.

Ключевые слова: формализованный качественный анализ социологических данных; ДСМ-метод; анализ зависимостей; номинальная группа; ситуационный анализ; формальные средства; гражданское участие.

---

<sup>1</sup> Исследование ведется в рамках проекта 15-07-02402 «а» «Интеллектуальная система для поддержки качественных социологических исследований», финансируемого РФФИ в Федеральном исследовательском центре «Информатика и управление» РАН под руководством д.т.н. М.А. Михеенковой.

## **Проблема, цель, задачи**

Типологический анализ социальных систем предполагает последовательное решение трёх задач: описание элементов (индивидуумов), отношений между элементами и, наконец, формирование целостных системных образований, характеризующихся интегративными качествами. Теоретический подход к решению задачи типологизации социума опирается на обобщение признаков социальных явлений на основе идеальной теоретической модели и дальнейшее сопоставление с эмпирическими свидетельствами; именно этот процесс иногда рассматривается как собственно анализ социологических данных [Крыштановский, 2006]. Эмпирическая типологизация, напротив, является основой построения теории и источником научного прогноза [Ядов, 2003].

Восприятие количественного измерения как единственно доступного источника объективизации в социальных науках приводит к тому, что основным средством обоих видов типологизации оказывается кластерный анализ, основанный на различного рода метриках. Более того, неформальный характер результатов качественных (неколичественных) исследований, ориентированных на изучение и обобщение личностного опыта информантов, формирует у ряда исследователей скептическое отношение к типологизации, использующей эти результаты. Считается, что в этом случае единицами исследования могут стать группы, выделенные по произвольным критериям: «Теоретический и квазитеоретический дискурсы получают здесь практически неограниченную власть над действительностью» [Батыгин, 2008: 119].

Цель исследования – анализ возможностей ДСМ-метода для построения социологических типологий в условиях малой выборки. Задачи: (1) структурировать данные о респондентах, включенных в разные формы гражданского участия с тем, чтобы структура данных соответствовала задачам содержательного анализа; (2) оценить возможности ДСМ-метода для описания характеристик номинальных групп респондентов по сочетаниям признаков в условиях малой выборки.

## **Концептуальные основания**

### **Интеллектуального анализа социологических данных (ИАСД)**

Формализация собственно аналитического процесса – процедур выявления причинных зависимостей из анализа имеющихся данных и индуктивных стратегий создания теорий [Gobo, 2005; Fielding, 2003: 161–178) позволяет объективизировать процесс построения эмпирических теорий независимо от характера данных. Это соотносится с эпистемологией «восходящей» стратегии качественного анализа, формулируемой как «доказательное и последовательное» построение теории на основе

эмпирических фактов [Страусс, Корбин, 2007]. С развитием компьютерных систем для качественного анализа CAQDAS (computer aided / assisted qualitative data analysis) [Lewins, Silver, 2009] обоснованность заключений повысилась вследствие более аккуратной, эффективной и надёжной реализации стандартных процедур *обработки* качественных данных. Однако функция порождения нового знания в таких системах представлена достаточно слабо. На решение проблемы извлечения сложных интерпретируемых зависимостей из качественных (неколичественных) эмпирических данных ориентирован, пожалуй, лишь качественный сравнительный анализ (Qualitative Comparative Analysis, QCA [Rihoux, Ragin, 2009]), широко распространённый в западной социологической практике и реализованный в пакете компьютерных программ. Метод основан на использовании аппарата булевой алгебры, в более развитых версиях – с включением элементов теории нечётких множеств. Формальные средства QCA позволяют обрабатывать закрытые данные (законченные таблицы) и, таким образом, метод не может считаться в полной мере инструментом порождения нового знания. Построение теории на основе эмпирических фактов средствами формализованных познавательных процедур осуществляется в компьютерных системах, реализующих методы интеллектуального анализа данных (подробнее см. [Михеенкова, Финн, 2016: 8171–8184]), в отечественных исследованиях такие возможности предоставляет интеллектуальная система типа ДСМ JSM Socio<sup>2</sup> [Михеенкова, Волкова, 2013: 5–19]. Система использует развитые логические средства ДСМ-метода автоматизированной поддержки научных исследований [Финн, 2013], формализующие синтез познавательных (недедуктивных) процедур: эмпирической индукции (формальных расширений и уточнений индуктивных методов английского мыслителя Дж.С. Милля, в честь которого и назван метод), структурной аналогии и абдуктивного рассуждения Ч.С. Пирса как средства принятия гипотез на основе объяснения начальных данных. Значительно более развитые по сравнению с QCA формальные средства ДСМ-метода обеспечивают и значительно более широкие возможности воспроизведения исследовательских процедур [Михеенкова, 2010: 193–213; Кученкова, 2012]. Синтез познавательных процедур в ДСМ-методе представляет собой интеллектуальный анализ эмпирических данных, реализующий эвристическую схему познавательной активности «анализ данных – предсказание – объяснение». Ценность полученных в результате исследовательской деятельности эмпирических законов (номологических утверждений) опре-

---

<sup>2</sup> Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2013614978, авторы: Финн В.К., Михеенкова М.А., Волкова А.Ю., Климова С.Г.

деляется их способностью объяснить рассматриваемое явление (с учётом имеющегося теоретического знания), что на практическом уровне отображается в возможности адекватного реальности предвидения исходов для новых примеров явления.

Интеллектуальный анализ социологических данных (ИАСД) и реализующая его интеллектуальная система JSM Socio предназначены для анализа каузальности типа «структура – эффект» (а не «явление – явление»), основывающегося на фундаментальном принципе качественного анализа: (неметрическое / нестатистическое) «сходство фактов влечет наличие/отсутствие изучаемого эффекта и его повторяемость» [Арский, Финн, 2008: 8]. Иными словами, структурное сходство объектов является источником детерминации: условия, вынуждающие наличие или отсутствие эффектов у рассматриваемых объектов, интерпретируются как причины этих эффектов. Круг изучаемых задач формализованного качественного анализа (формального анализа нечисловых отношений) составляют исследование индивидуального поведения, порождение детерминант поведения и (эмпирическая) *типологизация социума* на их основе. Сюда же входит анализ и прогнозирование мнений (специфической формы поведения) респондентов. Существенным при решении этих задач является выяснение влияния ситуации на поведение индивидуума.

Синтез индукции, аналогии и абдукции, ориентированный на выявление эмпирических зависимостей, представляющих функциональное отношение причинности, из социологических данных реализован в ДСМ-методе с соблюдением довольно сложного комплекса условий, позволяющих отнести его к классу когнитивных рассуждений. Предполагается, что рассматриваемые социальные явления носят детерминистский характер, а данные и знания могут пополняться. Причинная обусловленность здесь понимается как предрасположенность (не вероятностная) к совершению поведенческих актов (действий, установок, мнений) при отсутствии противодействующих влияний. Для выявления гипотетических причин наблюдаемых эффектов, представленных в виде структурного (не метрического и не статистического) сходства фактов, определяется алгебраическая операция сходства. База фактов (БФ) должна включать позитивные (+) и негативные (–) примеры изучаемых эффектов поведения, обусловленных ( $\pm$ ) причинами (существенными влияниями) проявления эффектов. Последнее позволяет автоматически порождать фальсификаторы индуктивных гипотез и может рассматриваться как основание для их абдуктивного принятия.

**Процедурные решения ИСАД.** Для формализованного качественного анализа социологических данных (и, соответственно, интеллектуального

анализа социологических данных, если для анализа выбраны методы искусственного интеллекта) первичной является задача формирования системы отношений и последующий её анализ адекватными средствами<sup>3</sup>. Поэтому в исходной базе фактов (БФ) ДСМ-системы представлены предикаты  $X \Rightarrow_1 Y$  (реализующие соответствующее отношение  $\Rightarrow_1^*$ ): «субъект  $X$  демонстрирует эффекты поведения  $Y$ », где  $Y$  — переменная для представления действий, установок и мнений. Производные предикаты  $V \Rightarrow_2 W$  и  $W \Leftarrow_3 V$  означают, что «подмножество характеристик  $V$  есть причина эффекта поведения  $W$ » и «эффект поведения  $W$  есть следствие подмножества характеристик  $V$ ». ДСМ-рассуждение, формализованное средствами бесконечнозначной логики предикатов (1-го порядка для конечных моделей и слабой логики предикатов 2-го порядка для бесконечных моделей [Финн, 2013]), состоит из последовательного и итерируемого применения индуктивных выводов и выводов по аналогии, повторяющегося до стабилизации множества гипотез (когда новые гипотезы не порождаются). С помощью индуктивного поиска сходства исходных примеров из предиката  $X \Rightarrow_1 Y$  порождаются предикаты  $V \Rightarrow_2 W$  или  $W \Leftarrow_3 V$ , т.е. в автоматическом режиме формируются фрагменты базы знаний (БЗ) интеллектуальной системы JSM Socio. В выводе по аналогии порождённые гипотезы  $V \Rightarrow_2 W$  и  $W \Leftarrow_3 V$  о причинах изучаемых эффектов используются для расширения и уточнения представленного в начальном состоянии БФ отношения  $\Rightarrow_1^*$ . ДСМ-рассуждение завершается применением абдукции (формализованной посредством критерия достаточного основания принятия гипотез) — процедуры объяснения исходного множества фактов на основании так называемой «аксиомы каузальной полноты» (АКП). АКП требует, чтобы каждый пример из БФ был объяснён порождёнными гипотезами. При необходимости (если порождённых гипотез недостаточно для объяснения) БФ может быть пополнена новыми примерами, и ДСМ-рассуждение выполняется заново.

Таким образом, ДСМ-метод предоставляет исследователю возможности не только выявления каузальных зависимостей, но и предсказания и, что особенно нетривиально, оправдания принятых гипотез, и тем самым может рассматриваться как когнитивный инструмент анализа социологических данных. Однако неполнота знаний и имеющихся данных, характерная для эмпирических исследований, создаёт проблемы валидации полученных результатов. Этой цели служат встроенные в правила и

---

<sup>3</sup> Важность этой задачи понятна и серьёзным социологам-«количественникам». Так, Д. Кэмпбелл прямо говорит, что количественное знание зависит от качественного, а измерение есть лишь отображение системы отношений [Кэмпбелл, 1980: 240–277].



предикаты, реализующие ДСМ-рассуждения, условия фальсификации гипотез и порождение универсальных обобщений — эмпирических закономерностей ЭЗк (законов и тенденций) [Финн, 2015; Климова, Михеенкова, 2012]. ЭЗк определяются относительно используемых стратегий рассуждения и последовательностей вложенных БФ ( $БФ_1 \subset БФ_2 \subset \dots \subset БФ_n$ ) как регулярности в сохранении механизма вынуждения эффекта. Процесс расширения БФ и, соответственно, обнаружения эмпирических закономерностей завершается при достижении приемлемого уровня каузальной полноты — доли абдуктивно объяснённых порождёнными гипотезами элементов БФ. ЭЗк являются индуктивными операционально определяемыми (нестатистическими) обобщениями результатов синтеза познавательных процедур: индукции, аналогии и абдукции.

В общем виде задача изучения явления, понимаемого как отношение «объект — эффект», может быть представлена предикатом  $\langle X, S, (\varphi) \rangle \Rightarrow_1 Y$ , где  $X$  — структурированное описание индивидуума (например, множеством характеристик, необязательно принимающих числовые значения),  $S$  — параметры ситуации (контекста поведения),  $\varphi$  — мнение респондента,  $Y$  — эффект (действие или установка к действию). В зависимости от постановки задачи возможны различные варианты отношений: (1)  $\langle X, S, (\varphi) \rangle \Rightarrow_1 Y$ ; (2)  $X \Rightarrow_1 Y$ ; (3)  $\langle X, S \rangle \Rightarrow_1 Y$ ; (4)  $\langle X, S \rangle \Rightarrow_1 (\varphi)$ ; (5)  $X \Rightarrow_1 (\varphi)$ . Так,  $\langle X, S \rangle \Rightarrow_1 Y$  интерпретируется, как «субъект  $X$  в ситуации  $S$  демонстрирует эффекты поведения  $Y$ », при этом предикат причинности принимает вид  $R(\langle V, S' \rangle, W)$ , т.е. «пара  $\langle$ подмножество характеристик субъекта  $V$  и характеристики ситуации  $S'$  $\rangle$  есть причина множества эффектов поведения  $W$ ». Основой эмпирических зависимостей в этих предикатах является сходство не только субъектов поведения и их мнений, но и ситуации проявления этих мнений [Gusakova, Mikheyenkova, 2016]. Далее полученные гипотезы о причинах используют для предсказания возможного поведения и/или мнений с помощью вывода по аналогии, а также для абдуктивного объяснения исходной БФ с помощью аксиом каузальной полноты.

Типологические единицы формируются на основании анализа заключительной БФ (когда достигается приемлемая степень каузальной полноты). Они объединяют индивидуумов, имеющих общие характеристики, определяющие общие эффекты поведения (действия и/или установки). Возможно также включение в анализ ситуативных параметров и/или мнений субъектов.

**Экспериментальная проверка возможностей метода.** Для типологического анализа с помощью ДСМ-метод была взята задача описания групп респондентов, выделенных по критерию форм гражданского участия на материалах исследования, проведенного Фондом «Обществен-

ное мнение» в конце 2013 – начале 2014 г. Тема исследования — гражданское участие в малых и средних городах России (выборка 1500 чел.).

Основная гипотеза состоит в следующем: субъекты, выбирающие ту или иную поведенческую стратегию участия в гражданских инициативах, будут обладать близкими, похожими признаками. Повторяющееся сочетание сходных признаков дает код, т.е. высказывание об объекте, а совокупность кодов — типологическую единицу. Мы исходили из того, что если в изучаемой совокупности совпадают характеристики у нескольких людей, то это может свидетельствовать о возможном наличии типа. Предполагалось также, что количество типов ограничено.

Сформированы парные группы по критерию политического участия. Мы предполагали, что люди, демонстрирующие политическое участие, отличаются от своих антиподов, в нашем случае, гражданских неформальных активистов, не занимающихся политической деятельностью, некоторым сочетанием характеристик личности (мнения и объективные признаки) и ситуации. В нашем случае «ситуация» — это некоторые параметры территориального контекста, влияющие, как мы предполагаем, на особенности гражданского поведения. Индикаторы политического участия — это признаки, описывающие конкретные действия респондента, которые характеризуют его включенность в политические события (быть наблюдателем на выборах; участвовать в деятельности политических партий; собирать подписи в поддержку конкретного политика, политической партии, агитировать на выборах; участвовать в политических демонстрациях, пикетах, митингах в поддержку политика, партии и т.п.).

Из 1500 чел., участвовавших в опросе, заявили о своём политическом участии 4%, или 60 чел. В городах с численностью от 100 до 250 тыс. жителей таких оказалось 30 чел.

Таким образом, мы можем считать, что участники политического процесса в «глубинной России» — это, в подавляющем большинстве, представители системных партий. Примечательно и то, что никто из партийных активистов не жертвует деньги политическим партиям.

В паре: *Политические активисты* (ПАк) — *Несистемные неполитические активисты* (ННА) политические активисты (ПАк) отличаются от своих антиподов тем, что это: работающие женщины; люди, которые говорят о себе как о человеке, готовом объединяться с другими для защиты своих прав; чувствующем ответственность за происходящее в городе, в доме, во дворе; помогающем другим людям. Вместе с тем, они весьма скептически оценивают готовность сограждан объединяться для совместных действий; их способность отстаивать свои права; способность по-

влиять на власти. Иными словами, *они приписывают себе способность к социальному действию, отказывая в этой способности другим.*

Некоторые из перечисленных признаков сочетаются с ключевым признаком, который формирует два подтипа. Это отношение к властям. Тех, кто недоволен работой властей, мы назвали «оппозиционными политическими активистами» (модель 1). Типу, кто доволен работой властей, мы дали имя «про-властные политические активисты» (модель 2).

В данной паре мы назначили антиподами политическим активистам несистемных неполитических активистов (ННА), потому что обеим этим группам свойственна социальная активность. Но первые не вовлечены в общественную деятельность по решению разнообразных проблем горожан, а вторые не занимаются политикой, но решают общие для горожан проблемы вне рамок общественных организаций (поэтому они несистемные). Несистемные неполитические активисты — работающие граждане среднего достатка, иногда мужчины (напомним, что в сочетании признаков, описывающих политических активистов, встречаются только женщины). Самопрезентации несистемных неполитических активистов похожи на самопрезентации политических активистов. Они говорят о себе как о человеке, готовом объединяться с другими для защиты своих прав; помогающем другим людям. Примечательно, что и те, и другие заявляют, что чувствуют ответственность за происходящее в доме, во дворе, но не в городе. Так же, как и политические активисты, несистемные неполитические активисты склонны доверять окружающим, но не большинству людей. Это значит, что и те, и другие живут в сходном социально-психологическом пространстве локальных идентичностей.

Самое радикальное отличие несистемных неполитических активистов от политических активистов – то, что они считают сограждан субъектами социального действия. Они уверены, что жители: способны повлиять на власти; способны отстоять свои права; могут решить некоторые городские проблемы. Таким образом, политические активисты (независимо от их политической ориентации) отказывают согражданам в субъектности. Несистемные неполитические активисты, напротив, считают сограждан субъектами социального действия, и это естественно для их социальной роли, поскольку они в своей повседневной практике реализуют свой собственный потенциал субъектности во взаимодействии с другими людьми, когда, например, помогают больным детям или пристраивают бездомных животных.

## Заключение

Главной проблемой эмпирической типологизации в социологии, в особенности, использующей «восходящую» индуктивную стратегию ка-

чественного анализа, остаётся преодоление субъективизма при формировании теории. Плодотворным на этом пути представляется сочетание высокопрофессиональной деятельности социолога по использованию стандартных эвристик формирования массива данных с компьютерными реализациями формализованных эвристик анализа данных с последующей экспертной интерпретацией полученных результатов. Формирование типов — это лишь отчасти результат использования математического аппарата, а в значительной мере — результат размышлений социолога. Поэтому, если в результате формализованного анализа получаются типы, мало различающиеся между собой, это означает либо то, что исходные показатели слишком дробные (в нашем случае, разные формы участия, которые являются результатом стечения некоторых контекстных обстоятельств); либо то, что они не слишком значимы для исследуемого эффекта. Такие признаки образуют «шумы» в виде сочетаний признаков, не прибавляющих ничего к уже имеющимся типам.

Выделенные нами типы — это номинальные группы людей, объединенные общими искомыми признаками. Данная типология не могла быть создана с помощью методов, использующих приёмы статистического анализа, потому что численность групп очень мала (в выборке оказалось 30 человек в группе ПАк и 33 человека в группе ННА). Дальнейший анализ предполагает проверку гипотезы об отказе политическими активистами избирателям в социальной субъектности. Это наблюдение может, в частности, означать, что (а) «вождистская» (население-лидер) идеология транслируется от политических авторитетов низовым политическим активистам; (б) отказ от партнерских отношений с активными горожанами, приписывание им роли ведомых разрушает гражданский диалог; (в) признание партнеров по гражданской активности социальными субъектами некомфортно для политических активистов, поскольку неявно ставит под сомнение их социальную роль.

Активность горожан соотносится с развитостью поселения. Признаки развитости поселения, которые наиболее часто встречаются в сочетании друг с другом (все вместе или частично) это: зона агломерации до 110 км включая центры; ВРП по группам свыше 300 000 р.; плотность населения более 2000 чел. на кв. км, средняя начисленная зарплата СННЗ выше 23001 р.; миграционный прирост.

ДСМ-метод можно использовать для решения задач типологического анализа. Особенность применения метода в том, что в качестве результата мы можем описать не статистический, а реальный объект. Метод позволяет получить характеристики реальных, а не номинальных групп. Реальная группа — это та, которая отличается некоторым сочетанием,

ядерных (свойственных большинству) и периферийных (реже встречающиеся) признаков. Мы получаем объемные характеристики реальных групп, которые в каких-то признаках (можно определить, в каких) совпадают, а каких-то различаются. Например, все соглашаются с формулой некоей проблемы, но не совпадают в способах ее решения.

### **Список использованной литературы**

Арский Ю.М., Финн В.К. (2008) Принципы конструирования интеллектуальных систем // Информационные технологии и вычислительные системы. № 4. С. 4–37.

Батыгин Г.С. (2008) Лекции по методологии социологических исследований. М.: РУДН.

Климова С.Г., Михеенкова М.А. (2012) Формальные средства ситуационного анализа: опыт применения // НТИ, сер. 2. № 10. С. 1–13.

Крыштановский А.О. (2006) Анализ социологических данных. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ.

Кученкова А.В. (2012) Логико-комбинаторные методы анализа социологических данных: эвристический потенциал и методическая специфика: автореферат дис. ... канд. социол. наук. М.

Кэмпбелл Д. (1980) Качественное знание в исследованиях действия // Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях. М.: Прогресс. С. 240–277.

Михеенкова М.А. (2010) О формализованных эвристиках качественного анализа социологических данных // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия «Информатика. Информационная безопасность. Математика». Вып. 12 (55). С. 193–213.

Михеенкова М.А., Волкова А.Ю. (2013) Спецификация интеллектуальной системы типа ДСМ // НТИ, сер. 2. № 7. С. 5–19.

Михеенкова М.А., Финн В.К. (2016) ДСМ-метод автоматизированной поддержки научных исследований как инструмент интеллектуального анализа данных в социологии // Материалы V Всероссийского социологического конгресса (Екатеринбург, 19–21 октября 2016 г.) М.: Российское общество социологов. (Электронный ресурс: DVD ROM). С. 8171–8184.

Страусс А., Корбин Дж. (2007) Основы качественного исследования. Обоснованная теория. Процедуры и техники. М.: КомКнига.

Финн В.К. (2015) Обнаружение эмпирических закономерностей в последовательностях баз фактов посредством ДСМ-рассуждений // Научно-техническая информация, сер. 2. № 8. С. 1–29.

Финн В.К. (2013) Эпистемологические основания ДСМ-метода автоматического порождения гипотез // НТИ, сер. 2. № 9. С. 1–30; № 12. С. 1–29.

Ядов В.А. (2003) Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет.

Fielding N.G. (2003) Automating the ineffable: Qualitative software and the meaning of qualitative research // Qualitative research in action / ed. Tim May. London: Sage Publication. P. 161–178.

Gobo G. (2005) The Renaissance of Qualitative Methods // FQS Forum: Qualitative Social Research. Vol. 6. № 3. Art. 42.

Gusakova S.M., Mikheyenkova M.A. (2016) Knowledge Discovery as a Tool for the Formation of the Structure of Society // Automatic Documentation and Mathematical Linguistics. Vol. 50. No. 5. P. 179–188.

Lewins A., Silver C. (2009) Using Software in Qualitative Research: A Step by Step Guide (2nd ed.). London: Sage Publications.

Rihoux B., Ragin C.C. (eds) (2009) Configurational Comparative Methods. Qualitative Comparative Analysis (QCA) and related techniques (Applied Social Research Methods). Thousand Oaks (CA); London: SAGE Publications.

---

## **A Case of Using JSM-Method in Typological Analysis**

Svetlana Gavrilovna Klimova

candidate of philosophical sciences, leading scientific fellow,  
Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences  
e-mail: sgklimova@mail.ru

Mikheenkova Mariya Anatol'evna

doctor of technical sciences, leading scientific fellow,  
FRC «Informatics and Management» Russian Academy of Sciences  
e-mail: m.mikheyenkova@yandex.ru

The article presents the conceptual bases of JSM-method and basic procedural decisions. Possibilities of JSM-method for typological analysis and the experience of its use in the study of types of civic participation. The method was used to analyze the causal dependencies in the data submitted by the positive, negative and uncertain examples relationships between subject and behavior. It has been shown that it is possible to make consistent meaningful conclusions about the characteristics of the nominal group, even if it is small.

**Keywords:** formalized qualitative analysis of sociological data; JSM-method; causal analysis; nominal group; situational analysis; civic participation.

### **References**

Arskiy Yu.M., Finn V.K. (2008) Printsipy konstruirovaniya intellektual'nykh sistem // Informatsionnye tekhnologii i vychislitel'nye sistemy. No. 4. S. 4–37. (In Russian)

Batygin G.S. (2008) Lektsii po metodologii sotsiologicheskikh issledovaniy. M.: RUDN, (In Russian)

Fielding N.G. (2003) Automating the ineffable: Qualitative software and the meaning of qualitative research // Qualitative research in action / ed. Tim May. London: Sage Publication. P. 161–178.

Finn V.K. (2013) Epistemologicheskie osnovaniya DSM-metoda avtomaticheskogo po-rozhdeniya gipotez // NTI, ser. 2. No. 9. S. 1–30; No. 12. S. 1–29. (In Russian)

Finn V.K. (2015) Obnaruzhenie empiricheskikh zakonomernostey v posledovatel'no-styakh baz faktov posredstvom DSM-rassuzhdeniy // Nauchno-tekhnicheskaya informa-tsiya, ser. 2. No. 8. S. 1–29. (In Russian)

Gobo G. (2005) The Renaissance of Qualitative Methods // FQS Forum: Qualitative Social Research. Vol. 6. No. 3. Art. 42.

Gusakova S.M., Mikheyenkova M.A. (2016) Knowledge Discovery as a Tool for the Formation of the Structure of Society // Automatic Documentation and Mathematical Linguistics. Vol. 50. No. 5. P. 179–188.

Kempbell D. (1980) Kachestvennoe znanie v issledovaniyakh deystviya // Modeli eksperimentov v sotsial'noy psikhologii i prikladnykh issledovaniyakh. M.: Progress. S. 240–277. (In Russian)

Klimova S.G., Mikheenkova M.A. (2012) Formal Methods of Situational Analysis: Experience from Their Use // Automatic Documentation and Mathematical Linguistics. Vol. 46. No. 4. P. 183–194.

Kryshtanovskiy A.O. (2006) Analiz sotsiologicheskikh dannykh. M.: Izdatel'skiy dom GU–VShE. (In Russian)

Kuchenkova A.V. (2012) Logiko-kombinatornye metody analiza sotsiologicheskikh dan-nykh: evristicheskiy potentsial i metodicheskaya spetsifika: avtoreferat dis. ... kand. sotsiol. nauk. M. (In Russian)

Lewins A., Silver C. (2009) Using Software in Qualitative Research: A Step by Step Guide (2nd ed.). London: Sage Publications.

Mikheenkova M.A. (2010) O formalizovannykh evristikakh kachestvennogo analiza so-tsiologicheskikh dannykh // Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. Seriya «Informatika. Informatsionnaya bezopasnost'. Matematika». Vyp. 12 (55). S. 193–213. (In Russian)

Mikheenkova M.A., Finn V.K. (2016) DSM-metod avtomatizirovannoy podderzhki nauchnykh issledovaniy kak instrument intellektual'nogo analiza dannykh v so-tsiologii // Materialy V Vserossiyskogo sotsiologicheskogo kongressa (Ekaterinburg, 19–21 oktyabrya 2016 g.) M.: Rossiyskoe obshchestvo sotsiologov. (Elektronnyy resurs: DVD ROM). S. 8171–8184. (In Russian)

Mikheenkova M.A., Volkova A.Yu. (2013) Specification of the JSM Intelligent System // Automatic Documentation and Mathematical Linguistics. Vol. 47. No. 4. P. 135–150.

Rihoux B., Ragin C.C. (eds). Configurational Comparative Methods. Qualitative Comparative Analysis (QCA) and related techniques (Applied Social Research Methods). Thousand Oaks (CA); London: SAGE Publications.

Strauss A., Korbin Dzh. (2009) Osnovy kachestvennogo issledovaniya. Obosnovannaya teoriya. Protsedury i tekhniki. M.: KomKniga, 2007. (In Russian)

Yadov V.A. (2003) Strategiya sotsiologicheskogo issledovaniya. M.: Dobrosvet. (In Russian)

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Климова С.Г., Михеенкова М.А. Опыт использования ДСМ-метода в типологическом анализе // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 20–31.

Klimova S.G., Mikheenkova M.A. A Case of Using JSM-Method in Typological Analysis // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshtanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 20–31.

**Достижимость респондентов  
национального панельного лонгитюда  
«Траектории в образовании и профессии»:  
методический опыт ФОМа**

Мария Викторовна Озерова  
кандидат социологических наук,  
научный сотрудник ООО «Институт фонда "Общественное мнение"»  
e-mail: [mv.ozeroва@yandex.ru](mailto:mv.ozeroва@yandex.ru)

Проведен анализ методического опыта ФОМа в обеспечении достижимости респондентов в национальном панельном лонгитюде «Траектории в образовании и профессии». Продемонстрирована роль полевых интервьюеров в реализации проекта, описана специфика работы интервьюера в панельном лонгитюде, необходимые компетенции, деловые качества, техники работы с отдельными категориями респондентов.

Ключевые слова: лонгитюд, достижимость респондентов, осыпание панели, комбинированные методы, полевой интервьюер.

Разработка и проведение лонгитюдного исследования сопряжены со сложностями, значительно превышающими трудности реализации традиционных опросов общественного мнения. Валидность и надежность выводов по результатам лонгитюдных исследований во многом определяется качеством панели: достижимостью респондентов в каждой последующей волне и сохранением параметров изначальной выборочной совокупности. Зарубежные исследовательские центры, реализующие крупнейшие лонгитюды, сопровождают свою работу методическими исследованиями и экспериментами, занимаются поиском оптимальных технологий поддержания панели, препятствующих ее естественному осыпанию, например [Fumagalli, Laurie, Lynn, 2010]. В нашей стране примеры методических публикаций, обобщающих российский опыт реализации лонгитюдных исследований, немногочисленны [Сваффорд, Косолапов, Козырева, 1999].

В ходе реализации второй–четвертой волн национального лонгитюдного панельного исследования «Траектории в образовании и профессии», инициированного Институтом образования НИУ ВШЭ, Фонд «Общественное мнение» (далее — ФОМ) накопил методический опыт поддержания панелей и обеспечения достижимости респондентов.

Названный исследовательский проект обладает рядом особенностей, которые обостряют проблему достижимости респондентов и требуют от



организаторов полевых работ комплекса целенаправленных мер по ее решению.

Во-первых, цели исследования обуславливают очень высокую ценность ответов каждого респондента, одной из них является отслеживание профессионально-образовательных траекторий на индивидуальном уровне, что, в свою очередь, предполагает, участие в серии опросов одних и тех же респондентов.

Во-вторых, национальная панель лонгитюда «Траектории в образовании и профессии» формировалась специфическим образом. Она основана на выборке учащихся, сделанной в рамках международного сравнительного исследования качества математического и естественнонаучного образования TIMSS (Trends in Mathematics and Science Study) в 2011 году для учащихся 8 классов школ в Российской Федерации. Выборка TIMSS 2011 репрезентирует учащихся 8 классов в 2010–11 гг. в Российской Федерации. Общий объем выборки составил 4893 респондента. Учащиеся, принявшие участие в исследовании TIMSS 2011, стали участниками лонгитюдного исследования. Подробное описание целей и дизайна исследования см. [Бюллетень, 2014]. В результате применения данной технологии формирования панели далеко не все панелисты стали участниками исследования по собственному желанию, проявив к нему интерес. Некоторые респонденты стали участниками лонгитюда на «добровольно-принудительной» основе, так как под давлением учителей и администрации школы не могли отказаться от участия в исследовании TIMSS.

В-третьих, для представителей изучаемой аудитории характерна высокая социальная мобильность. Так, если во второй и третьей волне большинство респондентов еще являлись учениками школ, то в четвертой волне ФОМ столкнулся с необходимостью поиска и опроса почти пяти тысяч человек, которые на момент опроса были территориально разрознены, могли изменить контактные данные, оставленные в предшествующих волнах опроса.

Анализ методического опыта ФОМа позволяет сделать вывод, что ключевым звеном в обеспечении достижимости респондентов является команда организаторов полевых работ и интервьюеров. Полевой интервьюер не часто становится героем методических публикаций. Исключением являются труды Д. М. Рогозина и его коллег [Рогозин, 2016].

Значение профессиональных компетенций и мотивации интервьюеров в обеспечении достижимости участников лонгитюда сложно переоценить, оно определяется спецификой панельных лонгитюдов в сравнении с одномоментными (срезовыми) опросами (Таблица).

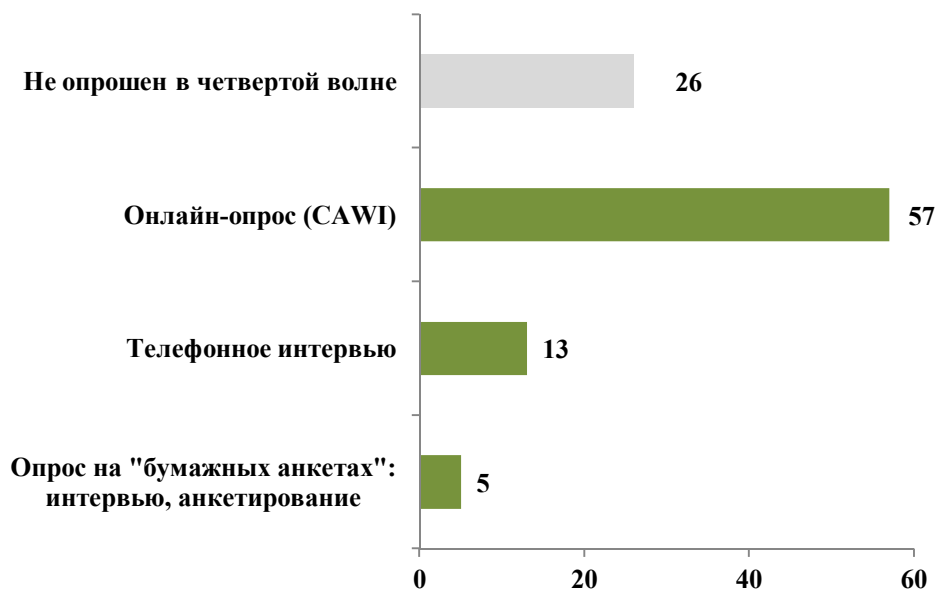
**Таблица. Особенности взаимоотношений интервьюера и респондента в панельном лонгитуде «Траектории в образовании и профессии»**

<b>Основания для сравнения</b>	<b>Одномоментный (срезовой) опрос</b>	<b>Панельный лонгитюд</b>
Длительность коммуникации интервьюера и респондента	Однократная, коммуникация только в момент опроса	Многократная, длительная коммуникация продолжительностью в годы, десятки лет
Формализации отношений интервьюера и респондента	Отношения формализованы Высокий уровень анонимности «Директивная» позиция интервьюера определяет правила взаимодействия в ходе опроса Поведение интервьюера предусмотрено инструкцией, алгоритм действий простой, повторяющийся	Отношения персонифицированы Неформальные, личные, «человеческие» отношения Взаимодействие интервьюера и респондента носит характер диалога. Поведение интервьюера гибкое, алгоритм действий определяется особенностями конкретного панелиста
Наличие вознаграждения	Обычно отсутствует	Присутствует: материальное и символическое
«Ценность» отдельного респондента	«Низкая»: респонденты взаимозаменяемы	«Очень высокая»: респонденты уникальны
Технология поиска респондентов	«Жесткая»: заранее определена, одинакова для всех членов выборки	«Гибкая»: меняется по ходу исследования, в зависимости от жизненной ситуации панелиста
Социальные отношения между представителями изучаемой совокупности	Респонденты автономны Не являются членами одного коллектива Не знакомы друг с другом	Респонденты взаимосвязаны Состоят из подгрупп — членов одного коллектива Внутри подгруппы знакомы друг с другом
Участие респондентов в рекруте участников исследования	Не участвуют в поиске и приглашении к участию в исследовании	Могут участвовать в поиске и мотивации к участию в исследовании других панелистов
Количество используемых методов	Обычно один метод	Комбинирование методов
Наличие и правила выбора методов опроса	Нет выбора Метод одинаковый для всех респондентов Метод определен исследователем	Разные методы для разных респондентов Метод опроса выбирается по желанию респондентов

Подход ФОМа к реализации панельного лонгитуда «Траектории в образовании и профессии» предполагал **комбинирование** следующих

**опросных технологий:** личное (face-to-face) интервью, анкетирование (самозаполнение анкет в присутствии или отсутствии интервьюера), телефонное интервью, онлайн-опрос (CAWI) (рис.).

Самой сложной с точки зрения обеспечения достижимости респондентов на данный момент является четвертая волна опроса, в ходе ее реализации ФОМ существенно усовершенствовал методику поиска и опроса панелистов, пополнил ее новыми инструментами. В четвертой волне основными методами опроса стали онлайн-опрос и телефонное интервью, в то время как во второй и третьей волне более 90% опрошенных участников исследования прошли опрос на бумажных анкетах (интервью и самозаполнение). Сдвиг в сторону применения онлайн-опроса обусловлен массовым изменением социального статуса участников исследования в связи с окончанием школы. Во второй и третьей волне телефонный и онлайн-опрос являлись средствами опроса небольшой части панелистов, которых не удалось опросить в стенах учебных заведений (школ, учреждений НПО и СПО) или на личной встрече, организованной в индивидуальном порядке.



**Рис. Комбинирование методов опроса в четвертой волне национального лонгитюдного исследования «Траектории в образовании и профессии», % от всей выборки**

На первый взгляд, может показаться, что переход к онлайн-опросу основной части респондентов должен привести к существенной экономии времени, материальных и трудовых ресурсов на осуществление полевых работ. Однако опыт ФОМа свидетельствует об обратном. Социальная мобильность панелистов, смена ими места жительства в связи с образовательной миграцией и переездами по другим причинам приво-

дят к изменению контактных данных, оставленных в предшествующих волнах опроса. Поэтому в четвертой волне исследования стратегия работы интервьюеров по поиску респондентов часто напоминала действия детектива при проведении расследования.

Избранный способ организации полевого этапа исследования позволил добиться достижимости на уровне 74 % от общего числа респондентов. Данный показатель следует признать достаточно высоким, так как опрос проходил в условиях территориальной разрозненности респондентов. **Фактором успеха ФОМа в обеспечении достижимости респондентов лонгитюда является индивидуальный подход к каждому панелисту на этапе установление контакта, приглашения к опросу и на стадии выбора наиболее подходящего варианта прохождения опроса.**

По результатам проведения каждой волны исследования ФОМ осуществляет сбор обратной связи от организаторов полевых работ в форме отчетов и опросов. Обобщение лучших практик 35 региональных партнеров ФОМа, участвовавших в трех волнах исследования, позволил сделать вывод, что лонгитюд с комбинированными опросными технологиями требует интервьюеров «завтрашнего дня». Такие интервьюеры обладают двумя ключевыми компетенциями. Во-первых, они умеют разыскивать панелистов, обладают способностью устанавливать и поддерживать доброжелательные отношения с респондентами и их социальным окружением. В современных условиях поиск панелистов требует компьютерной грамотности и понимания правил общения в социальных сетях. Вторая компетентность успешных интервьюеров — способность убедить респондента принять участие в очередной волне опроса.

Наилучший вариант — это сочетание в одном интервьюере двух ключевых компетенций: «разыскивать» и «убеждать». Однако не всегда удается найти такого работника, в случае если нет универсального интервьюера, обладающего одновременно и компьютерной грамотностью, и умением работать с разными категориями респондентов, целесообразно использовать разделение труда: один интервьюер ищет контакты респондентов, другой ведет переговоры.

В первую очередь интервьюер должен быть на данном проекте *не один*. Например, телефонные интервью проводили грамотные сотрудники с правильно поставленной речью. В областном городе... хорошо работала интервьюер с «пробивными» качествами: разговаривала с респондентами на простом языке, строила разговор так, что респонденты не могли отказаться от участия в опросе. ...Личное интервью проводили интеллигентные сотрудники, которых мы называем

«лицо фирмы». В целом, нельзя сказать однозначно, кто из них сделал больше интервью. *(Региональный партнер ФОМа. Ульяновск)*

«Окучиваем» с Леной Москву. Лена, было, «отвалилась», так как пара человек не слишком любезно ей ответили. Расстроилась. Поэтому рассылку и общение с ребятами я взяла на себя, а она ищет их в ВКонтакте, скидывает мне ссылки, экономит мне кучу времени. Разделение труда — тоже полезная вещь! *(Региональный партнер ФОМа. Великий Новгород)*

Поиск респондентов и коммуникация с участниками исследования требует от интервьюера «быть всегда на связи», в результате интервьюер должен быть готов к ненормированному рабочему графику на период проведения очередной волны опроса.

Интервьюер должен быть свободен, так как связываться с участниками нужно было подчас в любое время, иногда до позднего вечера... В моем случае один интервьюер — это мама двоих детей, [имя интервьюера], она собрала 70 % респондентов. Причем сначала два интервьюера получили задание сделать поровну, но другой интервьюер не имел так много желания и времени этим заниматься, не имел возможности сидеть в соцсетях. И в результате многие у неё не откликнулись. Я перекинула её задание на [имя интервьюера], и она нашла оставшихся и «дотянула» их до интервью. *(Региональный партнер ФОМа. Курск)*

Нужно постоянно находиться в сети, смотреть все сообщения и общаться с ребятами. Пока им интересно, они заполняют. *(Региональный партнер ФОМа. Алтайский край)*

В одном из опросов региональным партнерам был задан вопрос о том, каким интервьюерам удавалось более успешно справляться с поиском и опросом панелистов. На основании полученных мнений можно говорить об особом отношении к своей работе таких интервьюеров, по словам региональных партнеров, такие интервьюеры понимают специфику лонгитюда, любят сложные задачи, ищут нестандартные решения, ориентированы на результат и неуступчивы к отказам, неудачам.

В ходе изучения практик поиска панелистов были выявлены две стратегии установления контакта с респондентом. Первая стратегия предполагала телефонный звонок панелисту по имеющемуся номеру, преимуществом такого подхода является возможность сразу перейти к диалогу с нужным человеком, кроме того, телефонный разговор дает больше возможностей для получения согласия респондента на опрос:

Начали работу с того, что связались по телефону со всеми, кто отозвался, уточнили у ребят электронные адреса, на которые можно отправить ссылку для заполнения анкеты онлайн. Небольшое число ребят заполнили анкету сразу. А большинству приходилось звонить по несколько раз, напоминать им, что мы ожидаем анкету. *(Региональный партнер ФОМа. Брянск)*

Личный разговор по телефону. Без этого отправка сообщений на почту или страницы в соцсетях была практически нерезультативной. *(Региональный партнер ФОМа. Амурская область, Якутия Саха)*

Однако, по словам региональных партнеров, существенная доля телефонов, оставленных в предшествующей волне в качестве контактных данных на момент очередного опроса стали не актуальны.

По сравнению с данными предыдущей волны примерно 60–70% телефонов респондентов неактуальны. Около 30% телефонов, указанных респондентами как дополнительные, также либо неактуальны, либо не отвечают. *(Региональный партнер ФОМа. Башкортостан)*

Вторая стратегия поиска и установления контакта с респондентом — это сообщения в социальных сетях. Преимуществами такого подхода являются относительная простота поиска страниц в сети, в сравнении с поиском актуального номера телефона, оперативность, возможность одновременного общения с несколькими респондентами:

Вначале я пыталась созваниваться с респондентами по телефону, многих телефонов нет. Искала через знакомых ребят, но результат был неудовлетворительным. Затем начала использовать социальные сети. Этот метод оказался гораздо эффективнее, за небольшой промежуток времени я нашла большую часть ребят. *(Региональный партнер ФОМа. Алтайский край)*

...около 50% телефонов уже изменены, основным каналом для установления контактов был интернет, соцсети: разыскивали людей преимущественно по ФИО и номеру школы. *(Региональный партнер ФОМа. Томск)*

По словам региональных партнеров, социальная сеть «ВКонтакте» больше всего подходит для поиска панелистов. Она дает возможность получить информацию о том, когда респондент последний раз посещал свою страницу, возможность просмотра друзей, имеет удобный поисковик, позволяющий искать нужных людей по ряду параметров, возможность прикрепить документы: сертификат участника, квитанцию об оплате вознаграждения за участие.

Очень помогла в работе соцсеть «ВКонтакте»!!! Если бы мы работали только с указанными номерами телефонов и адресами электронной почты, то не смогли бы выполнить и половины проделанной работы. Номера телефонов меняются, электронной почтой практически не пользуются, либо записаны неправильно. А в ВКонтакте все на месте! *(Региональный партнер ФОМа. Кемерово)*

Ограничения второй стратегии обусловлены возможностями, которые предоставляют социальные сети для блокировки нежелательных для пользователя коммуникаций: можно игнорировать сообщения, установить настройки приватности своей страницы и пр. Кроме того, в социальных сетях люди используют ники, прозвища, которые осложняют идентификацию панелистов, и требуют от интервьюера дополнительных усилий.

...сначала пытаюсь зайти по ссылкам, которые есть в базе данных. Потом ищу тех, чьих электронных контактов нет в базе данных: просматриваю списки друзей найденных респондентов в ВКонтакте. Если найти человека по фамилии не удаётся, задаю только имя (без фамилии) в разных вариантах: Александр, Саня, Саша, Санёк, или в латинской транскрипции. Это делается потому, что зачастую люди вместо фамилии пишут клички, прозвища. Кроме того, девушки, выйдя замуж, меняют фамилии. Выбираю всех друзей с подходящим именем, захожу на страничку каждого и ищу по дате рождения (число, месяц), сравниваю с базой данных. Иногда задаю номер школы и имя (если не найти по фамилии) и проверяю всех Тань, Вань и т.д. из этой школы, постепенно отсеивая всех неподходящих по возрасту *(Практика поиска панелистов, Региональный партнер ФОМа. Великий Новгород)*

Анализ практик общения интервьюеров с респондентами в социальных сетях позволил выявить техники, лайфхаки, позволяющие оставаться с респондентом на связи между волнами опроса и получать от респондента согласие на участие в очередной волне опроса. Так, для повышения достижимости респондентов в очередной волне опроса, региональные партнеры рекомендуют подготовиться заранее. Сделать страницу интервьюера в социальной сети информативной для панелиста: указать ФИО интервьюера, загрузить фото, добавить информацию о месте работы, поместить информацию об очередной волне исследования на свою страницу и пр. Затем проанализировать страницу респондента, чтобы выстроить общение с ним максимально эффективно (его активность, общительность, частоту появления в сети и пр.)

...интервьюер переписывался с ними со своей официальной страницы, по которой ребята могли убедиться и вспомнить, что к ним в учебное заведение ранее приезжал именно этот интервьюер, и что это не спам. *(Региональный партнер ФОМа. Челябинск)*

Находила самого «общительного» из класса (смотрела по количеству друзей) и через него выходила на недоступных мне респондентов. *(Региональный партнер ФОМа. Красноярск)*

Для поддержания панели в ходе очередной волны опроса и после завершения региональные партнеры рекомендуют добавлять панелистов в друзья, чтобы сэкономить усилия на поиск контактов в следующей волне опроса. Кроме того, необходимо поддерживать связь с респондентами между опросами, например, можно поздравить с праздником, днем рождения, «лайкнуть» фото или пост и т.д.

Получение результативного контакта с респондентом достигалось благодаря ранее установленным личным контактам в предыдущих волнах проекта (к одному интервьюеру многие респонденты попросились в друзья в сети, поэтому многих из них не пришлось снова искать). *(Региональный партнер ФОМа. Калининград)*

...не лениться поддерживать контакты за пределами выполненной работы: поблагодарить за участие, пожелать успехов, поздравить с днём рождения в соцсетях, похвалить за отзывчивость, поделиться впечатлениями о том, как проходит опрос, поблагодарить родителей за оказанную помощь в привлечении к работе их детей... *(Региональный партнер ФОМа. Великий Новгород)*

Опыт региональных партнеров ФОМа показывает, что важно поддерживать доброжелательные отношения не только с самими участниками исследования, но и с социальным окружением респондентов. Так как не всегда удается установить контакт с самим панелистом, иногда опосредованные контакты — это единственный способ обеспечить достижимость участников панельного лонгитюда. При этом социальное окружение может блокировать непосредственное общение интервьюера с респондентом.

Если же по каким-то причинам не удавалось связаться с респондентами через телефон или интернет, то передавали информацию через электронную почту (на адреса, указанные в предыдущих этапах опроса), через членов семьи, через тех ребят, до кого удалось дозвониться или списаться. *(Региональный партнер ФОМа. Челябинск)*



...в основном не хотят давать данные, говорят: «я ему/ ей дам ваш телефон , если захочет позвонит, я не дам телефон». *(Региональный партнер ФОМа. Забайкалье)*

На вопросы об одноклассниках или однокурсниках отвечали очень неохотно, и, если давали телефоны или адреса, то просили на них не ссылаться. *(Региональный партнер ФОМа. Воронеж)*

Региональные партнеры выработали техники достижимости отдельных категорий респондентов. Например, для такой сложной категории респондентов как молодые люди, проходящие службу в армии, рекомендуется обращаться к помощи родителей и подруг молодых людей.

Были *полезны телефоны родителей*, особенно при установлении контакта с ребятами, которые служат в армии. *(Региональный партнер ФОМа. Воронеж)*

Что касается "в армии". Изначально мне показалось, что эту часть респондентов не получится опросить. Но в итоге получилось. Опять же "спасибо" мамам и папам. *Родители дали новые телефону, объяснили, когда лучше звонить.* Да, это было 10–11 вечера, как правило, суббота или воскресенье... но разве это преграда? Очень интересный ход, на мой взгляд, получился через возлюбленных мальчишек, которые в армии. *С любимыми-то они находят способ выйти на связь... достаточно было убедить любимых девушек...* *(Региональный партнер ФОМа. Ростов)*

Когда актуальные контакты респондента установлены, наступает фаза получения согласия на участие в очередной волне опроса. Важность участия в исследовании одних и тех же респондентов на протяжении многих лет обостряет проблему осыпания панели. В практике региональных партнеров ФОМа сложилось несколько подходов работы с несговорчивыми панелистами:

- сообщить респонденту, что так как он не соглашается участвовать, с ним поговорит начальник отдела или руководитель организации. После чего респонденту звонит человек с более высоким должностным статусом,
- подключить старше по возрасту коллегу, коллегу с большим опытом и «даром убеждения» сложных респондентов,
- попросить активных доброжелательно настроенных одноклассников повлиять на респондента:

...в некоторых случаях помогал такой ход: после того, как с респондентом пообщался интервьюер и долго не получал заполненную ан-

кету, в общение вступал руководитель проекта с просьбой все-таки заполнить анкету. Иногда этот «статусный» ресурс срабатывал. *(Региональный партнер ФОМа. Калининград)*

Интервьюеры постарше уже общались с теми, кто обещал и долго не заполнял. «Давили» на совесть. *(Региональный партнер ФОМа. Дагестан)*

Отказывались и не доверяли незнакомому человеку, который в соц. сетях обращается к ним, но такое было редко. Мы тогда просили по телефону перезвонить и переспросить друзей, с которыми удалось уже завязать контакт. *(Региональный партнер ФОМа. Курск)*

Так как в настоящее время доминирующим методом сбора данных является онлайн опрос, то после получения согласия на участие в очередной волне исследования интервьюер должен проконтролировать факт заполнения анкеты. Контроль прохождения онлайн-анкеты предполагает: (1) повторные контакты с респондентом (звонки, письма, сообщения респонденту по телефону, в социальных сетях); (2) выяснение причин неответа на вопросы анкеты. Необходимые качества интервьюера на этом этапе: настойчивость и терпение, некоторым респондентам потребуются многократные напоминания.

Чтобы довести интервью до результата (заполнение анкеты), интервьюеру необходимо быть настойчивым: рассылать запросы в соцсетях, если нет ответа, сделать звонки по указанным телефонам. Детально отрабатывать контакты родственников. Если родственники отказываются помочь с новыми контактами респондента, подключать менеджеров или руководителей (для большей убедительности, аргументации необходимости принять участие в проекте). *(Региональный партнер ФОМа. Томск)*

Только настойчивость и упорство, чтобы звонить и по несколько раз на один и тот же номер, или постоянно напоминать, чтобы заполнили по ссылке *(Региональный партнер ФОМа. Забайкалье)*

Интервьюеру должно быть интересно не просто общаться с людьми, но и видеть результат, быть хорошим исполнителем, т. е. иметь эту цель — опросить нужное количество респондентов. *(Региональный партнер ФОМа. Курск)*

Необходимо терпение! Потому что приходилось обзванивать респондентов по 10 раз каждого. Каждому респонденту писать по многу раз в соц. сетях, просить, можно сказать, уговаривать заполнить анкету... *(Региональный партнер ФОМа. Ставрополь)*

Таким образом, панельный лонгитюд — это настоящий квест для интервьюеров, задание с открытым набором вариантов решения. Кроме того, лонгитюд предполагает длинную историю взаимоотношений респондента и интервьюера, поэтому важно качество сложившихся отношений, выполнение взятых на себя обязательств перед респондентами, например, касающихся вознаграждений, розыгрышей призов.

Наличие человеческих отношений с респондентами, с одной стороны, способствует обеспечению достижимости в каждой последующей волне исследования, с другой стороны, создает новые вызовы для очередного этапа методических исследований в ФОМе: предстоит научиться отслеживать и оценивать возможные эффекты интервьюера, характер влияния человеческих отношений на ответы респондентов.

### **Список использованной литературы**

Бессуднов А.Р., Куракин Д.Ю., Малик В.М., Янбарисова Д.М. (2014) Бюллетень Российского лонгитюдного панельного исследования образовательных и трудовых траекторий. Национальная панель: первая волна (2011–2012). М.: ИД НИУ ВШЭ. [Электронный ресурс]. URL: [https://trec.hse.ru/trec\\_public#twelve](https://trec.hse.ru/trec_public#twelve) (дата обращения: 15.03.2016).

Рогозин Д.М., Картавцев В.В., Галиева Н.И., Вьюговская Е.В. (2016) Методический аудит массового опроса. М.: Дело.

Сваффорд М.С., Косолапов М.С., Козырева П.М. (1999) Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ): измерение благосостояния россиян в 90-е годы // Мир России. № 3. С. 153–172.

Сваффорд М.С., Косолапов М.С., Козырева П.М. (1999) Международные стандарты оценки качества социологических обследований // Мир России. № 3. С. 281–300.

Fumagalli L., Laurie H., Lynn P. (2010) Experiments with Methods to Reduce Attrition in Longitudinal Surveys // ISER Working Paper Series. No. 04. [Эл. ресурс] URL: [[https://www.iser.essex.ac.uk/files/iser\\_working\\_papers/2010-04.pdf](https://www.iser.essex.ac.uk/files/iser_working_papers/2010-04.pdf)]

---

## **Response rate in the Russian Panel Study “Trajectories in Education and Careers”: Methodological Experience of the Public Opinion Foundation**

Maria V. Ozerova

candidate of sociological sciences, scientific fellow,

Public Opinion Foundation

e-mail: [mv.ozeroval@yandex.ru](mailto:mv.ozeroval@yandex.ru)

This paper provides an outline of data collection strategy in Russian panel study «Trajectories in Education and Career». The interviewers' roles in this panel study are described: indispensable competences, communicative and organizational skills, specific techniques to work with specific categories of respondents.

Keywords: longitudinal study; response rate; retention rate; mixed-mode data collection, interviewer.

## References

Bessudnov A.R., Kurakin D.Yu., Malik V.M., Yanbarisova D.M. (2014) Byulleten' Rossiyskogo longitudnogo panel'nogo issledovaniya obrazova-tel'nykh i trudovykh traektoriy. Natsional'naya panel': pervaya volna (2011–2012). M.: ID NIU VShE. [Elektronnyy resurs]. URL: [[https://trec.hse.ru/trec\\_public#twelve](https://trec.hse.ru/trec_public#twelve)] (data obrashcheniya: 15.03.2016). (in Russian)

Fumagalli L., Laurie H., Lynn P. (2010) Experiments with Methods to Reduce Attrition in Longitudinal Surveys // ISER Working Paper Series. No.04. URL: [https://www.iser.essex.ac.uk/files/iser\\_working\\_papers/2010-04.pdf](https://www.iser.essex.ac.uk/files/iser_working_papers/2010-04.pdf)

Rogozin D.M., Kartavtsev V.V., Galieva N.I., Vyugovskaya E.V. (2016) Metodicheskiy audit massovogo oprosa. M.: Delo. (in Russian)

Svafford M.S., Kosolapov M.S., Kozyreva P.M. (1999) Mezhdunarodnye standarty otsenki kachestva sotsiologicheskikh obsledovaniy // Mir Rossii. № 3. S. 281–300. (in Russian)

Svafford M.S., Kosolapov M.S., Kozyreva P.M. (1999) Rossiyskiy monitoring ekonomicheskogo polozheniya i zdorov'ya naseleniya (RMEZ): izmerenie blagosostoya-niya rossiyan v 90-e gody // Mir Rossii. No. 3. S. 153–172. (in Russian)

## Правильная ссылка на статью / For citation

Озерова М.В. Достижимость респондентов национального панельного лонгитюда «Траектории в образовании и профессии»: методический опыт ФОМа // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 32–44.

Ozerova M.V. Response rate in the Russian Panel Study «Trajectories in Education and Careers»: Methodological Experience of the Public Opinion Foundation // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 32–44.

## **Контент-анализ в небольших социологических исследованиях<sup>1</sup>**

**Мария Ивановна Сабурова**

аспирантка факультета вычислительной математики и кибернетики  
Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова  
e-mail: saburova.mi@yandex.ru

**Арчил Ивериевич Майсурадзе**

кандидат физико-математических наук, доцент кафедры математических  
методов прогнозирования факультета вычислительной математики и  
кибернетики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова  
e-mail: artchil@mail.ru

Цель работы — обеспечить исследователей парадигмой организации рабочего процесса, позволяющего использовать контент-анализ в исследованиях узкоспециализированных областей с ограниченными ресурсами. Типичный рабочий процесс индивидуального исследователя включает в себя опрос небольшого количества респондентов. Показано, что данные, полученные в ходе разработки схемы и проведения интервью, могут быть использованы для разработки предметно-ориентированных словарей.

Для разработки подхода сравнивается два процесса: традиционный контент-анализ и исследование с проведением интервью. С одной стороны, контент-анализ — трудоемкий процесс, несмотря на наличие специально разработанных компьютерных программ. Однако такие программы либо используют общие словари, что не подходит в случае с узкоспециализированной областью, либо требуют предметно-ориентированных словарей.

Нами предлагается подход, в котором исследователь приступает к автоматическому количественному контент-анализу после проведения интервью. Для этого предложен метод автоматического построения предметно-ориентированного словаря, который использует только данные, полученные в ходе опроса. Метод не является трудозатратным и может быть выполнен на обычном персональном компьютере.

Задача создания словаря была сформулирована как задача распределения признаков по классам. На сегодняшний день задача машинного обучения в такой постановке мало исследована, поэтому предлагается два собственных метода. Предложенные методы реализованы и протестированы на данных социологического исследования добровольчества в России.

Ключевые слова: предметно-ориентированный словарь, количественный контент-анализ, извлечение терминов, парадигмой организации рабочего процесса.

---

<sup>1</sup> Работа выполнена при частичной финансовой поддержке РФФИ (коды проектов 16-01-00196, 16-57-45054 и 15-07-09214).

# 1. Введение

## Традиционный контент-анализ

Контент-анализ – это методика проведения исследований в области общественных наук, применяемая для систематического анализа содержания текстовых массивов. Основная идея контент-анализа заключается в том, что большое количество слов (текстовых единиц), содержащихся в тексте подразделяются по категориям [Bengston, Xu, 1995].

Одним из основных понятий контент-анализа является «схема кодирования» – список категорий и процедура, которая классифицирует единицы текста по категориям. Традиционный процесс количественного контент-анализа включает в себя несколько этапов:

1. Разработка схемы кодирования. На этом этапе исследователи могут использовать «дедуктивный» или «индуктивный» подход. Индуктивный подход предполагает автоматический вывод категорий на основе неразмеченных данных. Дедуктивный подход – на основе комплексных теоретических соображений. Можно сказать, что схема кодирования является результатом операционализации теоретических соображений [von dem Berge, Poguntke, Obert, Tipei, 2013]. В этой статье мы собираемся рассматривать проблему распределения текстовых единиц по категориям, поэтому социологические проекты с предопределенными категориями легче адаптировать для предлагаемого нами рабочего процесса.
2. Следующим шагом исследователи определяют основные единицы анализа, которые должны быть классифицированы (например, отдельные слова, фразы или абзацы).
3. После этого необходимо разработать руководство кодирования. Как правило, руководство кодирования предназначено для экспертов, непосредственно кодированием – классификацией текстовых единиц по категориям. Для автоматизированной обработки удобен тип руководства кодирования, представленный в виде предметно-ориентированных словарей. Словарь содержит коллекцию текстовых единиц, каждая из которых связана исключительно с одной категорией. Этот словарь становится частью схемы кодирования. В данной статье мы сведем проблему создания словаря к проблеме распределения текстовых единиц по категориям на основе размеченных данных.
4. Когда схема кодирования определена, кодеры применяют её к текстовому корпусу. Для корректного применения схемы кодирования кодеры должны следовать инструкциям из руководства и консультироваться на конкретных примерах кодирования.

5. Последний шаг – количественная оценка результатов. Подсчет вхождений категорий в текстовый корпус и формулирование выводов. Для реализации шага подсчета существуют различные программные решения, а вот автоматизация предыдущих шагов пока является актуальной задачей.

Перечисленные шаги показывают, что применение контент-анализа может быть трудоемко. Сложность разработки схему кодирования, особенно получение словаря в ручном режиме. Далее для анализа больших текстовых коллекций может потребоваться много экспертов. На этапе кодирования необходимо согласовывать работу разных людей, чтобы результаты коррелировали.

Существует различное программное обеспечение для количественного анализа: Concordance 2.0, Diction 5.0, General Inquirer, TextAnalyst, WordStat v5.0 и другие (Neuendorf, 2015). Но большинство программ используют большой общий словарь, который не подходит для узкоспециализированных проектов, или запрашивают словарь у пользователя. Поэтому основная сложность при проведении такого рода исследований является получение предметно-ориентированных словарей. Наши исследования направлены на то, чтобы автоматизировать создание предметно-ориентированного словаря при помощи машинного обучения.

### **Подход для индивидуальных исследователей**

Набольшие проекты индивидуальных исследователей зачастую имеют мало ресурсов и не позволяют нанимать большое количество экспертов. Такие исследования обычно ограничены по времени и проводятся в определенной области или узконаправленной теме.

Цель нашей работы – обеспечить индивидуальных исследователей подходом к рабочему процессу, который позволил бы использовать контент-анализ в условиях ограниченных ресурсов и времени. В настоящее время, типичный рабочий процесс индивидуального исследователя включает в себя опрос небольшого количества респондентов. Мы утверждаем, что данные, полученные в ходе разработки интервью и проведения собеседования, могут быть использованы для разработки предметно-ориентированных словарей.

Полный процесс интервьюирования включает в себя следующие этапы [Kvale, Brinkmann, 2009]:

1. Определение цели интервью и понятий, которые должны быть изучены.
2. Разработка интервью, составление списка вопросов, позволяющих достичь поставленных целей.
3. Проведение интервью.

4. Транскрибирование – создание письменного текста интервью.
5. Анализ информации, собранной в ходе интервью в связи с целью исследования.
6. Верификация – проверка надежности и достоверности собранной информации и представление результатов.

Сравним два процесса, описанных выше: контент-анализ и социологическое исследование с проведением интервью. Эти процессы имеют этапы аналогичные друг с другом. Разработка дизайна интервью соответствует дедуктивному этапу создания схемы кодирования в контент-анализе. Результатом разработки схемы кодирования часто является список вопросов, на которые должен ответить эксперт. Эти вопросы могут быть использованы для процесса интервьюирования.

Чтобы использовать алгоритмы контент-анализа в небольших и узконаправленных исследованиях, предлагается организовывать процесс следующим образом: после проведения интервью и расшифровки переходить с помощью машинного обучения к использованию контент-анализа. Чтобы сделать это возможным, мы предлагаем метод автоматического построения предметно-ориентированного словаря, который использует только данные, полученные в ходе интервьюирования.

Далее статья организована следующим образом: формализуется понятие словаря, приводится обзор литературы, далее постановка задачи и представление трехдольной модели данных, которая лежит в основе наших формальных построений, предлагаются методы создания словаря, и дается описание и результаты экспериментов.

## **2. Формализация словаря**

В нашем исследовании словарь – это список единиц анализа, которые должны быть однозначно отнесены к одной из категорий. Часть словаря, которая относится к одной категории, мы воспринимаем как лексическое ядро категории.

Задача распределения признаков по классам заключается в следующем. Дана обучающая выборка, в которой каждый объект имеет признаковое описание и метку класса из конечного набора предопределенных классов. Требуется каждый признак однозначно отнести либо к одному из предопределенных классов, либо к специальному дополнительному классу. Интерпретация дополнительного класса зависит от предметной области. В данной постановке отсутствует какая-либо исходная разметка маркеров относительно классов. Такая разметка может использоваться в качестве контроля для оценки качества решения.

В предметной области рубрикации текстов [Sebastiani, 2002] и контент-анализа [Stemler, 2001; Berelson, 1952] рассматриваемая задача



может интерпретироваться как задача выделения лексического (семантического) ядра рубрики. При этом объектами являются фрагменты текста, классами являются рубрики текстовой коллекции, иногда называемые эксплицированными темами, а признаки текстов показывают присутствие лексических маркеров (например, отдельных слов, словосочетаний, специфических терминов). Такие описания характерны для модели «мешка слов», векторной модели текста [Manning, Raghavan, Schutze, 2008]. В данной предметной области дополнительный класс иногда называют классом общей лексики.

### **3. Особенности задачи**

Сравнение поставленной в данной работе задачи с типичными задачами, описанными в литературе, показывает следующие особенности:

1. В предложенной постановке задачи результат распределения признаков по классам имеет собственную интерпретацию и ценность. В подобных исследованиях признак отбирается в класс только для улучшения качества классификации.
2. В нашей задаче решение требуется принять для каждого признака: необходимо, чтобы все признаки были распределены по классам. В большинстве публикаций такого условия не ставится: обычно предполагают, что большую часть признаков можно вообще отбросить.
3. Во всех упомянутых работах не ставится условие, чтобы наборы признаков для разных классов не пересекались, а значит, признак может быть отнесен к нескольким классам. В нашей же постановке каждый признак должен быть распределён однозначно, учитывая возможность распределения в дополнительный класс.
4. В нашей постановке задачи каждый признак интерпретируется как положительная оценка наличия соответствующего ему свойства, в частности, маркер интерпретируется как наличие у объекта некоторого свойства.
5. Признаки в предложенной постановке имеют логический тип или могут быть естественным образом к этому типу приведены.

Таким образом, задача распределения признаков по классам в описанной постановке ранее не исследовалась в литературе, и в данной работе предлагаются методы ее решения.

### **4. Трехдольная модель данных**

В данном исследовании основное внимание уделяется задачам, в которых признаки представляют собой маркеры, то есть предикаты наличия свойства у объекта. Данные в таких задачах могут быть естественным

образом представлены в рамках реляционной модели набором бинарных отношений. Эту модель данных будем называть «трехдольной» и определять как три единицы анализа: объекты, маркеры и классы, – и три бинарных гетерогенных отношения между единицами анализа.

Данная модель удобна для формализации и решения многих прикладных аналитических задач, в частности, в социологии, наукометрии, обработке текстов и других областях. В рамках данной модели могут быть поставлены разные задачи: классификация объектов, определение класса нового объекта и многие другие, включая рассматриваемую задачу распределения маркеров по классам. Многие задачи строятся по схеме, когда два отношения дано, а третье надо восстановить.

Формализация трехдольной модели данных может быть представлена как задача распределения маркеров по классам.

## 5. Методы создания словаря

### **Функция как аргумент классификатора. Аналог многоклассового SVM**

В исследуемой постановке разметка дана для объектов, а не признаков. Поэтому нельзя сразу поставить задачу классификации признаков.

Сведем задачу классификации признаков к задаче классификации объектов. Для этого предложим такую информационную модель, в которую частичная функция из признаков в классы входит явным образом как параметр. Иными словами, в классификаторе явно происходит приписывание признака к классу. Настройка на прецедентах классификатора из этой модели одновременно даст искомую частичную функцию.

Введем следующие обозначения:

- 1)  $T$  — число признаков,  $t$  — номер признака от 1 до  $T$ ,
- 2)  $I$  — число размеченных объектов,  $i$  — номер объекта от 1 до  $I$ ,
- 3)  $J$  — число классов,  $j$  — номер класса от 1 до  $J$ ,
- 4)  $a_t$  — номер класса, к которому приписан признак  $t$ , искомая функция,
- 5)  $f_{it}$  — значение признака  $t$  для объекта  $i$ , в частности, 0 или 1 для бинарного отношения документ-признак,
- 6)  $c_i$  — истинная метка объекта  $i$ .

Представляется, что простейшей информационной моделью является линейная. Введем неотрицательный вес признака, который обозначим через  $w_t$ . Пусть требуется классифицировать объект, для которого значения признаков равны  $f_1, \dots, f_T$ . Оценка принадлежности некоторого объекта классу  $k$  вычисляется как сумма произведений весов и значений тех признаков  $t$ , которые приписаны к данному классу:

$$\Gamma_k = \sum_{t=1}^T w_t f_t [a_t = k].$$

Здесь используется интерпретация значений признаков как положительных оценок наличия свойств. Решающее правило относит объект к классу с наибольшей оценкой:

$$A = \operatorname{argmax}_k \Gamma_k.$$

Теперь требуется предложить метод настройки алгоритма из информационной модели по прецедентам. Параметры  $a_t$  и  $w_t$  предлагается настраивать, решая задачу максимизации отступа. Предлагаемый метод будет напоминать многоклассовый SVM.

$$\begin{aligned} \frac{1}{2} \|w\|^2 + C \sum_{i,j} \xi_{ij} &\rightarrow \min_{\{w, \xi_{ij}, i, j\}}; \\ \sum_t w_t f_{it} ([a_t = c_i] - [a_t = j]) &\geq 1 - \xi_{ij}, \quad \forall i, \forall j \neq c_i; \\ w_t &\geq 0, \quad \forall t; \quad \xi_{ij} \geq 0, \quad \forall i, \forall j \neq c_i; \end{aligned}$$

Исходные признаки находятся по формуле:  $w_t = \beta a_t + X_{ijT}^T \alpha_{ij} < 0$ , где  $\alpha$  и  $\beta$  – двойственные переменные.

Для обучения параметров  $a_t$  и  $w_t$  используем метод покоординатного спуска:

1. Алгоритм стартует с начальной точки: каждый признак приписан к классу, в котором он чаще всего встречается.
2. На каждой итерации выбирается случайный признак  $s$  и для него перебираются все возможные классы, за которые этот признак голосует.
3. Для каждого из этих классов фиксируются все  $a_t$  и оптимизируются веса  $w_t$ .
4. Признаку приписывается класс  $a_s$  с максимальным значением функционала двойственной задачи.
5. Процедура повторяется до сходимости или до тех пор, пока не будет достигнуто заданное количество итераций.

### Многоклассовый SVM по схеме один-против-одного

В основе второго метода для создания словаря лежит метод опорных векторов (SVM) для бинарной классификации

$$\begin{aligned} \|w\|^2 + C \sum_{i=1}^{\ell} \xi_i &\rightarrow \min_{\{w, \xi\}} \\ y_i \langle w, x_i \rangle &\geq 1 - \xi_i, \quad \forall i = 1, \dots, \ell; \\ \xi_i &\geq 0, \quad \forall i = 1, \dots, \ell. \end{aligned}$$

Задача многоклассовой классификации может быть сведена к набору бинарных классификаторов.

Применим многоклассовый SVM по схеме один-против-одного:

- 1) обучаем бинарные классификаторы  $a_{sk}$  для всех пар классов  $s \neq k$ ;

- 2) каждый из них отличает документы класса  $s$  от документов класса  $k$ ;
- 3) каждому классификатору соответствуют веса  $w_t^{sk}$ ;
- 4) если  $w_t^{sk} > 0$ , то признак  $t$  голосует за класс  $s$ , иначе за класс  $k$ ;
- 5) приписываем признак  $t$  классу  $s$ , если  $w_t^{sk} > 0 \forall k \neq s$ .

Таким образом, мы сводим задачу распределения маркеров по классам к набору задач бинарной классификации.

## 6. Эксперименты

Эмпирической базой послужили данные проекта «Ресурс добровольческого движения авангардных групп для российской модернизации», реализованного Фондом «Общественное мнение» в сотрудничестве с командой исследователей с использованием средств государственной поддержки, выделенных Институтом общественного проектирования в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 02 марта 2011 года №127–рп.

Для экспериментов мы выбрали предметную область ответов на вопросы интервью. Данные содержат 20 интервью с руководителями общественных организаций по вопросам добровольческого движения. Каждое интервью состояло из 6 тем: «Портрет руководителя», «Цели и содержание деятельности организации», «Понятие добровольчества», «Работа с добровольцами», «Портрет добровольцев», «Стимулы и барьеры для привлечения добровольцев».

В соответствии с темами, каждый документ был разбит на 6 разделов. Один раздел был принят за один объект, итого 120 объектов. Каждая тема интервью представляет собой один класс. После нормализации текстов и удаления повторов и имен собственных в корпусе осталось 7241 слово. Стоп-слова не исключались по следующим причинам: во-первых, метод был спроектирован так, чтобы стоп-слова привязывались к дополнительному классу общей лексики; во-вторых, присутствие стоп-слова в нашей узкоспециализированной области может быть дополнительным сигналом и иметь значение.

Для оценки качества работы методов, в автоматически полученных словарях, ассессорами были проведены разметки слов по рубрикам. Эксперты рассмотрели каждое слово в полученных словарях и оценили как 0 или 1, подходит слово рубрике или нет.

Основная сложность при разметке проявилась в том, что во многих случаях нельзя было сделать однозначный вывод о том, относится ли слово к данной рубрике или нет. Особенно ввиду отсутствия контекста, так как многие слова могут употребляться в разных смыслах. Поэтому разметка проводилась согласно правилу: слово относилось к рубрике, если можно было представить контекст, в котором это слово соответ-

ствовало названию рубрики и вопросам с комментариями по этой рубрики из руководства для проведения интервью.

## 7. Результаты и дальнейшая работа

Результаты экспериментов представлены в таблицах в разделе Приложение ниже. В первой таблице для метода «многоклассовый аналог SVM» и во второй для метода «SVM один-против-одного». В таблицах для примера показаны верхние строки словарей – перечислены первые 20 слов для каждой рубрики. Отметим еще раз, что методы разработаны так, чтобы распределять каждое слово однозначно в какую-нибудь рубрику (учитывая, что автоматически образуется так называемая рубрика «общей лексики»).

Оба предложенных метода позволяют вычислить важность слова, на основе которой слова ранжируются внутри рубрики:

- 1) метод «многоклассовый аналог SVM» для каждого маркера определяет вес в модели. Это значение веса мы использовали как параметр важности слова для данной рубрики и в соответствии с ним упорядочивали слова в словаре;
- 2) метод «SVM один-против-одного» вычисляет веса маркеров для каждой пары классов. Здесь в качестве важности маркера для рубрики использовались усредненные значения весов.

Численное значение важности маркера в предложенных методах само по себе не значимо и использовалось только для упорядочивания слов в рамках каждой рубрики.

Для оценки качества составления словарей были задействованы эксперты в предметной области, которые оценили каждое слово, подходит оно рубрике или нет. На основе этих данных мы вычислили значение показателя «точность на уровне» (представлено в таблице в процентах), который определяет долю положительно оцененных слов (то есть слов подходящих рубрике) от общего количества слов на данном уровне.

Другой общепринятый способ измерения качества – подсчет показателя «полнота». Но в данной постановке вычисление этого параметра было бы слишком трудоемким, так как требовало бы наличия полного и одобренного экспертами предметно-ориентированного словаря.

Словари, полученные предложенными методами, близки по составу, но не идентичны. Оба словаря согласуются с экспертным заключением и могут быть использованы в качестве предметно-ориентированных словарей в небольших социологических проектах. Также в ходе экспериментов было отмечено, что первый метод требует больше оперативной памяти для вычислений, и процесс может занимать больше времени. Принимая это во внимание, делаем вывод, что второй метод выглядит

более подходящим для практических задач с большим количеством входных данных.

Как уже упоминалось выше, недостаток предложенных методов в том, что в качестве единиц анализа использовались отдельные слова. Проблема заключается в том, что без знания контекста сложно определить, подходит ли отдельное слово рубрике или нет. Однако даже в такой постановке верхние части словарей показывают хорошие значения показателя качества. Такие распределения слов по рубрикам исследователь может использовать как первое приближение словаря. И внося незначительные изменения в который, можно получить хорошего качества словарь для применения количественного контент-анализа в данной узкоспециализированной области.

## **8. Заключение**

В данной работе был предложен и реализован процесс организации небольших социологических исследований, который позволит индивидуальным исследователям использовать количественный контент-анализ. Основная трудность для такого типа исследований заключается в получении предметно-ориентированного словаря. На сегодняшний день распространенной практикой начальных сбора данных является интервьюирование респондентов. Предложенная в статье техника дает возможность собрать словарь из данных интервью. Таким образом, после проведения интервью исследователь может переходить к контент-анализу. Отметим, что такая техника реализуема на обычном персональном компьютере.

Проблема получения словаря была формализована как задача распределения маркеров по классам. Так как в литературе для поставленной задачи отсутствуют готовые методы машинного обучения, были предложены два метода решения. Предложенные решения реализованы и протестированы на реальных данных. Результаты эксперимента согласуются с заключением эксперта. Будущая работа будет посвящена разработке взаимодействия с пользователем, а также усложнению единиц анализа от отдельных слов к словосочетаниям и понятиям.

## **Список использованной литературы**

Bengston D.N., Xu Z. (2006) Changing national forest values: a content analysis. Research Paper NC-323. St. Paul, MN: US Dept. of Agriculture, Forest Service, North Central Forest Experiment Station.

Berelson B. (1952) Content analysis in communication research. New York: The Free Press.

Kvale S., Brinkmann S. (2009) Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing. L.A.: Sage.

Manning C.D., Raghavan P., Schutze H., et al. (2008) Introduction to information retrieval. Vol. 1. Cambridge: Cambridge University Press.

Neuendorf K. (2015) Computer content analysis programs. <http://academic.csuohio.edu/kneuendorf/content/cpuca/ccap.html> [Online; accessed 13-July-2015].

Sebastiani F. (2002) Machine learning in automated text categorization // ACM Computing Surveys. Vol. 34. No. 1. P. 1–47.

Stemler S. (2001) An overview of content analysis // Practical assessment, research & evaluation. Vol. 7. No. 17. P. 137–146.

Von dem Berge B., Poguntke T., Obert P., Tipei D. (2013) Measuring intra-party democracy: A Guide for the Content Analysis of Party Statutes with Examples from Hungary, Slovakia and Romania. Heidelberg; New York; Dordrecht; London: Springer.

---

## Using content analysis in small sociological research

Mariya Ivanovna Saburova

postgraduate student, Faculty of Computational Mathematics and Cybernetics,

M.V. Lomonosov Moscow State University

e-mail: saburova.mi@yandex.ru

Archil Iverievich Maysuradze

candidate of physics and mathematics,

assistant professor of mathematical methods of forecasting  
of the Faculty of Computational Mathematics and Cybernetics,

M.V. Lomonosov Moscow State University

e-mail: maysuradze@cs.msu.su

Today, many researchers would like to use content analysis in their research. Usually, however, a small research is limited in time and carried out in a highly specialized field, so to use the traditional content analysis is not enough time and resources, and there is no way to attract a large number of experts.

The purpose of this work is to provide researchers a paradigm workflow, allowing the use of content analysis. A typical workflow of the individual researcher's survey includes a small number of respondents. It is shown that the data obtained during the development of the scheme and the interview can be used for the development of domain-specific vocabularies.

To develop an approach compares two processes: traditional content analysis and research to conduct an interview. On the one hand, the content-analysis is a time-consuming process, but there are computer programs, we developed specifically for this process. However, using common dictionaries by such programs is not appropriate in the case of a highly specialized area, and domain-specific vocabularies are required. On the other hand, limited in scope case studies with little resources and involving interviews are common.

As a solution, we propose an approach in which the researcher begins to automatic quantitative content analysis after the in-interviews. To make this possible, there is provided a method for automatically in the structure of domain-specific vocabulary, which uses only given in kind, obtained in the survey. The method is not labor-intensive and can be executed on a personal computer. The task of creat-

ing a dictionary has been formulated as a problem of distribution of signs in classes. To date, the task of machine learning in this formulation a little studied, it is therefore proposed two methods of its own. The proposed methods are implemented and tested on the data of sociological research on volunteering in Russia.

Keywords: quantitative content analysis, domain-specific vocabulary, extraction of terms paradigm workflow.

## References

Bengston D.N., Xu Z. (2006) Changing national forest values: a content analysis. Research Paper NC-323. St. Paul, MN: US Dept. of Agriculture, Forest Service, North Central Forest Experiment Station.

Berelson B. (1952) Content analysis in communication research. New York: The Free Press.

Kvale S., Brinkmann S. (2009) Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing. L.A.: Sage.

Manning C.D., Raghavan P., Schütze H., et al. (2008) Introduction to information retrieval. Vol. 1. Cambridge: Cambridge University Press.

Neuendorf K. (2015) Computer content analysis programs. <http://academic.csuohio.edu/kneuendorf/content/cpuca/ccap.html> [Online; accessed 13-July-2015].

Sebastiani F. (2002) Machine learning in automated text categorization // ACM Computing Surveys. Vol. 34. No. 1. P. 1–47.

Stemler S. (2001) An overview of content analysis // Practical assessment, research & evaluation. Vol. 7. No. 17. P. 137–146.

Von dem Berge B., Poguntke T., Obert P., Tipei D. (2013) Measuring intra-party democracy: A Guide for the Content Analysis of Party Statutes with Examples from Hungary, Slovakia and Romania. Heidelberg; New York; Dordrecht; London: Springer.

## Правильная ссылка на статью / For citation

Сабурова М.И., Майсурадзе А.И. Использование контент анализа в небольших социологических исследованиях // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 45–58.

Saburova M.I., Maysuradze A.I. Using content analysis in small sociological research // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 45–58.



## Приложение

### Словарь по методу 1: Многоклассовый аналог SVM

Портрет руководителя		Цели и содержание		Понятие добровольчества		
1	специальность	100%	финансирование	100%	называю	100%
2	учусь	100%	итог	100%	назвать	100%
3	сколько	67%	решение	100%	разовый	100%
4	немного	50%	будущее	100%	понятие	100%
5	создание	60%	источник	100%	общественник	100%
6	где	67%	возникаю	83%	безвозмездный	100%
7	ожидание	71%	заслуга	86%	активист	100%
8	университет	75%	последний	75%	иногда	100%
9	окончание	78%	наиболее	67%	значимый	100%
10	год	70%	решить	70%	систематический	100%
11	решил	73%	цель	73%	добровольчество	100%
12	давно	75%	трудность	75%	социально	100%
13	лично	77%	власть	77%	эпизодический	100%
14	оправдался	79%	второй	71%	дарить	100%
15	обязанность	80%	способ	73%	считаю	100%
16	рассказал	81%	поставить	75%	бесплатный	100%
17	институт	82%	ставлю	71%	между	94%
18	после	78%	решать	72%	определение	94%
19	пожалуйста	74%	спонсор	74%	пол	89%
20	закончил	75%	план	75%	заложен	90%
Работа с добровольцами		Портрет добровольцев		Стимулы и барьеры		
1	штатный	100%	чаще	0%	мешаю	100%
2	доволен	100%	мужчина	50%	отношусь	50%
3	навык	100%	женщина	67%	муниципальный	67%
4	специальный	100%	становлюсь	75%	государственный	75%
5	происхожу	80%	молодой	80%	престижен	80%
6	интернет	83%	думаю	67%	население	83%
7	пишу	86%	добрый	71%	большинство	86%
8	важно	88%	старше	75%	модно	88%
9	обойтись	89%	случай	67%	структура	89%
10	образ	90%	единый	60%	страна	90%
11	личный	91%	портрет	64%	кажется	82%
12	привлекать	92%	процент	67%	доверие	83%
13	мероприятие	92%	нарисовать	69%	город	85%
14	дорог	86%	жена	64%	ресурс	86%
15	этап	87%	дух	60%	использующий	87%
16	без	81%	политический	63%	доброжелателен	88%
17	профессиональный	82%	религиозный	65%	доверяю	88%
18	совместный	83%	благополучный	67%	бизнес	89%
19	привлечение	84%	занятой	68%	коллега	89%
20	некоторые	80%	группа	70%	развитие	90%

**Словарь по методу 2: SVM один-против-одного**

	Портрет руководителя		Цели и содержание		Понятие добровольчества	
1	специальность	100%	итог	100%	активист	100%
2	учиться	100%	решение	100%	называть	100%
3	сколько	100%	финансирование	100%	разовый	100%
4	где	100%	источник	100%	общественник	100%
5	рассказать	100%	будущее	100%	иногда	100%
6	немного	83%	наиболее	83%	социально	100%
7	после	71%	цель	86%	значимый	100%
8	создание	75%	трудность	88%	понятие	100%
9	ожидание	78%	заслуга	89%	возмездный	100%
10	заняться	80%	поставить	90%	эпизодический	100%
11	окончание	82%	последний	82%	считать	100%
12	университет	83%	способ	83%	систематический	100%
13	потом	77%	заметный	77%	добровольчество	100%
14	оправдаться	79%	власть	79%	платный	93%
15	лично	80%	возникать	73%	любой	87%
16	год	75%	решать	75%	доброволец	88%
17	начать	76%	новый	71%	между	82%
18	закончить	78%	второй	67%	волонтёр	83%
19	работать	79%	результат	68%	различие	79%
20	институт	80%	измениться	65%	безвозмездно	80%
	<b>Работа с добровольцами</b>		<b>Портрет добровольцев</b>		<b>Стимулы и барьеры</b>	
1	штатный	100%	частый	0%	мешать	100%
2	навык	100%	мужчина	50%	относиться	50%
3	довольный	100%	женщина	67%	доброжелательный	67%
4	специальный	100%	портрет	75%	большинство	75%
5	интернет	100%	молодой	80%	муниципальный	80%
6	обойтись	100%	дух	67%	государственный	83%
7	этап	100%	единый	57%	престижный	86%
8	контролировать	100%	становиться	63%	население	88%
9	затрата	100%	благополучный	67%	доверие	89%
10	стимулировать	100%	активный	70%	модно	90%
11	привлекать	100%	ценность	73%	развитие	91%
12	дорогой	92%	старший	75%	страна	92%
13	без	85%	экономически	77%	структура	92%
14	привлечь	86%	аполитичный	79%	коллега	93%
15	важно	87%	принцип	73%	бизнес	93%
16	сотрудник	88%	группа	75%	доверять	94%
17	писать	82%	искать	71%	кажется	88%
18	происходить	78%	возраст	72%	сообщество	89%
19	компенсация	79%	политически	74%	использовать	89%
20	привлечение	80%	добрый	75%	интерес	90%

# **Сравнительный анализ эффективности опросных технологий онлайн и офлайн**

Марина Вячеславовна Семина

кандидат социологических наук, доктор социологии (Ph.D.),  
доцент кафедры методологии социологических исследований,  
Социологический факультет

Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова  
e-mail: m.virtu0z@gmail.com

Работа посвящена сравнительному анализу опросных технологий офлайн и онлайн в современном российском маркетинге. Исследования, проведенные автором, начиная с 2005 г. по настоящее время, составляют эмпирическую базу статьи, которая включает в себя более 1000 стандартных офлайн-фокус-групп и около 100 онлайн-фокус-чатов (синхронных и асинхронных, которые проводились преимущественно в текстовом формате, при отсутствии видео-имиджа респондентов). Цель — дать общее описание сравнительных возможностей и эффективности применения онлайн-технологий по сравнению с офлайн-технологиями проведения маркетинговых исследований.

Ключевые слова: сравнительный анализ, стандартные офлайн-фокус-группы, синхронные и асинхронные онлайн-чаты, рекрут на онлайн-чаты.

## **Введение**

Быстрое развитие онлайн-коммуникаций привело к технологическим инновациям в исследовательской практике. Часто требуется провести исследование в сжатые сроки, выявить различия в предпочтениях между представителями разных регионов, а иногда и стран, чтобы создать продукт, который мог бы удовлетворить потребности широкой аудитории.

Инновации происходят и в сфере методологии. Современное методологическое развитие социологии происходит в трех областях:

- технологические инновации: визуальные цифровые, или онлайн-технологии;
- инновации в интердисциплинарности: раздвижение границ дисциплин;
- изменения в интрадисциплинарности: смешение теоретических подходов и методов [Xenitidou, Gilbert, 2012].

Несмотря на развитие инноваций в качественных исследованиях, статей, посвященных методологическим аспектам новых методологий, катастрофически не хватает, даже несмотря на то, что выходят специаль-

ные сборники об онлайн-исследованиях в России [Онлайн-исследования в России 2007; 2010; 2012; 2016]. Цель статьи — дать общий обзор применения **новых онлайн-технологий текстовых форматов** в сфере маркетинга и сравнить эффективность использования качественных исследований офлайн с аналогами в онлайн-пространстве. Поставленная цель реализуется путем решения ряда задач:

- 1) определить основные понятия;
- 2) описать типы рекрута в онлайн-исследованиях;
- 3) определить, для решения каких задач целесообразно использовать онлайн-технологии;
- 4) рассмотреть особенности опросного инструмента;
- 5) сравнить эффективность офлайн-фокус-групп с синхронными и асинхронными фокус-чатами текстового формата.

## 1. Основные понятия

**Стандартная фокус-группа** — это непосредственное целенаправленное сфокусированное на каком-либо вопросе социально-психологическое взаимодействие модератора (ведущего дискуссии) с группой лиц, отобранных по специальным критериям.

В режиме офлайн различают стандартные и нестандартные фокус-группы.

Для стандартной фокус-группы, как правило, набирают 8 человек, ее проводит 1 модератор, продолжительность ограничена 2 часами. Во избежание срывов в проведении приглашают 3–4 запасных участника.

**Онлайн-фокус-группа** — это непосредственное (на текущий момент) или опосредованное (с отсрочкой ответа) социально-психологическое взаимодействие с группой людей по интернету и с ведущим (модератором) с целью выяснения спектра мнений по какому-либо вопросу.

Онлайн-фокус-группы классифицируются по нескольким основаниям. Исходя из опыта модерирования автора, главное отличие видится в том, участники группы вступают в общение одномоментно (синхронно) или высказывания участников разнесены во времени (асинхронны)<sup>1</sup>.

На конференции в момент выступления автора возникла дискуссия о том, правомерно ли общение в интернете, сфокусированное на определенной теме называть фокус-группой. Наиболее подходящее название для таких онлайн-дискуссий — **фокусированный онлайн-чат**. Поэтому

---

<sup>1</sup> Еще фокус-группы делят на те, в которых используются видеоизображения, и те, в которых используются только тексты. Здесь речь идет о фокус-группах, которые ведутся в текстовом формате, без возможности видеть участников в режиме реального времени и отслеживать их движения.

далее в статье пойдет речь о сравнительном анализе именно фокусированных онлайн-чатов.

**К синхронным онлайн-фокус-чатам** относятся в самом прямом смысле чаты в реальном времени, в режиме «вопрос модератора – ответ респондента». Для взаимодействия в реальном времени необходимо, чтобы и модератор, и респонденты были подключены к интернету одновременно. Как правило, такая группа проводится в течение двух часов.

Для участия в синхронном чате приглашаются, как правило, не более 20 участников, которые могут одновременно отвечать на вопросы модератора.

**В асинхронном онлайн-фокус-чате** респондент может ответить на вопрос в любое удобное для него время, или когда он/а подключится к интернету и увидит заданный вопрос. Модератор, в свою очередь, получит ответ на свой вопрос через какой-то промежуток времени. Для участия в асинхронном онлайн-чате приглашается большее количество участников, чем в синхронный онлайн-чат, которое может достигать порядка 60. Однако поскольку это занятие трудоемкое и времяемкое, не все респонденты доходят до конца, часть респондентов «теряется по дороге», а доходят наиболее стойкие. По опыту автора, в асинхронном фокус-чате, который обычно продолжается от 3 до 5 дней, до конца доходят порядка 20 респондентов. Здесь встает вопрос о рекруте.

## 2. Рекрут в онлайн-исследованиях

**Рекрут через онлайн-панели** производится из зарегистрированных в панели респондентов. В настоящее время в интернете присутствуют несколько онлайн-панелей, где люди из всех регионов регистрируются для участия в опросах. Мы воздержимся от их перечисления, поскольку некоторые из них не всегда предоставляют хорошее качество рекрута. Перечислим преимущества и недостатки рекрута через панели.

**Преимущества:** онлайн-панели позволяют:

- ввиду большого числа зарегистрированных пользователей вносить элементы случайного отбора, осуществлять многоступенчатые процедуры отбора, репрезентировать разные регионы, что существенно повышает шансы на объективность исследования;
- в случае выбывания участников быстро ремонтировать выборку — добирать нужное количество респондентов;
- программировать панель таким образом, чтобы отборочная анкета распространялась только в определенных типах населенных пунктов (например, с численностью населения до 200 000 чел., в областных центрах и т.п.);

- проверять логическую непротиворечивость заполнения рекрутинговой анкеты и основного гайда;
- устанавливать ограничения по частоте участия в опросах (есть функция отбраковки часто участвующих респондентов, например, менее чем полгода назад);
- создавать «черные списки» респондентов;
- отсеивать «двойников» (для повышения возможности заработка, иногда респонденты из панели используют несколько аккаунтов для регистрации на опрос, но технические средства позволяют блокировать пользователей с одного IP-адреса);
- осуществлять 100%-ный контроль всех зарегистрированных пользователей (следить за отсутствием фиктивных регистраций);
- быстро набирать респондентов для исследований потребителей массовых сегментов (кофе, пиво, сигареты); например, для исследования потребителей мяса утки, покупателей мебели сбор онлайн-чатов проходил в течение 3 часов;
- проводить исследования достаточно дешево.

Некоторые панели сертифицированы по стандартам ISO, что повышает качество исследования.

#### **Недостатки онлайн-панелей:**

- как правило, *оплата за участие* в таком качественном опросе невысока (по опыту работы автора, не более 1000 руб. за один онлайн-фокус-чат, длящийся в течение нескольких дней), что существенно снижает привлекательность участия, и приводит к тому, что участники:
  - стремясь минимизировать свои усилия, отвечают на вопросы односложно, не давая развернутых ответов,
  - «забывают», прекращают участие на 2–3-й день;
- в некоторых агентствах оплата за участие в асинхронном фокус-чате составляет менее 500 руб.; если правила оплаты содержат требование, что респондент может получить деньги не раньше, чем он заработает хотя бы 1000 руб., респондент может ожидать оплаты в течение полугода и более, что существенно снижает привлекательность участия в такого рода опросах;
- плата за пользование софтом и техническую поддержку варьирует от 15 000 до 25 000 руб. за проект в российском агентстве, что значительно превышает плату за пользование западными софтами;
- при низкой достижимости целевой группы респондентов резко возрастают затраты на исследование.

Возможен рекрут через специализирующихся на этой сфере людей — рекрутеров. Однако такой рекрут схож с рекрутом на офлайн-фокус-группы и повторяет его преимущества и недостатки.

Преимущества:

- индивидуальный подход и персональная коммуникация между рекрутером и респондентом повышает надежность участия респондента;
- респонденты, набранные через рекрутера, уверены в получении оплаты, поэтому «доживают» до конца опроса.

Недостатки:

- *фаворитизм*: рекрутеры стараются привлечь респондентов-«любимчиков», поэтому велика вероятность участия «профессиональных респондентов»;
- стоимость вознаграждения респондента существенно повышается и прибавляется еще *плата рекрутеру*;
- *накладные расходы*: рекрутер вынужден звонить и приглашать к участию респондентов из других городов, что увеличивает расходы, включая телефонную связь и др.

### 3. Решаемые онлайн-технологиями задачи

В маркетинговых исследованиях онлайн-чат проводится для:

- создания нового продукта или услуги;
- тестирования уже созданного продукта или услуги;
- тестирования повторного предложения;
- тестирования рекламных материалов;
- организации открытого диалога на чувствительные темы.

В каких ситуациях проводится онлайн-чат?

- когда нужно охватить аудиторию, разбросанную географически;
- когда респонденты труднодостижимы и/или они не могут посетить офлайн-фокус-группу (например, когда респонденты находятся на высокостатусных позициях и не могут приехать на офлайн-фокус-группу, но готовы отвечать на вопросы по интернету).

Как правило, и синхронные и асинхронные онлайн-чаты проводятся с помощью специальных интернет-платформ (Tiburon, Itracks и др.), которые вместе с дополнительными возможностями несут дополнительные финансовые издержки за использование этих платформ и программирование вопросов.

Но синхронные фокус-группы также можно проводить и на базе простых интернет-форумов и чатов. (Мы здесь не приводим названия чатов, поскольку их в интернете большое количество).

**Веб-чат** — один из наиболее распространенных способов интернет-коммуникации. Общение проходит в режиме реального времени, синхронно и преимущественно группой. В чате говорят все и сразу, но если у пары собеседников появился повод поговорить один на один, они могут уйти в «приватное пространство» и продолжить индивидуальное общение, о котором будут знать только они. Также возможно и общение респондента и модератора тет-а-тет.

Современные платформы предусматривают дополнительный рекрут участников и ведут статистику участия: высчитывают норму количества ответов, и участие тех респондентов, которые не дотягивают до этой нормы, не оплачивается. Некоторые платформы отслеживают, насколько полно отвечает респондент (например, отвечает ли респондент на вопросы односложно, типа «да» или «нет»). Специальные платформы также могут отслеживать логические ошибки и вылавливать тех респондентов, которые хотят не совсем законно получить деньги за опрос. Но главное преимущество использования платформы (по сравнению с бесплатным онлайн-чатом) в том, что платная система предусматривает дополнительные преимущества: например, отслеживание частоты ответов на вопросы, равномерного участия в дискуссии, а еще, что очень важно, панель может разрешать переход к следующему вопросу только после того, как будет дан ответ на предыдущий вопрос. Простые чаты лишены таких преимуществ.

#### **4. Инструментарий: конструирование гайда**

Что нужно учитывать при составлении гайда для синхронных и асинхронных онлайн-фокус-чатов? Гайд для синхронного онлайн-чата похож на гайд для стандартной офлайн-фокус-группы, однако в первом вопросе-блоки, включающие сразу два и более вопроса, неприемлемы. То есть, если в офлайн-фокус-группе можно сразу задать несколько вопросов, то в фокусированном онлайн-чате каждый вопрос задается только отдельно. В офлайн-фокус-группе можно совместить три близких по теме вопроса:

*Вспомните, какие колбасные изделия покупались в Вашей семье в детстве? Покупаете ли Вы их теперь? Если нет, то почему?*

В фокусированном онлайн-чате все три вопроса нужно предъявлять только последовательно:

*1. Вспомните, какие колбасные изделия покупались в Вашей семье в детстве?*

*2. Покупаете ли Вы их теперь?*

*3. Если нет, то почему?*



С чем это связано? В первую очередь, надо помнить, что на вопрос отвечают 20 человек, и поэтому мы задаем последовательно вопросы, с тем, чтобы они были понятны каждому респонденту и далее ждем, когда они ответят достаточно подробно. В офлайн-фокус-группе модератор может задавать дополнительные вопросы. Если в онлайн-чате задать три вопроса одновременно, мы получим хаос: респонденты будут сами решать, отвечать им на все три вопроса или только на один.

Серьезным преимуществом онлайн-чата является возможность встраивать для обсуждения визуальные образы. Причем, визуальные образы могут быть вставлены как модератором, так и респондентами.

Пример вопроса в гайде для респондентов:

*1. Какие колбасные изделия (колбаса, сосиски, деликатесы и т.п.) у Вас сейчас есть в холодильнике?*

*2. Сфотографируйте их, пожалуйста, и выложите в онлайн-чат.*

## **5. Эффективность онлайн-фокус-чатов и офлайн-фокус-групп**

Онлайн-фокус-чаты и офлайн-фокус-группы целесообразно сравнивать по следующим аспектам:

- 1) полнота информации по исследуемому вопросу;
- 2) роль модератора (эффект модератора);
- 3) групповая динамика;
- 4) наличие транскрипта и его полнота;
- 5) дополнительные возможности онлайн-фокус-чатов;
- 6) география: характеристики целевой аудитории и количество участников;
- 7) сроки проведения и рекрут;
- 8) стоимость;
- 9) контроль участия;
- 10) удобство для клиента.

Рассмотрим подробнее данные параметры.

**1. Полнота полученной информации.** Если сравнивать офлайн-фокус-группы и синхронный онлайн-чат, то здесь полнота информации приблизительно одинакова. Транскрипт офлайн- и онлайн-фокус-группы приблизительно займет 20–30 страниц. Но преимуществом онлайн-фокус-группы состоит в том, что транскрипт пишут респонденты, и за него не нужно будет дополнительно оплачивать услуги транскрибера.

**Объем информации.** Но уже сравнение стандартной группы с асинхронной будет не в пользу первой: по объему информации: транскрипт асинхронной группы будет объемом приблизительно в 300 страниц, и намного превышать тот объем информации, который получается после стандартной офлайн-фокус-группы.

Дополнительные возможности онлайн-фокус-чатов состоят в том, что они позволяют тестировать большее количество визуальных материалов.

**Офлайн-фокус-группа** дает много интересных находок, если есть групповая динамика и опытный модератор, способный подвигнуть группу на творческий прорыв. Однако тестирование концепций в режиме офлайн редко предполагает больше 3–4. Онлайн-фокус-группа хороша тем, что можно предлагать большее количество визуальных образов для тестирования: в онлайн-фокус-группе можно тестировать иногда до 12–15 концепций и быстро выявить фаворитов и аутсайдеров. Кроме того, онлайн-фокус-группа дает возможности респондентам сразу присылать или сами визуальные образы (или ссылки на них), которые им интересны для того или иного продукта.

Пример: автор проводила тестирование упаковки для одного из брендов на рынке молока с помощью асинхронного онлайн-фокус-чата, который проходил 3 дня.

**В первый день** было представлено 18 концепций рисуночных эскизов упаковки продукции.



ВСЕ ЗА НАТУРАЛЬНОСТЬЮ



ИДЕАЛЬНОЕ МОЛОКО  
ОТ ИДЕАЛЬНОЙ КОРОВЫ



“ЖИВОЕ” МОЛОКО



СВЕЖЕВЫЖАТОЕ  
МОЛОКО



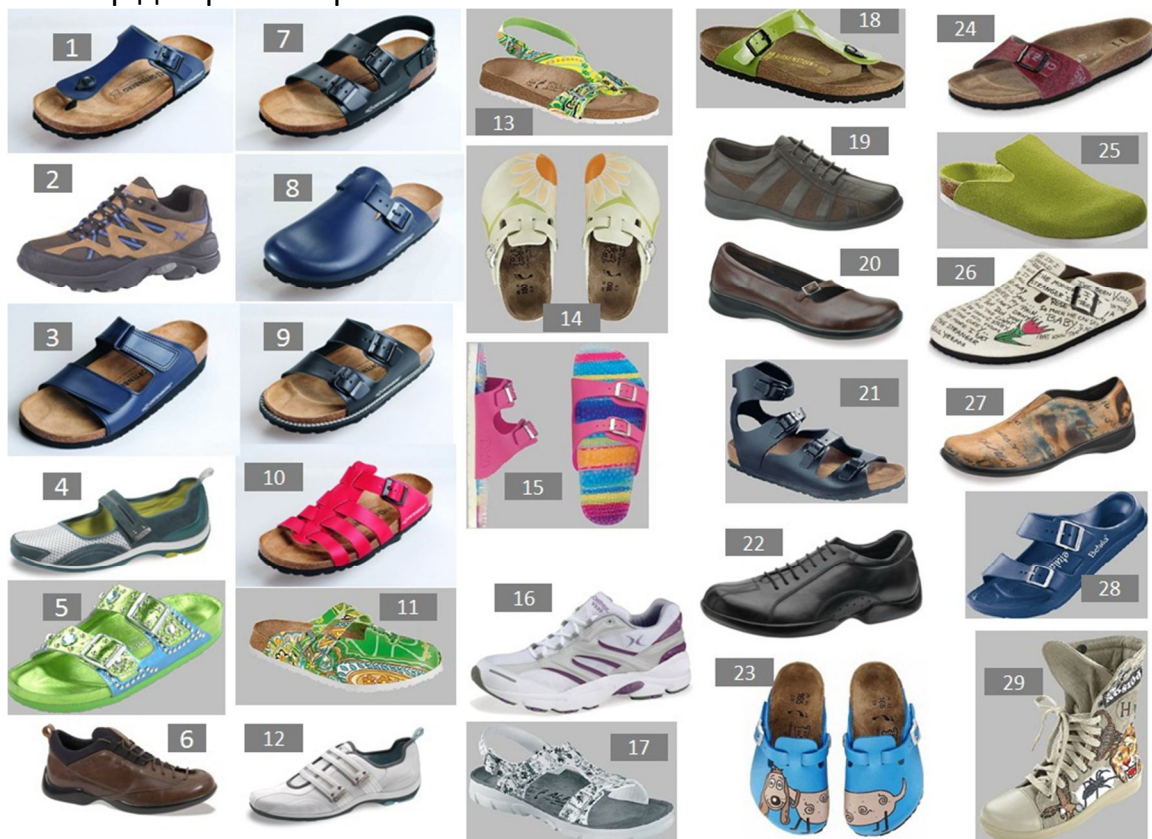
После обсуждения преимуществ и недостатков каждой упаковки, респонденты отобрали 8.

На второй день онлайн-чата, который проходил через несколько дней, когда художники успели нарисовать 8 отобранных вариантов в цвете, обсуждались уже варианты в цвете:



На третий день были выбраны направления, наиболее понравившиеся респондентам.

Другой пример содержит варианты (29) ортопедической обуви, которые используются в качестве стимульных материалов для показа респондентов в онлайн-чате. Это говорит о том, что, когда у респондентов есть возможность в онлайн-чате тщательно рассмотреть на экране компьютера предложенные варианты, можно предлагать достаточно широкий выбор для рассмотрения.



2. Огромную роль в офлайн-фокус-группе играет **сам модератор**. Именно от его/ее возможностей зависит успех группы и то, насколько открыто будут отвечать респонденты. Слишком сильный контроль со стороны модератора приводит к тому, что респонденты остаются скованными и, в итоге, очень сложно получать те смыслы, которые важны для исследователя. Часто эмоциональные фокус-группы дают большое количество инсайтов (озарений) для той или иной темы в исследованиях.

В онлайн-фокус-группе роль модератора уменьшает дистанция между ним и респондентом. Однако в асинхронных группах активность респондентов повышается, когда модератор стимулирует дискуссию и задает вопросы. Желательно, чтобы модератор был погружен в дискуссию 24 часа в сутки, что, конечно, невыполнимо. Поэтому для асинхронных фокус-групп, которые проводятся в течение 3 и более дней, нужны 2 со-модератора.

3. **Групповая динамика** в офлайн-фокус-группах подвержена законам групповой динамики в малых группах. Очень часто возникают лидеры мнений, участники могут объединяться в диады, триады, снова делиться. В онлайн-фокус-группах подобная групповая динамика возникает редко. Как правило, все-таки водораздел идет между модератором и респондентами, и есть 2–3 передовых человека, которые активно участвуют в дискуссии и являются пионерами. Все остальные пишут вдогонку. Четкого деления на диады, триады, как правило, не прослеживается. Иногда, правда, возникают интересные коллизии, когда начинается переписка, диалог, спор между двумя участниками, и здесь важно подключить к участию как можно большее количество респондентов.

4. **Транскрипт** асинхронной онлайн-фокус-группы обычно содержит около 300 страниц, обычной офлайн-фокус-группы — около 24. Онлайн-фокус-группы очень хороши для описания стиля жизни респондентов, привычек потребления (куда ходят, что обычно покупают, какие предпочитают магазины, кинотеатры, кафе, рестораны), этнографии (описание обычного буднего дня, выходного дня) и т.п.

Разные платформы предлагают разные возможности и разное визуальное оформление транскрипта.

### *Транскрипт платформы Айтрекс (Itracks)*

2.3.26.1 Marina 16.08.2010 20:21:27

[Что такое для Вас активный образ жизни?](#)

2.3.26.1.1 Irina A. 19.08.2010 23:37:30

велo прогулки не менее 2х часов в день, пешие прогулки не менее 3-4 км в день, движение (занимаюсь танцами) и т.п.

2.3.27 anchous 16.08.2010 18:27:33

занимаюсь плаванием, стараюсь правильно питаться, высыпаться

2.3.28 plakis 16.08.2010 18:49:16

Стараюсь быть умеренным в еде, заниматься физкультурой и придерживаться той терапии, которую врачи сейчас для меня считают адекватной.

2.3.28.1 Marina 16.08.2010 20:22:02

А что такое адекватная терапия? Это какие-то фармацевтические средства? Или что-то еще?

2.3.29 ndn 16.08.2010 19:27:19

Я сплю на специальной жесткой кровати, пытаюсь правильно питаться. больше двигаться. Иногда я делаю зарядку и хожу в бассейн.

2.3.29.1 Marina 16.08.2010 20:22:36

Интересно что за жесткая кровать? Сами изобрели или где-то подсмотрели? Если да, то где?

2.3.29.1.1 ndn 19.08.2010 1:03:33

Собрала из подручных средств. Доска, сверху матрас и одеяла. Пришлось собрать, чтоб не везти на дачу спец. матрас.

2.3.30 Iiana 16.08.2010 19:55:41

стараюсь более-менее есть "не вредную" пищу. Хотелось бы больше физической активности

### *Транскрипт онлайн-чата*

**Hydrogenium:** Как часто вам хочется «вырваться», отдохнуть? Как вы это осуществляете?  
13:04:08

**focus Cadmium:** Мне никуда не хочется вырваться)) Мне и так хорошо)  
13:05:24

**Hydrogenium:** мне вот по три раза в неделю. хоть рутины и нет, но хочется смены постоянно  
13:05:32

**focus Krypton:** Вырваться.. да периодически, может два раза в год, на какой-нибудь пляж: море, солнце...кайф..но все равно послнностью вырваться нет желания, так как становится утомительно без получения новой информации о мире...ну или просто я не умею отдыхать  
13:05:35

**focus Indium:** хочется вырваться из этой рутины, скучного однообразного существования на КУБУ!!!! На моречко, солнышко, пляжик. Недельки на 2-3) Это просто жизненно необходимо.  
13:05:49

**focus Niobium15:** очень часто. хотя б одной жить  
13:05:51

**focus Rhodium16:** для меня вырваться - это одной уехать в незнакомую страну, ни с кем из знакомых не общаться. просыпаться без будильника, делать что хочешь и когда хочешь, и сколько хочешь по времени. побыть с собой, не думать ни о каких делах, заботах  
13:05:53

**focus Silver:** мне хочется улететь на морееее!!! часто ли....нет( зависит от средств, времени и компании.  
13:06:00

**focus Zirconium:** поддерживаю идею с КУБОЙ!!!  
13:06:11

**focus Niobium15:** поехали вместе все на кубу,  
13:06:32

**Hydrogenium:** 9. Как меняется ваше восприятие времени на отдыхе? Меняется ли в других условиях? В каких?  
13:07:13

**focus Cadmium:** Когда как) Если я сильно устала, то время бешено летит и я не успеваю отдохнуть( А есть не устала - то тянется бесконечно  
13:08:16

**focus Niobium15:** в других условиях ничего не меняется, восприятие времени меняется только учитывая изменение часового пояса  
13:08:25



**focus Silver:** супер релаксовых не замечаешь времени, когда увлечен чем-то время лее-тит незаметно! А когда требуется ждать, терпеть - время бесконечно(

13:08:27

**focusZirconium:** время на отдыхе становится более расслабленным и насыщенным, рутина отступает, жизнь прекрасна, но мир всё равно тлен

13:08:39

**focusIron1:** я на отдыхе тоже планирую свой день-поэтому никак, меняется лишь тогда, когда даже если ты задержишься-ты никуда не опаздаешь, как-то так

13:08:42

**focusKrypton:** я больше 10 дней не могу отдыхать, потом время тянется и тянется.. потом отдых превращается в ту же самую рутину... для того, чтоб этого не происходило, я беру с собой учебники и тп..чтоб чуть поучиться и потом снова ловить кайф от отдыха

13:08:43

**focusrhodium16:** да, несомненно. на отдыхе, неважно где - за границей, на море или просто дома, если это отдых - само его ощущение уже заставляет ход времени идти иначе. сначала слишком медленно, когда сложно понять, чем бы заняться. потом ты в это вникаешь и наслаждаешься. а потом - все уже прошло

13:08:48

**focusIndium:** На отдыхе время перестает ощущаться так сильно, как в Москве. Его почти не замечаешь и при этом оно очень быстро летит. 2 недели пролетают как миг) А в Москве "О Господи, когда уже этот день закончится?"

## Транскрипт платформы Тибурон



**boris boris (Модератор)** 14.06.2014 12:19

I-1. Знакомство:

**Пожалуйста расскажите немного о себе.**

Как Вас зовут и сколько Вам лет?

**32 answers:**



**Валентина К.** 17.06.2014 17:01

Меня зовут Канина Валентина мне 29 лет.



**Марина Семина (Модератор)** 17.06.2014 17:03

Здравствуйте Валентина!



**Елена Т.** 17.06.2014 17:05

Елена 31 год



**Марина Семина (Модератор)** 17.06.2014 17:06

Рада приветствовать Елена



**Елена Т.** 17.06.2014 18:44

Добрый вечер ))



**Олег З.** 17.06.2014 17:08

Олег 31 год

Итак, мы видим, что транскрипты фокус-чатов пишут модераторы и респонденты. В чем их преимущества и недостатки?

Преимущества:

- транскрипт уже есть; экономятся ресурсы;
- в асинхронном онлайн-чате транскрипт очень подробный;
- транскрипт содержит точное время, когда респондент написал ответ на вопрос модератора (в некоторых исследованиях важно время реакции на слова модератора).

Основной недостаток в том, что респонденты пишут с опечатками, с ошибками, не используя знаки препинания, или используя их неверно.

#### 5. **Дополнительные возможности** фокус-чатов.

**А. Визуальные возможности:** образы, использованные в онлайн-чатах, могут подсказать креативные решения.

**Б. Живое творчество масс:** массовость и географический разброс подсказывают креативные названия. Так, в ходе онлайн-тестирования было создано название одного из известных брендов российской утки «Утолина»: название, согласно идее респондентов, соединило в себе с одной стороны «утиную долину», а другой — продолжило преемственность, так как стало созвучно ранее созданному бренду «Индолина» — «долину индейки».

**В. Плотное описание:** онлайн-фокус-чаты хороши в детальном описании того, что люди делают на повседневном уровне: каким транспортом добираются, какие кафе посещают. Поэтому все фактографические вещи желательно помещать в самое начало: когда участвуют все респонденты, достигается максимальное наполнение этнографией.

**6. География.** Офлайн-фокус-группы, как правило, ограничены одним городом, и это существенное ограничение, в то время как онлайн-фокус-группы могут собирать целевую аудиторию в любой точке мира.

Существенное преимущество онлайн-фокус-групп (в особенности асинхронных) — количество участников: первоначальное участие 64 человек дает возможность получить глубокий («плотный» по Гиртцу [Geertz, 1973]) транскрипт, даже несмотря на то, что в дальнейшем количество людей уменьшится. И, соответственно, онлайн-фокус-группа может обеспечить равномерное покрытие городов (например, обеспечение участия по 2–3 человека из разных городов).

**7. Сроки проведения.** Офлайн-фокус-группа предполагает рекрут в течение 5 рабочих дней и проведение в течение 2 часов. Стандартный фокус-чат в режиме онлайн предполагает 1–2-дневный рекрут при использовании панели с зарегистрированными респондентами. Сегодняш-

ние панели иногда доходят до миллиона пользователей, что *сокращает сроки рекрута до нескольких часов*. Проведение, в зависимости от типа чата, — от 2 часов до нескольких дней.

Проведение онлайн-чата по панели организуется следующим образом: в системе заводится проект, компания, обладающая платформой, высылает приглашения респондентам, модераторам и наблюдателям (клиентам). В приглашении содержится ссылка, по которой можно попасть на форум. Затем, собственно, происходит общение с респондентами, а по окончании форума можно выгрузить из системы все транскрипты и медиа-файлы, размещенные в обсуждениях.

**8. Стоимость офлайн- и онлайн-фокус-групп.** Стоимость в расчете на 1 респондента приблизительно сопоставима (табл. 1). Однако общие затраты на асинхронный онлайн-чат будут больше, по сравнению с обычной ФГ, как правило, в 1,5–2 раза. Затраты увеличиваются из-за того, что:

- нужно платить за платформу;
- в асинхронной фокус-группе большее количество респондентов, и больше денег идет на их вознаграждение.

**Таблица № 1. Сравнение бюджетов стандартной офлайн-фокус-группы, асинхронного и синхронного онлайн-чата, руб.**

	Офлайн-фокус-группа	Асинхронный онлайн-чат	Синхронный онлайн-чат
Менеджмент проекта	5 000	5000	5 000
Программирование / разработка гайда	5 000	15000	15000
Хостинг / Хранение данных	-	1000	1000
Лицензия за пользование софтом, техническая поддержка, панель	-	15000	15000
Обработка и экспорт данных		2000	2000
Общая стоимость проекта			
Стоимость 1 респондента (вознаграждение)	1500	700–1000	700–1000
Модерирование	6000	6000	15000
Аренда помещения	5000	-	-
Рекрут	500	-	-
Итого	42 000–60 000	65000–70 000	90 000–100 000

**9. Контроль участия.** Современные панели предполагают контроль и мониторинг участия, включая ID респондента, пол, возраст, день и время согласия на участие в опросе, количество постов, посланное в онлайн-чат, количество комментариев, загруженных файлов и т.п. (см. табл. 2).



**Таблица № 2. Таблица участия**

UserID	Name	Surname	Email	Sex	Age	RegType	InvitationDate	SignupDate	Status	LastActivityDate	Posts	Likes	Comments	Pics	Question # 1
1			<a href="mailto:1@list.ru">1@list.ru</a>	Male	28	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 12:41	ACTIVE	20.06.2014 5:04	24	0	0	0	1
2			<a href="mailto:2@list.ru">2@list.ru</a>	Female	33	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 12:43	ACTIVE	19.06.2014 20:55	107	0	10	13	1
3			<a href="mailto:3@list.ru">3@list.ru</a>	Male	35	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 12:43	ACTIVE	19.06.2014 20:13	107	5	14	1	1
4			<a href="mailto:4@list.ru">4@list.ru</a>	Male	30	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 12:46	ACTIVE	19.06.2014 19:57	107	0	9	1	1
5			<a href="mailto:5@list.ru">5@list.ru</a>	Male	32	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 12:48	ACTIVE	19.06.2014 19:39	108	2	11	2	1
6			<a href="mailto:6@list.ru">6@list.ru</a>	Male	28	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 12:48	ACTIVE	19.06.2014 20:20	110	1	7	1	1
7			<a href="mailto:7@list.ru">7@list.ru</a>	Female	31	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 12:48	ACTIVE	20.06.2014 6:25	112	2	12	4	1
8			<a href="mailto:8@list.ru">8@list.ru</a>	Female	29	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 13:02	ACTIVE	20.06.2014 6:05	86	1	1	0	1
9			<a href="mailto:9@list.ru">9@list.ru</a>	Female	31	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 13:10	ACTIVE	19.06.2014 18:18	99	0	2	1	1
10			<a href="mailto:10@list.ru">10@list.ru</a>	Male	31	Invited	17.06.2014 12:39	17.06.2014 13:13	ACTIVE	18.06.2014 19:04	8	0	1	0	1

Простой онлайн-чат не дает возможность контролировать активность респондента: как правило, в чатах нет возможности отследить, насколько продуктивно тот или иной респондент участвовал в онлайн-дискуссии.

**Проблемы.** Как и в любых других онлайн-методах исследования (онлайн-опросах) трудно отследить пол респондента из-за относительно распространенной практики, когда респонденты мужчины отвечают за респондентов женщин и наоборот.

**10. Удобство и привлекательность для клиента.** Клиент может наблюдать за ходом дискуссии у себя дома или в офисе в любое время, а, при желании, может сам задавать вопросы респондентам, и, по ходу дискуссии, вставлять новые вопросы в обсуждение.

## Выводы

Суммируя преимуществ онлайн-фокус-групп, констатируем:

- онлайн-фокус-группа **способствует раскрепощению респондентов**, особенно при анонимности; респонденты могут не бояться говорить на чувствительные темы; правда, в безопасной обстановке некоторые могут повести себя на грани фолла, зная, что их не вычислят;
- онлайн-фокус-группа может **проходить динамично**, и, порой, даже очень весело; за счет юмора происходит сплочение группы.

Есть возможности для креативности: респонденты не боятся выйти «за грани возможного» и создают порой очень креативные вещи. В этом помогают онлайн-образы: можно зайти на любой сайт и прислать ссылку на него или на визуальный образ.

- сами **ники**, создаваемые респондентами, порой очень креативны и способствуют непринужденному, свободному разговору:

**focusZirconium: focusNiobium15, Hydrogenium**

- респонденты в онлайн-фокус-группе **не боятся быть смешными**, так как они могут писать комментарии с ошибками, но главное — они спонтанно выражают свои мысли и чувства.

Однако есть и негативные моменты:

- **анонимность** ведет к желанию перейти грань дозволенного, что проявляется, во-первых, в присутствии нецензурных слов; во-вторых, иногда мужчины могут выдавать себя за женщин, и наоборот. У автора был курьезный случай, когда на онлайн-фокус-группе, в которой целевой аудиторией были женщины, покупающие молоко, на вопрос, «что вы думаете об этой упаковке молока», вдруг появилась надпись: «если бы было такое молоко, я бы выпил». Тем самым респондент выдал свою принадлежность противоположному полу, и модератор был вынужден вывести респондента из дискуссии;
- слабые возможности управления для модератора создают слишком большую дозволенность говорить обо всем; респонденты могут полностью игнорировать вопросы модератора и обсуждать только то, что им интересно; трудно, если дискуссия ушла в сторону, вернуть респондентов «к нашим баранам»;
- быстрота реагирования: в синхронной онлайн-фокус-группе нужно реагировать намного быстрее, чем в простой фокус-группе: пишут 20 человек и строка постоянно движется все выше и выше. Нужно успевать всё читать и письменно реагировать. В таком динамичном режиме очень сложно формулировать свои мысли.
- респонденты, как правило, получают оплату за свою работу; но поскольку платят, особенно в интернет панелях, немного, у респондентов «есть лимит терпения». Представляется, что у респондента все время работает «механизм справедливости», и как только он считает, что слишком много усилий надо потратить, чтобы ответить на все вопросы, они просто «отваливаются от фокус-группы».

В целом, каждый метод хорош при адекватной задаче. Когда создается новый продукт или услуга, важна эмоциональная связь, непосредственное общение. Создание концепций позиционирования, например, требует подробного объяснения модератором различных тонкостей написания концепций. И для этого лучше стандартная фокус-группа.

Когда нужно определить эмоциональное значение той или иной категории, знать привычки потребления и стиль жизни целевой аудитории, знать ценовой диапазон, то уместна онлайн-фокус-группа. Также с её помощью можно выявить, какие из уже разработанных концепций, рекламных сообщений, визуальных образов, образов бренда, упаковок имеют право на существование, а какие нет. И количество тестируемых концепций может быть больше, чем в стандартной фокус-группе.

## Список использованной литературы

- Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы (2007) / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. М.: ИС РАН.
- Онлайн-исследования в России 2.0 (2010) / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. М.: ОМІ.
- Онлайн-исследования в России 3.0 (2012) / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. М.: Кодекс.
- Онлайн-исследования в России 4.0: тенденции и перспективы (2016) / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. М.: МИК.
- Xenitidoua M., Gilbertb N. (2012) Introduction to the Special Issue: The Processes of Methodological Innovation Narrative Accounts and Reflections // Methodological Innovation Online. 7(1) 1–6. URL: [<http://mio.sagepub.com/content/7/1/1.full.pdf>]
- Geertz C. (1973) Thick Description: Toward an Interpretative Theory of Culture // The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books.
- 

## Comparing Effectiveness of Online and Offline Survey Technologies

Marina V. Semina

candidate of sociological sciences, PhD in Sociology, associate professor,  
Lomonosov Moscow State University, Faculty of Sociology  
e-mail: m.virtu0z@gmail.com

The paper is devoted to comparative analysis of current offline and online survey technologies in the field of marketing. Studies conducted by the author from 2005 to the present constitute the empirical database, including more than 1000 offline standard focus group and nearly 100 online focus chats (synchronous and asynchronous, mainly in a text format). The purpose of the article is to give a general description of the comparative advantages and effectiveness of online technology as compared to offline ones.

Keywords: comparative analysis of the standard offline focus groups, synchronous and asynchronous online chats, recruitment to online chats.

## References

- Geertz C. (1973) Thick Description: Toward an Interpretative Theory of Culture // The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books.
- Онлайн-исследования в России 2.0 (2010) / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. М.: ОМІ. (in Russian)
- Онлайн-исследования в России 3.0 (2012) / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. М.: Кодекс. (in Russian)
- Онлайн-исследования в России 4.0: тенденции и перспективы (2016) / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. М.: МИК. (in Russian)
- Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы (2007) / Под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С.Г. Давыдова. М.: ИС РАН. (in Russian)
- Xenitidoua M., Gilbertb N. (2012) Introduction to the Special Issue: The Processes of Methodological Innovation Narrative Accounts and Reflections // Meth-

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Семина М.В. Сравнительный анализ эффективности опросных технологий онлайн и офлайн // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 59–76.

Semina M.V. Comparing Effectiveness of Online and Offline Survey Technologies // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 59–76.

## **Автоматизация кодирования открытых вопросов<sup>1</sup>**

**Никита Леонидович Сендерович**

студент магистратуры факультета вычислительной математики и кибернетики  
Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова  
e-mail: senderovich.nikita@yandex.ru

**Арчил Ивериевич Майсурадзе**

кандидат физико-математических наук, доцент кафедры математических  
методов прогнозирования факультета вычислительной математики и  
кибернетики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова  
e-mail: artchil@mail.ru

Мы предлагаем интерактивный автоматизированный процесс для разбиения ответов на открытые вопросы анкет на смысловые группы. Под открытыми вопросами понимаются вопросы, на которые респонденту предлагается дать развёрнутый ответ своими словами. Как правило, при анализе таких ответов производится кодирование, то есть определение тем ответов и отнесение каждого ответа к выделенным темам. В настоящее время в России обычно используют ручное кодирование ответов. Высокая трудоёмкость этой процедуры, необходимость тщательно согласовывать действия участников процесса кодирования для борьбы с проблемой субъективности качественного анализа — все эти трудности останавливают исследователей, ограничивают использование открытых вопросов. В предлагаемом процессе проблемы ручного подхода решены за счёт визуализации результатов, возможности согласованной групповой работы, применения интеллектуальных методов анализа данных для автоматизации процесса кодирования и интерактивного подхода для построения схемы кодирования. Предлагаемый процесс кодирования основан на использовании методов кластеризации коллекций текстов. Был проведён теоретический и экспериментальный анализ иерархических (агломеративных, дивизивных) и плоских алгоритмов кластеризации и выбран наилучший метод для обработки коротких ответов на русском языке. Для решения проблемы разреженности исходных данных (недостаток статистической информации о встречаемости слов в ответах) использован метод семантического сглаживания, основанный на использовании тезауруса русского языка РуТез. Разработана предметно-ориентированная система высказываний, которая позволяет исследователю влиять на результат кластеризации. На основе построенной математической модели реализован прототип интерактивного веб-приложения для работы экспертов с исходными данными открытых вопросов и проведения их анализа.

Ключевые слова: кодирование открытых вопросов, классификация коротких текстов, интерактивная кластеризация.

---

<sup>1</sup> Работа выполнена при частичной финансовой поддержке РФФИ (коды проектов 16-01-00196, 16-57-45054 и 15-07-09214).

## 1. Введение

Для выявления общественного мнения используется анкетирование. Вопросы в анкетах можно разбить на две основные группы по степени свободы, предоставляемой респонденту:

- закрытые вопросы, в которых респондент выбирает один или несколько вариантов ответа из предложенных составителем анкеты;
- открытые вопросы, на которые респонденту предлагается дать развёрнутый ответ своими словами.

Обработка ответов на закрытые вопросы сводится к хорошо исследованной задаче количественного анализа. Обработка ответов на открытые вопросы является более сложной задачей качественного анализа неструктурированных данных. Чтобы выявить их структуру и использовать количественные методы, необходимо проводить более детальное исследование.

При ручной обработке вопроса с развёрнутым ответом широко используется технология, позволяющая подготовить первичную социологическую информацию (тексты ответов) к последующей компьютерной обработке:

- 1) прочесть каждый из данных ответов и составить список основных встретившихся тем, идей и мнений;
- 2) структурировать полученный на предыдущем шаге список, присвоить код каждому пункту списка;
- 3) закодировать каждый ответ с помощью разработанной системы смысловых кодов.

Этот процесс называется кодированием открытых вопросов, его сущность заключается в переводе качественных оценок, данных респондентами, в количественную форму, легче поддающуюся анализу. Результатом первых двух шагов является схема кодирования. Пример результата работы аналитика изображен на рис. 1. Вопрос был взят из социологического бюллетеня Фонда «Общественное Мнение» от 26 мая 2011 г.

С одной стороны, существует достаточно много случаев, в которых использование открытых вопросов является методологически оправданным [Саганенко, 1998: 114–115, 124–125]. В этих случаях использование открытых вопросов позволяет исследователю, не накладывая дополнительных ограничений на формат ответа, детальнее изучить внутренний мир респондента, глубже понять его точку зрения. Известно, что открытые вопросы могут давать важные результаты, особенно когда объектами социологического исследования являются взгляды на сложные явления социальной реальности. Кроме того, использование открытых во-

просов стимулирует респондента более глубоко задумываться о сути вопроса и давать более полный ответ [Гегер, 2008: 48–50].

**Что из того, о чём говорил Д. Медведев на пресс-конференции, Вам больше всего запомнилось и понравилось?**

<b>Молодёжная политика</b>	«наша молодёжь будет жить лучше»; «о школьниках, студентах»; «Медведев болеет за молодёжь, даёт им работу»; «уделял внимание молодёжи»
<b>Отмена техосмотра</b>	«про техосмотр»; «упрощение системы прохождения осмотров автомобилей»; «он и сказал, что техосмотр теперь будут оформлять не в ГАИ, а при ОСАГО»
<b>Инновации, модернизация</b>	«усовершенствование производства, инновации»; «модернизация»; «надо продолжать процессы модернизации в экономике и политике»; «развитие науки»
<b>Борьба с коррупцией</b>	«о коррупции в рядах чиновников»; «о борьбе с коррупцией»; «реформы надо продолжать и жёстче бороться с коррупцией»; «коррупция»

Рис. 1. Пример результата анализа открытого вопроса. В левом столбце располагаются названия найденных групп ответов, в правом для каждой группы дано несколько примеров типовых ответов

Однако описанный метод кодирования вызывает несколько серьёзных проблем. Во-первых, данная процедура весьма трудоёмка, поэтому, как правило, кодирование осуществляется группой исследователей. При этом применяется следующий процесс:

- 1) старший исследователь читает некоторое подмножество ответов и составляет схему кодирования;
- 2) все ответы распределяются между ассистентами, каждому ответу присваиваются коды в соответствии со схемой кодирования.

У данного процесса есть два существенных недостатка. Первый состоит в том, что схема кодирования может быть неполной после первого шага, поэтому кодировщикам приходится тратить дополнительные усилия, чтобы согласовывать изменения схемы кодирования и критерии отнесения ответа к той или иной теме. Примеры таких соглашений можно найти в работе [Carey, Morgan, Oxtoby, 1996: 3]. Второй недостаток состоит в том, что при проведении обоих шагов процесса возникает проблема субъективности, что часто используется в качестве аргумента против использования методов качественного анализа (Гегер, 2008: 50).

Таким образом, на данный момент затраты на анализ открытых вопросов являются запретительно высокими, не разработано устоявшегося индустриального стандарта для эффективного автоматизированного анализа. Поэтому открытые вопросы редко включаются в анкеты, а даже

если включаются, то при больших объёмах собранные данные не получают адекватного анализа. В этих условиях эффективная автоматизация кодирования является актуальной задачей.

В данной работе предлагается процесс кодирования, который основан на взаимодействии исследователей с автоматизированной системой. Далее изложение будет организовано следующим образом. В параграфе 2 рассмотрены наработанные подходы к решению данной задачи. В параграфе 3 дан обзор разработанной системы. Процедуры обработки данных в системе обсуждаются в параграфе 4. В параграфе 5 изложены результаты апробации системы на данных реальных опросов.

## **2. Обзор решений**

К настоящему моменту предложено большое число автоматизированных систем общего назначения для анализа текстовой информации. Однако только некоторые из них принимают во внимание специфику рассматриваемой задачи и могут быть использованы для работы с открытыми вопросами.

Японские авторы предложили автоматический метод для разделения ответов на открытые вопросы на три группы: положительные оценки, отрицательные оценки и запросы [Sakurai, Orihara, 2008]. Метод основан на использовании классификатора, для обучения которого используется информация, предоставленная исследователями.

Более общий анализ может быть осуществлён с помощью технологии IBM SPSS Analytics for Surveys. Это проприетарный программный продукт, основанный на использовании большого многообразия лингвистических ресурсов: тезаурусов, списков синонимов, списков стоп-слов. Продукт позволяет пользователю работать с группами ответов и с ключевыми словами для каждой из групп, создавать подгруппы, объединять группы, перемещать ответы между группами. В данном продукте акцент делается на получение воспроизводимых результатов и использование мнения эксперта для достижения оптимального кодирования. Основной проблемой продукта является отсутствие поддержки работы с текстами на русском языке.

Несколько попыток было предпринято для автоматизации ответов на открытые вопросы на русском языке. Для решения проблем традиционных методов кодирования были разработаны системы ДИСКАНТ [Каневский, Саганенко, Гайдукова, Клименко, 1997] и ВЕГА [Боярский, Каневский, Саганенко, 2009]. Методологически обе системы следуют процессу, аналогичному описанному выше. Сперва строится схема кодирования (классификатор), в основу которой ложатся нормативные фразы. Далее все ответы на открытый вопрос соотносятся с выделенными фразами и



распределяются по категориям. Работа в системе ДИСКАНТ представляет собой итеративный процесс, в котором пользователь добавляет порции ответов и вручную обновляет классификатор до тех пор, пока все ответы не будут классифицированы. Более современная система ВЕГА позволяет автоматически выделить нормативные фразы, построить классификатор и классифицировать все ответы, после чего вручную доработать полученный результат. Для формирования групп ответов используется морфолого-лексический анализатор, основанный на использовании словарей для русского языка.

В нашей работе мы представляем концепцию интерактивного веб-приложения для анализа открытых вопросов, которое поддерживает групповой процесс работы. Все этапы процесса кодирования предполагают эффективную автоматизацию. Для каждого шага были выбраны и реализованы подходящие методы обработки данных. Исследователи производят кодирование путём последовательного улучшения результатов, предложенных системой. Интеллектуальным ядром системы является алгоритм кластеризации текстов, который учитывает мнение пользователей. Для типичного количества ответов алгоритм выдаёт результат «на лету», что обеспечивает непрерывный процесс анализа. Система основана на лингвистических ресурсах для русского языка.

### **3. Разработанная система**

Как было указано ранее, ключевые проблемы кодирования открытых вопросов — высокая трудоёмкость и субъективность. В данном параграфе описана система, которая разработана для борьбы с обеими этими проблемами.

#### **3.1. Интерактивная кластеризация**

Для снижения трудоёмкости мы рассматриваем задачу кодирования открытых вопросов как задачу кластеризации коротких текстов с пересекающимися кластерами. В целом, задача кластеризации предполагает выделение групп объектов и распределение имеющихся объектов по ним таким образом, что объекты, принадлежащие одной группе, схожи в большей степени, чем объекты, принадлежащие разным группам. В случае коллекций текстов предполагается, что результатом кластеризации будет семантическое разбиение коллекции. В случае анализа открытых вопросов мы можем ассоциировать каждый кластер с кодом в схеме кодирования. Необходимо отметить, что результат кластеризации во многих случаях можно рассматривать как классификатор, который может быть использован для обработки новых данных. Аналогично, схема кодирования, составленная по одному набору ответов, может использо-

ваться для кодирования новой порции данных. В этом смысле все описанные выше процессы кодирования можно рассматривать как решение задачи кластеризации специальными методами.

Мы предполагаем, что кластеры не пересекаются, а это подразумевает, что каждый ответ содержит только одну идею. Изучение реальных данных опросов подтверждает данное предположение: ответы на чётко поставленные вопросы редко содержат более одной мысли, а даже если такой ответ встретится, исследователь всегда может разделить его на две части на этапе подготовки данных к анализу.

В последние десятилетия сообщества машинного обучения и информационного поиска было разработано большое число алгоритмов кластеризации. Ниже будут рассмотрены алгоритмы, наиболее подходящие для кластеризации текстов. При этом важной проблемой является разреженность исходных данных. Из-за краткости текста большого количества ответов необходимы дополнительные усилия для вычисления адекватной меры сходства между текстами.



Рис. 2. Процесс интерактивной кластеризации

Процедура кластеризации позволяет автоматизировать основные шаги кодирования – создание схемы кодирования и присвоение кодов ответам. Тем не менее, результаты автоматической кластеризации, выданные системой, могут оказаться неудовлетворительными. Поэтому для исследователя предусмотрена возможность модификации результата: набор инструментов для высказывания экспертного мнения о результате кластеризации. Утверждения, сделанные исследователем на очередной итерации, учитываются алгоритмом кластеризации при следующем запуске. Итерации продолжаются до тех пор, пока не будет получен адекватный результат. Интерактивный процесс сбора экспертного мнения представлен на рис. 2.

Далее будет описан разработанный набор высказываний, доступных исследователю.

### 3.2. Система высказываний эксперта

На каждом шаге итеративного процесса исследователь может влиять на кластеризацию, предложенную системой автоматически, используя инструменты, предоставляемые системой. Детальное рассмотрение ситуаций, которые могут встретиться при анализе реальных ответов на открытые вопросы позволило нам разработать данный интерфейс. Исследователю доступен следующий набор высказываний (операций):

- 1) выбрать подмножество ответов,
- 2) присоединить выбранное подмножество к имеющемуся кластеру,
- 3) присоединить выбранное подмножество к новому кластеру,
- 4) отменить присоединение выбранного подмножества ответов,
- 5) удалить выбранное подмножество из рассмотрения,
- 6) завершить формирование кластера,
- 7) возобновить формирование кластера,
- 8) удалить кластер.

В начале процесса все ответы «свободны», то есть не присоединены ни к какому кластеру, и на первом шаге интерактивного процесса алгоритм кластеризации автоматически группирует ответы и предоставляет набор кластеров. Далее исследователь может зафиксировать ответы в кластерах или переместить их между кластерами, используя операцию присоединения. После того как высказывания сделаны экспертом, вновь может быть запущена процедура кластеризации, которая автоматически перегруппирует все «свободные» ответы с учётом их сходства с зафиксированными ответами. Необходимо подчеркнуть, что все высказывания, сделанные экспертом по ходу итераций, накапливаются, то есть на этапе кластеризации учитываются все высказывания, сделанные на предыдущих шагах.

Теперь кратко прокомментируем каждое из высказываний. Первое высказывание служит основой для применения следующих четырёх операций. Второе высказывание используется для перемещения ответов между кластерами или фиксации их текущем кластере. Третье высказывание приводит к увеличению числа кластеров и может быть использовано, для того чтобы разбить на части кластер ответов, содержащий несколько различных идей. Четвёртое высказывание противоположно второму и третьему и служит для «освобождения» фиксированных ответов, чтобы разрешить алгоритму кластеризации отнести их к другому кластеру. Эта операция может быть полезна, если эксперт допустил ошибку или изменил своё мнение о данном ответе. Пятое высказывание необходимо, чтобы изъять нерелевантные ответы из рассмотрения: в большин-

стве опросов встречаются респонденты, которые отвечают не по теме или используют клише.

Последние три высказывания нужны для работы с кластерами. С помощью шестого высказывания эксперт фиксирует кластер целиком, запрещая алгоритму кластеризации добавлять или удалять ответы. Седьмое высказывание является обратным к шестому. Восьмое высказывание уменьшает число кластеров на единицу и изымает все ответы, принадлежащие данному кластеру, из рассмотрения.

Кроме того, доступна операция переименования кластера, которая никак не влияет на результат и служит удобству исследователя.

Очевидно, что с помощью приведённой системы высказываний пользователь может достичь любого наперёд заданного разбиения ответов на кластеры: с помощью высказываний 1 и 5 удалить все нерелевантные ответы, затем с помощью высказываний 1 и 3 создать желаемое разбиение, нужным образом переместив все ответы в новые кластеры, после чего удалить опустевшие исходные кластеры, используя высказывание 8. Такой алгоритм действий эквивалентен полностью ручной обработке всех ответов. Однако на практике благодаря использованию интеллектуального алгоритма кластеризации адекватный результат достигается значительно быстрее, как показано в параграфе 5.

### **3.3. Представление текущего состояния**

После первичной кластеризации и каждой следующей кластеризации, осуществлённой в соответствии с требованиями эксперта, данные организованы следующим образом.

Есть два типа кластеров:

- *полностью сформированные кластеры*, полученные с помощью высказывания 6; они фиксированы, их содержимое не может быть изменено автоматическим алгоритмом кластеризации;
- *кластеры-кандидаты* содержат как фиксированные, так и «свободные» ответы, их содержимое может изменяться автоматической процедурой кластеризации.

Для каждого из кластеров представлен код или имя, отражающее его основную идею. Далее, есть три типа ответов:

- *фиксированные ответы*, которые фиксируются экспертом в своих кластерах с помощью высказываний 2 и 3; они не могут быть перемещены автоматическим алгоритмом кластеризации;
- *свободные ответы*, для которых кластер определяется автоматическим алгоритмом кластеризации;

- *изъятые ответы*, которые признаются экспертом нерелевантными и изымаются из рассмотрения.

Фиксированные и свободные ответы принадлежат только одному кластеру.

Описанная выше структура выдаётся исследователю на каждой итерации кодирования, он оценивает качество текущей конфигурации и принимает необходимые меры по улучшению результата. Процесс кодирования заканчивается, когда не остаётся «свободных» ответов, то есть все ответы зафиксированы в своих итоговых кластерах или удалены из рассмотрения.

### **3.4. Групповая работа**

Интерактивная система позволяет значительно сэкономить усилия исследователя, избежать трудоёмких процедур по ручному построению схемы кодирования. Конечно, один эксперт может самостоятельно произвести кодирование, однако в этом случае может возникнуть проблема субъективности. Для того чтобы ускорить процесс получения адекватного результата и избежать проблемы субъективности мы предлагаем следующий процесс групповой работы. Несколько аналитиков одновременно работают над задачей кодирования открытых вопросов через веб-интерфейс в режиме реального времени. Каждый эксперт может делать высказывания из описанного в параграфе 3.2 списка и запускать автоматический алгоритм кластеризации. Все высказывания экспертов в совокупности формируют общий пул экспертных знаний, которые учитываются алгоритмом кластеризации на каждой итерации предложенного интерактивного процесса.

Основным достоинством такого похода является отсутствие необходимости в предварительном согласовании действий кодировщиков: все эксперты в каждый момент времени наблюдают представление текущего состояния и следят за процессом кодирования. В случае если среди экспертов возникает разногласие по какому-то вопросу, система уведомляет их, после чего они могут обсудить проблему, достичь соглашения и продолжить работу. По сравнению с традиционным процессом кодирования, система гарантирует, что результат анализа всегда будет корректным, не нужно тратить дополнительные усилия для объединения результатов кодирования, полученных отдельными экспертами. Кроме того, участие нескольких экспертов позволяет повысить объективность исследования по сравнению с кодированием, осуществлённым одним аналитиком, поскольку все решения экспертов проверяются другими экспертами, ошибки могут быть обнаружены, обсуждены и исправлены.

Необходимо подчеркнуть, что предложенный процесс работы в комбинации с веб-интерфейсом предоставляет возможность краудсорсинга, т.е. достижения результата за счёт использования труда большого числа волонтеров. Однако, мы считаем, что в большинстве случаев более адекватное кодирование будет осуществлено единицами квалифицированных исследователей, работающих в группе, а не сотнями людей, незнакомых с темой исследования.

#### **4. Этапы обработки данных**

В процессе работы аналитика над одним открытым вопросом данные проходят через много этапов обработки, каждый из которых должен поддерживаться системой. Ниже будут описаны возможные решения для каждого из этапов, а также решения, реализованные в системе.

##### **4.1. Импорт данных**

Обзор индустриальных стандартов в области опросов показал, что исходные данные, полученные от респондентов, как правило, сохраняются в одном (или нескольких, для удобства исследователей) из следующих форматов: SPSS, SAS, CSV, Microsoft Excel. Поскольку широкое распространение имеет формат Excel, импорт данных в настоящий момент реализован именно в этом формате. Предлагаемый веб-интерфейс позволяет оперировать с данными опросов, содержащих большое число вопросов и производить несколько вариантов анализа ответов на каждый вопрос. Для каждой из упомянутых сущностей реализованы стандартный CRUD-интерфейс и возможность добавления пользователем дополнительной текстовой информации.

##### **4.2. Обработка естественного языка**

Исходные данные, подаваемые на вход системе, — коллекция коротких текстов на русском языке. Чтобы автоматически проанализировать её с использованием методов кластеризации, каждый текст коллекции проходит следующие стадии обработки:

- сегментация: разбиение текста на отдельные предложения;
- токенизация: разбиение каждого из предложений на отдельные слова-термины;
- нормализация: приведение каждого термина к выделенной нормальной форме.

Нормализация необходима для того, чтобы различные формы одного и того же слова не рассматривались как различные термины. Другой стандартной задачей, возникающей при обработке текстов, является задача снятия омонимии. Для решения этих задач мы используем подход,

основанный на использовании открытого корпуса русского языка OpenCorpora.

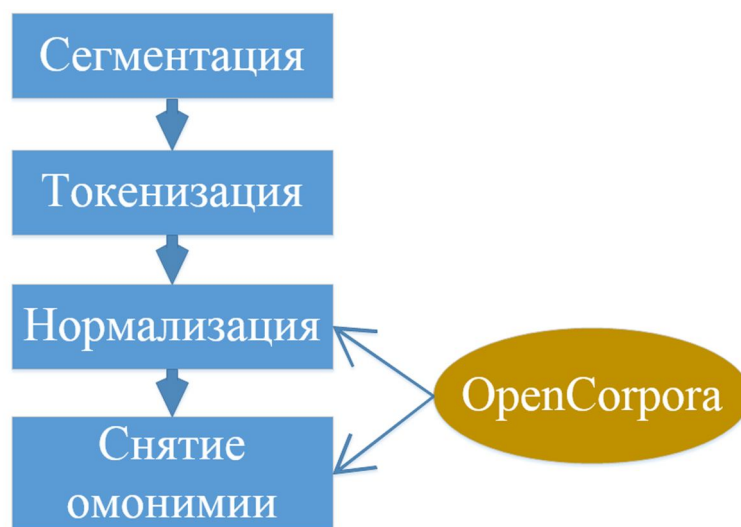


Рис. 3. Этапы обработки текстов ответов

#### 4.3. Кластеризация текстов

После того, как произведены процедуры обработки естественного языка, строится формальная модель каждого текста. Каждый текст представляется в виде неупорядоченного множества встречающихся в нём слов (стандартная модель мешка слов).

Для выбора оптимального алгоритма кластеризации текстов было произведено экспериментальное сравнение четырёх широко используемых для решения данной задачи алгоритмов:

- UPGMA
- Single-linkage Clustering (SL)
- DIANA
- Сферический алгоритм k-средних (SKM)

Первые два алгоритма — классические агломеративные иерархические алгоритмы из семейства Ланса-Уильямса [Lance, Williams, 1967]. Алгоритм DIANA (DIvisive ANALysis) представляет семейство дивизивных иерархических алгоритмов. Сферический алгоритм k-средних [Buchta, Kober, Feinerer, Hornik, 2012] — метод построения плоской кластеризации, специально разработанный для работы с текстовыми коллекциями.

Чтобы применить каждый из этих алгоритмов, предварительно необходимо определить метод вычисления меры сходства между текстами. Простейший способ определить сходство — рассчитать долю слов, встречающихся в обоих ответах (косинусная мера). Однако такой метод плохо применим для случая коротких текстов из-за разреженности —

недостатка статистической информации о встречаемости слов в ответах. Во многих случаях косинусная мера сходства может оказаться равной нулю для очень похожих по смыслу ответов, отличающихся лексически. Поэтому для получения адекватной меры сходства необходимо учитывать семантическое сходство между отдельными терминами.

Чтобы адаптировать методы кластеризации для работы с коллекциями коротких текстов, используется идея семантического сглаживания, аналогичная приведённой в работе [Варламов, Коршунов, 2014], однако в качестве источника дополнительной информации о связях между терминами используется не Википедия, а тезаурус русского языка РуТез [Лукашевич, 2011]. Тезаурус рассматривается как неориентированный граф семантических связей между терминами, сходство терминов определяется как обратное расстояние между соответствующими вершинами графа.

Для экспериментальной валидации методов кластеризации был разработан метод генерации модельных наборов данных различной степени сложности, позволяющий контролировать размер и структуру набора текстов: число ответов  $N$ , число кластеров  $K$ , количество ключевых слов в каждом кластере (реальные группы ответов, как правило, формируются вокруг 1–10 ключевых слов), число слов общей лексики, присутствующих во всех кластерах, несбалансированность кластеров, возможный шум в данных, возникающий за счёт появления общих ключевых слов в различных кластерах.

Характеристики модельных наборов данных  $M1$ – $M4$  увеличивающейся сложности и результаты работы алгоритмов кластеризации с использованием метода семантического сглаживания и без него приведены в табл. 1. Размеры модельных наборов данных отвечают типичному числу респондентов, участвующих в опросе. В наборе  $M2$  дополнительным фактором сложности является наличие слов общей лексики во всех кластерах. В наборе  $M3$  добавляется фактор наличия общих ключевых слов в различных кластерах. Набор  $M4$  дополнительно характеризуется шумом при определении меры сходства ключевых слов. Качество измерялось по стандартному определению  $F$ -меры для плоских и иерархических алгоритмов кластеризации (Zhao, Karypis, 2002: 520): оно может быть посчитано за счёт того, что мы знаем истинную принадлежность сгенерированных ответов группам.

Как и ожидалось, с увеличением сложности наборов данных, происходит падение качества кластеризации (добавление шума при определении меры сходства ключевых слов при переходе от набора данных  $M3$  к  $M4$  не влияет на качество методов, не использующих семантическое



сглаживание, поскольку они не используют эти значения сходства). Во всех случаях предложенный метод семантического сглаживания позволяет достичь значительного увеличения качества. Сферический алгоритм k-средних показывает наилучший результат среди всех сравниваемых методов. Именно он был выбран для использования в системе в качестве автоматического алгоритма кластеризации.

**Таблица 1. Результаты работы алгоритмов кластеризации на модельных наборах данных различной сложности, F-мера**

		Метод	UPGMA		SL		DIANA		SKM	
N	K	Сглаживание	нет	да	нет	да	нет	да	нет	да
300	5	<b>M1</b>	1.00	<b>1.00</b>	1.00	<b>1.00</b>	1.00	<b>1.00</b>	1.00	<b>1.00</b>
500	10	<b>M2</b>	0.89	0.90	0.78	0.87	0.66	0.93	1.00	<b>1.00</b>
1000	15	<b>M3</b>	0.61	0.75	0.35	0.53	0.48	0.56	0.79	<b>0.81</b>
1000	15	<b>M4</b>	0.61	0.67	0.35	0.47	0.48	0.57	0.79	<b>0.80</b>

Ещё одним достоинством алгоритма k-средних является простота формализации высказываний эксперта, накладывающих требования на результат кластеризации — это сделано в стандартной парадигме частичного обучения [Воронцов, 2007: 9].

## 5. Апробация системы

В данном разделе описаны результаты экспериментов с реальными данными опросов. Оценка результатов позволяет убедиться, что реализованная система удовлетворяет требованиям предметной области и позволяет достичь значительного снижения трудозатрат исследователя при работе над кодированием открытых вопросов.

В ходе эксперимента эксперт кодировал ответы на три открытых вопроса (Q1–Q3), используя разработанный веб-сервис. По ходу работы производился сбор информации о взаимодействии пользователя с системой. В частности, мы были заинтересованы в измерении количества усилий, которые были необходимы для достижения адекватного с точки зрения эксперта разбиения ответов на группы. Для того чтобы оценить трудоёмкость процесса, мы использовали общее число кликов компьютерной мыши и число итераций интерактивного процесса, описанного в разделе 3.1, то есть число запусков автоматического алгоритма кластеризации. Подсчитывались только клики в процессе анализа; клики, затраченные для авторизации в системе и импорта данных, не учитывались. По рассматриваемым открытым вопросам респондентами было дано различное число ответов и затронуто различное число тем. Последнее число соответствует числу кластеров в итоговом разбиении от-

ветов. Табл. 2 содержит информацию о наборах данных и результаты экспериментов.

**Таблица 2. Показатели эффективности кодирования ответов в разработанной системе**

Вопрос	Ответы	Клики	Итерации	Кластеры
Q1	43	17	4	3
Q2	125	49	15	10
Q3	727	130	27	17

Результаты показывают, что число затраченных кликов значительно меньше, чем число ответов, что доказывает эффективность работы в разработанной системе по сравнению с использованием процедуры ручного кодирования.

## **6. Заключение**

Мы провели обзор подходов к решению задачи кодирования открытых вопросов и выделили основные проблемы, с которыми сталкиваются исследователи в ходе своей работы. Мы предложили новый автоматизированный процесс кодирования, который позволяет повысить объективность и уменьшить трудоёмкость исследований. Исходя из эмпирических результатов и требований предметной области, для каждого из этапов обработки данных были проанализированы возможные варианты и разработаны подходящие решения. Несмотря на то, что для получения законченного продукта для анализа открытых вопросов требуется ряд дополнительных исследований, мы надеемся, что данная работа может послужить основой для дальнейших разработок.

## **Список использованной литературы**

Боярский К.К., Каневский Е.А., Саганенко Г.И. (2009) К вопросу автоматической классификации текстов // *Экономико-математические исследования: математические модели и информационные технологии*. СПб.: Нестор История. Вып. 7. С. 253–273.

Варламов М.И., Коршунов А.В. (2014) Расчёт семантической близости концептов на основе кратчайших путей в графе ссылок Википедии // *JMLDA*. С. 1107–1125.

Воронцов К.В. (2007) *Лекции по алгоритмам кластеризации и многомерного шкалирования*. М.: МГУ.

Гегер А.Е. (2008) Использование метода открытых вопросов при измерении ценностных ориентаций // *Социология вчера, сегодня, завтра*. Вторые социологические чтения памяти Валерия Борисовича Голофаства. СПб.: Бильбо. С. 48–60.

Каневский Е.А., Саганенко Г.И., Гайдукова Л.М., Клименко Е.Н. (1997) Диалоговая система классификации и анализа текстов // *Социология* – 4М. №9.

Лукашевич Н.В. (2011) Тезаурусы в задачах информационного поиска. М.: Издательство МГУ.

Саганенко Г.И. (1998) Сопоставление несопоставимого: обоснование сравнительного исследования на базе открытых вопросов // Социологический журнал. №3–4. С. 113–126.

Buchta C., Kober M., Feinerer I., Hornik K. (2012) Spherical k-means clustering // Journal of Statistical Software. Vol. 50. No. 10. P. 1–22

Carey J.W., Morgan M., Oxtoby M.J. (1996) Intercoder agreement in analysis of responses to open-ended interview questions: Examples from tuberculosis research // Cultural anthropology methods. Vol. 8. No. 3. P. 1–5.

Lance G.N., Williams W.T. (1967) A general theory of classificatory sorting strategies 1 Hierarchical systems // The Computer Journal. Vol. 9. No. 4. P. 373–380.

Sakurai S., Orihara R. (2008) Analysis of Textual Data based on multiple 2-class Classification Models. // International Journal of Computational Intelligence. Vol. 4. No. 4.

Zhao Y., Karypis G. (2002) Evaluation of hierarchical clustering algorithms for document datasets // Proceedings of the Eleventh International Conference on Information and Knowledge Management – ACM. P. 515–524.

---

## **Automating open questions coding**

Nikita L. Senderovich

graduate student of the Faculty of Computational Mathematics and Cybernetics,  
M.V. Lomonosov Moscow State University  
e-mail: senderovich.nikita@yandex.ru

Archil I. Maysuradze

candidate of physics and mathematics,  
assistant professor of mathematical methods of forecasting  
of the Faculty of Computational Mathematics and Cybernetics,  
M.V. Lomonosov Moscow State University  
e-mail: maysuradze@cs.msu.su

We offer an interactive automated process to split the responses to open-ended questions on the questionnaire meaningful groups. Under the open questions refers questions to which respondents were asked to give a detailed answer in their own words. As a rule, in the analysis of the responses made coding, i.e. the definition and classification of the responses for each answer to the selected topics. The high complexity of the procedure, the need to carefully coordinate the actions of the participants of the encoding process to deal with the problem of the subjectivity of qualitative analysis — all these difficulties stop the researchers restrict the use of open-ended questions. The proposed process manual approach problems solved at the expense of imaging results, the possibility of concerted teamwork, application of intellectual data analysis techniques to automate the process of encoding and interactive approach for the construction of the coding scheme. The proposed encoding process based on the use of clustering methods text collections. It was conducted theoretical and experimental analysis of hierarchical and flat clustering algorithms and choose the best method for the treatment of short answers in Russian. To solve the problem of sparsity of the original data (lack of sta-

tistical information on the occurrence of words in the answers) used semantic smoothing method based on the use of the thesaurus RuTез Russian language. On the basis of the constructed mathematical models implemented a prototype of an interactive web-based applications for experts with the original data of open questions and analyze them.

Keywords: coding open questions, classification of short texts, interactive clustering.

## References

Boyarskiy K.K., Kanevskiy E.A., Saganenko G.I. (2009) K voprosu avtomaticheskoy klas-sifikatsii tekstov // Ekonomiko-matematicheskie issledovaniya: matematicheskie modeli i informatsionnye tekhnologii. SPb.: Nestor Istoriya. Vyp. 7. S. 253–273.

Buchta C., Kober M., Feinerer I., Hornik K. (2012) Spherical k-means clustering // Journal of Statistical Software. Vol. 50. No. 10. P. 1–22

Carey J.W., Morgan M., Oxtoby M.J. (1996) Intercoder agreement in analysis of responses to open-ended interview questions: Examples from tuberculosis research // Cultural anthropology methods. Vol. 8. No. 3. P. 1–5.

Geger A.E. (2008) Ispol'zovanie metoda otkrytykh voprosov pri izmerenii tsnostnykh orientatsiy // Sotsiologiya vchera, segodnya, zavtra. Vtorye sotsiologicheskie chteniya pamyati Valeriya Borisovicha Golofasta. SPb.: Bil'bo. S. 48–60.

Kanevskiy E.A., Saganenko G.I., Gaydukova L.M., Klimenko E.N. (1997) Dialogovaya sistema klassifikatsii i analiza tekstov // Sotsiologiya – 4M. No. 9.

Lance G.N., Williams W.T. (1967) A general theory of classificatory sorting strategies 1 Hierarchical systems // The Computer Journal. Vol. 9. No. 4. P. 373–380.

Lukashevich N.V. (2011) Tezaurusy v zadachakh informatsionnogo poiska. M.: Izdatel'stvo MGU.

Saganenko G.I. (1998) Sopostavlenie nesopostavimogo: obosnovanie sravnitel'nogo issledovaniya na baze otkrytykh voprosov // Sotsiologicheskiy zhurnal. No. 3–4. S. 113–126.

Sakurai S., Orihara R. (2008) Analysis of Textual Data based on multiple 2-class Classification Models. // International Journal of Computational Intelligence. Vol. 4. No. 4.

Varlamov M.I., Korshunov A.V. Raschet semanticheskoy blizosti kontseptov na osnove kratchayshikh putey v grafe ssylok Vikipedii // JMLDA, 2014. C. 1107–1125.

Vorontsov K.V. (2007) Lektsii po algoritmam klasterizatsii i mnogomernogo shkalirovaniya. M.: MGU.

Zhao Y., Karypis G. (2002) Evaluation of hierarchical clustering algorithms for document datasets // Proceedings of the Eleventh International Conference on Information and Knowledge Management – ACM. P. 515–524.

## Правильная ссылка на статью / For citation

Сендерович Н.Л., Майсурадзе А.И. Автоматизация кодирования открытых вопросов // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 77–93.

Senderovich N.L., Maysuradze A.I. Automating open questions coding // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshatanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 77–93.

## **Домохозяйства в Центральной Азии: методологические размышления об одном эмпириче- ском исследовании (2012–2015 гг.)**

Хайко Шрадер  
профессор экономической социологии  
в Университете им. Отто фон Герике в Магдебурге (ФРГ)  
E-mail: heikoschr@googlemail.com

На основе многолетнего исследовательского проекта, посвященного домохозяйствам в Центральной Азии в статье рассмотрены четыре отдельные методологические проблемы: языковые проблемы в кросс-культурном исследовании; проблемы методической подготовки исследовательского персонала (которые решаются предысследовательской подготовкой); проблема отбора респондента внутри домохозяйства; и методологическая проблема концепции «закрытого домохозяйства» (которая в исследовании преодолевается концепцией «открытого домохозяйства», которое включает в себя сети взаимоотношений между родственниками. Далее разбирается вопрос о том, как измерять «доходы» и «траты» домохозяйства.

Ключевые слова: выборочный опрос домохозяйств, исследование на уровне домохозяйства, концепция «открытого домохозяйства», устойчивое самообеспечение, семиотика.

### **Introduction**

In a research project financed by the Volkswagen Foundation my colleague Eckhard Dittrich and I investigated how households in Kazakhstan and Kyrgyzstan in very different economic, political and national environments try to achieve sustainable livelihoods. The core underlying question of research was whether after 25 years under post-Soviet conditions the households have taken responsibility for their own conduct of life (“Lebensführung” in the sense of Max Weber) or whether they still display attitudes of relying on the “nanny” state concerning their family lives. That is, the core question concerns the achieved transformation from Soviet conditions into a market society. More concretely, we investigated which life strategies the households take to achieve sustainable livelihoods, how far they utilize the organizations of the evolving markets such as banks, insurance companies, etc. or how far they rely on their own personal networks.

The research followed a mixed team approach concerning international comparative investigations. It was conducted by three research teams from North Kazakhstan, South Kazakhstan and Kyrgyzstan. Research directors were

my colleague and I, supported by a Magdeburgean team of three Central Asian research scholars. The research consisted of a non-representative household survey based on 450 questionnaires (first stage), and of 120 qualitative interviews (second stage). The findings of the quantitative survey were already used for building the interview guide of the qualitative part. The interviews were conducted both in urban and rural regions: in the major economic centers of the two countries, namely Astana and Almaty in Kazakhstan and Bishkek in Kyrgyzstan and their rural environments, namely Akmola Oblast around Astana, Almaty Oblast around Almaty and Chui region close to Bishkek. The findings of the research have meanwhile been published [Dittrich, Schrader, 2015; Dittrich, Schrader, 2016]<sup>1</sup>.

Important for the research design and the financing was the idea that the research teams in Kazakhstan and Kyrgyzstan obtained research trainings by the Magdeburgean team, concerning quantitative and qualitative research. The reason to take up this training was our experience from other researches in post-socialist countries, where we learned that particularly qualitative research was so far underdeveloped and scholars are very hesitant to go into that method.

This paper will concentrate on methodological issues. I will consider four methodological concerns:

- (a) language problems in cross-cultural studies;
- (b) the research-cum-training approach chosen to improve the skills of researchers employed;
- (c) the question of who shall be interviewed in household surveys (household-level approach);
- (d) the suggestion why we should use an open household concept in household research.

### **(a) Language problems in cross-cultural studies**

Language problems provide a major threat for cross-cultural studies. Every research project needs a common language in which the researchers communicate to each other. Which language will be chosen certainly depends on the language skills of the participants but also on the language of the final report or book to be published for a certain international community; it is favorable that all material later on to be used for the publication is in the same language. Although we all live in a globalized world, language matters particularly when we work across language areas, i.e. the Russian speaking and the English speaking worlds (Germany is too small; we did not think about Ger-

---

<sup>1</sup> <http://www.lit-verlag.de/isbn/3-643-90525-3>; the Russian version is an open-access publication that can be downloaded from this page.

man language); for many scholars access to the other language world is closed or constrained simply because of lack of knowledge of that other language. The other way around, publications in that foreign language won't be available or not affordable in their home region.

But linguistic areas and their *linguae francae* do not necessarily present the local languages. In our case this meant that after 25 years of post-socialism not everybody is still fluent in Russian any more. This is also due to language policies, e.g. in Kazakhstan to promote the Kazakh language and even require its knowledge to get a public job, to eventually replace the ethnic Russian population in important strategic fields. In our research, due to a number of ethnic groups in our sample, interviews were taken in Russian, Kazakh, Kyrgyz, Uzbek and even Uyghur languages. Depending on the methodologies involved this requires different language versions of the questionnaires (in our case Russian, Kazakh, Kyrgyz), of the interview guide, and particularly an ability of interviewers to conduct interviews in the preferred language of the respondent.

However, the major problem that I want to address is how to find appropriate translations for the key terms, both in setting up questions as well as making transcript analysis.<sup>2</sup> Automatic translation programs in the Internet do not help us at all, since a right selection for an appropriate translation depends on context. A wrong term chosen either does not make any sense for the respondent (s/he simply does not understand the question), or s/he starts thinking into a direction which is not intended and gives the "wrong" answers.

What is evident from a descriptive research perspective can also scientifically be discussed from the perspective of semiotics (cf.: [Lash 1991; Pablé, Hutton 2015; Robinson 2015; Solomonik; Schwartz 2015]). Language constitutes a sequence of signs [Saussure et al., 1983: 80] to which meaning is attached. Meaning is generated from the life-world of the speaker and listener. Applied to our question of cross-cultural studies, every culture attaches a particular shared meaning to a word. According to different cultural meanings the word "village" e.g. can transport quite different understandings depending on the shared meaning; "Village" can e.g. mean "communitarized life world" or "battlefield" between different ethnic or religious groups.

To make it short, communication is a two-way process; understanding each other means not so much using the same words, but also relating the same meaning to it. Otherwise, communication (and analysis in qualitative research) cannot work adequately. A useful tool for cross-cultural studies is

---

<sup>2</sup> Not addresses here is that some languages are richer, i.e. more differentiated, in their vocabulary, some are less rich.



therefore to deconstruct the cultural meanings of words to find the same level of communication and reconstruct it anew.

For cross-cultural communication this explains why second-language speakers usually have difficulty to understand and simultaneously construct sense, because their own cultural frame of reference is not helpful for this “translation” process of sense giving, while the foreign cultural frame is not known sufficiently. In the same way, most people cannot express themselves in second or foreign language in a rich way, which may again cause communication problems into the other directions.

These cross-cultural communication problems also explain why researchers should adapt themselves to the first language of the respondent if possible and if necessary.<sup>3</sup>

It is evident that the problem does not only concern right terms and interpretation of terms, but also the right language level for the respondent. If the language level is too abstract, people with lower education do not get the idea; however, if the researcher brings an example to make the matter more concrete, he or she already will influence the respondent in his or her way of thinking. Therefore, from my point of view, pre-tests are absolutely necessary in cross-cultural research to check in advance how far researchers and respondents really understand each other.

### **(b) Research trainings**

What was new in our research design and therefore interesting for our funding agency was the idea of bringing the teaching of methods into our project, to take the involved researchers and assistants to international standards. For that reason the German research team conducted two several-day trainings: a quantitative and a qualitative one, where we invited all the researchers of the Kazakhstani and Kyrgyzstani research teams to participate. The participants were mainly PhD scholars of the Central Asian institutions. Both the quantitative and qualitative trainings took several days and took place in the participating institutions in Central Asia.

The training workshops followed my methodological teaching at Magdeburg University.<sup>4</sup> In our research project we started explaining the core idea

---

<sup>3</sup> The internet is full of publication on language barriers in schooling, at the work place or in health care, but I have not found any article on language barriers in cross-cultural research. On the other hand, research methodology in social anthropology always highlights the necessity of applying local languages in field research.

<sup>4</sup> I do not teach methodology so much rather than research practice in the entire research cycle with empirical practicing of every participant within a given research topic. In quantitative research this involves developing a questionnaire and

of the research project, the theories and methodology used. This also meant to discuss the specifics of household studies compared to individual interviews (I will come to that point later on). For the quantitative part of our research the questionnaire had been designed in a joint conference with the research team leaders, translated into the specific interview languages, pre-tested in the regions with regard to appropriate terms used and the appropriate language level found, and again adjusted. We had decided that the interviewers should directly communicate with the respondents, raising the questions and taking up their verbal answers into the questionnaire. By doing so we wanted to avoid only a very limited quota of returns and a lot of blanks in the filled questionnaires.

We trained the interviewers

- (i) how to select a sample. In our research we gave them pre-defined quotas for specific sub-samples such as household types according to composition of household members, expected household income class, etc. (which meant we wanted to exclude really poor people and rich people because of our middle class bias). The final selection, however, had to be taken by the interviewers, and they should be aware of what they were doing (e.g. when you work with the snowball system you only get people from the same social background); we also discussed such methodological questions as when it is an expected appropriate time to visit households (i.e. when we can expect to meet many household members at home);
- (ii) how to get a consent for taking an interview: referring to scientific research, to anonymity, time necessary to take the, who should be interviewed in the household (this is one of our key methodological problems to be discussed separately later on), how to pose the questions and write down the answers in the questionnaire so that the transfer of the data into the SPSS matrix was easy.
- (iii) put the data into a pre-defined SPSS spreadsheet (already including the variables) and do first univariate analyses. We also trained them in bivariate analysis, but I have to admit that the results here were not sufficient, so that I did higher analysis for the entire data set on my own.

---

collecting information from a limited sample, as well as doing some practices in univariate and bivariate analysis. In qualitative research this involves developing an interview guide, taking an interview, transcript and coding, and analysis, while every step is accompanied by the supervisor.

The quantitative training worked very well, and after the trainings the different research teams started to take the questionnaires in their research regions.

We then already integrated some interesting findings into the development of an interview guide for the qualitative research phase. In a joint meeting with the team leaders we discussed the intention of the interview guide as well as the method of taking qualitative interviews. Before we did the second research training on qualitative methods, we again did the pretest in the fields and adapted the guides.

The qualitative research training involved the team leaders and the qualitative interviewers. Since the entire research process took a long time, those people who participated in the training were not necessarily the same as in the quantitative part. Qualitative research is so far less frequent in Central Asia than quantitative research. This does not mean that it is not taught in the curricula; but if it is taught this happens on a very abstract level. For the qualitative training we put the emphasis on how to take problem-centered interviews, transcript, coding and analysis. Always the same problem for students is to remain flexible in raising the questions; this requires listening to what is said while at the same time deciding which follow-up question is appropriate or whether a certain issue from the answer should be deepened.<sup>5</sup> It is also necessary to understand the different intentions of a questionnaire and an open-questioned interview guide. Another issue of the training was research ethics such as guaranteeing anonymity, openness in methodology, and the like.

However, every qualitative researcher knows that for a rich qualitative interview the researcher needs experience. In our case, the research teams consisted of some professional qualitative researchers from research institutions as well as rather unexperienced lecturers and PhD scholars. I have to admit that the quality of the interviews depended very much on the skills of the researcher at not only on the respondents' willingness to talk. This can be seen from the length of the interviews and transcripts. On average the interviews of experienced researchers took much longer (i.e., between 1 ½ or two hours, which sometimes came to the transcript of up to 40 pages), while interviews of unexperienced researchers were 30 to 40 minutes, and in the latter cases questions of the interview guide were worked through one after another, like in the questionnaire where you ask about facts and not about explanations or reasoning; flexibility was missing. You could easily see that

---

<sup>5</sup> We included partnership exercises (with switching the roles) of interviewing techniques. My colleague and I also made a role-play of what might happen if the respondent understands a question in a different way than expected.

experienced researchers got the respondents into narrations, while unexperienced ones were not successful in doing so, or even did not try that at all.

In so far, our integrated research training during research could not fully reach its goal. Particularly researchers could not learn from their mistakes; this would require test interviews and individual feedbacks, or a final feedback after conducting interviews and writing transcripts.<sup>6</sup>

However, an advantage of involving university staff and PhD scholars was that many of them were keen in learning and not only interested in the financial benefits. And we hope next time they can use their experiences made.

I will now come to my third methodological problem.

### **(c) Who shall be interviewed in household research?**

The core unit of our analysis is the private household which consists of several household members. This implies a certain basic methodological problem: who is supposed to be interviewed? While older studies ask the formal head of the household (usually the husband), because he is assumed to bring the (major) income, to have the best knowledge and to decide about household affairs, the empirical question in our time is whether this older approach which assumes a nuclear family with clear-cut traditional gender roles of male income earner and female housewife is still appropriate for our time. Newer studies reveal that the formal head of a household (usually an administrative denomination) may not necessarily be the main breadwinner; also women contribute to household incomes and sometimes exceed the incomes of their husbands. Furthermore, in many regions in the world women are responsible for the household budgets and the distribution of money for particular household purposes. Additionally, other conceptions may cut across the household head conceptions: in some more traditional societies like in Central Asia, the role of decision making is attributed to the oldest male, who is called “household head”, whether he is the main bread winner or not. If he will pass away decision-making may shift to the oldest woman or to one of their sons living with them (depending on culture this is either the oldest or youngest son).

The more recent approaches in household research try to avoid these problems by arguing that it is not important who reports on the household, because we are interested in the research entity and not the individual respondent. Thus, the so-called “household-level approach” (Hess et al., 2000) does not pre-define who shall be asked. The respondent is considered as an

---

<sup>6</sup> This is of course possible in another post-training course or at least in individual skype discussions with the researchers. But this would have shifted the research design even more to a training process than to result findings.

“expert on his own behalf” [Meuser, Nagel, 1991) in a particular household chore. In practice this means that the interviewee may shift during the interview from husband to wife, their parents/parents in law or even to their children or other people who live in the household. Always that person should speak who believes that he or she may contribute best to a particular question.

What sounds good in methodology, involves a lot of problems in practice. First of all, we already mentioned that it depends very much on the daytime whom we will meet at home. This has to be taken into account when planning the interviews. Second, households do not consist of egalitarian people. Age and/or gender hierarchies may cut across knowledge, which means, due to household hierarchies, those people who have the best knowledge do not get voice. Or, a wife is not free in telling her opinion when her husband is present. Secondly, a good researcher is not satisfied with aggregate data on households but wants to get deeper into household structures, rolls and power relations. Therefore, not only information obtained is valuable, but also from whom we got that information (and how far the response may be biased due to a particular role or function in the household). Participant observation may contribute to mapping the household’s power structures. It is again a matter of experience of whether a researcher can apply this already difficult conception of household level approach while additionally doing participant observation or network analysis techniques.

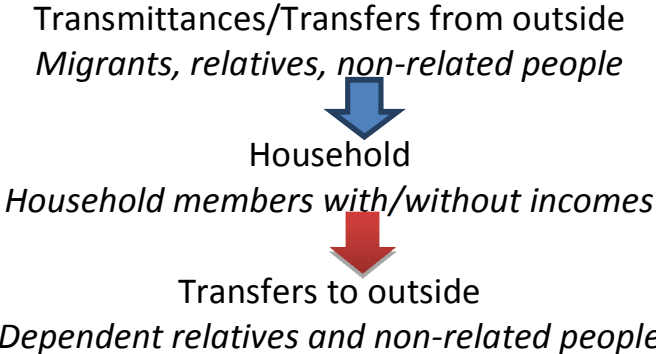
In the household-level approach It is necessary to collect information on all household members with regard to what they are doing in and outside the household and their relatedness to each other (e.g. Natasha: daughter in law of Igor and Svetlana). This information is necessary to assess such highly abstract measures such as income or expenditure. A household income is then the sum of incomes of the household members. However, “incomes” can be both monetary and in kind. The latter usually doesn’t show up in official statistics but nevertheless contribute to the household as either income or reduction of expenditure. Furthermore, many people have several jobs in both formal and informal sectors. To take a much broader perspective on a household we worked with the Sustainable Livelihoods approach (see later) which measures access to different capital forms, including subsistence production, access to infrastructure, nature, information and so on.

In practice we started our interviews by collecting information of who lives in the household and does which kind of activity. This addressed also such activities like “housework” and other work on the subsistence level outside formal and informal wage labor contracts such as looking after the garden, the cattle or the grandchildren – often a role that pensioners take, who themselves contribute to the household income with their transfers from the

state. However, already during the discussions among the research teams and after the pilot interviews it became obvious that household members predominantly thought in monetary incomes and possessions so that more precise questions on the other activities were necessary

**(d) A plea for an open household conception**

Household research is specific insofar that we have to aggregate information of usually a group people living under the same roof and pooling some of their incomes for basic goods.<sup>7</sup> Families are usually defined as social units consisting of people being related by kinship and/or marriage; they do, however, not necessarily share the same roof.<sup>8</sup> For a certain period households and families may be made up by the same people (nuclear family households), but during the life cycle of a family the household composition may change. Furthermore, non-relatives may also live in the household.



**Fig. 1. The private household as a resource network**

In demography and most household surveys, households constitute closed entities under the same roof. The family concept is more open insofar that it refers to a kin network structure independent from the place of living, whereas, however, the pooling of incomes usually gets lost. For our household survey we tried to combine the two aspects by using an open household concept. It allows consideration for the household being embedded in a resource network. This means that households fit into different categories of network-type, namely closed, giving, receiving and both giving and receiving household. Receiving households are such where external people contribute to the household (in monetary and non-monetary terms), f.e. migrants of the family who work abroad and send remittances (which frequently occurs in

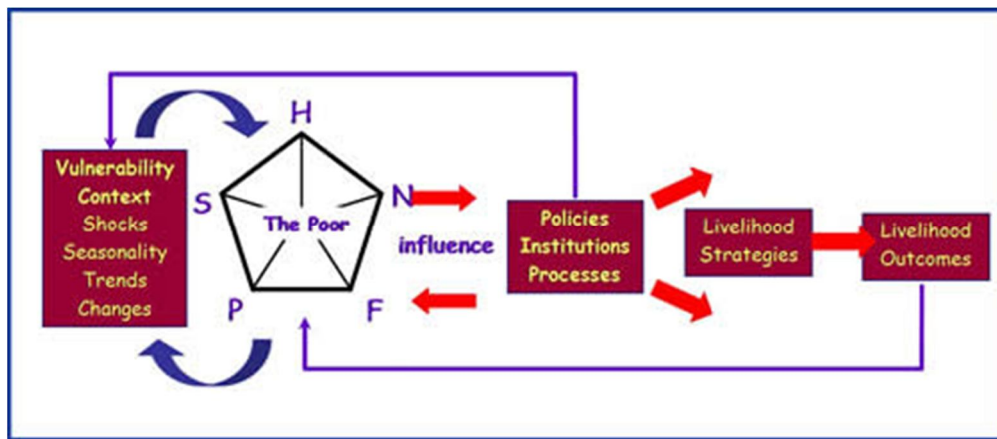
---

<sup>7</sup> “A multi-person household, defined as a group of two or more persons living together who make common provision for food or other essentials for living” <http://unstats.un.org/unsd/demographic/sconcerns/fam/fammethods.htm> (access date 17-07-16). The exception is the single household.

<sup>8</sup> Cf.: <http://www.thefreedictionary.com/family> (access date 17-10-2016).

Kyrgyzstan) or family members who settled in the city and financially support their parents in the countryside, but also the other way around may occur when children go to the city for higher education and receive cash or kind contributions from their parents (so that the household becomes a giving household).

We combined this open-household conception with a wider sociological conception on capital forms [Bourdieu, 1986; Coleman, 1990]. This conception was put into a particular research design originating from poverty research in developing countries: the “Sustainable Livelihoods Approach” (SLA). Key issue is that households have different access to different capital forms, and that some capital forms may compensate for each other. Household revenues do not only concern money and property, but also other resources, namely foot, knowledge and advice, manpower, and so on. To really assess the livelihoods situation of a household, all these capital forms have to be considered in the research design.



**Fig. 2: The sustainable livelihoods framework. Source: [https://www.ifad.org/topic/resource/tags/sla/2179541]; 22.03.13**

While this approach originates from poverty research we adapted it to our topic of investigating middle-class households. Applying this approach to our research meant to collect information on different capital forms both in the questionnaires and qualitative interviews:

- Financial capital;
- Social capital;
- Human capital;
- Natural capital;
- Physical capital.

## Summary

Before the background of a larger research project on households in Central Asia, this paper addressed methodological problems in cross-cultural research in general (language problems, methodological problems of trained research personnel, overcome by research trainings) and household surveys in particular, here described with the household-level approach (which collects detailed information on household members and their monetary and non-monetary contribution to the household) and an open household concept which tries to combine the advantages of both the location-specific household conception and the network-specific kinship conception.

In our opinion the used combination of household-level approach, open-household concept and Sustainable Livelihoods approach is very promising for household surveys, because it considers households as being connected to resource flows. However, it requires well-trained research scholars for the collection and interpretation of information.

## References

Bourdieu P. (1986) The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / Ed. by John G. Richardson. N.Y.: Greenwood Press. P. 241–258. DOI: 10.1002/9780470755679.ch15.

Coleman J. (1990) Foundations of Social Theory (3 Vol.). Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Dittrich E., Schrader H. (2015) (eds.) “When Salary is not Enough...:” Private Households in Central Asia. Münster; Hamburg; London: Lit Verlag. (Также: Диттрих Э., Шрадер Х. (2016) “Когда зарплаты не хватает...”: Анализ частных домохозяйств в Центральной Азии. Münster; Hamburg; London: Lit Verlag.) (URL: [<http://www.lit-verlag.de/isbn/3-643-90525-3>])

Hess J. et al. (2000) The Effects of Personal Level versus Household Level Questionnaire Design on Survey Estimates and Data Quality // Public Opinion Quarterly. Vol. 65: 574–584.

Lash S. (1991) (ed.) Post-Structuralist and Post-Modernist Sociology. Aldershot: E. Elgar Pub.

Meuser M., Nagel U. (1991) ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig beacht: ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion // Qualitativ-empirische Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analysen / Hrsg. v. D. Garz, K. Kraimer. Opladen: Westdeutscher Verlag. (see also open access: [<http://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/2402>]) (17-01-2017)

Pablé Ch., Hutton Ch. (2015) Signs, meaning and experience: integrational approaches to linguistics and semiotics. Berlin; Boston: De Gruyter.

Robinson D. (2015) The Dao of translation: an East-West dialogue. Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge.

Saussure F. de, Bally Ch., Sechehaye A., Riedlinger A., Harris R. (1983) Course in general linguistics. London: Duckworth.

Solomonik A., Schwartz L. (2015) A Theory of General Semiotics: the Science of Signs, Sign-Systems, and Semiotic Reality. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars.



## Internet sources

<https://www.ifad.org/topic/resource/tags/sla/2179541>  
<http://unstats.un.org/unsd/demographic/sconcerns/fam/fammethods.htm>  
<http://www.lit-verlag.de/isbn/3-643-90525-3>  
<http://www.thefreedictionary.com/family>

---

## **Private Households in Central Asia: Methodological Reflections on an Empirical Research (2012–2015)**

Heiko Schrader

professor of economic sociology

at the Otto-von-Guericke University of Magdeburg (Germany)

E-mail: heikoschr@googlemail.com

Against the background of a larger research project on households in Central Asia, this paper addresses four different methodological problems: language problems in cross-cultural research, methodological problems with insufficiently trained research personnel (being addressed by research trainings before the research), the problem of who shall be interviewed in a household survey (household-level approach chosen); and the methodological problem of a closed household conception (here overcome by an open household concept which includes kin networks. Furthermore, the paper addresses the question of how to measure household “incomes” and “expenditures”.

Keywords: household survey, household-level approach, open household concept, sustainable livelihoods approach, semiotics.

## **References**

Bourdieu P. (1986) The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / Ed. by John G. Richardson. N.Y.: Greenwood Press. P. 241–258. DOI: 10.1002/9780470755679.ch15.

Coleman J. (1990) Foundations of Social Theory (3 Vol.). Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Dittrich E., Schrader H. (2015) (eds.) “When Salary is not Enough...:” Private Households in Central Asia. Münster; Hamburg; London: Lit Verlag. (URL: [http://www.lit-verlag.de/isbn/3-643-90525-3])

Hess J. et al. (2000) The Effects of Personal Level versus Household Level Questionnaire Design on Survey Estimates and Data Quality // Public Opinion Quarterly. Vol. 65: 574–584.

Lash S. (1991) (ed.) Post-Structuralist and Post-Modernist Sociology. Aldershot: E. Elgar Pub.

Meuser M., Nagel U. (1991) ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig beacht: ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion // Qualitativ-empirische Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analysen / Hrsg. v. D. Garz, K. Kraimer. Opladen: Westdeutscher Verlag. (see also open access: [http://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/2402]) (17-01-2017)

Pablé Ch., Hutton Ch. (2015) Signs, meaning and experience: integrational approaches to linguistics and semiotics. Berlin; Boston: De Gruyter.

Robinson D. (2015) *The Dao of translation: an East-West dialogue*. Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge.

Saussure F. de, Bally Ch., Sechehaye A., Riedlinger A., Harris R. (1983) *Course in general linguistics*. London: Duckworth.

Solomonik A., Schwartz L. (2015) *A Theory of General Semiotics : the Science of Signs, Sign-Systems, and Semiotic Reality*. Newcastle/Tyne: Cambridge Scholars.

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Шрадер Х. Домохозяйства в Центральной Азии: методологические размышления об одном эмпирическом исследовании (2012–2015 гг.) // *Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации*. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 94–106.

Schrader H. *Private Households in Central Asia: Methodological Reflections on an Empirical Research (2012–2015)* // *Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations*. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 94–106.

## **Объективные показатели степени самореализованности личности: к постановке проблемы социологического измерения**

Ксения Георгиевна Герасимова

Старший преподаватель кафедры методологии социологических и маркетинговых исследований, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева»  
e-mail: gerasimovakg@gmail.com

Решается проблема разработки объективных показателей степени самореализованности личности как элемента комплексной социологической методики. Методологическим основанием разрабатываемой методики выступает концепция, предложенная И.В. Солодниковой. Самореализация рассматривается как процесс самоосуществления личности, личностного роста в жизни и повседневной деятельности в определенных социо-культурных условиях. Самореализация — это непрерывный процесс накопления и «воплощения» личностных возможностей, однако в конкретный момент времени можно «зафиксировать» ее степень, т.е. количественный показатель своеобразной «личностной эффективности». Согласно теории, степень самореализованности может быть оценена с позиции субъективных (удовлетворенность) и объективных (успешность) показателей. Поиск объективных показателей, а также их формулировка в формате конкретных индикаторов представляют собой определенную методическую проблему, которая и обсуждается в рамках представленной работы. Кроме того, в контексте разрабатываемой авторской модели степень самореализованности измеряется не обобщенно, а в конкретных аспектах жизнедеятельности, задавая тем самым единое пространство для всех изучаемых объектов. К ключевым аспектам автор относит работу и образование (профессионально-трудовая сфера), партнерство и родительство (брачно-семейная сфера), а также практики здоровьесбережения и хобби (досуговая сфера). Таким образом, разрабатываемые критерии должны быть вписаны в это шестимерное пространство. На основании приведенных рассуждений, автор приходит к выводу о том, что «приблизиться» к истинно объективным показателям самореализованности затруднительно и предлагает использовать «квази-объективные».

Ключевые слова: самореализация, степень самореализованности, сферы жизни, объективные показатели, проблема измерения.

Постановка проблемы поиска объективных показателей степени самореализованности актуальна в рамках достижения более высокой методической цели: разработки *комплексного социологического показателя степени самореализованности личности (КПСС)*. «Фундаментом»

любого комплексного социологического показателя, выступает методолого-теоретическая база, задающая фокус рассмотрения изучаемого социального явления, а также логику разработки индекса и его элементов. Поэтому целесообразно начать с указания специфики процесса самореализации личности, а также понять, почему можно говорить о различной степени самореализованности и как эту степень измерять.

Выдающийся психолог Дмитрий Алексеевич Леонтьев, приводит следующее определение самореализации: «потребность, форма и результат активности развитой личности, ее вклад во всеобщий культурно-исторический процесс обмена сущностными силами между индивидами, выступающий условием развития человечества» [Психологический словарь, 2007: 588]. В целом, если говорить о понимании феномена «самореализации» в обобщенном гуманитарном дискурсе, то вслед за Д.А. Леонтьевым, целесообразно выделять различные уровни его осмысления: в наиболее широком контексте (человечества) самореализация может быть рассмотрена на уровне философии (или точнее философской антропологии), на уровне общества самореализация рассматривается социологией, а личностным уровнем – «заведует» психология. Такое последовательное увеличение «мощности научной линзы» соответствует общему уточнению предметных полей этих наук.

Оставаясь на своем профессиональном поле, обращаюсь к концепции самореализации, разработанной в рамках социологической науки И.В. Солодниковой, которая и послужила методологическим основанием разрабатываемой модели индекса. В заданных рамках самореализация рассматривается как «личностный рост, осуществление себя в жизни и повседневных практиках, утверждение своего особого пути в конкретно-исторических условиях» [Солодникова, 2007: 289].

На основании заявленных методологических позиций утверждается также, что самореализация личности происходит в конкретных сферах жизнедеятельности (в частности, в семье, работе) посредством исполнения тех или иных социальных ролей. В рамках своей модели, я предлагаю добавить третью сферу – досуга. Свободное время стало неотъемлемой частью жизни современного человека и, в значительной степени выступает маркером развития нашего общества, поэтому убирать его «за скобки» не стоит. Однако на уровне трех выделенных сфер степень обобщения мне видится слишком высокой, а на уровне конкретных ролей – слишком детальной для моделирования. Поэтому я выделяю, так называемые аспекты для каждой из трех сфер: работа и образование/самообразование (для профессионально-трудовой сферы), партнер-

ство и родительство (для брачно-семейной), практики здоровьесбережения и хобби (в рамках досуга) [Герасимова, 2015].

Самореализация характерна в первую очередь для людей зрелого (трудового) возраста: «главной, доминирующей характеристикой, возможно, новообразованием возраста (но не гарантированным, а лишь потенциально возможным) на наш взгляд, является самореализация (самоактуализация) личности» [Солодникова, 2007б: 36].

Принципиально важное для построения индекса (КПСС) положение социологической концепции И.В. Солодниковой состоит в том, что степень самореализованности личности может быть измерена через субъективные и объективные показатели.

**Субъективным** показателем выступает удовлетворенность в той или иной жизненной сфере в целом (иными словами, «если я удовлетворен работой, как сферой своей жизни, значит я самореализовался в ней»). Однако, на мой взгляд, удовлетворенность той или иной сферой жизни может быть результатом слишком большого числа факторов (в том числе и самореализованности) и потому как индикатор степени самореализованности должна быть дополнена **удовлетворенностью результатами** своих действий (усилий) в той или иной жизненной сфере. Заданный таким образом индикатор более логичен (и в сочетании с предварительными фильтрами) может быть раскрыт через логическую цепочку: «я доволен тем, что у меня получается в профессии, следовательно, я самореализуюсь (самореализовался) в ней».

Несмотря на то, что отдельные авторы придерживаются точки зрения, что о степени самореализованности (да и о процессе самореализации в целом) можно говорить исключительно с позиции субъективного восприятия, субъективной удовлетворенности (Абульханова-Славская), в рамках создаваемой авторской модели предполагается формулировка и **объективных показателей** степени самореализованности личности.

Что же можно отнести к объективным социальным показателям? То, что не зависит от субъективного восприятия, индивидуального мнения и оценок. В частности, это может быть размер заработной платы, количество детей, уровень образования, стаж трудовой деятельности и т.п.

Как в рамках психологических, так и в контексте социологических исследований «традиция» поиска объективных показателей самореализованности восходит к трудам Альфреда Адлера [Адлер, 1997]. В этом контексте объективными считаются критерии успешности, связанные с продуктивностью деятельности. На первый взгляд весьма логично рассматривать объективные показатели самореализованности как результат деятельности личности, как определенную меру эффективности в той или

иной сфере. Таковыми, например, могут считаться разряды (в некоторых специальностях), ученые степени в сфере образования и прочее.

В рамках перехода от теоретических построений к конкретным индикаторам, которые будут служить измерительными инструментами, очень наглядно «высвечивается» работоспособность самой теории, возможность ее практического применения в конкретных эмпирических исследованиях.

Поскольку я рассматриваю самореализацию сквозь призму различных сфер жизни (то есть самореализацию в профессионально-трудовой, брачно-семейной и досуговой сферах) необходимо формулировать показатели эффективности, успешности для каждой из этих сфер.

Причем, с точки зрения моделирования важно, чтобы эти критерии были «единообразны», но учитывали специфику каждой из сфер и, кроме того, обладали некоторой континуальностью (являлись порядковой или метрической шкалой), то есть могли отражать различную степень успешности и в рамках модели можно было бы говорить о большей или меньшей самореализованности субъектов в каждой из жизненных сфер.

Рассмотрим возможность формулировки критериев успешности для каждой жизненной сферы. Пожалуй, применительно к **профессионально-трудовой сфере** «проще» всего говорить о той или иной степени эффективности. Так в качестве возможных объективных критериев самореализованности могут рассматриваться, например, ученые степени или разряды, количество патентов, число публикаций научных трудов и прочее. Однако получается, что «внутри» одной профессиональной группы (научных работников, например) мы можем сопоставлять объективные показатели степени самореализованности (у кого-то есть степень, у кого-то нет; кто-то опубликовал 2 статьи в год, а кто-то монографию и 10 статей), а сравнивать представителей различных профессиональных групп между собой уже будет затруднительно. В частности, кто будет считаться более самореализованным доктор наук или слесарь 5 разряда? Сказать однозначно затруднительно. В таком случае, возможно, уровень дохода (или заработной платы) может рассматриваться как некоторый объективный критерий успешности в профессионально-трудовой сфере. Но, как известно, даже уровень заработной платы для людей с одной и той же квалификацией различается от региона к региону.

Далее каковы могут быть объективные критерии самореализованности для **брачно-семейной сферы**, точнее для двух рассматриваемых в ней аспектов — партнерства и родительства? Возможно, стаж семейных отношений и количество детей. Но тогда за рамками остается качество отношений между партнерами. Кроме того, институт современной семьи

представлен настолько разнообразными моделями, принимаемыми в обществе как допустимые (например, гостевые браки), что выбрать и указать из них одну эталонную, наиболее «успешную» крайне сложно. Вопрос остается открытым. Для досуговой сферы, также сложно подобрать объективные критерии универсальные, например, для различных вариантов хобби.

В свете приведенных рассуждений обозначилось явное затруднение перехода от теоретических построений к четким объективным показателям, отвечающим принципам универсальности. Мне видится, что чисто объективные критерии в подобного рода модели, подобрать практически невозможно, однако иметь некоторые «альтернативные» показатели (на фоне измерения удовлетворенности) в целом необходимо. Поэтому в качестве рабочих (которые в дальнейшем будут проверены в рамках эмпирического социологического исследования) можно сформулировать следующие варианты:

- самооценка достижений в той или иной сфере (оценка по 5-балльной шкале согласия с утверждением «я многого добился в этой сфере за последнее время»);
- либо степень самореализованности сквозь призму значимых для человека изменений в той или иной сфере жизнедеятельности. Коль скоро самореализация – это некоторый **процесс** «качественного» преобразования личности, личностного роста, его можно «зафиксировать» («уловить») как оценку наличия изменений (субъективно воспринимаемых как положительные) за последнее время (полгода–год) в той или иной сфере жизни. Кроме того, в качестве «веса коэффициента» использовать оценку собственного влияния на произошедшие изменения. Логично, если в той или иной жизненной сфере произошли положительные изменения, которые стали результатом собственных усилий человека, можно говорить о его высокой степени самореализованности. В такой формулировке выдерживается принцип универсальности критериев, однако его можно считать объективным лишь частично, поскольку он построен на самооценках.

На уровне индикаторов и вопросов анкеты предлагаемый подход реализуется в следующем виде:

**Индикатор 1:** Наличие (*рефлексируемых, осознаваемых*) изменений за последнее время (фильтр):

Скажите, пожалуйста, произошли ли какие-либо изменения за последние полгода–год в Вашей профессиональной сфере жизни, в работе?

1. Да

2. Нет

**Индикатор 2:** Качество этих изменений:

В целом, как бы Вы могли охарактеризовать эти изменения?

1. Негативные
2. Скорее негативные
3. В чем-то негативные, в чем-то позитивные
4. Скорее позитивные
5. Позитивные

**Индикатор 3:** Степень личного влияния на изменения в каждой сфере: Оцените, пожалуйста, в какой степени лично Вы повлияли на эти изменения в работе?

1. Никак не повлиял(-а)
2. Повлиял(-а) в малой степени
3. Частично повлиял(-а)
4. В значительной степени повлиял(-а)
5. Это полностью моя заслуга

Таким образом, «принцип работы» объективного показателя сводится к следующему: чем более позитивные изменения в той или иной сфере стали результатом приложенных человеком усилий, тем в большей степени он реализовался в данной сфере. В случае отсутствия изменений в той или иной сфере объективный показатель считается равным 0.

Расчет объективного показателя для каждого аспекта производится как произведение балла (присвоенному по индикатору «Качество изменений») на вес (присвоенному по индикатору «Степень личного влияния на изменения»).

**Таблица. Значения баллов и весов по объективному показателю степени самореализованности**

Балл	Качество этих изменений:	Степень личного влияния на изменения в каждой сфере:	Вес	Значения объективного показателя	
1	Негативные	Никак не повлиял(а)	0	0..1	Крайне низкая степень самореализованности
2	Скорее негативные	Повлиял(-а) в малой степени	0,25	1..2	Низкая
3	В чем-то негативные, в чем-то позитивные	Частично повлиял(а)	0,5	2..3	Средняя
4	Скорее позитивные	В значительной степени повлиял(а)	0,75	3..4	Высокая
5	Позитивные	Это полностью моя заслуга	1	4..5	Крайне высокая степень самореализованности

Логике «восхождения» к комплексной оценке степени самореализованности личности на базе объективных и субъективных показателей по-



священа отдельная работа [Герасимова, 2016]. Здесь же хочу прокомментировать один из встречных вопросов: можно ли предположить, что отсутствие (осознаваемых) изменений в той или иной сфере жизни говорит об отсутствии в ней самореализации в принципе? Ответу вопросом на вопрос: разве отсутствие результата демонстрирует отсутствие процесса как такового? Иными словами, если изменений нет, не значит, что человек ничего не предпринимал, чтобы они были. А наличие собственно процесса самореализаций в каждом из шести рассматриваемых аспектов (работа, образование, партнерство, родительство, здоровье и хобби) фиксируется посредством отдельных вопросов-фильтров и в случае его (процесса) отсутствия, как субъективные, так и объективные показатели «обнуляются».

Итак, если рассматривать самореализацию, как процесс самоосуществления, личностного роста в ключевых аспектах жизнедеятельности, то сформулировать «чистые» универсальные объективные критерии, которые на теоретическом уровне имеют природу успешности, продуктивности, в значительной степени затруднительно. В качестве авторского подхода предлагается рассматривать такие квази-объективные критерии как наличие значимых для субъекта изменений в той или иной сфере жизни, на которые он непосредственно оказал влияние.

### **Список использованной литературы**

- Абульханова-Славская К.А. (1991) Стратегия жизни. М.: Мысль.  
Адлер А. (1997) Наука жить: пер. с англ. и нем. Киев: Port/Royal.  
Герасимова К.Г. (2016) Комплексный социологический показатель степени самореализованности личности: опыт теоретического конструирования // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). № 6 (62). С. 153–174.  
Герасимова К.Г. (2015) Особенности социологического подхода к пониманию самореализации // Азимут научных исследований: педагогика и психология. № 3 (12). С. 77–81.  
Психологический словарь (2007) / Под общей науч. ред. П.С. Гуревича. М.: ОЛМА Медиа Групп; ОЛМА ПРЕСС Образование.  
Солодникова И.В. (2007а) Самореализация личности в зрелом возрасте (социологический анализ): дис. ... д-ра соц. наук. РГГУ, М.  
Солодникова И.В. (2007б) Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. №2. С. 32–39.

---

## **Measuring objective exponents of self-fulfillment sociologically**

Kseniya Georgievna Gerasimova  
Senior lecturer of Samara University  
e-mail: gerasimovakg@gmail.com

The author posed and solved the problem of the development of objective indicators of the degree of self-fulfillment as an integrated element of sociological

methodology. The degree self-fulfillment can be evaluated with subjective (satisfaction) and objective (success) indicators. Search objective indicators, as well as the formulation of specific indicators in the format are some methodological problems, which are discussed in the framework of the work presented. In addition, in the context of the model developed by the author is not measured by the degree self-fulfillment generally, and in particular aspects of life, thus setting a common space for all the objects of study. The key aspects of the work are considered education (vocational and labor sphere), partnership and parenthood (marriage and family sphere), and health saving practices and hobbies (recreational areas). Thus, the developed criteria must be entered in this six-dimensional space.

**Keywords:** measurement, social sciences, self-fulfillment, life spheres, objective indicators.

### References

- Abul'khanova-Slavskaya K.A. (1991) Strategiya zhizni. M.: Mysl'. (in Russian)
- Adler A. (1997) Nauka zhit': per.s angl.i nem. Kiev: Port/Royal. (in Russian)
- Gerasimova K.G. (2016) Kompleksnyy sotsiologicheskiy pokazatel' stepeni samorea-lizovannosti lichnosti: opyt teoreticheskogo konstruirovaniya // Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem (elektronnyy nauchnyy zhurnal). No. 6 (62). S. 153–174. (in Russian)
- Gerasimova K.G. (2015) Osobennosti sotsiologicheskogo podkhoda k ponimaniyu samo-realizatsii // Azimut nauchnykh issledovaniy: pedagogika i psikhologiya. No. 3 (12). S. 77–81. (in Russian)
- Psikhologicheskiy slovar' (2007) / Pod obshchey nauch. red. P.S. Gurevicha. M.: OLMA Media Grupp; OLMA PRESS Obrazovanie. (in Russian)
- Solodnikova I.V. (2007a) Samorealizatsiya lichnosti v zreloem vozraste (sotsiologicheskiy analiz): dis. ... d-ra sots. nauk. RGGU, M. (in Russian)
- Solodnikova I.V. (2007b) Sotsializatsiya lichnosti: sushchnost' i osobennosti na raznykh etapakh zhizni // Sotsiologicheskie issledovaniya. No. 2. S. 32–39. (in Russian)

### Правильная ссылка на статью / For citation

Герасимова К.Г. Объективные показатели степени самореализованности личности: к постановке проблемы социологического измерения // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 107–114.

Gerasimova K.G. Objective indicators of self-fulfillment sociologically // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 107–114.

## **ОБРАЗЦЫ**

### **Опыт адаптации модели Д. Денисона к измерению корпоративной культуры предпринимательского университета**

**Павел Владиславович Демин**

бакалавр социологии, аналитик проектно-учебной лаборатории  
«Развитие университетов» Института образования Национального  
исследовательского университета «Высшая школа экономики»  
e-mail: pdemin@hse.ru

Исследование посвящено разработке и апробации методики измерения корпоративной культуры вуза по критериям предпринимательского университета в соответствии с концепцией Д. Денисона и корпоративного подхода к управлению университетом в модели предпринимательского университета. В статье предложена оригинальная модель корпоративной культуры университета, описаны разработанные инструменты и процедуры измерения её уровней и сегментов, представлены результаты апробации на конкретном кейсе.

В ходе апробации в рамках методологической стратегии кейс-стади был проведен количественный онлайн-опрос 400 научно-педагогических и административных сотрудников, а также 189 студентов изучаемого университета, построены профили корпоративной культуры для внутренних стейкхолдеров, выявлены проблемные зоны и имеющиеся ресурсы университета, расширено понимание функционирования корпоративной культуры применительно к модели предпринимательского университета.

Ключевые слова: корпоративная культура, культура университета, предпринимательский университет, модель Денисона, менеджмент университета.

#### **Введение**

Результативность работы университета в значительной степени зависит от его успешной адаптации к меняющимся требованиям и запросам со стороны общества и государства к целям его деятельности. Как у любого социального института, цели деятельности и приоритеты развития университета подвержены постоянным изменениям в ходе адаптации к условиям внешней и внутренней среды (об адаптации организации к изменяющимся внешним условиям, см. [Шейн, 2002]). Если раньше он исполнял исключительно социальную роль по подготовке обучающихся к эффективному выполнению определенных социальных функций, обеспечению квалифицированными кадрами и трудовыми ресурсами регио-

нального и национального рынка труда [Волков, Кузьминов и др., 2008; Константинов, Филонович, 2005], то сегодня ситуация изменилась. Повсеместное сокращение финансирования сферы высшего образования стало «толчком для начала процесса тотальной коммерциализации этого ранее чисто социального сектора» [Грудзинский, 2004: 5]. Снижение финансирования вынудило университеты искать финансовую поддержку за пределами государственного бюджета, что привело к формированию рынка образовательных услуг и научных исследований. Речь идет не только о платных услугах получения высшего образования, но и о сосредоточении научного потенциала в стенах университета, который при грамотной организации приносит прибыль, несравнимую по масштабам с доходами от образовательных услуг. В такой среде академическое сообщество становится буквально «капиталистами, действующими внутри общественного сектора; предпринимателями, субсидируемыми государством», а само явление получило название «академический капитализм» [Slaughter, Leslie, 1997: 54]. Его появление объясняют возросшей ролью интеллектуального капитала, который стал крайне востребованным в эпоху общества знания. Поскольку сегодня интеллектуальный капитал стал главной силой экономического развития, университеты стремятся к аккумуляции этого капитала в своих стенах, зарабатывая себе конкурентные преимущества на рынке высшего образования и научных исследований.

Изначально к такой ситуации университеты приспособлены не были, что вынудило их изменить традиционные принципы работы, чтобы «остаться на плаву». Обращение во внешнюю среду в поисках потенциальных инвесторов для покрытия дефицита сокращающегося бюджета стало необходимостью и привело к кардинальной смене приоритетов в проведении исследований: от фундаментальных к прикладным, от вневременных к актуальным, от долгосрочных к краткосрочным. Другими словами, университет встал на рельсы коммерческой организации, в которой действуют законы бизнеса. Так родилась модель *предпринимательского университета*, отвечающая новым вызовам, но требующая поиска и разработки новых инструментов оптимизации ресурсов для краткосрочного и долгосрочного развития. Она подразумевает управление университетом по аналогии с менеджментом крупных экономических организаций, где административному звену отданы основные управленческие функции, которые независимы от функций остального персонала.

Тема формирования предпринимательских университетов поднимается с середины 1990-х годов, однако единый подход к определению

данного феномена до сих пор не выработан. Многие исследователи, включая наиболее известного в этой сфере Б. Кларка, либо рассуждают в терминах качеств, которыми характеризуются предпринимательские университеты, либо описывают траектории трансформаций конкретных университетов к данной модели [Кларк, 2011]. Существенным недостатком данных исследований является отсутствие полноценного обобщения материалов разрозненных кейсов, необходимого для разработки концептуальной модели предпринимательского университета. Без формирования концептуальной модели любые попытки выстроить предпринимательский университет с использованием конкретных методов трансформации, успешно примененных в других вузах, не приведут к задуманному результату. Наиболее систематическое обобщение знаний о предпринимательских университетах и становлении этого феномена в России представлено в концепции Г.Н. Константинова и С.Р. Филоновича. Они определяют предпринимательский университет как «высшее учебное заведение, которое систематически прилагает усилия по преодолению ограничений в трех сферах — генерации знаний, преподавании и преобразовании знаний в практику — путем инициирования новых видов деятельности, трансформации внутренней среды и модификации взаимодействия с внешней средой» [Константинов, Филонович, 2007: 50]. Такие университеты, по их мнению, должны обладать особенной корпоративной культурой, которая поддерживала бы предпринимательскую направленность вуза и стимулировала его структурные трансформации.

Поскольку университеты неизменно обладают своей особенной культурой ввиду специфики деятельности, то можно утверждать, что она оказывает непосредственное воздействие на эффективность и стабильность работы всей организации [Brennan et al., 2008: 22; Громов, 2003]. Являясь рычагом влияния на внутренние процессы, культура способствует повышению конкурентоспособности и успешности университета на рынке образовательных услуг через регулирование установок и убеждений, лежащих в основе повседневной деятельности сотрудников. Это один из механизмов адаптации к изменяющимся внешним и внутренним условиям, с чем и связан активный интерес исследователей и бизнеса к изучению этого феномена, хотя и преимущественно для бизнес-организаций.

Под корпоративной культурой понимается совокупность базовых представлений, норм и ценностей, создающихся и развивающихся в рамках определенного коллектива в процессе внутренней интеграции и приспособления к вызовам внешней среды и передающихся как эффек-

тивные образцы для деятельности и решения проблем<sup>1</sup>. Эдгар Шейн, один из наиболее авторитетных исследователей культуры организаций, отмечает, что «выживание организации в долгосрочной перспективе является залогом определенной структуры корпоративной культуры, которая должна являться отражением запросов со стороны внешней и внутренней среды» [Шейн, 2002: 65].

Большинство работ по изучению корпоративной культуры как фактора успешности посвящено бизнес-организациям [Barnard, 1938; Hampton et al., 1986; Schein, 1992]. Исследователи культуры университета видят в нём, прежде всего, социально-ориентированную организацию [Константинов, Филонович, 2005]. Тем не менее, меняющиеся запросы со стороны общества и государства меняют и представление о необходимых функциях университета. Чтобы адаптироваться к изменившимся условиям жизнедеятельности, университету необходимо консолидировать внутренние ресурсы для ответа на внешние вызовы, что возможно только при задействовании культуры организации, связывающей всех сотрудников университета общей разделяемой целью и придающей смысл каждодневной деятельности.

Но какие характеристики культуры университета тесно связаны с успешностью его развития? Какие индикаторы брать за основу инструмента измерения культуры университета, и можно ли применить инструментарий менеджмента коммерческой организации к деятельности университета? Некоторые возможные ответы на эти вопросы даются в данной статье.

### **Модели измерения культуры университета как предпринимательской организации**

К измерению корпоративной культуры имеются разные подходы, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки. Наиболее известны модели Э. Шейна [Шейн, 2002; Schein, 1990], Ч. Хэнди [Handy, 1996], Д. Денисона [Denison, 1990]. Поскольку в них по-разному моделируется культура организации, применение любой из моделей сопряжено со своими особенностями и ограничениями.

Модель Э. Шейна изучает строго экономические организации с установленными принципами ведения бизнеса. Согласно этой модели, любая организация в своем развитии призвана постоянно решать две категории задач: выживать в изменяющихся внешних условиях и оптимизи-

---

<sup>1</sup> Такое определение применительно к корпорациям использует Э. Шейн [Schein, 1990: 111], а применительно к университетским культурам — Дж. Бреннан с коллегами [Brennan et al., 2008: 22].

ровать внутренние процессы (т.е. адаптироваться к изменениям). Культура такой организации формируется в ходе решения указанных проблем и является следствием коллективного опыта и научения в процессе выживания. К сожалению, подобная модель хорошо применима только к организациям, действующим строго в логике экономических интересов [Schein, 1990]. Как известно, университет не является полностью экономической организацией, поскольку он вынужден тесно взаимодействовать с множеством групп и объединений людей, озабоченных скорее социальными, чем экономическими интересами. Также в этой модели измерения корпоративной культуры исследователям необходимо проводить интервью непосредственно с представителями администрации [Шейн, 2002]. Считается, что только они способны абстрагироваться над отдельными рабочими практиками и описать общее состояние культуры организации. Такой подход с социологической точки зрения крайне ограничен, поскольку из него исключаются основные акторы действия культуры — работники, что неприемлемо для такой социально-ориентированной организации как университет.

Модель Ч. Хэнди предполагает дифференциацию различных типов культур и обращается к распределению власти и связанных с нею ценностных ориентаций [Handy, 1996]. Он выделяет четыре типа организационных культур: культуру власти; культуру роли; культуру задачи; культуру личности. При этом зачастую «две или более культур могут существовать в одной организации наряду с субкультурами» [Handy, 1996: 20]. Необходимость описывать каждую из этих культур делает методику объемной и трудоемкой, что не позволяет провести быстрое измерение культуры организации. А с учетом разных типов культур, разработка рекомендаций по корректировке культуры организации будет сопряжено с множеством трудностей.

В отличие от двух указанных подходов, модель Д. Денисона не зависит от исходного состояния культуры организации. Она предполагает подгонку модели под нужды администрации в замеры определенных сегментов культуры организации и, являясь гибкой в обращении, но оставаясь при этом научно обоснованной. Модель Денисона является преемницей модели Камерона и Куинна и опросника OCAI<sup>2</sup>, получившего повсеместное распространение благодаря его способности оценивать

---

<sup>2</sup> Подробнее о модели Камерона-Куинна, см.: Диагностика корпоративной культуры (К. Камерон, Р. Куинн). OCAI, Organizational Culture Assessment Instrument // Территория корпоративной культуры [Электронный ресурс]. URL: [goo.gl/BgaNOv] (дата обращения: 17.01.2017).

не только текущее, но и желаемое, или предполагаемое администрацией (будущее), состояние культуры в компании.

Д. Денисон изучал только экономически-ориентированные организации, однако его модель можно успешно применять к измерению университетской культуры. В отличие от других моделей измерения корпоративной культуры, в основе модели Денисона лежит поведенческий подход, что позволяет собирать информацию у любых непосредственных участников корпоративной культуры организации — её рядовых сотрудников. Важно, что модель непосредственно соотносится с ключевыми экономическими показателями бизнеса, что выгодно отличает ее от «академических» моделей, где влияние различных элементов корпоративной культуры на бизнес-показатели остается неясным. Применение модели Денисона технологизировано и занимает минимальное время, поскольку она представляет собой опросник из небольшого числа суждений. Кроме того, модель можно адаптировать для всех уровней организационной иерархии. Все эти особенности делают подход Денисона гораздо более привлекательным для адаптации к модели предпринимательского университета, чем все остальные.

В статье представлен опыт практического применения модели Денисона к измерению корпоративной культуры на примере конкретного кейса Университета<sup>3</sup>, который представляет собой крупнейший образовательный, научный и культурный центр, где реализуется более 300 образовательных программ среднего, высшего, дополнительного и послевузовского профессионального образования, работает около 3000 сотрудников, и обучается около 7800 студентов. Многолетняя история университета предполагает наличие в нём особой корпоративной культуры, которая позволяет ему оставаться лидером в сфере высшего образования своего региона. Кроме того, университет является участником правительственных и международных программ продвижения российской университетской науки в международных рейтингах и повышения пози-

---

<sup>3</sup> Исследование проводилось при сотрудничестве лаборатории «Развитие университетов» Института образования НИУ ВШЭ с администрацией Университета. В рамках проекта, основанного на методологической стратегии кейс-стади, проводились интервью с проректорами, административными и научно-педагогическими работниками, анализировались официальные документы (программа развития Университета до 2020 г., программа повышения конкурентоспособности, устав университета, кодекс этики, правила внутреннего трудового и учебного распорядка и др.). Представленное эмпирическое исследование является частью кейс-стади и основано на подготовленном и проведенном автором с целью измерения корпоративной культуры количественном опросе научно-педагогических, административных работников и студентов изучаемого университета.



ционирования российского высшего образования на международном рынке (5top100, «федеральные университеты», «опорные вузы» и проч.), что также указывает на возможность анализа его корпоративной культуры на предмет соответствия предпринимательской модели.

**Теоретическим объектом** исследования является корпоративная культура, его **предметом** — методы и процедуры измерения корпоративной культуры университета. **Цель** — адаптация модели Д. Денисона для измерения состояния корпоративной культуры предпринимательского университета и апробация разработанной методики на конкретном кейсе, которая предполагает анализ теоретических и эмпирических подходов к измерению корпоративной культуры, обоснование концептуальной модели культуры предпринимательского университета, разработку показателей и процедур измерения её уровней и сегментов и апробация полученной методики на конкретном кейсе. В статье делается фокус только на одном из использованных в рамках проекта *методе* — формализованном опросе сотрудников и студентов университета. Как непосредственные участники процесса воспроизводства университетской корпоративной культуры, они представляют **эмпирический объект исследования**.

Онлайн-опрос был проведен в течение двух недель марта 2016 г. с одной дополнительной рассылкой. По сути, он включал в себя два параллельных опроса: (1) научно-педагогических работников и административных сотрудников (далее НПРА) и (2) студентов. Такое разделение было проведено согласно исходному предположению о том, что корпоративная культура по-разному воспринимается этими группами в связи с их различными статусными позициями в университете. НПРА очень сильно вовлечены в работу организации и свой рабочий коллектив, который обладает своими исторически сложившимися особенностями и традициями, студенты же обладают амбивалентным статусом. С одной стороны, они вовлекаются в процессы, происходящие в университете, на определенный период времени, воспринимая и воспроизводя корпоративную культуру организации. С другой стороны, они являются потребителями услуг высшего образования, по сути, в модели Денисона являясь клиентами университета. Поскольку сотрудники и студенты по своей роли в организации сталкиваются с различными проявлениями корпоративной культуры, вопросы для НПРА и студентов несколько различались по формулировкам. Всего было опрошено 590 человек: 401 сотрудник и 189 студентов. В анализ были включены 409 анкет (291 анкета НПРА и 118 анкет студентов), заполнение которых составило 95% вопросов основного блока. Контроль двойного участия в опросе происходил посред-

ством отслеживания IP-адресов электронных устройств, с которых респонденты участвовали в опросе.

Социально-демографический состав респондентов группы НПРА представлен следующим образом. В выборке представлены 108 мужчин и 183 женщины, что соответствует фактическому распределению сотрудников по полу<sup>4</sup>. Данные свидетельствуют о том, что в выборке имеется бимодальное распределение НПРА по возрасту: молодые сотрудники (25–30 лет) и представители старшей возрастной группы (старше 50 лет) представлены наиболее сильно. Это могло бы говорить о смещении выборки, если бы не одно обстоятельство. Поскольку университет после своей реорганизации в 2011 году поменял руководство и направление кадровой политики, он стал активно привлекать на работу молодых сотрудников, а потому они сейчас составляют наиболее крупный возрастной сегмент наравне с сотрудниками старше 50 лет.

Среди респондентов 190 административных работников и 211 научно-педагогических работников; 40 % являются руководителями разного уровня (должность предусматривает руководство другими сотрудниками). При этом корреляция между категорией должности в университете и руководящей позицией является статистически значимой, но слабой ( $R_{\text{Пирсон}}=0,325$ ,  $\text{знч.}=0,000$ ), что говорит о том, что в выборке представлены разные комбинации категорий руководящих работников. Основную часть (218 человек) составляют сотрудники, занятые в университете на полную ставку, совместители (работающих не на полную ставку) составили четверть опрошенных (72 человека). В выборке НПРА соблюдены пропорции по полу, возрасту и категориям занимаемой должности.

Среди студентов было опрошено 90 женщин и 28 мужчин, что говорит о смещении данных в сторону женской аудитории. Однако, поскольку на уровне общей выборки пол респондента никак не влияет на получаемые по методике результаты, этим смещением можно пренебречь. Также в студенческой выборке соблюдены пропорции генеральной совокупности по возрасту и уровням обучения.

Таким образом, собранные данные позволяют содержательно интерпретировать ответы на адаптированную анкету для измерения корпоративной культуры по модели Д. Денисона.

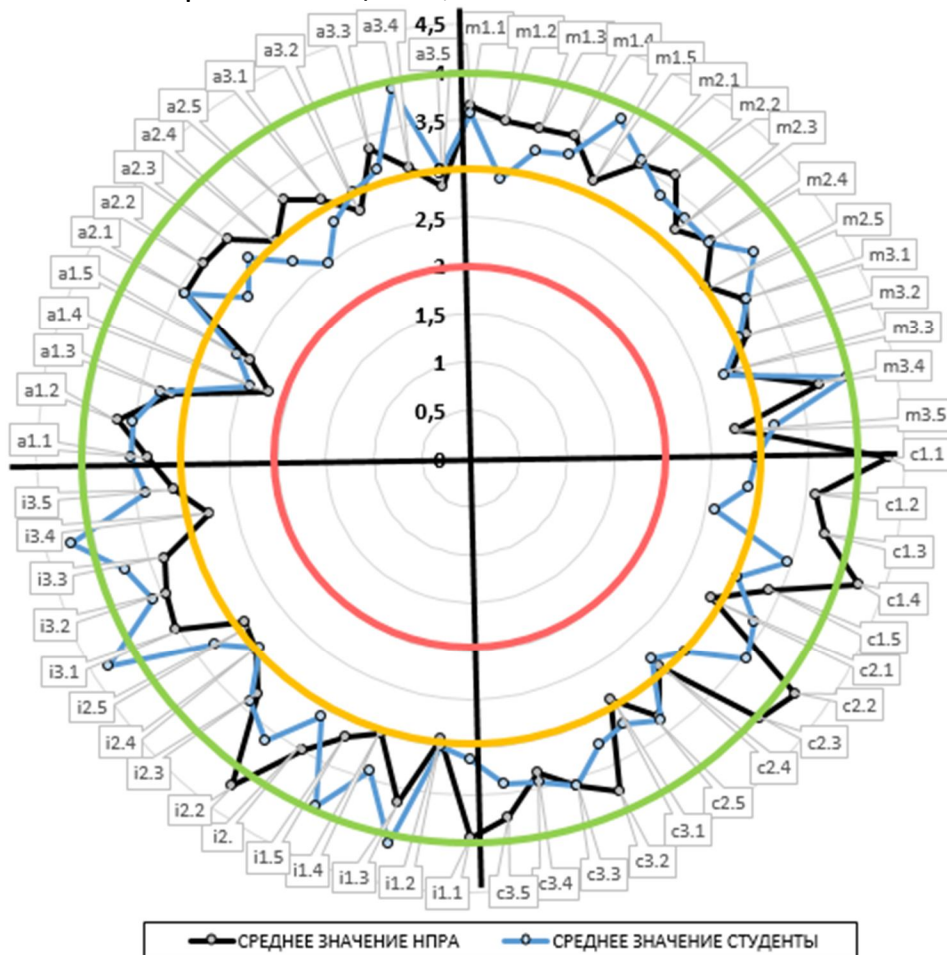
### **Профиль корпоративной культуры**

Приступая к содержательной интерпретации профиля корпоративной культуры Университета, поясним схему его интерпретации. Профиль на

---

<sup>4</sup> Согласно статистике демографического состава приведенного контингента Университета, представленной на его официальном сайте.

рис. 1 состоит из набора точек, соответствующих средним значениям оценок характеристик корпоративной культуры, полученных из ответов респондентов. Ответы представляют собой степень согласия с суждениями о ситуации в университете. Подписи означают кодировку суждения в базе данных, полную формулировку суждения в соответствии с кодировкой можно запросить у автора исследования. Все суждения сгруппированы по четырем секциям в соответствии с четырьмя аспектами корпоративной культуры: миссия, согласованность, вовлеченность и способность к адаптации. Внутри каждой секции суждения разделены на три группы, которые уточняют этот аспект корпоративной культуры. Используется 5-балльная шкала согласия респондентов с суждениями, где оценка «5» означает максимальное соответствие, а оценка «1» — минимальное. Цветными концентрическими кругами обозначены номинальные уровни оценок суждений: красным — зона негативных оценок; желтым — зона нейтральных оценок; зеленым — зона позитивных оценок.



**Рис. 1. Схема Денисона для НПРА и студентов (средние значения)**

Интерпретировать суждения нужно как оценку респондентов корпоративной культуры их университета, а не как её фактическое состояние. Вместе с тем, если респонденты воспринимают корпоративную культуру

и её отдельные элементы определенным образом, они действуют в соответствии со своим восприятием, конструируя фактическую корпоративную культуру университета, исходя из своих представлений [Бергер, Лукман, 1995]. Именно поэтому описание восприятия респондентами корпоративной культуры позволяет значимо расширить возможности использования данной схемы для описания реального состояния корпоративной культуры университета.

Согласно графическим данным на рис. 1, корпоративная культура Университета характеризуется умеренной степенью соответствия «идеалу» в восприятии студентов и сотрудников университета. Административные сотрудники выше всего оценивают состояние внутриуниверситетской культуры, характеризуя её как соответствующую их ожиданиям.

С позиции научно-педагогических и административных работников (далее НПРА), наибольшее преимущество корпоративной культуры Университета сосредоточено в коллективах кафедр, научных лабораторий и подразделений, где работники могут получить всю необходимую помощь и поддержку, достаточные полномочия для ведения дел, а также обсуждение всех наболевших вопросов и достижение консенсуса. В то же время сотрудникам не хватает налаженности взаимодействия между подразделениями, коллегиальных органов, эффективных при обсуждении накопившихся вопросов на уровне университета в целом. Сотрудники университета видят свою организацию как способную адаптироваться к изменениям внешней среды, успешно перестраивая внутренние принципы работы. Эта способность обеспечивается скорее тесным сотрудничеством подразделений и сотрудников внутри подразделений, чем инициативами руководства. Это говорит о том, что некоторые изменения не способствуют улучшению положения большинства сотрудников, а потому они встречают неформальное сопротивление. В тех случаях, когда сотрудники и студенты не имеют возможности упредить нежелательные изменения, сопротивление нововведениям становится одной из немногих доступных стратегий донести свои желания до администрации. НПРА не имеют институциональных возможностей ни поддерживать, ни оспаривать решения руководства: реформы часто «спускаются сверху», происходят без предварительного обсуждения. Многие из сотрудников считают подобный подход недопустимым и желают обсуждать проводимые реформы.

Студентам корпоративная культура их Университета представляется соответствующей их ожиданиям. Они имеют возможность выбирать дополнительные курсы, траектории обучения, соответствующие их интересам и потребностям; могут легко получать информацию о жизни универ-

ситета (например, официальный сайт, группы ВКонтакте или доски объявлений), а также говорят о том, что в Университете поощряются их инициатива и творчество. Студенты признают возможность участвовать в научных проектах, конференциях, научных семинарах, получать повышенную стипендию и другие поощрения в соответствии со своими учебными или иными достижениями. Все это складывается в хорошую ситуацию вовлеченности студентов в университетскую жизнь. Однако в то же время, студенты меньше могут рассчитывать на поддержку своих одноклассников (в отличие от коллективов НПРА), что приводит их к необходимости обращаться за решением наболевших вопросов к уполномоченным сотрудникам университета, что не всегда удаётся сделать быстро. Также, по их мнению, университет редко прислушивается к их мнениям в части принятия организационных решений: относительно изменений учебных планов, так и общей системы образовательного процесса. Если бы администрация университета чаще прислушивалась к мнению студентов, то эта часть профиля корпоративной культуры была бы значимо выше.

Адаптированная методика также позволяет предложить *ряд рекомендаций*, которые могут поспособствовать улучшению общего состояния культуры университета и её отдельных элементов. Поскольку научно-педагогические и административные работники однозначно высказались за то, что существующие в университете механизмы обсуждения и принятия коллегиальных решений на уровне университета недостаточно эффективны, необходимо детально изучить практики предложения и принятия коллегиальных решений на этом уровне. В зависимости от того, в какой части обсуждения возникает наибольшее число проблемных ситуаций, возможны различные стратегии повышения эффективности этих обсуждений, как правило, через реорганизацию конкретных этапов процесса обсуждения. К этому же блоку относятся предложения сотрудников о том, что проводимые нововведения необходимо обсуждать всем вовлеченным сторонам с тем, чтобы они прошли с наименьшими потерями, в отличие от текущей практики «спуска реформ сверху», когда рядовые сотрудники просто оказываются перед неизбежным фактом.

НПРА высказались за то, что в университете нет прямой зависимости заработной платы от результативности работы, что может свидетельствовать о недостаточной поддержке рабочих инициатив сотрудников (научных или культурно-образовательных). Конечно, редкий работник полностью удовлетворен своим размером оплаты труда, что неизменно приводит к занижению оценки удовлетворенности заработной платой в различных опросах сотрудников. Решением этого вопроса может стать

дополнительное стимулирование рабочих инициатив, которые соответствуют программным направлениям развития университета. Также научно-педагогические сотрудники высказались однозначно за то, что в университете есть мало возможностей для содействия получению научных, практических результатов в рамках своей научной области. Это может характеризоваться как отсутствием материального обеспечения лабораторий и кафедр, так и недостатком финансовой поддержки. Более детальная проработка этого вопроса поможет быстро решить возникшие затруднения.

Рекомендуется организовать мониторинг удовлетворенности трудом и центр по обработке его результатов. Такой мониторинг мог бы отражать актуальные предложения работников по улучшению условий своего труда; создание (либо реформирование имеющихся) коллегиальных органов принятия решений на уровне групп подразделений и университета в целом, которые бы предоставляли возможность обсуждать наболевшие вопросы; также налаживание системы «обратной связи», позволяющей администрации подробно объяснять сотрудникам смысл и цели проводимых изменений, предупреждать о возможности обсуждения этих изменений, а также указывать все возможные последствия (позитивные и негативные) этих изменений. Этот диалог будет способствовать налаживанию доверительных отношений между сотрудниками и администрацией, что является залогом долгосрочного процветания университета и его корпоративной культуры.

### **Выводы**

Представленные выше содержательные результаты, полученные на основе построенных профилей корпоративной культуры, позволяют провести сравнение существующей культуры университета с моделью культуры предпринимательского университета. Применение адаптированной методики Д. Денисона предполагает изучение связей отдельных характеристик культуры университета друг с другом, построение моделей зависимости профилей культуры от различных подразделений/групп сотрудников, разработку рекомендаций по корректировке различных административных решений. Данная методика позволяет относительно быстро охарактеризовать текущее состояние корпоративной культуры университета с позиций его внутренних стейкхолдеров. С её помощью можно не только выявить существующие проблемные зоны и показать имеющиеся ресурсы, но и расширить понимание функционирования корпоративной культуры организации применительно к модели предпринимательского университета. Помимо этого, разработанная методи-

ка позволяет сегментировать сотрудников университета относительно наибольших и наименьших оценочных профилей. Это означает, что при условии репрезентативного опроса сотрудников университета с помощью этой методики можно получить детальную информацию относительно отдельных структурных подразделений и отдельных социальных групп университета.

Модель Денисона отлично иллюстрирует переходный характер корпоративной культуры изученного Университета от модели социальной ориентированности к предпринимательской модели предпринимательской, что полностью согласуется с теоретическими представлениями о трансформациях культур организаций, которые занимают длительное время.

Тем не менее, произведенный замер имеет пробный характер. Полученные в ходе применения разработанной методики результаты, в соответствии с логикой реализации стратегии кейс-стади, должны быть верифицированы с помощью триангуляции данных, полученных с помощью других методов. Это поможет сформировать более точное видение существующих проблем и возможных путей их решения. Более того, поскольку методика была апробирована впервые, она нуждается в апробации на других кейсах с тем, чтобы выяснить содержательные и формальные границы её применимости и возможности сравнения различных профилей корпоративных культур.

### **Список использованной литературы**

5-100: Проект повышения конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров / Минобрнауки РФ. URL: [<http://5top100.ru/documents/regulations/>] (Дата обращения: 14.01.2016).

Бергер П., Лукман Т. (1995) Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум.

Волков А.Е., Кузьминов Я.И., Реморенко И.М., Рудник Б.Л., Фрумин И.Д., Якобсон Л.И. (2008) Российское образование – 2020: модель образования для инновационной экономики // Вопросы образования. № 1. С. 32–64.

Грудзинский А.О. (2004) Проектно-ориентированный университет. Профессиональная предпринимательская организация вуза. Н. Новгород: Изд-во ННГУ.

Денисон Д., Хойшберг Р., Лэйн Н., Лиф К. (2015) Изменение корпоративной культуры в организациях. СПб: Питер.

Камерон К., Куинн Р. (2001) Диагностика и изменение организационной культуры. СПб: Питер.

Кларк Б.Р. (2011) Создание предпринимательских университетов. М: ГУ–ВШЭ.

Константинов Г.Н., Филонович С.Р. (2005) Университеты, общество знания и парадоксы образования // Вопросы образования. № 4. С. 106–126.

Константинов Г.Н., Филонович С.Р. (2007) Что такое предпринимательский университет? // Вопросы образования. № 1. С. 49–62.

Российское образование. Федеральный портал. URL: <http://www.edu.ru/abitur/act.73/index.php> (дата обращения: 14.01.2016).

Спивак В.А. (2001) Корпоративная культура. СПб: Питер.

Стратегии развития российских вузов: ответы на новые вызовы (2008) / Под науч. ред. Н.Л. Титовой. М: МАКС Пресс.

Шейн Э.Х. (2002) Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. СПб: Питер.

Яблонскене Н.Л. (2006) Корпоративная культура современного университета // Университетское управление. № 2(42). С. 7–25.

Barnard Ch.I. (1938) The Functions of the Executive. Boston: Harvard University Press.

Brennan J. et al. (2008) Higher education looking forward: An agenda for future research. Strasbourg: European Science Foundation. URL: [[http://www.esf.org/fileadmin/Public\\_documents/Publications/HELFF\\_01.pdf](http://www.esf.org/fileadmin/Public_documents/Publications/HELFF_01.pdf)] (дата обращения: 12.11.2016)

Dalton M. (1959) Man Who Manage. N.Y.: Wiley.

Denison D.R. (1990) Corporate culture and organizational effectiveness. New York: John Wiley & Sons.

Handy C. (1996) Gods of Management: The Changing Work of Organizations. New York: Oxford University Press.

Schein E. (1990) Organizational culture // American Psychologist. 1990. Vol. 45. No. 2. P. 109–119.

Schein E. (1992) Organizational Culture and Leadership. N.Y.: John Wiley & Sons.

Slaughter S., Leslie L. (1997) Academic capitalism. Politics, Policies, and the Entrepreneurial University. Baltimore, MD: The John Hopkins University Press.

---

## **Measuring Corporate Culture of an Entrepreneurial University: An Adaptation of the D. Denison's Model**

Pavel V. Demin

Bachelor of Sociology, analyst at the Laboratory for University Development,  
NRU HSE Institute of Education

e-mail: [pdemin@hse.ru](mailto:pdemin@hse.ru)

The article is devoted to the development and validation of methods to measure corporate university culture on entrepreneurial university criteria, in accordance with the model of D. Denison and a corporate approach to the management of the University in the entrepreneurial university model. The paper proposes an original model of the corporate culture of the university, a description of measurement tools and procedures of the culture's levels and segments.

During the testing of the worked out tools and procedures in the framework of the methodological strategy case study a quantitative online survey of 400 research and teaching and administrative staff, as well as 189 students was conducted. Corporate culture profiles of all the types of internal stakeholders were shaped, the problem areas, systemic deficits and resources were identified. The results ex-



panded general understanding of the corporate culture functioning with respect to the entrepreneurial university model.

Keywords: corporate culture, university culture, entrepreneurial university, model of D. Denison, university management.

## References

5-100: Proekt povysheniya konkurentosposobnosti vedushchikh rossiyskikh uni-versitetov sredi vedushchikh mirovyikh nauchno-obrazovatelnykh tsentrov / Mini-sterstvo obrazovaniya i nauki Rossiyskoy Federatsii. URL: [<http://5top100.ru/documents/regulations/>] (date of access: 14.01.2016). (in Russian)

Barnard Ch.I. (1938) *The Functions of the Executive*. Boston: Harvard University Press.

Berger P., Luckman T. (1995) *Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti. Traktat po sotsiologii znaniya*. M.: Medium. (in Russian)

Brennan J. et al. (2008) *Higher education looking forward: An agenda for future research*. Strasbourg: European Science Foundation. URL: [[http://www.esf.org/fileadmin/Public\\_documents/Publications/HELFF\\_01.pdf](http://www.esf.org/fileadmin/Public_documents/Publications/HELFF_01.pdf)] (date of access: 12.11.2016)

Cameron K., Quinn R. (2001) *Diagnostika i izmeneniye organizatsionnoy kultury*. SPb.: Piter. (in Russian)

Clark B.R. (2011) *Sozdaniye predprinimatelskikh universitetov*. M: GU-VShE. (in Russian)

Dalton M. (1959) *Man Who Manage*. N.Y.: Wiley.

Denison D., Heuschberg R., Lain N., Leef K. (2015) *Izmeneniye korporativnoy kultury v organizatsiyakh*. SPb.: Piter. (in Russian)

Denison D.R. (1990) *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York: John Wiley & Sons.

Grudzinskiy A.O. (2004) *Proektno-orientirovanniy universitet. Professionalnaya predprinimatelskaya organizatsiya vuza*. N. Novgorod: NNGU. (in Russian)

Handy C. (1996) *Gods of Management: The Changing Work of Organizations*. New York: Oxford University Press.

Konstantinov G.N., Filonovich S.R. (2005) *University, obshchestvo znaniya i paradoksy obrazovaniya // Voprosy obrazovaniya*. No. 4. S. 106–126. (in Russian)

Konstantinov G.N., Filonovich S.R. (2007) *Chto takoe predprinimatelskiy universitet? // Voprosy obrazovaniya*. No. 1. S. 49–62. (in Russian)

Rossiyskoye obrazovaniye: Federalnyy portal. URL: [<http://www.edu.ru/abitur/act.73/index.php>] (date of access: 14.01.2016) (in Russian)

Schein E. (1990) *Organizational culture // American Psychologist*. 1990. Vol. 45. No. 2. P. 109–119.

Schein E. (1992) *Organizational Culture and Leadership*. N.Y.: John Wiley & Sons.

Shein E.X. (2002) *Organizatsionnaya kultura i liderstvo / Per. s angl. pod red. V.A. Spivaka*. SPb.: Piter. (in Russian)

Slaughter S., Leslie L. (1997) *Academic capitalism. Politics, Policies, and the Entrepreneurial University*. Baltimore, MD: The John Hopkins University Press.

Spivak V.A. (2001) *Korporativnaya kultura*. SPb.: Piter. (in Russian)

Strategii razvitiya rossiyskikh vuzov: otvety na novye vyzovy (2008) / Pod nauch. red. N.L. Titovoy. M: MAKS Press. (in Russian)

Volkov A.E., Kuzminov Ya.I., Remorenko I.M., Rudnik B.L., Frumin I.D., Yakobson L.I. (2008) Rossiyskoe obrazovanie – 2020: model obrazovaniya dlya innovatsionnoy ekonomiki // Voprosy obrazovaniya. No. 1. S. 32–64. (in Russian)

Yablonskene N.L. (2006) Korporativnaya kultura sovremennogo universiteta // Universitetskoe upravlenie. No. 2(42). S. 7–25. (in Russian)

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Демин П.В. Опыт адаптации модели Д. Денисона к измерению корпоративной культуры предпринимательского университета // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 115–130.

Demin P.V. Measuring Corporate Culture of an Entrepreneurial University: An Adaptation of the D. Denison's Model // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshtanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 115–130.

## **Независимая оценка качества: движение к эффективной институционализации или к институциональной ловушке?**

Анна Владимировна Мытиль  
старший научный сотрудник  
Отдела теоретического анализа социальных трансформаций  
Института социологии РАН  
e-mail: [awmytil@gmail.com](mailto:awmytil@gmail.com)

Ольга Николаевна Дудченко  
кандидат экономических наук, старший научный сотрудник  
Отдела теоретического анализа социальных трансформаций  
Института социологии РАН  
e-mail: [odoudchenko@gmail.com](mailto:odoudchenko@gmail.com)

Ольга Борисовна Савинская  
кандидат социологических наук, доцент кафедры методов сбора и анализа  
социологической информации  
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»  
e-mail: [osavinskaya@hse.ru](mailto:osavinskaya@hse.ru)

Анализируется опыт внедрения новой формы обратной связи с потребителями услуг социальной сферы — независимой оценки качества (НОК) работы социальных организаций. Представлен краткий обзор региональных проектов НОК, рассмотрен кейс независимой оценки качества работы социальных организаций Москвы (2015 г.), в котором авторы принимали непосредственное участие. Собранный массив данных анализируется с точки зрения его использования, как в практике управления, так и в развитии методологии оценочных исследований. Специальное внимание уделено истории нормативной базы НОК как основы для дальнейшего становления НОК как социального института.

Ключевые слова: независимая оценка качества, социальная инновация, социальный институт, институциональная ловушка, взаимодействие.

### **Введение**

Независимая оценка качества (НОК) — это социальная инновация, предназначенная для оценки работы государственных организаций в социальной сфере. Она впервые была заявлена в середине 2012 г.<sup>1</sup>, содержательно раскрыта в конце 2013 г. как «форма общественного контроля», целью которого является «предоставление получателям соци-

---

<sup>1</sup> Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 г. №597.

альных услуг информации о качестве оказания услуг организациями социального обслуживания»<sup>2</sup>, полностью формализована в конце 2014 г.<sup>3</sup>. По сути, независимая оценка качества (НОК) — это исследовательская процедура, методология которой строится вокруг законодательно утвержденных критериев оценки. Она нацелена на сбор информации, на основе которой рассчитывается итоговый рейтинг для каждой организации, попавшей в выборку исследования.

Основные акторы, вовлеченные в эту процедуру, тоже законодательно определены. Во-первых, это общественные советы, которые либо уже существуют при органах исполнительной власти разных уровней (от федерального до местного самоуправления), либо создаются при них специально под проект НОК. При этом определение «орган исполнительной власти» (ОИВ) — это общее название вышестоящего по отношению к оцениваемым организациям органа власти. Так, например, для московских Центров социальной помощи семье и детям, а именно их исследование в 2015 г. стало эмпирической основой этого материала, вышестоящей организацией, тем самым ОИВ, является Департамент труда и социальной защиты населения города Москвы. А в Самарской области, например, — Министерство социально-демографической и семейной политики, в Сыктывкаре — Министерство культуры, туризма и архивного дела Республики Коми. Поскольку общественный совет существует при ОИВ и подает именно ему результаты НОК со своими рекомендациями, то и сам этот орган тоже является актором процедуры НОК.

Так же очевидно, что в перечень акторов, непосредственно связанных с НОК, должны быть включены руководители (представители) и сотрудники социальных организаций, являющихся объектом оценки. Помимо этого актором НОК, естественно, является индивидуальный потребитель социальных услуг и общественные организации, представляющие его интересы. Возможность учета мнений последних также закреплена на уровне законодательства.

Как видно из нашего первичного описания НОК, акторы и их роли, казалось бы расписаны и не вызывают сомнений. Однако детальное погружение в практику проведения НОК и его последующее осмысление рождает множество вопросов относительно дальнейшего развития этой законодательно закреплённой, но еще не устоявшейся, еще не «опривыченной» практики. Смыслы, процедуры, взаимодействие стали для нас

---

<sup>2</sup> Федеральный закон № 442 «Об основах социального обслуживания граждан РФ» от 20.12.2013 г. (вступил в силу 01.01.2015 г.).

<sup>3</sup> Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ № 995н от 08.12.2014 г.

ключевыми понятиями при анализе перспектив НОК как социальной инновации. Разовьется ли она в эффективный социальный институт или, наоборот, увязнет в институциональной ловушке еще раньше, чем станет социальным институтом?

### **К рефлексии понятия НОК и ситуации институционализации**

Некоторые авторы [Рагозина, Цацура, 2015] уже называют НОК «социальным институтом». По нашему мнению, такая оценка преждевременна. Ориентируясь на типологию, разработанную Е.В. Поповым и соавторами [Попов и др., 2015: 840–841], независимую оценку качества можно отнести к социальным инновациям, спущенным «сверху», реализуемым на общенациональном уровне с частичным государственным участием. Именно такое определение на данный момент нам представляется более точным. Рассмотрение независимой оценки качества как социальной инновации позволяет сконцентрировать внимание не только на новизне этой оценочной процедуры и складывающейся системе взаимодействия вовлеченных в нее акторов, но и на социальном эффекте, возникающем в ходе ее реализации и после нее. Теоретически этот эффект заключается в создании новых или улучшении имеющихся систем взаимодействия, способствующих эффективному использованию имеющихся ресурсов и расширению социальных возможностей [Bund et al., 2013].

Почему мы предлагаем не торопиться с приданием НОК статуса социального института? В первую очередь потому, что эта процедура пока находится в стадии адаптации с точки зрения методологии исследования, оценки полезности результатов, алгоритмов взаимодействия.

Нам могут возразить, что отдельные регионы начали реализацию НОК еще в 2014-м, а то и в 2013-м годах. Некоторые из них, например Ханты-Мансийский автономный округ [Методика..., 2014], Архангельская область [Кудрина Ю.В. и др., 2015] уже издали сборники методических рекомендаций по проведению независимой оценки качества. Более того, ряд организаций (например, Фонд «Центр гражданского анализа и независимых исследований «ГРАНИ») активно продвигают аналитическую продукцию [Грищукова, 2014], обучающие семинары [Формирование независимой..., 2014], основанные на обобщении регионального опыта реализации НОК, содержащие пошаговые рекомендации.

Можно только приветствовать усилия коллег, направленные на некое подведение региональных итогов, распространение опыта реализации НОК. Однако есть одно «но». В методико-методологическом плане исследования НОК, проведенные до 2015 г. (а большинство материалов подготовлено именно на опыте проведения НОК в 2013–2014 гг.) и после него — это принципиально разные сюжеты. Это связано с выходом в де-

кабре 2014 г. Приказа Минтруда России №995н, который полностью регламентировал показатели независимой оценки качества. Иными словами, было жестко предписано, что именно необходимо измерять, каким образом это измерение должно быть осуществлено, и как подсчитывать итоговый результат.

До этого регионы имели больше возможности наполнить НОК своими смыслами, которые шли от непосредственной практики развития социальной сферы. Если сделать обзор сайтов региональных уполномоченных органов исполнительной власти, на которых, согласно законодательству, размещена информация о ходе независимой оценки качества, то можно отметить два существенных момента.

Первый момент состоит в том, что в течение 2013–2014 гг. (отчасти и 2015 г., если процедура НОК проводилась в начале года) исследования были более компактными. Их центральным элементом были различного рода опросные методы: анкетный опрос потребителей социальных услуг, экспертные опросы представителей общественных организаций, сотрудников социальных учреждений. Также использовался метод наблюдения, в котором принимало участие локальное экспертное сообщество из числа научных работников, специализирующихся на разработке данной тематики. Так обеспечивалось представительство оценок всех основных акторов, заинтересованных в развитии социальной сферы, не имеющих конфликта интересов, на всех этапах реализации НОК. И смысл независимой оценки качества, отличающий ее от иных способов оценки со стороны гражданского общества и контролирующих органов, заключался в комплексном анализе мнений всех заинтересованных сторон относительно перспектив развития социальной сферы и необходимых шагов, которые нужно предпринять для нивелирования выявленных проблем.

Второй момент, который тоже связан с активным осмыслением полезности процедуры НОК, касается не самой процедуры оценки, а применения ее результатов. Он заключается в поиске наиболее эффективного использования результатов этой процедуры и в практической (администрирование, управление) области, и в исследовательской сфере.

С учетом того, что законодательство априори утверждало НОК в качестве регионального инструмента, дающего возможность проявления локальных «форм общественного контроля», очевидно, что регионы были ориентированы на поиск дополнительных возможностей, которые может дать процедура НОК в данных, конкретных условиях. Так, например, в Самарской области после проведения НОК было принято решение выделять одну социальную проблему для более глубокого изучения [До-

клад по итогам..., 2013]. В нескольких регионах (например, в Вологодской области и Республике Крым) проведение НОК дало импульс к тому, чтобы учитывать мнение потребителей и других, заинтересованных в НОК акторов в режиме мониторинга с помощью онлайн анкеты, выложенной на официальных правительственных сайтах.

Иными словами, до полной формализации и регламентации НОК, следовавшей вслед за выходом Приказа Минтруда России №995н, шел живой конструктивный процесс освоения и доработки инструмента регионами, в том числе, связанный с поисками своих смыслов и полезных свойств данных, полученных на основе пяти критериев оценки, содержащихся в ФЗ-442:

- открытость и доступность информации об организации социального обслуживания;
- комфортность условий предоставления социальных услуг и доступность их получения;
- время ожидания предоставления социальной услуги;
- доброжелательность, вежливость, компетентность работников организаций социального обслуживания;
- удовлетворенность качеством оказания услуг.

Каждый из этих критериев является универсальным. И их дальнейшая операционализация могла бы иметь свой региональные особенности, различаясь от региона к региону, хотя внутри региона сохранялась бы возможность сопоставления итоговых результатов оценки социальных учреждений, предоставляющих различный набор услуг.

Что означал этот Приказ для регионов, уже имевших опыт реализации НОК? В первую очередь, необходимость перекройки всей методико-методологической базы. Согласно Приказу Минтруда России №995н, НОК должна строиться на сборе информации по 22-м основным и 30-ти вспомогательным показателям. В табл. 1 эти нормативные показатели сведены в исходные пять критериев оценки.

Однако вопрос о необходимости столь тщательного описания показателей НОК остается открытым. Если бы не в ведомственных приказах, а в федеральном законодательстве (442-ФЗ) ставилась задача сравнения качества оказания социальных услуг в регионах России, тогда бы применение единой методологии было бы не только уместным, но и необходимым. Если же в федеральном законодательстве НОК определена как региональная процедура, общественным советам даны полномочия по расширению списка показателей, то регламентация Минтруда выглядит неоправданно избыточной. Трактовка НОК именно как регионального инструмента социальной политики, а не как универсальной процедуры,

направленной на сравнение всех со всеми, является, по нашему мнению, наиболее соответствующей и духу НОК как внешнего гражданского контроля, и логике практического применения результатов. Бюджеты на социальную сферу формируются в регионах, и они являются основным субъектом разработки стратегии и корректировки проблемных аспектов социального развития региона.

**Таблица 1. Методики, применявшиеся при реализации НОК в г. Москве в 2015 г.**

Критерии оценки НОК	Методики
<b>I. Открытость и доступность информации об организации социального обслуживания</b>	Контент-анализ сайтов; Телефонный опрос; Наблюдение; Опрос потребителей услуг
<b>II. Комфортность условий предоставления социальных услуг и доступность их получения</b>	Наблюдение; Опрос потребителей услуг; Нормативная документация, данные ведомственной статистики
<b>III. Время ожидания предоставления социальной услуги</b>	Опрос потребителей услуг Наблюдение
<b>IV. Доброжелательность, вежливость, компетентность работников организаций социального обслуживания</b>	Опрос потребителей услуг; Нормативная документация, данные ведомственной статистики
<b>V. Удовлетворенность качеством оказания услуг</b>	Опрос потребителей услуг; Нормативная документация, данные ведомственной статистики

В дополнение к этому введение новых показателей означает необходимость введения новых методов и процедур исследования, утяжеление исследовательского арсенала. Мы уже говорили выше, что Приказ Минтруда №995н не только утвердил обширный перечень показателей, но и снабдил их комментариями в отношении методов, которые должны быть применены для получения информации. Здесь уже одними опросами – сколь бы хорошо они ни освещали проблему независимой оценки для конкретного региона – не обойтись. Так, например, в г. Москве при проведении НОК социальных учреждений, оказывающих помощь семье и детям (ЦСПСиД), в 2015 г. применялось пять различных методик [Савинская и др., 2017].

### **Измеряют ли показатели НОК качество работы организаций?**

Несмотря на то, что показатели в Приказе Минтруда №995н также сгруппированы вокруг пяти критериев, они, однако, не одинаково полезны для оценки качества работы организации. Часть из них несут в се-



бе ряд методических и смысловых ошибок, которые снижают или даже нивелируют полезность НОК.

Во-первых, некоторые показатели скорее отражают не гражданский контроль за деятельностью организаций, а желание разработчика за счет НОК изучить соответствие деятельности социального учреждения требованиям законодательства и Национальных стандартов деятельности в социальной сфере. Сюда относятся как показатели, в которых необходимо соотнести данные ведомственной статистики с нормативами по повышению квалификации или зафиксировать факт наличия стандартного сайта у организации и его типичного официозного наполнения. Мы насчитали, что таковыми являются 28% показателей, содержащихся в Приказе. Создается такое впечатление, что сам предмет НОК расплывается, все в большей степени скатывается в область проверок. Это первое наблюдение, которое бросается в глаза при заинтересованном ознакомлении с перечнем показателей, обозначенным в Приказе.

В-вторых, ряд показателей, а это 10% из всего перечня, вообще не связан с компетенцией деятельности социальной организации. Например, один из показателей звучит следующим образом: «Наличие возможности направления заявления (жалобы), предложений и отзывов о качестве предоставления социальных услуг по телефону/на "горячую линию" уполномоченного исполнительного органа государственной власти в сфере социального обслуживания». То же самое можно сказать в отношении показателя «Наличие возможности направления заявления (жалобы), предложений и отзывов о качестве предоставления социальных услуг на официальном сайте уполномоченного исполнительного органа государственной власти в сфере социального обслуживания в сети "Интернет"». Какое отношение имеют эти показатели к оценке работы социального учреждения? Если речь идет о том, чтобы оценивать работу социального учреждения, исходя из того, насколько подробно оно информирует потребителей социальных услуг о возможности направления жалобы в вышестоящую организацию, то стоило именно так и обозначить критерий. При той степени детализации, которая заложена в Приказ, это бы выглядело логично. Но включение оценки работы вышестоящей организации в качестве критерия для социального учреждения выглядит абсурдно.

К аналогичным показателям относятся и те, которые характеризуют удобство здания и прилегающей к нему территории. На их улучшение социальные учреждения влиять не могут, поскольку размещение учреждений находится в ведении вышестоящей организации.

**Таблица 2. Суммарные средние баллы «важности» показателей, входящих в блоки, и возможности социальных учреждений «влиять» на их изменение (шкала измерения о «1» до «10», средние баллы)**

Интегральные показатели, блоки показателей НОК	Важность	Влияние
4. Доброжелательность, вежливость, компетентность работников организаций социального обслуживания	9,3	9,2
1. Открытость и доступность информации об организации социального обслуживания	8,2	8,8
5. Удовлетворённость качеством оказания услуг	8,8	8,0
3. Время ожидания предоставления социальной услуги	6,3	8,3
2. Комфортность условий предоставления социальных услуг и доступность их получения	7,4	5,6

Источник информации: Экспертный опрос, 2016.

Если бы независимая оценка качества была предназначена для характеристики работы не только отдельно взятой социальной организации, но и вышестоящего органа исполнительной власти или положения дел в социальной сфере в целом, тогда могла бы и должна была бы идти речь о включении таких и подобных им показателей. Но законодательством определено, что оценивается только качество предоставления социальных услуг конкретной социальной организацией. И логично было бы оставить в НОК только те показатели, которые связаны с компетенцией именно социальной организации, ее реальными возможностями влиять на изменение каждого из показателей.

Вопрос компетенций — это, по сути, центральный вопрос, который определяет целесообразность оценки и эффективность инструментария исследования. В течение 2016 г. мы провели серию групповых экспертных интервью с руководителями социальных учреждений, где попросили оценить, в чьей компетенции находится тот или иной показатель. По мнению экспертов, ряд показателей, входящих в НОК, не зависит от усилий самой организации (см. табл. 2). Этот вывод подтверждается и другими исследователями [Рагозина, Цацура, 2015: 8].

В третьих, **ряд показателей**, которые, согласно Приказу, должны измеряться с помощью опроса потребителей, **не являются объектом оценки мнений**. Например, показатель 1 из блока «характеристики времени ожидания предоставления социальной услуги»: «Доля получателей социальных услуг, которые ожидали предоставление услуги в организации социального обслуживания больше срока, установленного при назначении данной услуги, от общего числа опрошенных». Здесь от респондентов требуется экспертное знание нормативов относительно сроков предоставления социальных услуг, при том, что не все социальные

услуги характеризуются с помощью этих нормативов. Здесь также идет апелляция к прошлому, которое, как хорошо известно, искажается со временем, не может быть объективно оценено методом массового опроса [Ядов, 1999]. Второй показатель этого блока страдает той же методической ошибкой. Респонденту предлагается оценить «среднее время ожидания приема к специалисту организации социального обслуживания при личном обращении граждан для получения информации о работе организации социального обслуживания, порядке предоставления социальных услуг (среди опрошенных потребителей социальных услуг)». Здесь идет апелляция к предыдущему опыту, при этом респонденту необходимо вместить свои воспоминания в следующий интервальный ряд: (а) менее 15-ти минут; (б) от 15-ти до 30-ти минут; (в) более 30-ти минут.

На наш взгляд, этой «ученической» ошибки можно было бы избежать консультациями авторов Приказа со специалистами в области социологических исследований. Пренебрежение законодателей и исполнителей закона из числа профильных министерств, ведомств диалогом с экспертным сообществом делает недоразумения, подобные тем, которые мы рассмотрели выше, неизбежными. И чем на более высоком уровне они происходят, тем больше ущерба они причиняют. При этом издержки от социологической некомпетентности авторов нормативных документов измеряются не только и не столько в размере «морального» ущерба профессиональному сообществу, мнением которого пренебрегли, но и во вполне подсчитываемых экономических потерях, связанных с необходимостью адаптации таких показателей для конкретных измерений.

Так или иначе, но Приказ Минтруда РФ №995н, благодаря которому чрезвычайно расширился перечень показателей НОК, обозначил новую веху в апробации методики НОК. Все, что было сделано регионами до этого момента, безусловно, является полезным для налаживания взаимодействия акторов, осмысления полезных эффектов процедуры как таковой. Но то, что непосредственно было связано с методологией и методикой оценки, нуждалось и в переработке, и в переосмыслении.

### **Опыт Москвы**

По сути дела, можно сказать, что, начиная с 2015 г., идет апробационный этап методологии исследования НОК. И мы хотели бы в данном материале показать, как этот апробационный этап проходил в городе Москве в 2015–2016 гг.

В 2015 г. в рамках реализации НОК был произведен комплекс исследовательских процедур, которые были представлены выше (см. табл. 1). В первую очередь, Общественным советом Департаментом труда и со-

циальной защиты населения г. Москвы (ОС ДТСЗН) были выбраны социальные организации, которые являлись объектом оценки. Они репрезентировали практически все административные округа г. Москвы. В результате в перечень объектов оценки были внесены 28 социальных учреждений г. Москвы, оказывающих помощь семьям с детьми, и еще 16 их филиалов. Необходимо отметить, что наряду с Центрами социальной помощи семье и детям, которые предоставляют стандартные социальные услуги, в перечень объектов оценки также были включены «Кризисный центр помощи женщинам и детям» и его филиал «Специализированный дом ребенка» [Савинская и др., 2017].

На наш взгляд, выбор объектов исследования, особенно при такой детализации показателей, которая содержится в Приказе Минтруда РФ №995н, является достаточно сложной процедурой. И основное требование, которое к ней предъявляется, описывается логической формулой: чем более обширен перечень показателей оценки, тем более однородными должны быть услуги организаций, подлежащих этой оценке.

В противном случае мы сталкиваемся с неадекватностью исследовательского инструмента изучаемой ситуации. Первый вопрос, который встает, когда речь идет о включении в перечень объектов оценки социальных учреждений типа «Специализированного дома ребенка»: можно ли на основе одного инструментария собирать мнения добровольных и «вынужденных» потребителей социальной услуги? И если даже мы аккуратно собрали эти мнения, о чем они могут свидетельствовать?

Это был один из тех вопросов, который был вынесен на повестку обсуждения с ОС ДТСЗН по итогам проведения НОК в 2015 г. Общественное обсуждение, которое прошло в декабре 2015 г., показало, что здесь есть много вопросов, которые касаются не только организационно-методологических, но и сущностных вопросов, связанных со спецификой НОК (в отличие от проверок контролирующими органами) и ее использованием для развития социальной сферы в г. Москве.

В чем заключается содержательная польза независимой оценки качества работы социальных учреждений, в чем ее содержание:

- в контроле за соблюдением законодательства и отраслевых стандартов?
- в оценке работы социальной сферы и качества отдельных социальных услуг?
- в проверке работы конкретных организаций в конкретных условиях?

Все эти трактовки звучали в ходе общественного обсуждения, но ни одна из них не была единодушно поддержана. Акцент на этом вопросе, на наш взгляд, является совершенно обоснованным, поскольку избега-

ние попадания в институциональную ловушку [Полтерович, 2004] возможно тогда, когда польза процедуры является ощутимой для всех акторов, которые в нее вовлечены.

Следующий вопрос, тоже касающийся снижения рисков попасть в институциональную ловушку, связан с оптимизацией процедур взаимодействия акторов. Здесь речь идет о регламенте взаимодействия общественного совета с другими заинтересованными в реализации НОК субъектами, организациями. Зачастую процедурные вопросы «выпадают» из повестки взаимодействия органов исполнительной власти и общественных советов, с одной стороны, и экспертного сообщества — с другой. Тем не менее они важны, поскольку определяют порядок осуществления процедур, последовательность действий. И если в регламенте записано, что сначала общественный совет утверждает инструментарий НОК, а уже потом выбирает членов научного сообщества, которые будут обеспечивать экспертную поддержку проекта, то подготовка валидного и надежного инструментария может оказаться под вопросом.

Необходимо отметить, что этот вопрос тоже входил в комплекс мер по оптимизации НОК и подготовке нового положения о порядке проведения НОК на 2017 г. Помимо этого в ходе анализа были сформулированы предложения по оптимизации перечня показателей, которые входят в региональный (московский) набор для интегральной оценки НОК, и процедур применения конкретных методов исследования.

Однако, кроме этого нужен поступательный процесс создания позитивной институциональной среды. Для этого требуется ряд последовательных действий, который, при осознании его эффективности, целесообразно определить в виде регламента взаимодействия различных организаций, акторов, вовлеченных в осуществление процесса независимой оценки качества.

1. Создание площадок (в перспективе межрегиональных) для артикуляции, обсуждения и информационного сопровождения общего понимания смысла и целей НОК с привлечением представителей всех заинтересованных сторон: потребителей, социальных работников, общественных организаций, органов исполнительной власти и т.д.

2. Достижение баланса вовлеченности, участия и выражения мнения со стороны всех акторов НОК. Эта задача решается и на этапе целеполагания (определения задач, стоящих перед НОК), и на этапе реализации: выработки конкретных мер на основе полученных в ходе реализации этой процедуры данных. В соответствии с законодательством, обязательными акторами НОК являются: органы исполнительной власти, общественные советы, созданные при этих органах власти, социальные учреждения, получате-

ли социальных услуг и их ассоциированные представители в виде общественных организаций, экспертное сообщество. Также в целях распространения позитивного эффекта НОК к обсуждениям целесообразно привлекать представителей средств массовой информации.

3. Законодательно закреплённая возможность модификации методологии НОК на уровне регионов в соответствии со стоящими перед ней целями и задачами, коррекции перечня ее показателей.

### **Заключение**

В отношении НОК складывается парадоксальная ситуация, даже с учетом того, что она, по сути, являлась социальной инициативой «сверху», подтвержденной всем рискам, связанными с этим. Как ни странно, она была благожелательно воспринята «снизу», т.е. со стороны сотрудников социальных организаций, которые видели в ней возможность «получения стороннего взгляда» на свою работу со стороны потребителей услуг. Мы говорим «как ни странно» потому, что изначально процедура НОК была достаточно неопределенной не только по своей процедурной части, но и по способам учета ее результатов. И, как показывают результаты наблюдений, многие респонденты боялись, что НОК станет инструментом для еще большего сокращения социальной сферы и бесплатных социальных услуг для нуждающихся в них.

Однако со стороны инициаторов НОК, к которым можно отнести Президента России, при анонсировании НОК изначально шла речь об активизации народного обсуждения, его вовлечения в оценку организаций социальной сферы. НОК позиционировалась как «форма общественного контроля». Однако на деле этот принцип не может реализоваться в силу слишком жестких нормативных правил. Если же проследить динамику нормативной базы НОК, то станет очевидным, что возможности народного обсуждения сводятся к «принятию к сведению», а форма общественного контроля все больше скатывается в область привычных проверок и взаимопроверок.

### **Список использованной литературы**

Грищукова Т. (2014) Независимая оценка качества оказания услуг организациями социальной сферы: справочник для некоммерческих организаций / Фонд «Центр гражданского анализа и независимых исследований «ГРАНИ». [Электронный ресурс]. URL: [http://www.kdobru.ru/netcat\\_files/171/143/spravochnik\\_nezavisimaya\\_ocenka\\_kachestva\\_okazaniya\\_uslug\\_organizaciyami\\_socialnoy\\_sfery\\_0.pdf](http://www.kdobru.ru/netcat_files/171/143/spravochnik_nezavisimaya_ocenka_kachestva_okazaniya_uslug_organizaciyami_socialnoy_sfery_0.pdf) (доступ 05.06.2015).

Доклад по итогам реализации пилотного проекта по проведению независимой оценки качества работы государственных (муниципальных) учреждений социального обслуживания в Самарской области. Протокол №4 от 10.07.2013 [Электронный ресурс]. URL:

<http://minsocdem.samregion.ru/dokumenty/pisma-doklady/doklad-po-itogam-realizacii-pilotnogo-proekta-po-provedeniyu-nezavisimoy> (доступ 05.06.2016).

Кудрина Ю. Н., Руссова О. Н., Шинкарева Е. Ю. (2015) Независимая оценка качества оказания социальных услуг: методическое пособие по проведению независимой оценки качества оказания услуг организациями социального обслуживания. Архангельск: Лоция.

Методика проведения независимой оценки качества работы организаций социального обслуживания Ханты-Мансийского автономного округа – Югры / авт.-сост. Г.Г. Фахретдинова, Н.А. Соломеина. Сургут: Изд-во бюджетного учреждения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Методический центр развития социального обслуживания», 2014.

Полтерович В.М. (2004) Общество и реформы. Институциональные ловушки: есть ли выход? // *Общественные науки и современность*. №3. С. 5–16.

Попов Е.В., Омонов Ж.К., Веретенникова А.Ю. (2015) Многопараметрическая классификация социальных инноваций // *Вестник УрФУ. Серия экономика и управление*. Том 14. №6. С. 836–867.

Рагозина Л.Г., Цацура Е.А. (2015) Независимая оценка качества оказания социальных услуг: первые результаты // *Мониторинг общественного мнения*. №1 (125). С. 3–13.

Савинская О.Б., Дудченко О.Н., Мытиль А.В. (2017) Методический аудит независимой оценки качества в социальной сфере: возможности и ограничения // *Журнал исследований социальной политики*. №1 (в печати).

Формирование независимой системы оценки качества работы организаций, оказывающих социальные услуги (2014) / *Материалы II Школы старших советников-консультантов в рамках программы «Межрегиональный ресурсный центр для поддержки участия СОНКО в повышении качества и доступности социальных услуг и в эффективном публичном управлении в социальной сфере» (27–28 марта, 2014 г.) [Электронный ресурс]*. URL: [http://grany-center.org/sites/default/files/files/page/seminar\\_nezavisimaya\\_ocenka\\_os.pdf](http://grany-center.org/sites/default/files/files/page/seminar_nezavisimaya_ocenka_os.pdf) (доступ 05.06.2015).

Ядов В.А. (1999) *Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности*. М.: Добросвет.

Bund E., Hubrich D.-K., Schmitz B., Mildenerger G., Krlev G. (2013) *Paving the Way to Measurement — A Blueprint for Social Innovation Metrics. A Short Guide to the Research for Policy Makers (A deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe” (TEPSIE), European Commission — 7th Framework Programme)*. Brussels: European Commission, DG Research.

---

## **Independent quality assessment: an effective institutionalization or institutional trap?**

Anna V. Mytil

Senior Researcher, Division of theoretical analysis of social transformations

Institute of Sociology RAS

e-mail: [awmytil@gmail.com](mailto:awmytil@gmail.com)

**Olga V. Doudchenko**  
candidate of economic sciences,  
senior researcher, Division of theoretical analysis of social transformations  
Institute of Sociology, RAS  
e-mail: odoudchenko@gmail.com

**Ol'ga B. Savinskaya**  
candidate of sociological sciences, assistant professor,  
National Research University "Higher School of Economics"  
e-mail: osavinskaya@hse.ru

Experience of implementing a new form of feedback with social services customer — an Independent Quality Assessment (IQA) of the activities of social organizations. A number of regional projects of IQA are reviewed, and the case of Moscow (2015), in which the authors took their parts, is focused. The collected data set is analyzed in terms of its use, both in perspectives of management practices and of elaborating methodology of evaluational research. Special attention is paid to the history of the regulatory framework of the IQA as a basis for the further its establishment as a social institution.

Keywords: independent quality assessment; social innovation; social institution; institutional trap; social interaction.

### **References**

Grishchukova T. (2014) Nezavisimaya otsenka kachestva okazaniya uslug organizatsiyami sotsial'noy sfery: spravochnik dlya nekommercheskikh organizatsiy / Fond «Tsentr grazhdanskogo analiza i nezavisimyykh issledovaniy «GRANI». [Elektronnyy resurs]. URL: [http://www.kdobru.ru/netcat\\_files/171/143/spravochnik\\_nezavisimaya\\_ocenka\\_kachestva\\_okazaniya\\_uslug\\_organizatsiyami\\_socialnoy\\_sfery\\_0.pdf](http://www.kdobru.ru/netcat_files/171/143/spravochnik_nezavisimaya_ocenka_kachestva_okazaniya_uslug_organizatsiyami_socialnoy_sfery_0.pdf) (dostup 05.06.2015). (in Russian)

Doklad po itogam realizatsii pilotnogo proekta po provedeniyu nezavisimoy otsenki kachestva raboty gosudarstvennykh (munitsipal'nykh) uchrezhdeniy sotsial'nogo obsluzhivaniya v Samarskoy oblasti. Protokol No. 4 ot 10.07.2013 [Elektronnyy resurs]. URL: <http://minsocdem.samregion.ru/dokumenty/pisma-doklady/doklad-po-itogam-realizatsii-pilotnogo-proekta-po-provedeniyu-nezavisimoy> (dostup 05.06.2016). (in Russian)

Kudrina Yu.N., Russova O.N., Shinkareva E.Yu. (2015) Nezavisimaya otsenka kachestva okazaniya sotsial'nykh uslug: metodicheskoe posobie po provedeniyu nezavisimoy otsenki kachestva okazaniya uslug organizatsiyami sotsial'nogo obsluzhivaniya. Arkhangel'sk: Lotsiya. (in Russian)

Metodika provedeniya nezavisimoy otsenki kachestva raboty organizatsiy sotsial'nogo obsluzhivaniya Khanty-Mansiyskogo avtonomnogo okruga – Yugry / avt.-sost. G.G. Fakhretdinova, N.A. Solomeina. Surgut: Izd-vo byudzhethnogo uchrezhdeniya Khanty-Mansiyskogo avtonomnogo okruga – Yugry «Metodicheskiy tsentr razvitiya sotsial'nogo obsluzhivaniya», 2014. (in Russian)

Polterovich V.M. (2004) Obshchestvo i reformy. Institutsional'nye lovushki: est' li vykhod? // Obshchestvennye nauki i sovremennost'. No. 3. S. 5–16. (in Russian)



Popov E.V., Omonov Zh.K., Veretennikova A.Yu. (2015) *Mnogoparametricheskaya klassi-fikatsiya sotsial'nykh innovatsiy* // *Vestnik UrFU. Seriya ekonomika i upravlenie*. Tom 14. No. 6. S. 836–867. (in Russian)

Ragozina L.G., Tsatsura E.A. (2015) *Nezavisimaya otsenka kachestva okazaniya sotsial'nykh uslug: pervye rezul'taty* // *Monitoring obshchestvennogo mneniya* No. 1 (125). S. 3–13. (in Russian)

Savinskaya O.B., Dudchenko O.N., Mytil' A.V. (2017) *Metodicheskiy audit nezavisimoy otsenki kachestva v sotsial'noy sfere: vozmozhnosti i ogranicheniya* // *Zhurnal issledovaniy sotsial'noy politiki*. No. 1 (in print). (in Russian)

*Formirovanie nezavisimoy sistemy otsenki kachestva raboty organizatsiy, okazyvayushchikh sotsial'nye uslugi / Materialy II Shkoly starshikh sovetnikov-konsul'tantov v ramkakh programmy «Mezhregional'nyy resursnyy tsentr dlya podderzhki uchastiya SONKO v povyshenii kachestva i dostupnosti sotsial'nykh uslug i v effektivnom publichnom upravlenii v sotsial'noy sfere» (27–28.03.2014) [El. resurs]. URL: [http://grany-center.org/sites/default/files/files/page/seminar\\_nezavisimaya\\_ocenka\\_os.pdf](http://grany-center.org/sites/default/files/files/page/seminar_nezavisimaya_ocenka_os.pdf) (dostup 05.06.2015). (in Russian)*

Yadov V.A. (1999) *Strategiya sotsiologicheskogo issledovaniya. Opisanie, obyasnienie, ponimanie sotsial'noy real'nosti*. M.: Dobrosvet. (in Russian)

Bund E., Hubrich D.-K., Schmitz B., Mildenerberger G., Krlev G. (2013) *Paving the Way to Measurement: A Blueprint for Social Innovation Metrics. A Short Guide to the Research for Policy Makers (A deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe” (TEPSIE), European Commission, 7th Framework Programme)*. Brussels: European Commission, DG Research.

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Мытиль А.В., Дудченко О.Н., Савинская О.Б. *Независимая оценка качества: движение к эффективной институционализации или к институциональной ловушке? // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 131–145.*

Mytil A.V., Doudchenko O.N., Savinskaya O.B. *Independent quality assessment: an effective institutionalization or institutional trap? // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 131–145.*

# **Влияние трудовых ценностей на взаимосвязь между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью (по данным European Values Study)<sup>1</sup>**

Наталья Эдуардовна Соболева

кандидат социологических наук, научный сотрудник

Лаборатории сравнительных социальных исследований

Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

e-mail: nsoboleva@hse.ru

Сегодня все меньшее значение придают работе и все большее — другим сферам жизни. Очень часто работа уже не занимает основное количество времени. С увеличением (интер)субъективной значимости нематериальных сфер жизни возрастают и дифференцируются индивидуальные требования к работе. Например, важными могут являться как внешние трудовые ценности (удобный график, близость к дому), так и внутренние ценности (интересная работа, коллектив, возможности карьерного роста). Цель данного исследования — оценить влияние трудовых ценностей на взаимосвязь между удовлетворенностью работой и жизнью. Мы предполагаем, что у индивидов, для которых важнее внешняя трудовая мотивация, оценки удовлетворенности работой и удовлетворенности жизнью различаются больше, чем у индивидов, для которых важнее внутренняя мотивация. Эмпирической базой исследования послужила четвертая волна Европейского исследования ценностей (2008–2009 гг.). В анализ включено 46 стран и 30244 наблюдения: выборка ограничена занятыми по найму и самозанятыми. По результатам исследования гипотеза принимается частично. Внутренние трудовые ценности снижают различие между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой, тогда как внешние трудовые ценности не оказывают влияние на различие между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой. Ценность продолжительного отпуска увеличивает разрыв между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью. Также нами выявлено, что в более развитых странах удовлетворенность жизнью чаще выше, чем удовлетворенность работой, роль внутренних ценностей увеличивается, а роль внешних — снижается.

Ключевые слова: удовлетворенность работой, удовлетворенность жизнью, трудовые ценности, Европейское исследование ценностей.

## **Введение**

**Актуальность исследования.** Сегодня ценности в обществе постепенно трансформируются. Согласно исследованиям, индивиды придают все меньшее значение работе и все большее — другим сферам жизни

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 16-36-00373 мол\_а.

[Inglehart, Welzel, 2005; 2010]. Очень часто работа уже не занимает основную часть совокупного фонда времени индивида. Одновременно в силу того, что нематериальные сферы жизни становятся важнее, у индивидов возрастают требования к работе: она должна не только обеспечивать материальный доход, но и соответствовать другим критериям. Например, важными могут являться как другие внешние трудовые ценности (удобный график работы, ее близость к дому), так и внутренние ценности (интересная работа, хороший коллектив, возможности карьерного роста). В современном быстро меняющемся обществе также возрастает разнообразие трудовых контрактов, они индивидуализируются, а условия занятости становятся более гибкими [Kalleberg, 2011]. Распространение гибкой занятости, увеличение доли временных контрактов может оказывать влияние на субъективное благополучие индивидов.

Понимание роли работы в жизни индивида очень актуально. Данное исследование позволит выявить, действительно ли индивиды сегодня придают работе относительно небольшое значение или ее значение по-прежнему велико. В случае если работе придается небольшое значение, удовлетворенность работой и жизнью не должны быть сильно связаны. Напротив, если для индивида работа играет важную роль, то высокая или низкая удовлетворенность работой будет сильно сказываться на удовлетворенности жизнью в целом.

Важность работы косвенно показывает вклад работы в общее индивидуальное благосостояние, что в совокупности ведет к общему благосостоянию в стране. Низкий вклад удовлетворенности работой в удовлетворенность жизнью может свидетельствовать о незначимости работы в обществе.

Мы предполагаем, что взаимосвязь удовлетворенности работой и удовлетворенности жизнью зависит как от объективных характеристик, так и от трудовых ценностей. Индивиды, которые работают не только ради материального обеспечения, а также самого процесса работы и карьерных достижений, скорее будут придавать работе большее значение и, следовательно, для них взаимосвязь удовлетворенности жизнью и работой будет выше. Заинтересованность в самом процессе работе, в построении карьеры или в самореализации ведет к большей отдаче на работе. По этой причине именно данные категории индивидов будут в большей степени инвестировать в свой человеческий капитал, обеспечивая тем самым прирост общего человеческого капитала в стране.

Поэтому можно предположить, что удовлетворённость работой будет вносить разный вклад в общую удовлетворенность жизнью разных категорий индивидов. Данное исследование позволит выявить, для каких ка-

тегорий респондентов удовлетворенность работой вносит больший вклад в удовлетворенность жизнью, а для каких — меньший.

**Теоретическая основа.** Работа является одним из основных факторов удовлетворенности жизнью [Sousa-Poza, 2000; Argyle, 2001; Radcliff, 2005; Kalleberg, 2011]. Согласно Халлеру и Хадлеру, удовлетворенность жизнью представляет собой удовлетворенность различными ее аспектами [Haller, Hadler, 2006]. Установлено, что удовлетворенность работой и удовлетворенность жизнью сильно коррелируют. Георгеллис и Ланге продемонстрировали на данных EVS, что удовлетворенность жизнью и удовлетворенность работой чаще взаимно влияют друг на друга (гипотеза распространения), нежели низкий уровень удовлетворенности в одной из этих сфер компенсируется высоким уровнем удовлетворенности в другой (гипотеза сегментации) [Georgellis, Lange, 2012].

Удовлетворенность работой, в свою очередь, зависит далеко не только от уровня дохода, который эта работа приносит. По мнению Каллеберга, удовлетворенность работой определяется личностными характеристиками, содержанием работы, а также мотивацией и структурой предпочтений [Kalleberg, 1977]. Удовлетворенность работой значительно различается по странам и зависит от дохода, типа контракта и адекватности текущей занятости уровню квалификации работника [Ahn, Garcia, 2004]. Кларк отмечает, что в странах ОЭСР удовлетворенность работой в большей степени определяется интересом к работе и ее стабильностью, чем доходом, который эта работа приносит [Clark, 2005].

Трудовые ценности могут быть подразделены на внутренние (intrinsic) и внешние (extrinsic). Внешние ценности отражают, прежде всего, материальный результат трудовой деятельности (уровень дохода), а также условия труда, его безопасность, и так далее. Внешние ценности могут быть разделены на психологические ценности и ценности безопасности. Внутренние ценности подразумевают фокус на самом процессе работы и включают интересную работу, самостоятельность, креативность, признание, достижение. Среди них можно выделить привязанность, самоактуализацию и интерес. Было выявлено, что преобладание внешней трудовой мотивации в большей степени характерно для менее развитых европейских стран [Kaasa, 2011].

Основной задачей исследования является оценка влияния трудовых ценностей на взаимосвязь между удовлетворенностью работой и жизнью. Мы предполагаем, что у индивидов, для которых важнее материальные ценности и ценности безопасности (внешняя мотивация), больше различаются оценки удовлетворенности работой и удовлетворенности жизнью. В то же время у индивидов, для которых важнее нематериаль-

ные трудовые ценности, т.е. карьерные достижения и самореализация (внутренняя мотивация), меньше различаются оценки удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью.

**Эмпирической основой исследования** является четвертая волна Европейского исследования ценностей (European values study 2008–2009)<sup>2</sup>. В анализ включено 46 стран и 30244 наблюдения. Выборка ограничена занятыми по найму и самозанятыми.

Зависимой переменной является разница между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью. Данный способ выявления разницы между двумя видами удовлетворенности не является общепринятым, однако позволяет посмотреть разницу по каждому индивиду.

В качестве независимых переменных были взяты трудовые ценности. Респондент должен был определить, является ли для него важной каждая из указанных ниже ценностей.

- хорошая оплата труда;
- приятные люди;
- не слишком напряженная работа;
- гарантированная работа;
- работа в удобное время;
- возможность проявить инициативу;
- общественно полезная работа;
- продолжительный отпуск, достаточное количество нерабочих дней;
- работа с людьми;
- работа, где вы чувствуете, что можете достичь чего-то;
- ответственная работа;
- интересная работа;
- работа, соответствующая способностям;
- приобретение новых профессиональных навыков;
- работодатель учитывает ситуации в вашей семье;
- возможность влиять на принятие важных решений;
- одинаковое отношение ко всем сотрудникам.

В качестве контрольных переменных были выбраны:

- тип занятости (полная / частичная занятость, самозанятость);
- уровень образования (низкий, средний, высокий)

---

<sup>2</sup> Европейское исследование ценностей — широкомасштабное международное регулярное исследование человеческих ценностей. Это уникальный исследовательский проект, изучающий, что европейцы думают о жизни в целом, семье, работе, религии, политике и обществе. Более подробную информацию можно найти на сайте: URL: [http://www.europeanvaluesstudy.eu/page/about-evs.html]

- состояние в браке;
- проживание с детьми;
- уровень религиозности;
- возрастная группа (до 29 лет, 30–49 лет, старше 49 лет).

## Результаты

**Описательная статистика.** Для начала рассмотрим удовлетворенность жизнью и удовлетворенность работой в европейских странах (табл. 1).

**Таблица 1. Средняя удовлетворенность жизнью, работой и разница между удовлетворенностью жизнью и работой, баллы**

Страна	Средняя удовлетворенность жизнью	Средняя удовлетворенность работой	Разница между удовлетворенностью работой и жизнью на страновом уровне
Болгария	6,24	7,41	-1,17
Косово	6,77	7,74	-0,97
Грузия	5,97	6,77	-0,80
Украина	6,39	7,09	-0,70
Латвия	6,55	7,16	-0,61
Кипр	7,39	7,95	-0,56
Литва	6,64	7,19	-0,55
Венгрия	6,64	7,03	-0,39
Турция	6,42	6,76	-0,34
Беларусь	6,17	6,51	-0,34
Румыния	7,09	7,42	-0,33
Германия	7,23	7,55	-0,32
Молдова	6,93	7,23	-0,30
Ирландия	7,92	8,20	-0,28
Албания	6,56	6,83	-0,27
Португалия	6,82	7,09	-0,27
Российская Федерация	6,77	7,02	-0,25
Чехия	7,28	7,50	-0,22
Исландия	8,16	8,36	-0,20
Эстония	6,83	7,01	-0,18
Словакия	7,49	7,59	-0,10
Италия	7,23	7,29	-0,06
Австрия	7,56	7,61	-0,05
Польша	7,47	7,47	0,00
Бельгия	7,73	7,73	0,00
Босния и Герцеговина	7,19	7,17	0,02
Люксембург	7,82	7,80	0,02
Швейцария	8,13	8,09	0,04
Испания	7,36	7,30	0,06
Хорватия	7,15	7,07	0,08
Греция	7,15	7,07	0,08

Северный Кипр	7,86	7,77	0,09
Северная Ирландия	7,86	7,77	0,09
Армения	5,83	5,72	0,11
Франция	7,66	7,50	0,16
Великобритания	7,66	7,50	0,16
Македония	7,20	7,02	0,18
Норвегия	8,22	8,04	0,18
Сербия	7,24	7,04	0,20
Мальта	7,95	7,74	0,21
Швеция	7,86	7,62	0,24
Финляндия	7,80	7,51	0,29
Словения	7,75	7,44	0,31
Нидерланды	8,08	7,72	0,36
Черногория	7,58	7,17	0,41
Дания	8,46	8,02	0,44

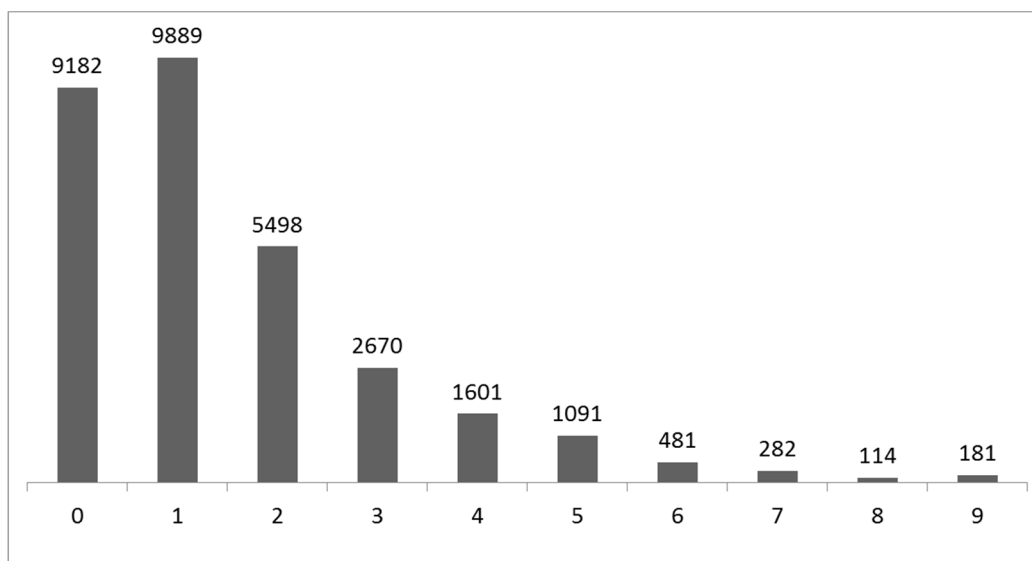
Выше всего и удовлетворенность жизнью, и удовлетворенность работой в Скандинавских странах, Швейцарии и Нидерландах. Ниже всего удовлетворенность жизнью в Армении, Грузии, Беларуси и Болгарии, а удовлетворенность работой — в Армении, Грузии, Турции, и Албании.

В некоторых странах (в Болгарии, Косово, Грузии и Украине) удовлетворенность работой выше удовлетворенности жизнью. В других странах (прежде всего, в Скандинавии, а также Словении и Черногории) жители больше удовлетворены жизнью, чем работой. В ряде стран (в первую очередь, в Польше, Бельгии, Боснии и Герцеговине, Швейцарии, Австрии, Италии и Испании) уровень удовлетворенности работой и уровень удовлетворенности жизнью практически совпадают. В целом в более благополучных странах удовлетворенность жизнью скорее превышает удовлетворенность работой, хотя четкой закономерности обнаружено не было.

**Пуассоновская регрессионная модель.** Для выявления влияния трудовых ценностей на разницу между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью была построена пуассоновская регрессионная модель. Модель Пуассона была выбрана, потому что у большинства респондентов разница по модулю между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью равна нулю или единице (рис. 1).

Обычно пуассоновская регрессия применяется в случаях, когда зависимая переменная обозначает число независимых исходов какого-либо события. Тем не менее, выбранная зависимая переменная дискретная, целочисленная и неотрицательная [Кабаков, 2014]. Кроме того, распределение зависимой переменной аналогично распределениям, когда зависимая переменная характеризует число допустимых исходов. Использование

линейной регрессии в этом случае нецелесообразно, так как ни зависимая переменная, ни остатки не имеют нормальное распределение.



**Рис. 1. Распределение зависимой переменной — разницы по модулю между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью**

Основные результаты регрессионной модели представлены в таблице 2 (где представлены только значимые эффекты трудовых ценностей). Внутренние трудовые ценности снижают различие между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой. Внешние трудовые ценности (хорошая оплата труда, не слишком напряженная работа, работа в удобное время, учет ситуаций в семье) не оказывают влияние на различие между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой. Ценность продолжительного отпуска увеличивает разрыв между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью.

Кроме того, разница между удовлетворенностью жизнью и работой выше у занятых неполный рабочий день и ниже у самозанятых. Разрыв между удовлетворенностью жизнью и работой ниже у мужчин, у лиц, состоящих в браке, и у имеющих среднее и особенно высшее образование, ниже — у имеющих детей и у религиозных. Возраст не оказывает влияния на взаимосвязь между удовлетворенностью работой и жизнью.

**Бинарная логистическая регрессионная модель.** Для робастной проверки результатов пуассоновского моделирования нами была построена бинарная логистическая регрессионная модель. В данном случае респонденты были разделены на две группы по разнице между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой. Респонденты, для которых разница составила от 0 до 1, были отнесены к категории оценивающих удовлетворенность работой и удовлетворенность жизнью примерно одинаково (кодировка 0). Респонденты, для которых разница со-



**Таблица 2. Результаты пуассоновского регрессионного моделирования. Зависимая переменная — разница между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой (по модулю)**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Приятные люди		-0,036***										
Гарантированная работа			-0,037***									
Возможность проявить инициативу				-0,037***								
Продолжительный отпуск					0,040***							
Работа с людьми						-0,025**						
Работа, где Вы чувствуете, что можете достичь чего-то							-0,052***					
Ответственная работа								-0,041***				
Интересная работа									-0,063***			
Работа, соответствующая способностям										-0,023**		
Приобретение новых профессиональных навыков											-0,031***	
Возможность влиять на принятие решений												-0,026**
Женщина	0,060***	0,061***	0,063***	0,060***	0,061***	0,061***	0,060***	0,061***	0,063***	0,059***	0,061***	0,060***
Среднее образование	-0,124***	-0,125***	-0,125***	-0,122***	-0,126***	-0,129***	-0,123***	-0,126***	-0,125***	-0,124***	-0,126***	-0,123***
Высшее образование	-0,235***	-0,235***	-0,234***	-0,226***	-0,235***	-0,238***	-0,226***	-0,233***	-0,229***	-0,234***	-0,233***	-0,232***

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
30–49 лет	-0,014	-0,011	-0,009	-0,010	-0,008	-0,009	-0,012	-0,008	-0,011	-0,009	-0,015	-0,008
50 лет и больше	-0,002	-0,001	0,002	0,002	0,004	0,003	-0,002	0,001	-0,003	0,002	-0,006	0,003
Уровень религиозности	0,006***	0,006***	0,006***	0,006***	0,006***	0,006***	0,006***	0,006***	0,005***	0,006***	0,006***	0,006***
Работа менее 30 часов в неделю	0,072***	0,073***	0,069***	0,068***	0,075***	0,074***	0,072***	0,070***	0,069***	0,071***	0,071***	0,071***
Самозанятость	-0,056***	-0,059***	-0,057***	-0,054***	-0,053***	-0,056***	-0,053***	-0,056***	-0,053***	-0,057***	-0,057***	-0,056***
Состояние в браке	-0,093***	-0,092***	-0,093***	-0,094***	-0,092***	-0,094***	-0,094***	-0,093***	-0,093***	-0,094***	-0,092***	-0,093***
Дети в домохозяйстве	0,039***	0,036***	0,038***	0,036**	0,038***	0,037***	0,036**	0,037***	0,036***	0,040***	0,038***	0,036**
Константа	0,538***	0,564***	0,561***	0,551***	0,517***	0,552***	0,569***	0,554***	0,581***	0,550***	0,555***	0,546***
Наблюдения	29 310	29 144	29 052	28 871	28 848	28 946	28 988	28 921	29 033	28 998	28 951	28 817
Страны	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
Log Likelihood	-50860,320	-50562,640	-50402,640	-50056,160	-50032,800	-50214,230	-50248,770	-50124,180	-50332,990	-50300,380	-50198,980	-49977,150
Akaike Inf. Crit.	101744,600	101151,300	100831,300	100138,300	100091,600	100454,500	100523,500	100274,400	100692,000	100626,800	100424,000	99980,300
Bayesian Inf. Crit.	101844,100	101258,900	100938,900	100245,800	100199,100	100562,000	100631,100	100381,900	100799,600	100734,300	100531,500	100087,800

Примечание: \* \*\* \*\*\*  
p p p<0,01

**Таблица 3. Результаты бинарного логистического регрессионного моделирования. Зависимая переменная — наличие разницы между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой**

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Не слишком напряженная работа		0,057 <sup>***</sup>								
Возможность проявить инициативу			-0,088 <sup>****</sup>							
Работа в удобное для Вас время				0,052 <sup>**</sup>						
Продолжительный отпуск					0,057 <sup>**</sup>					
Работа, где Вы чувствуете, что можете достичь чего-то						-0,097 <sup>***</sup>				
Ответственная работа							-0,103 <sup>****</sup>			
Интересная работа								-0,121 <sup>****</sup>		
Приобретение новых профессиональных навыков									-0,061 <sup>**</sup>	
Возможность влиять на принятие решений										-0,072 <sup>****</sup>
Женщина	0,122 <sup>***</sup>	0,126 <sup>***</sup>	0,121 <sup>***</sup>	0,120 <sup>***</sup>	0,123 <sup>***</sup>	0,122 <sup>***</sup>	0,121 <sup>***</sup>	0,127 <sup>***</sup>	0,126 <sup>***</sup>	0,119 <sup>***</sup>
Среднее образование	-0,197 <sup>***</sup>	-0,196 <sup>***</sup>	-0,188 <sup>***</sup>	-0,197 <sup>***</sup>	-0,195 <sup>***</sup>	-0,194 <sup>***</sup>	-0,197 <sup>***</sup>	-0,192 <sup>***</sup>	-0,199 <sup>***</sup>	-0,196 <sup>***</sup>
Высшее образование	-0,417 <sup>***</sup>	-0,414 <sup>***</sup>	-0,395 <sup>***</sup>	-0,411 <sup>***</sup>	-0,412 <sup>***</sup>	-0,403 <sup>***</sup>	-0,408 <sup>***</sup>	-0,399 <sup>***</sup>	-0,412 <sup>***</sup>	-0,411 <sup>***</sup>
30-49 лет	-0,020	-0,015	-0,018	-0,014	-0,014	-0,021	-0,012	-0,019	-0,027	-0,014
50 лет и больше	0,029	0,033	0,027	0,035	0,032	0,022	0,032	0,021	0,016	0,035
Уровень религиозности	0,007	0,006	0,007	0,007	0,007	0,007	0,007	0,006	0,006	0,006
Работа менее 30 часов в неделю	0,114 <sup>***</sup>	0,115 <sup>***</sup>	0,104 <sup>**</sup>	0,115 <sup>***</sup>	0,116 <sup>***</sup>	0,114 <sup>***</sup>	0,106 <sup>**</sup>	0,109 <sup>***</sup>	0,116 <sup>***</sup>	0,116 <sup>***</sup>
Самозанятость	-0,090 <sup>**</sup>	-0,093 <sup>**</sup>	-0,091 <sup>**</sup>	-0,087 <sup>**</sup>	-0,089 <sup>**</sup>	-0,084 <sup>**</sup>	-0,091 <sup>**</sup>	-0,087 <sup>**</sup>	-0,097 <sup>**</sup>	-0,093 <sup>**</sup>
Состояние в браке	-0,199 <sup>***</sup>	-0,200 <sup>***</sup>	-0,200 <sup>***</sup>	-0,200 <sup>***</sup>	-0,196 <sup>***</sup>	-0,201 <sup>***</sup>	-0,198 <sup>***</sup>	-0,200 <sup>***</sup>	-0,196 <sup>***</sup>	-0,197 <sup>***</sup>
Дети в домохозяйстве	0,054	0,057	0,053	0,052	0,056	0,052	0,053	0,052	0,053	0,054
Константа	-0,249 <sup>***</sup>	-0,279 <sup>***</sup>	-0,217 <sup>***</sup>	-0,282 <sup>***</sup>	-0,283 <sup>***</sup>	-0,189 <sup>**</sup>	-0,206 <sup>***</sup>	-0,165 <sup>**</sup>	-0,210 <sup>***</sup>	-0,223 <sup>***</sup>
Наблюдения	29310	28860	28871	28990	28848	28988	28921	29033	28951	28817
Страны	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
Log Likelihood	19082,660	18785,870	18784,560	18874,750	18778,090	18860,840	18817,770	18888,080	18841,060	18752,910
Akaike Inf. Crit.	38189,320	37597,730	37595,120	37775,490	37582,170	37747,680	37661,540	37802,170	37708,120	37531,830
Bayesian Inf. Crit.	38288,750	37705,240	37702,640	37883,060	37689,680	37855,250	37769,080	37909,760	37815,670	37639,320

Примечание: \* \*\* \*\*\*  
p p p<0,01

составила более двух, были отнесены к категории оценивающих удовлетворенность жизнью и работой по-разному (кодировка 1).

Основные результаты регрессионной модели представлены в табл. 3. В целом оба выбранных метода дают похожие результаты. Внутренние трудовые ценности ведут к меньшей разнице между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой. Также данный метод подтвердил, что ценность продолжительного отпуска увеличивает разницу в оценках между удовлетворенностью жизнью и работой. По контрольным переменным данный метод также дал сходные результаты за исключением того, что уровень религиозности и наличие детей в домохозяйстве оказались незначимы.

### **Заключение**

Основная гипотеза была подтверждена частично. Как и предполагалось изначально, внутренние трудовые ценности снижают различие между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой. Однако внешние трудовые ценности в основном не оказывают влияния на различие между удовлетворенностью жизнью и удовлетворенностью работой. Единственное исключение — ценность продолжительного отпуска — увеличивает разрыв между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью. Можно предположить, что внешние трудовые ценности являются важными и для тех, кому важны внутренние ценности, и для тех, кому они не важны.

Также нами было выявлено, что в более развитых странах чаще удовлетворенность жизнью выше, чем удовлетворенность работой. Кроме того, для более развитых стран роль внутренних ценностей увеличивается, а роль внешних ценностей снижается. Во многом это связано с тем, что в более благополучных государствах на общественном уровне уже удовлетворены базовые потребности.

Возможным дальнейшим направлением исследования может быть сопоставление влияния на взаимосвязь между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью трудовых ценностей, с одной стороны, и уровня развития страны, с другой. То есть актуальным является вопрос, что в большей степени оказывает влияние на взаимосвязь оценок удовлетворенности работой и жизнью — индивидуальные характеристики или характеристики страны.

Результаты исследования показывают, что индивиды, которые больше вкладываются в работу, сильнее связывают с ней удовлетворенность жизнью. Скорее всего, именно эти категории работников в большей сте-

пени инвестируют в человеческий капитал страны. Следовательно, им необходимо создавать наиболее благоприятные условия труда. Низкая удовлетворенность жизнью приводит к снижению производительности и эффективности труда.

Кроме того, различный вклад удовлетворенности работой в общий уровень субъективного благополучия показывает, что общая удовлетворенность жизнью — не единый показатель, а зависит от различных параметров. Это косвенно подтверждает концепцию Халлера и Хадлера, согласно которой, удовлетворенность жизнью отражает общую удовлетворенность различными ее аспектами (Haller, Hadler, 2006).

### **Список использованной литературы**

Кабаков Р.И. (2014) R в действии. Анализ и визуализация данных в программе R / пер. с англ. П. Волковой. М.: ДМК Пресс.

Ahn N., García J.R. (2004) Job satisfaction in Europe. Madrid: FEDEA. (URL: [http://web.ua.es/jelalicante/Ahn-Garcia.pdf]) (Доступ: 17.01.2017)

Argyle M. (2001) The Psychology of Happiness. London: Methuen.

Clark A. What Makes a Good Job? Evidence from OECD Countries // Job Quality and Employer Behaviour / Bazen S., Lucifora C., Salverda W. (eds.). London: Palgrave Macmillan, 2005. P. 11–30.

EVS. (2008) Integrated Dataset, ZA4800, v.4.0.0 (2016-04-15), doi:10.4232/1.12458. URL: [http://www.europeanvaluesstudy.eu/page/about-evs.html].

Georgellis Y., Lange Th. (2012) Traditional vs. secular values and the job-life satisfaction relationship across Europe // British Journal of Management. 23(4), 437–454.

Haller M., Hadler M. (2006) How social relations and structures can produce happiness and unhappiness: an international comparative analysis // Social Indicators Research. 75(2), 169–216.

Inglehart R., Welzel Ch. (2005) Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence. New York: Cambridge University Press.

Inglehart R., Welzel Ch. (2010) Changing Mass Priorities: The Link Between Modernization and Democracy // Perspectives on Politics. Vol. 8. No. 2.

Kaasa A. (2011) Work Values in European Countries: Empirical Evidence and Explanations // Revista de Management Comparat International / Review of International Comparative Management. Vol. 12(5), 852–862.

Kalleberg A.L. (2011) Good and Bad jobs: the Rise of Polarized and Precarious Employment Systems in the United States, 1970s–2000s. New York: Russell Sage Foundation.

Radcliff B. (2005) Class Organization and Subjective Well-Being: A Cross-National Analysis // Social Forces/ 84 (1): 513–530.

Sousa-Poza A. (2000) Well-Being at Work // Journal of Socio-Economics 29(6): 517–539.

# The impact of work values upon the relation between job and life satisfaction across countries in the European Values Study

Natalia E. Soboleva

candidate of sociological sciences, research fellow,  
Laboratory for Comparative Social Research,  
National Research University "Higher School of Economics"  
e-mail: nsoboleva@hse.ru

Today the importance of job is decreasing and the importance of other spheres of life is increasing. In many cases people work fewer hours. Along with growing importance of nonmaterial spheres of life individuals wish their jobs to meet different requirements. For instance, people can attach importance both to extrinsic work values (good hours and location) and intrinsic work values (interesting job, pleasant people to work with, and opportunities for advancement).

The study aims to disclose the impact of work values upon the difference between life and job satisfaction. We assume that individuals extrinsic motivation have higher discrepancy between life and job satisfaction than individuals with intrinsic motivation. The fourth wave of European Values Study (2008–2009) serves as dataset. 47 countries and 30244 observations are included into analysis. The sample is limited to employed and self-employed. The results partly confirm the hypotheses. Intrinsic motivation decreases the difference between life and job satisfaction whereas extrinsic motivation does not have any effect. The value of good holidays increases the discrepancy between life and job satisfaction. Also it was shown that generally in wealthier countries life satisfaction is higher than job satisfaction and intrinsic values play a greater role.

Keywords: job satisfaction, life satisfaction, work values, European values study.

## References

- Ahn N., García J.R. (2004) Job satisfaction in Europe. Madrid: FEDEA. (URL: [http://web.ua.es/jelalicante/Ahn-Garcia.pdf]) (Доступ: 17.01.2017)
- Argyle M. (2001) The Psychology of Happiness. London: Methuen.
- Clark A. What Makes a Good Job? Evidence from OECD Countries // Job Quality and Employer Behaviour / Bazen S., Lucifora C., Salverda W. (eds.). London: Palgrave Macmillan, 2005. P. 11–30.
- EVS. (2008) Integrated Dataset, ZA4800, v.4.0.0 (2016-04-15), doi:10.4232/1.12458. URL: [http://www.europeanvaluesstudy.eu/page/about-evs.html].
- Georgellis Y., Lange Th. (2012) Traditional vs. secular values and the job-life satisfaction relationship across Europe // British Journal of Management. 23(4), 437–454.
- Haller M., Hadler M. (2006) How social relations and structures can produce happiness and unhappiness: an international comparative analysis // Social Indicators Research. 75(2), 169–216.
- Inglehart R., Welzel Ch. (2005) Modernization, cultural change, and democracy: the human development sequence. New York: Cambridge University Press.
- Inglehart R., Welzel Ch. (2010) Changing Mass Priorities: The Link Between Modernization and Democracy // Perspectives on Politics. Vol. 8. No. 2.

Kaasa A. (2011) Work Values in European Countries: Empirical Evidence and Explanations // *Revista de Management Comparat International / Review of International Comparative Management*. Vol. 12(5), 852–862.

Kabakov R.I. (2014) *R v deystvii. Analiz i vizualizatsiya dannykh v programme R. M.*: DMK Press. (in Russian)

Kalleberg A.L. (2011) *Good and Bad jobs: the Rise of Polarized and Precarious Employment Systems in the United States, 1970s–2000s*. New York: Russell Sage Foundation.

Radcliff B. (2005) Class Organization and Subjective Well-Being: A Cross-National Analysis // *Social Forces*/ 84 (1): 513–530.

Sousa-Poza A. (2000) Well-Being at Work // *Journal of Socio-Economics* 29(6): 517–539.

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Соболева Н.Э. Влияние трудовых ценностей на взаимосвязь между удовлетворенностью работой и удовлетворенностью жизнью (по данным European Values Study) // *Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации*. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 146–159.

Soboleva N.E. Labor values Impact to the relationship between Job Satisfaction and Life Satisfaction (According to European Values Study) // *Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations*. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 146–159.

## **Диахронный подход к построению индекса культурной идентичности Востока и Запада**

**Вячеслав Анатольевич Шведовский**

доктор социологических наук, доцент

Высшей школы современных социальных наук (факультет)

Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова

e-mail: mamosp@mail.ru

**Антон Сергеевич Стандрик**

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,

факультет Вычислительной математики и кибернетики

Рассматривается система расширенного социального воспроизводства, которая моделируется растущим множеством ядер воспроизводства, охваченных увеличивающейся сетью производственных циклов. Эта система представляется и исследуется средствами теории графов и алгебраическим инструментарием теории симметрии, в рамках которой возникает возможность на макроуровне сопоставить длинам модельных эволюционных траекторий индекс значимости культурных кодов или индекс их укоренённости в социуме данной страны.

Ключевые слова: культурная идентичность, социальные константы, социальное воспроизводство, производственные циклы, математическая социология.

В социологии под воздействием роста межнациональных конфликтов обострился интерес к описанию и количественному измерению проявлений культурных кодов национальных характеров народов. Наиболее результативным в этом плане оказались разработки в 1967–1973-е гг. Г. Хофстеда [Hofstede, 1980], в 1990-е гг. К. Ситарама и Р. Когдейла [Ситарам, Когделл, 1992] и в 2000-е гг. К. Рапая [Рапай, 2008]. Среди отечественных авторов из наиболее обстоятельных по этой тематике, на наш взгляд, следует отметить работы Н.В. и Ю.В. Латовых [Латова, Латов, 2001] и З.В. Сикевич [Сикевич, 2011]. Однако в этих и аналогичных исследованиях определяющим свойством являлось синхронное измерение выбранных социальных признаков. Новая идеология диахронного подхода к их измерению была высказана в труде нашего соотечественника В.Ф. Турчина [Turchin, 1977]. Авторам известны две попытки отечественных учёных [Гринченко, Щапова, 2010; Савостьянов, 2012] получать ко-



личественные результат на основе этого подхода. Однако у С.Н. Гринченко и Ю.Л. Щапова реализация подхода, на наш взгляд, методологически ошибочна, ибо эволюция социума «подгоняется» под последовательность Фибоначчи, а у Г.А. Савостьянова она определяется фазами разделения труда, т.е. опускается значительный исторический период. Ниже демонстрируется попытка преодолеть эти недостатки.

В основе диахронного подхода лежит представление о последовательной эволюции исторически допустимой комбинаторики 4-х фаз процесса социального воспроизводства [Социологический словарь, 2008] (*производства — p, распределения — d, обмена — e и потребления — u*) на разных уровнях формирующегося социального неравенства, начиная с его нулевого уровня в первобытнообщинном социуме и каждый раз носящего своеобразный отпечаток нового уровня.

Предполагается, что система социального воспроизводства как совокупность воспроизводственных ядер (ЯВ), охваченных множеством воспроизводственных циклов (ВЦ), адекватно отображаема образами жизни (ОЖ) ячейки социума – двух взаимодействующих соседских общин. Природной пищевой базой каждой общины положены различающиеся биотопы, например, «лес» и «река», также рассматривающиеся как воспроизводственные ядра. Всем 4-м ЯВ сопоставляются 4 вершины графа  $G_4$ : биотопам «1» и «2» — природные, общинам «3» и «4» — социально-экономические. Рёбра графа представляют возможности взаимодействий между вершинами, а их отсутствие означает маловероятность или невозможность таковых.

На базе графа  $G_4$  строятся орграфы, ориентированные циклы (или контуры) которых кодируют воспроизводственные циклы: петля *потребления — u*, две встречные горизонтальные дуги *обмена e*, две встречные вертикальные дуги *производства, состоящее из двух подфаз (1) воздействия на природу — вертикальная дуга «сверху-вниз» (p) и (2) присвоения результата воздействия — вертикальная дуга «снизу-вверх» (c)*. Для графа  $G_4$  возможны и 3-х или 4-х дуговые контуры, включающие в себя как *распределение — d* в виде одной горизонтальной дуги, так и разнесённые по различным вершинам дуги, кодирующие акты производства.

**Первая гипотеза:** ВЦ отображаемы контурами орграфа, т.е. перестановками. **Вторая гипотеза:** уровень развития социума задаётся его уровнем сложности, который оценивается набором воспроизводственных циклов, описываемых группой или подгруппой перестановок. Переход от менее сложного уровня к более сложному, сочетающемуся с большей

степенью социального неравенства, происходит за счёт совершённых и освоенных в виде изобретений открытий, сложность которых отвечает уровню сложности социума [Шведовский, 2002; 2013].

Алгоритм перехода: акторы древнего социума воспроизводят данный ОЖ в конечном наборе ВЦ, т.е. заданного уровня сложности ОЖ, т.е. такого же уровня восприятия окружающего мира до тех пор, пока одному из них «не повезёт» сделать открытие или изобретение на этом уровне. Освоение открытия существенно повышает эволюционный потенциал, рост технологического уклада общественного воспроизводства, а с ним и набор ВЦ образа жизни, т.е. его уровень сложности. Но вместе с ростом последнего растёт и социальное неравенство, в частности, с необходимостью совершенствовать управление ради большей выживаемости. Так в связи с возрастающей производительностью труда увеличиваются запасы продуктов, которыми необходимо разумно распоряжаться. Это формирует институт старейшин, что подтверждается археологическими маркерами в виде выделяющихся погребений. Археологические маркеры (наскальные рисунки животных, сцены охоты с указанием уязвимых мест и приёмов поражения добычи) также свидетельствуют о появлении института инициации, детерминированного необходимостью специализированного воспитания будущих добытчиков. Аналогично прослеживается на шкале социального неравенства возникновение института бигменов на базе трансформации отношения дарений (потлача) [Семёнов, 1993] и др. социальных институтов.

**Третья гипотеза:** усложнение ОЖ может быть описано как минимальное расширение  $H_n$  группы перестановок, где  $n$  — порядок, описывающих набор ВЦ, таким образом, что предыдущая группа становится подгруппой вновь построенной группы, и результатом выступает последовательность вложенных подгрупп:  $H_n \subset H_m \subset H_l, n < m < l$ , кодирующая в траектории эволюции социальную наследственность.

Из всего множества эволюционных траекторий отбираются те, для которых суммарная оценка сложности [12] каждой — перехода от низшего уровня к высшему — обладает минимумом. Поскольку эволюция древнего социума моделируется, не ограничиваясь  $G_4$ , то учитывается и рост числа вершин в графе, означающих появление новых социальных институтов, в ходе перехода от присваивающей к экономике производства [Семёнов, 1993], например, института вождей. В соответствии с длинами отобранных эволюционных траекторий строится  $I_{\text{укк}}$  — индекс укоренно-

сти культурного кода<sup>1</sup>. В основу концепции связи культурного кода, образа жизни и образа мыслей лежит тезис: образ жизни порождает образ мыслей, а устойчивое повторение образа мыслей формирует культурный код. В итоговом расчёте  $I_{у\text{кк}}$  вычислительный эксперимент осуществлялся для двух графов  $G_6$ , характеризующих наиболее консервативные земледельческие социумы, складывающиеся в переходных экономиках Востока и Запада, по приоритету коллективного взаимодействия, или его отсутствия.

**Таблица. Сравнение значимости ценностей «уважение к власти» и «коллективизма» на «Востоке» и на «Западе» методом измерения индекса Г. Хофстеда (синхронная методика — индекс  $I_{\text{Hof}}$ , диахронная методика — индекс  $I_{у\text{кк}}$  [Hofstede, 1980])**

Локальность $I_{\text{Hof}}/I_{у\text{кк}}$ (Ценности)	Восток			ВЗ	Запад		
	РФ	КНР	Индия	Турция	США	Австралия	Швеция
$I_{\text{Hof}}$ (Коллективизм)	61	80	52	63	9	10	29
$=100 - I_{\text{Hof}}$ (Индивидуализм)/ $I_{у\text{кк}}$	0,265				0,239		
$I_{\text{Hof}} / I_{у\text{кк}}$ (Уважение к власти, к иерархии)	93	80	77	66	40	36	31
	0,324				0,319		

Из сравнения результатов, представленных в табл., обнаруживается, что построенный индекс укоренённости культурных кодов ( $I_{у\text{кк}}$ ) адекватно отражает различие и тождество ценностных ориентаций цивилизаций Востока и Запада в системе отношений упорядочения, как для горизонтальных, так и вертикальных сравнений значений индексов [Shvedovsky, Standrik, Bilan, 2016]. Такая инвариантность отношений упорядочения напоминает свойство *эргодичности*, когда выполняется тождество усреднения показателей по пространству усреднению этих же показателей по эволюционным траекториям.

Проверка  $I_{у\text{кк}}$  на устойчивость была проведена посредством многократного разбиения случайным образом стартовых значений эволюционных траекторий на два подмножества и последующего вычисления

<sup>1</sup> Культурный код (КК) — это способ передачи знаний о мире, навыков, умений в данной культурной эпохе. КК различают для эпох: дописьменной, письменной, экранной. К до письменным КК относится изустная передача примет сроков удачных посевов [Даль, 2005: 563], например, «ячмень сеют, пока цветёт калина», «лягушка с голосом — сей овёс» и т.п.

средних значений  $I_{\text{укк}}$  для каждого из них. Пересечение доверительных интервалов всех этих пар отвергло гипотезу об их различии.

### Выводы

1. Построен инструмент отображения ряда воспроизводственных циклов с помощью групп и подгрупп перестановок на графе системы ядер воспроизводства, а сама эволюция систем воспроизводства цепочками вложенных подгрупп перестановок.

2. Длинам отобранных эволюционных траекторий, цепочек вложенных подгрупп сопоставлен индекс укоренённости культурных кодов —  $I_{\text{укк}}$ .

3. Построенный по диахронной методике индекс протестирован на отношениях порядка между значениями аналогичных по смыслу индексов, полученных в синхронной методике, а также проверкой индекса на устойчивость.

### Список использованной литературы

Гринченко С.Н., Шапова Ю.Л. (2010) Модели периодизации истории человечества // Вестник РАН. Т. 80. № 12. С. 1076–1084.

Даль В.И. (2005) Пословицы русского народа. М.: Эксмо; ННН.

Латова Н.В., Латов Ю.В. (2001) Российская экономическая ментальность на мировом фоне // Общественные науки и современность. № 4.

Рапай К. (2008) Культурный код. Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс.

Савостьянов Г.А. (2012) Теоретический анализ и формализация описания разделения труда как одного из инвариантов развития сообществ различной природы // Эволюция: аспекты современного эволюционизма. №4. С. 48–85.

Семёнов Ю.И. (1993) Переход от первобытного общества к классовому: пути и варианты развития (часть I). ЭО. № 1. С. 52–64.

Сикевич З.В. (2011) Влияние этнического фактора на современное общество и человека // Журнал социологии и социальной антропологии. Вып. 2. С. 41–58.

Ситарам К., Когделл Р. (1992) Основы межкультурной коммуникации // Человек. № 2–5.

Социологический словарь (2008) / под ред. Г.В. Осипова. М.: Норма.

Шведовский В.А. (2013) О вычислении социальных констант в моделировании эволюции архаичного социума // Пространство и человек. №4.

Шведовский В.А. (2002) Опыт теоретико-группового представления циклов общественного воспроизводства // Математическое моделирование социальных процессов / Социологический факультет МГУ. Вып. 4. С. 52–88.

Hofstede G. (1980) Culture's Consequences: Intern Differences in Work-Related Values. Beverly Hills; L.: Sage.

Shvedovskiy V.A., Standrik A.S. (2015) Group-lattice approach to computation of social constants in the modeling of evolution path of the archaic society // Numerical Algebra with Applications: Proceedings of Fourth China-Russia Conference. Rostov-on-Don: Southern Federal University Publishing. P. 130–134.

Shvedovsky V., Standrik A., Bilan Y. (2016) Economic and Social Institutions: Modelling the Evolution Paths for the Archic Society // Economics and Sociology. Vol. 9. No. 2. P. 11–25.

Turchin V.F. (1977) The Phenomenon of Science: A Cybernetic Approach Human Evolution. New York: Columbia University Press.

---

## **Diachronic approach to constructing an index of the East / West cultural identity**

Vyacheslav A. Shvedovsky

Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Sociological Faculty  
M.V. Lomonosov Moscow State University

Anton S. Standrik

Faculty of Computational Mathematics and Cybernetics,  
M.V. Lomonosov Moscow State University

A system of expanded social reproduction, which is modeled by a growing plurality of the nuclei of reproduction covered by increasing network reproductive cycles. This system is presented and investigated by means of graph theory and theory of symmetry algebraic tools, whereby it becomes possible to compare the lengths of macro-level evolutionary trajectories of the importance of cultural codes index and the index of their embeddedness in different societies.

Keywords: cultural identity, social constants, social reproduction, reproductive cycles, mathematical sociology.

### **References**

- Dal' V.I. (2005) Poslovitsy russkogo naroda. M.: Eksmo; NNN. (In Russian)
- Grinchenko S.N., Shchapova Yu.L. (2010) Modeli periodizatsii istorii chelovechestva // Vestnik RAN. T. 80. No. 12. S. 1076–1084. (In Russian)
- Hofstede G. Culture's Consequences: Intern Differences in Work-Related Values. Beverly Hills; L., 1980.
- Latova N.V., Latov Yu.V. (2001) Rossiyskaya ekonomicheskaya mental'nost' na mirovom fone // Obshchestvennye nauki i sovremennost'. № 4. (In Russian)
- Rapay K. (2008) Kul'turnyy kod. Per. s ang. M.: Al'pina Biznes Buks. (In Russian)
- Savost'yanov G.A. (2012) Teoreticheskiy analiz i formalizatsiya opisaniya razdeleniya truda kak odnogo iz invariantov razvitiya soobshchestv razlichnoy prirody // Evolyutsiya: aspekty sovremennogo evolyutsionizma. No. 4. S. 48–85. (In Russian)
- Semenov Yu.I. (1993) Perekhod ot pervobytnogo obshchestva k klassovomu: puti i vari-anty razvitiya (chast' I). EO. No. 1. S. 52–64. (In Russian)
- Shvedovskiy V.A. (2013) O vychislenii sotsial'nykh konstant v modelirovanii evo-lyutsii arkhainogo sotsiuma // Prostranstvo i chelovek. No. 4. (In Russian)
- Shvedovskiy V.A. (2002) Opyt teoretiko-grupppovogo predstavleniya tsiklov obshchestvennogo proizvodstva // Matematicheskoe modelirovanie sotsial'nykh

pro-tsessov / Sotsiologicheskiy fakul'tet MGU. M. 2002. Vyp. 4. S. 52–88. (In Russian)

Shvedovskiy V.A., Standrik A.S. (2015) Group-lattice approach to computation of social constants in the modeling of evolution path of the archaic society // Numerical Algebra with Applications: Proceedings of Fourth China-Russia Conference. Rostov-on-Don: Southern Federal University Publishing, P. 130–134.

Shvedovsky V., Standrik A., Bilan Y. (2016) Economic and Social Institutions: Modelling the Evolution Paths for the Archaic Society // Economics and Sociology. Vol. 9. No. 2. P. 11–25.

Sikevich Z.V. (2011) Vliyaniye etnicheskogo faktora na sovremennoye obshchestvo i chelo-veka // Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii. Tom 14. Vyp. 2. (In Russian)

Sitaram K., Kogdell R. (1992) Osnovy mezhkul'turnoy kommunikatsii // Che-lovek. No. 2–5. (In Russian)

Sotsiologicheskiy slovar' / pod red. G.V. Osipova. M.: Norma, 2008. (In Russian)

Turchin V.F. (1977) The Phenomenon of Science: A Cybernetic Approach Human Evolution. New York: Columbia University Press.

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Шведовский В.А., Стандрик А.С. Диахронный подход к построению индекса культурной идентичности Востока и Запада // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 160–166.

Shvedovsky V.A., Standrik A.S. Diachronic approach to constructing an index of the East / West cultural identity // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 160–166.

## Новая математика неравенства

Елена Сергеевна Алтунина  
аспирантка Школы социологии  
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»  
e-mail: altunina\_es@mail.ru

Олеся Викторовна Беспалова-Милек  
старший преподаватель кафедры системного анализа в экономике  
Финансового университета при Правительстве РФ  
e-mail: O\_Milek@mail.ru

Дмитрий Семёнович Шмерлинг  
кандидат физико-математических наук,  
профессор-исследователь факультета социальных наук,  
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»  
профессор Финансового Университета при Правительстве РФ  
e-mail: schmerling@hse.ru

Представлен авторский подход к классификации экономических систем по принципу «аллокации» дохода в системе, основанной на математической модели градуировки коэффициента Джини; представленный подход содержит декомпозицию индекса Джини на 2 составляющие.

Ключевые слова: неравенство доходов, распределение доходов населения, распределение Парето, степенное распределение, коэффициент Джини, кривая Лоренса.

Проблема неравенства доходов населения является основополагающей тематикой в вопросах государственного управления, управления коллективом или организацией. В вопросах оценки качества жизни населения, и как следствие оценки эффективности социально-экономических институтов и общественного устройства в целом, тематика неравенства ресурса<sup>1</sup> (как более общее понятие, чем только доход) стоит на стыке различных областей знания, таких как математика, математическая статистика, экономика, социология, теория государственного управления и даже психология.

Существует проблема достоверной оценки сверхбогатой части населения. Десятки тысяч наиболее богатых людей не охвачены официаль-

---

<sup>1</sup> Широко употребляется в англ. языке Size Distribution.

ной статистикой. Озвученная в World Wealth Report оценка числа людей, имеющих свободные средства в размере как минимум 1 млн. долларов (high net worth individuals (HNWI)), составляет 150 тыс. человек [Гуриев, 2015]. Среднее значение свободных средств по данной группе людей составляет 3 млн долларов США, что позволяет дать оценку их совокупному капиталу в 450 млрд долларов, данная оценка составляет больше четверти ВВП. Объем вкладов россиян на третий квартал 2016 года, по данным Федеральной службы статистики, равняется \$750 млрд. Итого  $750+450 = 1$  трлн 200 млрд долларов США.

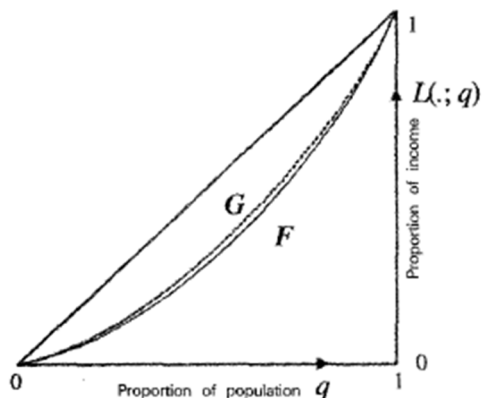
В вопросе измерения социально-экономического неравенства существует огромный пласт работ и разработанный математический аппарат. Еще со времен работ Лоренца и Джини интенсивно развиваются количественные методы изучения социально-экономической дифференциации. Это направление мысли интенсивно развивается в области изучения Size Distributions. Проблема неравенства в доходах берет свое начало как минимум с работы Макса Лоренца (1876–1959) [Lorenz, 1905] о кривых рассеяния. Подход для оценки неравенства базируется на рассмотрении совокупности данных на кривой, впоследствии названной «кривой Лоренца». Рассмотрим группу из  $n$  индивидов, где  $x_i$  обозначает благосостояние каждого индивида, где  $i = 1 \dots n$ . Упорядочив эти доходы по возрастанию, мы получаем последовательность  $x_1, x_2 \dots x_n$ . На координатной плоскости отметим точки  $k/n, S_k/S_n, k = 0 \dots n$ , где  $S_0 = 0, S_k = \sum_{i=1}^k x_i$ . Здесь  $S_k$  равно общему богатству  $k$  первых индивидов. Соединяя же соседние точки отрезками, мы получаем ломаную линию, концами которой является начало координат. В дальнейшем используется непрерывная (гладкая) аппроксимация данной линии [Маршал, Олкин, 1983: 12–14]. Ровно таким же способом строится распределение доходов, когда вместо доходов индивидов мы рассматриваем доходы различных групп населения. Кривая позволяет нам сравнить неравенство в распределении доходов, сравнить разные общности по характеру распределения доходов, рассмотреть динамику изменения распределения доходов в одной рассматриваемой совокупности, произвести сравнение распределений до и после налоговых вычетов, осуществления субсидий и льгот.

Стоит отметить, что в зарубежной литературе в области исследования распределений, кривых Лоренца и упорядочивание распределений по критериям первого и второго порядка сделано немало, смотрите например [Cowell, 2007: 86–166]. На рис 1., например, изображен график, де-



монстрирующий анализ распределений с позиции упорядочивания распределений.

При этом общепризнанного понимания «нормальности» неравенства, в том числе допустимости конкретных уровней показателей социально-экономического расслоения, не существует. Условно нормативный уровень неравенства зависит как от принимаемой концепции, так и от конкретных особенностей распределения в той или иной стране.



**Рис. 1. Лоренц-доминирование G над F [Cowell, 2007: 105]**

Некоторые меры неравенства представлены в табл. 1. Другой, крайне популярной, в том числе в общественных и политических кругах, является мера измерения неравенства распределения дохода под названием коэффициент Джини.

Однако использование данного показателя позволяет трактовать неравенство распределение дохода, только в рамках компаративных исследований. По существу коэффициент Джини можно рассматривать как относительную среднюю прибавку к зарплате при перемещении на следующий должностной уровень (“grade” не как конкретная ставка, но градация в рамках непараметрической области статистики). Более того прямое сопоставление количественных показателей невозможно и приводит к сложностям интерпретации (например, коэффициент Джини равный 0,42 для России и США). Мнения специалистов о том, что коэффициент Джини обладает высокой объяснительной силой можно применить к сопоставимым системам, или даже одной и той же системе в различные периоды времени. Данный показатель особенно наглядно применяется для демонстрации динамики системы и реализации политики по управлению доходов населения.

Именно поэтому содержательной целью работы авторов стояла разработка подхода содержательной интерпретации измерения социально-экономического неравенства.

**Таблица 1. Некоторые меры измерения неравенства дохода населения [Dagum, 2006: 3389]**

Мера неравенства распределения доходов	Income Inequality Measure	Disutility Function, $V = V(x)$ or $V = V(x, F(x))$	Mathematical form, $I = E[V(x, F(x))]$
Коэффициент Джини	Gini's Ratio	$V = \left[ \left( \frac{x}{\mu} \right) F(x) - L(x) \right]$	$G = \frac{E X - Y }{2\mu} = 1 - 2 \int_0^1 L dF$
Относительное отклонение среднего (через $\mu$ )	Relative mean deviation w.r.t $\mu$	$V =  x - \mu  / (2\mu)$	$M(\mu) = \int_0^\infty  x - \mu  dF(x) / (2\mu)$
Относительное отклонение среднего (через $m$ )	Relative mean deviation w.r.t $m$	$V =  x - m  / (2m)$	$M(m) = \int_0^\infty  x - m  dF(x) / (2m)$
Коэффициент вариации	Coefficient of variation	$V = (x - \mu)^2 / \mu^2$	$CV = \int_0^\infty (x - \mu)^2 dF(x) / \mu^2$
Дисперсия логарифма доходов	Variance of the log of income	$V = (\log x - \log M_g)^2$	$\sigma^2 = \int_0^\infty (\log x - \log M_g)^2 dF(x)$
Коэффициент Бонферрони	Bonferroni's ratio	$V = (F - L(F)) / F$	$B = 1 - \int_0^1 [L(F) / F] dF$
Коэффициент Зенга	Zenga's ratio	$V = 1 - \frac{x_F(F)}{x_L(F)}$	$Z = 1 - \int_0^1 \left[ \frac{x_F(F)}{x_L(F)} \right] dF$
Коэффициент протяженности кривой Лоренца	Length of the Lorenz curve ratio	$V = \frac{1}{\mu(2 - \sqrt{2})} [(x^2 + \mu^2)^{1/2} - \mu\sqrt{2}]$	$S = \frac{1}{\mu(2 - \sqrt{2})} \int_0^\infty [(x^2 + \mu^2)^{1/2} - \mu\sqrt{2}] dF$
Обобщенный коэффициент энтропии	Generalized entropy ratio	$V = \frac{1}{\beta(\beta + 1)} (x/\mu) [(x/\mu)^\beta - 1]$	$I_\beta = \frac{1}{\beta(\beta + 1)} \int_0^\infty (x/\mu) [(x/\mu)^\beta - 1] dF(x)$
Коэффициент Тэйла	Theil's ratio	$V = (x/\mu) \log(x/\mu)$	$T = I_0 = \int_0^\infty (x/\mu) \log(x/\mu) dF(x)$
Коэффициент Бургиньона	Bourguignon's ratio	$V = \log \mu - \log x$	$BR = I_{-1} = \log \mu - \log M_g$
Коэффициент Херфиндала-Хиршмана	Hirschman-Herfindhal	$V = 1/2 [(x/\mu)^2 - (x/\mu)]$	$H = I_1 = 1/2 var X / \mu^2 = 1/2 CV$
Коэффициент Аткинсона, $\varepsilon \neq 1$	Atkinson's ratio, $\varepsilon \neq 1$	$V = x(1 - x^{-\varepsilon}) / [\mu(1 - \varepsilon)]$	$A(\varepsilon) = 1 - \left[ \int_0^\infty x^{1-\varepsilon} dF(x) \right]^{1/(1-\varepsilon)} / \mu$
Коэффициент Аткинсона, $\varepsilon \rightarrow 1$	Atkinson's ratio, $\varepsilon \rightarrow 1$	$V = (x - \log x) / \mu$	$A(1) = 1 - M_g / \mu$

В основе содержательного анализа проблемы неравенства населения стоит вопрос о принципиальном разделении составляющих неравенства на необходимую, или функциональную его часть, и на излишнюю, или обусловленную «неэкономическими» факторами. Многие авторы, занимающиеся исследования социально-экономического неравенства признают присутствие данной дихотомии и предлагают подходы по деком-

позиции неравенства, или коэффициентов измерения неравенства, на две составляющие. В рамках подхода А.Ю. Шевякова и А.Я. Кируты предлагается разделение на две составляющие «нормальную» и «избыточную» часть, где под нормальным неравенством понимается тот уровень неравенства, который бы существовал в обществе при полном отсутствии бедности населения [Шевяков, Кирута, 2009].

В рамках системной парадигмы, в которой работают авторы статьи, предполагается трактовка «избыточной» части неравенства как поддерживаемой за счет институциональных факторов среды или системы. Данные системные факторы среды не позволяют «аллоцировать» ресурс в системе только по принципу реального вклада актора системы в получение общего объема данного ресурса. Такой подход не означает, что распределение должно быть только равномерным, и что истинное положение в области неравенства, к которому стремится общество, должно быть в концепции «опекающего капитализма» [Больц, 2014: 6]. Однако подразумевается, что существуют нерыночные факторы, оказывающие влияние на распределение ресурса и не позволяющие достигать системе «нормального» уровня неравенства.

В частности в рамках социологического концепта можно выделить анализ социетального типа общества по Шкаратану, где автор объясняет наличие нерыночных принципов дифференциации связанных с неоекратическим типом общества, когда за распределение ресурса в обществе отвечает не столько рынок (и подразумеваемый за ним реальный вклад человека) сколько этакратия и «экономика раздатка» [Шкаратан, 2009].

Однако данная ситуация в области неравенства характерна не только для Российской Федерации. Тома Пикетти и коллектив авторов публикуют труд, ставший бестселлером не только в научных, но и политических кругах. Авторы показывают, что на протяжении исторического периода наблюдается тенденция заметного превышения темпов роста частной доходности капитала ( $r$ ) над темпами роста дохода производства ( $g$ ) [Piketty, 2014]. Это свидетельствует о глобальной тенденции и даже противоречия капиталистической системы мироустройства – неравенство в мировом масштабе неизбежно будет прирастать. Поэтому столь необходима выработка политики по управлению данными процессами.

Предлагаем остановиться на двух математических моделях в рамках обозначенной темы «новой математике неравенства».

*Градуировка коэффициента Джини и модель «аллокации» ресурса в системе впервые была представлена в тексте, посвященном памяти*

В.И. Арнольда [Шмерлинг, 2011]; английский вариант опубликован на сайте библиотеки Корнельского Университета (Cornell University Library) [Schmerling, 2013].

Модель предлагает: пусть  $x_i$  — доход лиц, относящихся к  $i$ -му уровню иерархии применительно к любой из рассматриваемых систем,  $i$  измеряется от 1 до  $n$ . Тогда доход на  $i$ -м уровне ( $i = 1$  — лица с наименьшими, а  $i = n$  — с наибольшими доходами) равен

$$x_i = \text{const} * i^m, m > 0 \quad (1)$$

Шмерлингом [Шмерлинг, 2011; Schmerling, 2013] показано, что коэффициент Джини для данной модели равен асимптотически при  $n \rightarrow \infty$

$$G'_m(n) \rightarrow \frac{m}{m+2} \quad (2)$$

Данная модель позволяет выделить системы, в которых распределение доходов устроено по линейному принципу ( $m=1$ ), квадратичному принципу ( $m=2$ ) и т.д.

С точки зрения социально-экономической трактовки авторами предложен системный подход к классификации экономических систем по принципу «аллокации» ресурса. Предполагается, что всякая экономическая система характеризуется рядом свойств или параметров, которые позволяют описать ее статические и динамические свойства. Одним из таких параметров является принцип «аллокации» или распределения<sup>2</sup> ресурса в системе. Тип «аллокации» дохода является системной характеристикой, присущ как системе в целом, так и ее подсистемам. Данный принцип является структурным признаком системы и заложен в основу ее функционирования. Считая данное устройство легитимным, новые акторы системы воспроизводят этот механизм, даже если считали его неправомерным, занимая меньшую позицию в иерархии полномочий.

Таким образом, мы приходим к пониманию содержательной трактовки индекса Джини и его уровня. Индекс Джини, как коэффициент, характеризующий распределение дохода, характеризует ещё и принцип «аллокации» данной системы. Данный принцип «аллокации» является легитимизованным в обществе и воспроизводится как составляющая институциональной среды системы. Существуют периоды, когда в рамках динамики или развития системы принципы могут поддаваться эволюцион-

---

<sup>2</sup> Не в смысле distribution, а в смысле allocation. На русском языке за термином «распределение» зачастую понимается статистическое распределение, что являлось для авторов объектом критики ввиду не всегда однозначного понимания. Поскольку в работах авторов производится анализ статистических распределений, в качестве содержательного описания системного механизма предлагается употреблять термин «аллокация».

ным преобразованиям, однако можно говорить о стабильности принятого в обществе типа «аллокации» ресурса, как и стабильности институциональной среды. В рамках одного общества мы можем наблюдать большое количество разнообразных систем (линейных, и даже кубических), но преобладание нелинейных систем в экономике влечёт за собой фиксацию «избыточного» неравенства.

Линейные системы «аллокации» ресурса в системе мы примем за условный эталон систем с «нормальным» уровнем неравенства. Сделаем это вслед за признанным в научных и общественных кругах уровнем коэффициента Джини равным 0,3 как среднеевропейский уровень. Примеры Скандинавских стран в этой связи приводятся как образец функционального уровня неравенства не обремененного «излишним» с точки зрения общественного и экономического устройства.

Рассмотрим коллектив из 8 человек, в котором построено распределение бюджета по «линейному» и «квадратичному» принципу. Отметим, что те самые 8 уровней иерархии (не должностей, но уровней) могут применяться в достаточно крупной коммерческой компании. Но даже пример небольшого коллектива из 8 человек позволит нам продемонстрировать системные принципы организации системы.

За минимальный оклад сотрудника возьмем уровень 14 тыс. руб. Для определения условного объема бюджета в данном случае использовалась «квадратичная» система, как наиболее характерная для российских систем<sup>3</sup>. При квадратичной системе распределения ресурсов, заработок каждого уровня  $i$ -го члена коллектива определяется как  $i^2$  ( $i^2$ ), таким образом, руководитель восьмого уровня получает 64 оклада, или 896 тыс. руб. Общий уровень бюджета при квадратичной системе «аллокации» достигает 2,8 млн руб.

В табл. 2 при «квадратичном» принципе мы наблюдаем, что 31% от бюджета проекта достается его руководителю, специалист, находящийся на первом уровне иерархии, получает менее 1% от бюджета проекта и его оклад находится на грани порога бедности по стране.

При аллокации данного бюджета в «линейной» системе (с эталонным индексом Джини в 0,3) мы получаем значительное приращение уровня оклада первых трех сотрудников с одновременной потерей бюджета участников «правого хвоста» не более чем на 30%. При коэффициенте

---

<sup>3</sup> С.А. Айвазян (Айвазян, 2012) делает вывод, что после дооценки «правого хвоста» данных распределения доходов индекс Джини достигает значений 0,5 и выше.

Джини равном 0,3 в данном коллективе ресурс бы аллоцировался таким образом, что младший его участник получил бы 79 тыс. руб. и 3% от бюджета проекта, второй член иерархии увеличил бы свой оклад почти на 200%. И в любом случае валовый доход двух старших членов коллектива составлял бы 40% от бюджета.

Стоит обратить внимание не столько на понятие «справедливости», поскольку могут возникнуть дискуссии об участии каждого члена коллектива и оценки его вклада, сколько на понятие «эффективности». На какого уровня сотрудника можно рассчитывать, и каков будет потенциал его работы, если оклад предполагает не «уровень» выживания (в 14 тыс. руб.), а достойный уровень для работы и инвестиций в человеческий капитал (79 тыс. руб.)?

*Гибридная модель неравенства доходов.* Джанзен и Волперт, исследуя растущее неравенство доходов, решили задачу декомпозиции неравенства на два показателя неравенства для каждого из хвостов распределения «левого» (для низкодоходных групп системы) и «правого» (богатейшей части населения) [Jantzen, Volpert, 2012].

**Таблица 2. Линейный и квадратичный тип системы по признаку аллокации ресурса, на примере коллектива из 8 человек**

Уровень сотрудника (i)	Кол-во окладов по модели ( $i^m$ ), m=1	Кол-во окладов по модели ( $i^m$ ), m=2	Денежное выражение, тыс. руб., m=1	Денежное выражение, тыс. руб., m=2	Доля дохода сотрудника от бюджета проекта, m=1 (%)	Доля дохода сотрудника от бюджета проекта, m=2 (%)	Изменение денежных доходов индивида по сравнению с квадратичным типом распределения, %
1	1	1	79	14	3	0	467
2	2	4	159	56	6	2	183
3	3	9	238	126	8	4	89
4	4	16	317	224	11	8	42
5	5	25	397	350	14	12	13
6	6	36	476	504	17	18	-6
7	7	49	555	686	19	24	-19
8	8	64	635	896	22	31	-29
			2 856	2 856	100	100	

Авторы, указывают, что, в начале 2010 г. журнал «Forbes Magazine» [Jantzen, Volpert, 2012: 824] сообщил о том, что доход Джона Паулсона (John Paulson) в 2010 г. составил около \$ 5 млрд, что рассматривается авторами как шокирующие значения даже в США. В тоже время, как отмечают авторы, взяв за основу средний доход профессора в американском университете равный \$ 100 тыс., Джон Паулсон получает доход 50 тыс. американских профессоров. И это больше, чем общее количество про-

фессоров, специализирующихся на математике в США! Если бы данные пропорции (нашлось бы 50 тыс. чел., получающих совокупно доход одного профессора) соблюдались по всей генеральной совокупности, то экономическое неравенство было бы ошеломляющее [Ibid].

Джансен и Волперт приводят данные (данные сайта Алваредо, Аткинсона, Пикетти и Саец) доли доходов 1% богатейших людей США от национального дохода за почти 100 летний период (с 1913 по 2009 гг.), которые колеблются от 8% до 24%. Пики неравенства приходятся на два предкризисных года: 1928 и 2007 гг.

В упомянутом бестселлере Тома Пикетти [Piketty, 2014] обсуждается вопрос о возвращении тенденции ускоренных темпов роста доли богатых и расслоения населения, которое было оставлено такими «форс-мажорными» обстоятельствами как Великая депрессия, две мировые войны.

Джансен и Волперт установили, что распределение доходов внутри «высокодоходной группы» также не пропорционально численности богатейших людей: доля дохода от национального дохода при уменьшении группы уменьшается не пропорционально уменьшению доли богатейшего населения. Так 10% богатейших представителей США получают 48,23% национального дохода, а 1% получают 20,95% национального дохода (а не около 5%), а 0,1% получают 10,4% национального дохода, и даже 0,01% получает 5,03% дохода (по данным на 2008 г).

Как утверждают авторы, здесь мы наблюдаем устоявшийся шаблон: степень неравенства возрастает, даже, если ограничиться только правым хвостом данных о плотности распределения доходов. Данный феномен известен как принцип Парето. Раздельное вычисление индекса Джини основывается на различных скоростях убывания и возрастания доли доходов на левом и правом хвостах [Jantzen, Volpert, 2012: 828–832].

Авторы указывают, что если рассмотреть модель

$$L(x) = x^p, \text{ где } p \geq 1 \quad (3),$$

то мы можем получить выражение коэффициента Джини [ibid: 825] как

$$G = \frac{p-1}{p+1} \quad (4).$$

Использование «общего» показателя Джини, как демонстрации неравенства населения в рассматриваемой совокупности не является показательным для авторов данного исследования по причине отсутствия понимания того, что происходит в различных сегментах общества, и чем обусловлена динамика коэффициента Джини.

Ранее отмечалось, что интерпретация кривой Лоренца и коэффициента Джини сама по себе по классическому определению (сумма модулей попарных разностей доходов всех участников выборочной совокупности, деленные на их количество и на средний доход) не дает явной экономической интерпретации. В том числе потому, что представление о средней относительной разности доходов двух произвольных членов выборки у пользователей обычно отсутствует. Джанзен и Вольперт также отмечают данное обстоятельство, указывая на преимущество экономической интерпретации параметров  $p$  и  $q$ .

Авторы предлагают следующую модель. Богатейшая часть населения  $R$  получают долю общего дохода равную  $P$ . Кривая Лоренца должна удовлетворять следующему свойству  $L(1 - R^k) = 1 - P^k$  для любых  $k$ . Полагая  $x = 1 - R^k$  и используя факт того, что  $a^{\ln b} = b^{\ln a}$  авторы получают

$$L(x) = 1 - (1 - x)^{\frac{\ln P}{\ln R}} \quad (5)$$

Сократив запись:

$$L(x) = 1 - (1 - x)^q, \quad (6)$$

где  $0 > q \geq 1$ . Для данного распределения доходов индекс Джини является правоинвариантным, а данная модель относится к распределению Парето.

В соответствии с этим для кривой Лоренца авторы определяют правую часть коэффициента Джини ( $Gr$ ) как площадь между кривой Лоренца от точки  $x=r$  до точки  $x=1$  и кривой полного равенства распределения доходов:

$$Gr(r) = \frac{\int_r^1 \left( \frac{1-L(r)}{1-r} (x-1) + 1 \right) - L(x) dx}{\frac{1}{2}(1-r)(1-L(r))} \quad (7)$$

В случае (5) получаем выражение индекса Джини «правого» хвоста данных

$$Gr = \frac{1-q}{1+q} \quad (8),$$

который не зависит от  $r$  и равен индексу Джини для всей рассматриваемой совокупности. Авторы предполагают, что социологически говоря, этот феномен самоподобия позволяет объяснить почему богатые могут не чувствовать себя такими богатыми. Авторы показывают, что данный индекс подходит для описания «правой» части населения, но не годится для описания ситуации с доходами в «беднейшей» части населения. [Ibid: 828–830].

Зеркально правостороннему индексу Джини, кривая Лоренца имеет свойство  $L(R^k) = P^k$ , где  $R$  сегмент наименее богатых людей, получающих долю дохода  $P$ . Авторы находят функцию Лоренца:



$$L(x) = x^p \quad (9)$$

Полученная простая степенная функция, где степень удовлетворяет условию  $p > 1$ . Авторы отмечают, что данная функция не всегда подходит к набору рассматриваемых данных и предлагают добавить коэффициент. Таким образом, кривая Лоренца для «левого» хвоста данных:

$$L(x) = x^{\frac{\ln P}{\ln R}} = cx^p \quad (10)$$

Это уравнение степенного закона обладает свойством левоинвариантности для коэффициента Джини: для любого сегмента между 0 и некоторого  $s < 1$ :

$$Gl(s) = \frac{\int_0^{sL(s)} x^{-L(x)} dx}{\frac{1}{2}sL(s)} \quad (11)$$

В случае (9) получаем выражение индекса Джини «левого» хвоста данных

$$Gl = \frac{p-1}{p+1} \quad (12)$$

Исходя из двойственной сути неравенства в популяции, авторы получают гибридную модель для распределения доходов с функцией Лоренца равной:

$$L(x) = x^p(1 - (1 - x)^q) \quad (13)$$

И отдельно индексы Джини:

$$\lim_{s \rightarrow 0} Gl(s) = \frac{(p+1)-1}{(p+1)+1} = \frac{p}{p+2} = G_0, \text{ для левого хвоста данных}$$

$$\lim_{r \rightarrow 0} Gr(r) = \frac{1-q}{1+q} = G_1, \text{ для правого хвоста данных}$$

Приводя доказательства [Jantzen, Volpert, 2012: 833], авторы показывают, что при подборе параметров  $p$  и  $q$  с помощью МНК, точность приближения модели данных, например на данных 2009 г. по США, очень высокая.

Джанзен и Вольперт получают выражения для параметров гибридной модели неравенства:

$$p = \frac{2G_0}{1-G_0} \quad (14), \quad q = \frac{1-G_1}{1+G_0} \quad (15)$$

Для гибридной модели общее  $G$ , полученное как интеграл от разности  $y=x$  — (гибридная функция Лоренца) равно:

$$G = 2 \int_0^1 x - x^p(1 - (1 - x)^q) dx = 1 - \frac{2}{(p+1)} + 2 \frac{\Gamma(1+q)\Gamma(p+1)}{\Gamma(2+p+q)} \quad (16)$$

Авторы представляют результат гибридной модели на эмпирических данных распределения доходов в США, который позволяет понять, что расслоение усиливается за счет динамики доходов в богатейшей части населения. Джанзен и Волперт обозначают преимущества разработанной модели:

- (1) прекрасно отображает распределение доходов в реальных данных в течение долгого времени,
- (2) позволяет отобразить различные кривые Лоренца с одинаковыми индексами Джини,
- (3) требует в качестве входных данных только 2 параметра,
- (4) в противопоставление стандартному виду индекса Джини данная модель позволяет получить непосредственно экономические интерпретации, что даёт возможность делать выводы о развитии неравенства, которые не очевидны при использовании «общего» индекса Джини [Jantzen, Volpert, 2012: 834].

Как видим, параметр  $p$  из [Jantzen, Volpert, 2012] аналогичен параметру  $m$  в модели Шмерлинга из [Schmerling, 2013]. Примечательно, что данный результат был получен исходя из разных предпосылок к анализу. Джансен и Вольперт исходили из кривой Лоренца, Шмерлинг основывался на степенной модели. Джанзен и Волперт пошли по пути определения коэффициента Джини в гибридной модели распределения, авторы же в своей работе углубились в *системные* (и социальные) трактовки данного явления устоявшихся принципов аллокации дохода.

На рис. 2 из работы Джанзена и Волперта можно видеть, что на протяжении 40 лет в США  $G_0$  стабильно относительно  $G_1$ , что согласуется с социальной трактовкой модели аллокации доходов населения как системного (в первых работах авторов указано «фундаментального») свойства экономической системы ( $G_0$  – для левого «хвоста»,  $G_1$  – для правого «хвоста»). С точки зрения подхода к «справедливости», мы можем предположить, что данная часть коэффициента Джини в гибридной модели близка к функционально необходимой составляющей расслоения населения, исходит она из равенства возможностей. Вторая же часть в гибридной модели может относиться к правому хвосту данных, что теоретически предполагает влияние «капитала» и институциональные ограничения, в том числе невозможности добиться равного результата (что перекликается с выводами Пикетти).

*Политика в области управления доходами.* Освещенные математические модели, являющиеся «новым» направлением развития тематики неравенства населения, дают возможность дальнейшего прикладного использования моделей в области управления доходами населения.

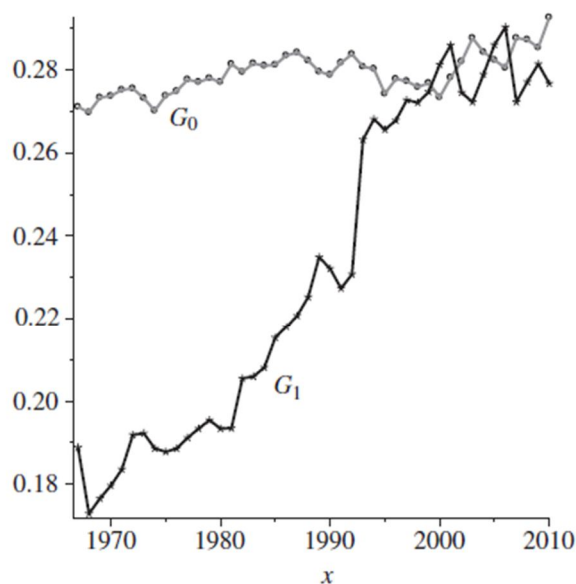


Figure 14. The historical values of the two Gini indices.

**Рис. 2. Гибридная модель расслоения населения США  
[Jantzen, Volpert, 2012: 836]**

Одним из активно разрабатываемых направлений снижения неравенства является идея введения прогрессивной системы налогообложения. Большое количество расчетных моделей свидетельствуют об эффективности данной меры, с другой стороны признается, что при низкой эффективности социальных институтов и невозможности контролировать исполнение законодательства, нет оснований ожидать значительного улучшения ситуации. Только развитие институциональной среды и высокая эффективность институтов дадут возможность внедрить пропорциональную схему налогообложения.

Вторая мера может привести к постепенным «системным» преобразованиям. Необходимо законодательно приводить экономические системы государства к «линейным» типам аллокации. В настоящее время принят ФЗ 347 «О внесении изменений в Трудовой кодекс РФ (в части обязательного установления предельных размеров соотношения между среднемесячной заработной платой руководителей (их заместителей, главных бухгалтеров) и среднемесячной заработной платой работников государственных и муниципальных учреждений и унитарных предприятий, государственных внебюджетных фондов и территориальных фондов обязательного медицинского страхования, а также усиления ответственности за их несоблюдение)». ФЗ вступает в силу 1 января 2017 г. Согласно действующему в настоящее время законодательству, предельный уровень соотношения средней зарплаты установлен для руководителей

федеральных госучреждений, их заработная плата может превышать доходы подчиненных максимум в 8 раз. В текущей версии ФЗ конкретные коэффициенты не указываются, и будут устанавливаться соответствующими органами дополнительно.

В заключении хочется упомянуть недавно озвученную в СМИ ситуацию, когда руководитель Минкомсвязи предлагал зафиксировать заработную плату руководителю «Почты России» в 10 млн. руб. в месяц при средней заработной плате в организации 20 тыс. руб. В терминах модели аллокации это означает, что при предполагаемых 8–10 уровнях иерархии в организации, мы имеем 500 окладов от единичного оклада в 20 тыс. руб., или «кубическую» систему аллокации при  $m=3$ .

Системный подход к решению проблемы неравенства населения необходимо внедрять и на законодательном уровне, где определяется не просто уровень заработной платы, но и принцип аллокации дохода (или всего ресурса, включая дополнительные выплаты и премии). Целью такого преобразования может служить идея об эволюционном изменении паттерна или нормы распределительных механизмов, которые транслируются в системах любого уровня, начиная от небольших трудовых коллективов, заканчивая крупными государственными и коммерческими корпорациями, и которые поддерживаются акторами системы. Таким образом, чтобы случаи «кубического» аллоцирования были лишь редкими исключениями, а в массе своей стремление к преобладанию «линейных» систем.

### **Список использованной литературы**

- Айвазян С.А. (2012) Анализ качества и образа жизни населения. М.: Наука.
- Большц Н. (2014) Размышление о неравенстве. Анти-Руссо / Пер. с нем. И.А. Женина. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Гуриев С.И. (2015) Разделяй и властвуй // TheNewsTimes. 18 мая.
- Маршалл А., Олкин И. (1983) Неравенства. Теория мажоризации и ее приложения / Пер. с англ. Г.П. Гаврилова и В.П. Мирнацева. М.: Мир.
- Серьгина Е., Никольский А. (2016) Минкомсвязи хочет увеличить зарплату руководителя «Почты России» до 10 млн. рублей // Ведомости. 18 ноября.
- Шевяков А.Ю., Кирута А.Я. (2009) Неравенство, экономический рост и демография: неисследованные взаимосвязи. М.: М-студия.
- Шкаратан О.И. (2009) Социально-экономическое неравенство и его воспроизводство в современной России. М.: ОЛМА Медиа Групп.
- Шмерлинг Д.С. (2011) Градуировка коэффициента Джини (Памяти В.И. Арнольда (1937–2010)) // Социологические методы в современной исследовательской практике: Сборник статей, посвященный памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / Отв. редактор О.А. Оберемко. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ. С. 63–66.

Cowell F.A. (2000) Measurement of Inequality // Handbook of Income Distribution / Atkinson A.B., Bourguignon F. ed. Amsterdam: Elsevier North Holland. Vol. 1. P. 86–166.

Dagum C. (2006) Income inequality measures // Encyclopedia of Statistical Sciences. 16 vols. / ed. by N.L. Johnson, S. Kotz. N.Y. e.a.: Wiley. P. 3387–3405.

Jantzen R.T., Volpert K. (2012) On the Mathematics of Income Inequality: Splitting the Gini Index in Two // The American Mathematical Monthly. Vol. 119. No. 10. P. 824–837.

Lorenz M.O. (1905) Methods of Measuring the Concentration of Wealth // Publ. Amer. Statist. Ass. Vol. 9. No. 70. P. 209–219.

Piketty T. (2014) Capital in the Twenty First Century / trans. by A. Goldhammer. Cambridge, Mass.; London: Belknap Press of Harvard Univ. Press.

Piketty T., Saez E. (2007) How Progressive is the U.S. Federal Tax System? A Historical and International Perspective // Journal of Economic Perspectives. Vol. 21. No. 1. P. 3–24.

Schmerling D.S. (2013) New models of income distribution: “graduation” as the explanation of Gini coefficient (index) // Cornell University Library, arXiv.org. arXiv: 1309.3771 [q-fin.GN]. [online]. URL: [http://arxiv.org/abs/1309.3771]. Avail. 17.09.2013.

---

## **A New Math of Inequality**

Elena S. Altunina

post-graduate student, School of Sociology, NIR HSE  
e-mail: altunina\_es@mail.ru

Olesya V. Beshpalova-Milek

Senior Lecturer in Systems Analysis Department of Economics  
Financial University under the Government of the Russian Federation  
e-mail: O\_Milek@mail.ru

Dmitriy S. Schmerling

candidate of Physical and Mathematical Sciences,  
professor and researcher of the Faculty of Social Sciences of the HSE,  
Financial University under the Government of the Russian Federation  
e-mail: schmerling@hse.ru

The article proposes a new approach to classify economic systems on the principle of income allocation, based on a mathematic model of Gini coefficient calibration or decomposition.

Keywords: income inequality, income distribution, Pareto distribution, exponential distribution, Gini coefficient, Lorenz curve.

## **References**

Ayvazyan S.A. (2012) Analiz kachestva i obraza zhizni naseleniya. M.: Nauka. (In Russian)

Bol'ts N. (2014) Razmyshlenie o neravenstve. Anti-Russo / Per. s nem. I.A. Zhenina. M.: Izd. dom VShE. (In Russian)

Cowell F.A. Measurement of Inequality // Handbook of Income Distribution / Atkinson A.B., Bourguignon F. ed. Amsterdam: Elsevier North Holland, 2000. Vol. 1. P. 86–166.

Dagum C. Income inequality measures // Encyclopedia of Statistical Sciences. 16 vols. / ed. by N.L. Johnson, S. Kotz. N.Y. e.a.: Wiley, 2006. P. 3387–3405.

Guriev S.I. (2015) Razdelyay i vlastvuy // TheNewsTimes. 18 maya. (In Russian)

Jantzen R.T., Volpert K. On the Mathematics of Income Inequality: Splitting the Gini Index in Two // The American Mathematical Monthly. 2012. Vol. 119. No. 10. P. 824–837.

Lorenz M.O. Methods of Measuring the Concentration of Wealth // Publ. Amer. Statist. Ass. 1905. Vol. 9. No. 70. P. 209–219.

Marshall A., Olkin I. (1983) Neravenstva. Teoriya mazhorizatsii i ee prilozheniya / Per. s angl. G.P. Gavrilova i V.P. Mirnatseva. M.: Mir. (In Russian)

Piketty T. Capital in the Twenty First Century / trans. by A. Goldhammer. Cambridge, Mass.; London: Belknap Press of Harvard Univ. Press., 2014.

Piketty T., Saez E. How Progressive is the U.S. Federal Tax System? A Historical and International Perspective // Journal of Economic Perspectives. 2007. Vol. 21. No. 1. P. 3–24.

Schmerling D.S. (2011) Graduirovka koeffitsienta Dzhini (Pamyati V.I. Arnol'da (1937–2010)) // Sotsiologicheskie metody v sovremennoy issledo-vatel'skoy praktike: Sbornik statey, posvyashchenny pamyati pervogo dekana fakul'teta sotsiologii NIU VShE A.O. Kryshtanovskogo [Elektronnyy re-surs] / Otv. redaktor O.A. Oberemko. M.: Izdatel'skiy dom NIU VShE. S. 63–66. (In Russian)

Schmerling D.S. (2013) New models of income distribution – “graduation” as the explanation of Gini coefficient (index) // Cornell University Library, arXiv.org. – arXiv: 1309.3771 [q-fin.GN]. [online]. URL: [http://arxiv.org/abs/1309.3771]. Avail. 17.09.2013.

Ser'gina E., Nikol'skiy A. (2016) Minkomsvyazi khochet uvelichit' zarplatu rukovoditelya «Pochty Rossii» do 10 mln. rubley // Vedomosti. 18 noyabrya. (In Russian)

Shevyakov A.Yu., Kiruta A.Ya. (2009) Neravenstvo, ekonomicheskoy rost i demografiya: neissledovannyye vzaimosvyazi. M.: M-studiya. (In Russian)

Shkaratan O.I. (2009) Sotsial'no-ekonomicheskoe neravenstvo i ego vosproizvodstvo v sovremennoy Rossii. M.: OLMA Media Grupp. (In Russian)

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Алтунина Е.С., Беспалова-Милек О.В., Шмерлинг Д.С. Новая «математика неравенства» // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 167–182.

Altunina E.S., Bepalova-Milek O.V., Schmerling D.S. The new "math of inequality" // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshtanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 167–182.

### **III. ЭТЮДЫ**

#### **Образы Президента РФ В.В. Путина в среде студенческой молодежи г. Москвы**

**Илья Сергеевич Андреев**

студент Школы социологии факультета социальных наук  
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

**Игнат Сергеевич Баранов**

студент Школы социологии факультета социальных наук  
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

**Юлия Андреевна Подорина**

студентка Школы социологии факультета социальных наук  
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

Построена комплексная модель оценки актуальных социальных представлений о Президенте РФ и связать её с типологией субъектов восприятия на выборке вузовских студентов.

Ключевые слова: образ политика, индекс национальной гордости, политическая информированность, вектор восприятия.

#### **Введение**

Сегодня политика проникает абсолютно во все сферы нашей жизни; политизацию общественных отношений мы рассматриваем как процесс перевода социальных отношений из режима подчиненности традициям в режим подчиненности властным интересам. В нашей стране направление политического вектора задает Президент, глава государства. Президент России, фактически, не относится к какой-либо одной ветви власти, а скорее возвышается над ними, поскольку осуществляет координирующие функции и даже имеет право роспуска Государственной думы. Более того, глава государства исполняет функции не только «внутреннего» управленца, он также является и лицом страны, представляющим ее на международной арене.

Начиная с Олимпийских Игр 2014 г., прошедших в российском городе Сочи, внимание к В.В. Путину, действующему Президенту РФ, небывало возросло. Причиной этому был целый ряд событий: и присоединение к

РФ Республики Крым, и последующие антироссийские санкции, которые повлекли за собой обвал курса национальной валюты, и ответные санкции со стороны Правительства РФ, военная активность в Сирийской Арабской Республике и т. д. Все эти события вызвали реакцию у значительной доли населения России. И не у всех эта реакция носила положительный окрас: многие воспринимали подобную активность Президента РФ отрицательно, кто-то отнесся индифферентно.

В условиях общей аполитичности и низкой политической информированности современной молодёжи, её недоверия абстрактным политическим институтам, у нас возник вопрос: как можно объяснить, что рейтинги доверия Президенту Путину достигают рекордных значений?<sup>1</sup> Данное противоречие и побудило нас к проведению исследования.

Цель — апробировать модель профиля представлений о Президенте РФ В.В. Путине. Образ Президента, как и любого другого политика, формируется в общественном сознании под влиянием множества различных факторов, которые нужно учитывать. Мы предположили, что к значимым факторам формирования образа главы государства относится политическая информированность, уровень протестного потенциала, гордость за страну (особенно актуальна на волне патриотических настроений в России в связи с последними политическими событиями), а также социально-демографические характеристики. Апробация проведена на материале опроса студентов московских вузов

### **Теоретические основы исследования: образ политического лидера**

В любом обществе, будь оно консервативным или динамичным, демократичным или авторитарным, есть класс людей, который управляет и принимает решения, и класс тех, кто подчиняются. Этот феномен получил в социологической науке название «феномен лидерства». По общему мнению специалистов в области политической социологии, феномен лидерства всё ещё плохо изучен, что выражается в отсутствии чёткого определения и общепринятой типологии [Алисова и др., 2000]. Но, несмотря на относительную неизученность, политическое лидерство представляется исследователям одним из самых эффективных способов побудить людей к совместной деятельности во благо общества. Продуктивность данной деятельности при этом обуславливается личными каче-

---

<sup>1</sup> Одобрение деятельности государственных институтов // ВЦИОМ URL: [https://wciom.ru/news/ratings/odobrenie\\_deyatelnosti\\_gosudarstvennykh\\_institutov/](https://wciom.ru/news/ratings/odobrenie_deyatelnosti_gosudarstvennykh_institutov/) (дата обращения: 18.06.2016).



ствами лидера, ситуационными характеристиками, которые будут рассмотрены в рамках нашей работы. Политическое лидерство – это власть, осуществляемая одним или несколькими индивидами с тем, чтобы побудить членов нации к действиям [Blondel, 1987].

Классической типологией считается типология Вебера, основывающаяся на трёх типах легитимного господства [Mortensen, 1992: 46]: харизматическое, легитимное, традиционное. При наличии множества типологий лидерства каждого конкретного политического лидера мы рассматриваем как уникальную личность, обладающую особенными чертами, которые заставляют его запомнить и в некой степени влияют на вектор его политики. Такими специфическими особенностями являются:

- личностные качества лидера, причём в разрезе не только характера, но и его социальной составляющей (происхождение лидера, его карьера, образование);
- инструменты осуществления власти, а именно, его причастность к какой-либо политической партий, общественному движению и т. д.; деятельность СМИ, потенциал которых в этом направлении высоко оценивается всеми политическими социологами;
- особенности среды, в рамках которой действует лидер; политическая повестка дня.

Суммируем. (1) Изучение этого концепта предполагает множество частных случаев, зависящих от таких переменных, как ситуация в стране, настроения граждан, их ожиданий и тому подобных. (2) Личность главы государства оценивается по определённым параметрам, и обладание ими заставляет избирателей доверять ему. Поэтому далее целесообразно рассмотреть имидж Президента как составляющую его образа.

Поведение лидера зависит от того, как и кем он себя осознает по отношению к другим людям, в большей степени к населению своей страны [Егорова-Гантман, 1994]. Политический лидер старается быть таким, как и мы все. История знает немало примеров успешных предвыборных и агитационных кампаний, когда в построении образа кандидата акцент делался на близости к простым людям. «Рожден в провинции, рано потерял отца, долгое время был простым работягой, поэтому знает суть проблем простых людей изнутри» — подобных аргументов может быть бесконечное множество. Этот прием психологического воздействия называется «свои ребята», или по-другому «игра в простонародность» (Грачев, 2001). Однако в то же время лидер — это другой. Он либо выше всех нас, либо находится в стороне. Народ голосует за него, потому что

считает его более сильным и способным решать поставленные перед ним задачи и возникающие проблемы.

Таким образом, имидж политического лидера — это очень важный, но наряду с этим — очень многогранный и сложный концепт, который определяет распределение политических сил в государстве. Несмотря на большой интерес к электоральному поведению, повышению популярности политиков, исследованию установок граждан по отношению к политикам с учётом особенностей среды, в которой они существуют, уделяется недостаточно внимания. Чаще всего имидж политика и образ не разделяются между собой, хотя представляют собой две разные вещи. Образ политика — это результат восприятия сформированного имиджа различными социальными группами. Существует несколько факторов, влияющих на результат перцепции имиджа человеком.

Одним из таких факторов является социальная установка, или аттитюд. Б.Ф. Ломов отмечает, что аттитюды являются важным компонентом структуры личности, определяющим для него сущность и степень значимости того или иного социального объекта или класса объектов [Политическое..., 2002: 128–129]. Они одновременно являются ориентирами жизнедеятельности человека. По отношению к политическим лидерам аттитюд выражается как эмоция определённой модальности, возникающая в процессе восприятия политика.

Е.В. Егорова-Гантман и И. Минтусов выделяют три группы факторов, опосредующих процесс восприятия политического лидера электоратом:

- 1) факторы, относящиеся к познавательной среде избирателей и особенностям коммуникативной системы;
- 2) факторы, характеризующие мотивационно-потребностную сферу;
- 3) факторы, определяющие социально-психологические особенности избирателей, как субъектов восприятия.

Таким образом, образ политического лидера — это социологический конструкт. Образ лидера — это результат восприятия его имиджа, на которое влияет множество социальных и психологических факторов. Именно перед тем, как приступить к исследованию образа Президента РФ, мы посчитали нужным провести измерение характеристик, тесно связанных с его оценкой, то есть, классифицировать студентов по уровню политической информированности, протестного потенциала, а также определить уровень национальной гордости.

## Выборка

Выборка исследования составлялась из студентов московских вузов, которые обучаются на очных программах обучения. Всего в Москве, по данным статистики на 2014 год, обучается 145,7 тыс. чел.; функционируют 120 филиалов вузов. Исходя из возможностей, был выбран невероятный целевой вид выборки. Таким образом, полученные данные не могут быть обобщены на генеральную совокупность, а лишь позволяют выявить наиболее распространенные представления о Президенте РФ. Всего 255 москвичей и жителей области представили 30 вузов Москвы.

## Политическая информированность

Осведомленность человека о политических событиях в стране и в мире может влиять на складывающийся образ лидера страны. Мы выделили три категории людей по политической информированности: хорошо, умеренно и слабо информированные.

Политическую информированность мы определяем как заинтересованность человека в текущей политической новостной ленте. Характеризуя политически информированного человека, мы подразумеваем, что он может отличить реальные политические новости от ложных. Именно на эти составляющие политической информированности делался акцент при выборе методики измерения. В результате измерение проводилось следующим образом: было использовано 2 вопроса, по ответам на которые был проведен кластерный анализ. В первом вопросе респонденту предлагалось самому оценить уровень своей политической информированности, во втором вопросе предъявлялся список новостей, часть из которых была ложной, а также вариант: «Я не слышал ни об одном из этих событий».

Кластерный анализ позволил выявить четыре группы респондентов по уровню политической информированности:

- **«хорошо информированные»** (24%): высоко оценивают свою информированность, выбрали большое количество правильных новостей и маленькое количество неправильных новостей;
- **«умеренно информированные»** (46%): средние самооценки информированности, среднее количество правильных выборов;
- **«совсем не информированные»** (16%): очень низко оценивают свою информированность, редкие правильные выборы;
- **«самоуверенные»** (14%): высоко оценивают свою информированность, но выделяют среднее количество правильных и очень большое количество неправильных новостей.

**Таблица 1. Суждения, включённые в анкетный вопрос «О каких из этих событий Вы слышали?»**

<b>Суждения</b>	<b>Правдиво или нет?</b>
Всплеск конфликта в Нагорном Карабахе	Да
Решение Великобритании провести в 2017 году референдум о выходе из Европейского Союза	Да
Вывод российских войск из Сирийской Арабской Республики	Да
Соглашение о сокращении добычи нефти между странами-экспортерами	Да
Коррупционный скандал с участием губернатора Красноярского края Александра Вольных	Нет
Владимир Путин принял участие в саммите по ядерной безопасности в Вашингтоне	Нет
Российские чиновники предлагают ввести налог на пользование электронными устройствами с целью увеличения поступлений денежных средств в государственный бюджет	Нет
Граждане Голландии на референдуме проголосовали за ассоциацию Украины и Европейского Союза	Нет
Боевики ИГ отстояли город Пальмиру, отбив атаки сирийской армии	Нет
Пресс-секретарь Президента России заявил, что российская сторона готова к возобновлению сотрудничества с Турцией	Нет

### **Протестная активность**

Протестная активность – это понятие, которое описывает настроения людей по отношению к массовым мероприятиям, призванным привлечь внимание общественности к насущным проблемам общества. Это важное основание для классификации электората.

Методика классификации была позаимствована в исследованиях «Левада-Центра». Она основана на 5 вопросах, в которых респондента спрашивают о возможности массовых протестов в своем районе или городе, о своем потенциальном участии в них, об опыте такого участия за последнее время. С помощью иерархического кластерного анализа выявлены три группы с различным уровнем протестного потенциала:

- **не верят в возможность протестов и не примут в них участие (30%):** даже если протесты состоятся, они точно не примут в них участия; вероятность политических протестов оценивается выше, чем в среднем по выборке, но не критично; за полгода, предшествовавшие опросу, не участвовали ни в каких акциях;
- **уверены в возможности протестов и участии в них (22%):** но в последние полгода мало кто участвовал в акциях;

- **уверены в возможности протестов, но точно не примут в них участия (46%):** не участвовали ни в каких акциях.

Люди, которые не собираются ходить на протесты разделились на тех, кто верит в возможность массовых протестов и тех, кто в них не верит. Суммарная доля неготовых протестовать превышает долю тех, кто собирается участвовать в возможных протестных мероприятиях.

### **Гордость за страну**

Согласно словарю социолингвистических терминов гордость за страну (в словаре термин обозначен как «национальная гордость») — чувство, лежащее в основе сложного социально-психологического явления, в котором аккумулируется и проявляется весь спектр таких морально-психологических черт, как национальное достоинство, осознание исторического вклада своей нации, в частности, оно предполагает высокую оценку своих национально-культурных ценностей (включая родной язык и литературу). Высокий уровень гордости за страну означает высокую степень консолидации народа, его зрелость. На фоне событий, произошедших на политической арене начиная с «крымской весны» и вплоть до проведения полевого этапа нашего исследования (отчасти, эти события продолжаются и по сей день), уровень патриотических настроений, уровень национальной гордости среди россиян сильно возрос. Росли и рейтинги доверия к Президенту и его деятельности, поэтому гордость за страну и была включена в опрос.

Итак, поскольку гордость за страну является латентной переменной, которую нельзя измерить каким-либо одним прямым вопросом, для ее измерения нами была построена шкала сумматорного типа (шкала Лайкерта). В итоговую шкалу вошли следующие суждения:

- 1) Я высоко ценю традиции и культуру своей страны
- 2) Я испытываю чувство стыда, когда слышу слово «Россия»
- 3) Я бы с удовольствием переехал в другую страну, если бы у меня была такая возможность и т.п.

Конечно же, новая шкала также была протестирована, и мы могли наблюдать улучшение ее внутренней согласованности. Согласованность суждений высокая.

Высокие значения индекса гордости за страну отмечены среди 25% респондентов, и 3 % испытывают абсолютно противоположное чувство; остальная часть московских студентов испытывают более сдержанные чувства с перевесом к положительному окрасу эмоций.

## Образ Президента РФ Владимира Путина

Современные студенты формируют свое мнение о Президенте РФ В.В. Путине на основе лично-деловых характеристик. Чтобы выявить основные векторы восприятия Президента, был проведён факторный анализ положительных и отрицательных характеристик. Респондентам по пятибалльной шкале было предложено оценить, насколько Президенту РФ свойственны следующие личностные и деловые качества:

1) энергичный, инициативный, деловой	17) защищает государственные интересы
2) настоящий лидер	18) уравновешенный, рассудительный
3) опытный политик	19) много опирается на помощников
4) честный, бескорыстный и порядочный человек	20) чужды интересы народа
5) грамотный человек, компетентный	21) обещает много, но не выполняет
6) пользуется уважением	22) использует любые средства для достижения целей
7) ярко выраженные ораторские способности	23) не справляется с управлением страной
8) близок к народу	24) слишком жестокий политик
9) может навести порядок в стране	25) действия недальновидны
10) стойкий и мужественный	26) нерешительный, слабый
11) дисциплинирован, ответственный	27) подчиняется чужим интересам
12) симпатичный	28) применяет силовые методы
13) логичен и последователен	29) отсутствуют принципы
14) твердо следует принципам	30) не способен вести за собой людей
15) способен к компромиссам	31) нет четкой политической линии
16) культурный и воспитанный	32) несимпатичный человек

В результате проведённого факторного анализа, который можно по всем характеристикам считать качественным, было выделено пять векторов восприятия Президента РФ:

**Фактор 1 «Харизматичность»** объединил качества, характеризующие харизматичного, талантливого лидера, сочетающего в себе, как и инициативность в принятии решений, так и наличие нужных знаний и умений для этого вкпе с признанием со стороны окружающих его людей. Также в эту группу качеств входит опыт и личностные качества, которые позволяют вести людей за собой.

**Фактор 2 «Неготовность служить народу»** описывает Президента РФ, как человека, не заслуживающего доверия, не выражающего народное мнение, который тем самым вызывает недовольство у граждан; ярко выражена склонность давать ложные обещания, тем самым, укрепляя авторитет человека, равнодушного к судьбам простых людей.

**Фактор 3 «Авторитарность»** — группа характеристик, которая объединяет в себе диктаторские качества, склонность к принятию импульсивных, непродуманных решений, стремление решить проблемы посредством силы, а не с помощью диалога и компромисса; также ярко выражена склонность к достижению целей любыми доступными средствами.

**Фактор 4 «Беспринципность»** описывает человека, не умеющего принимать самостоятельные решения и вследствие этого, слабохарактерного; у него нет чёткой политической линии, что позволяет сделать вывод об отсутствии у него чёткой позиции и принципов.

**Фактор 5 «Привлекательность»** включил оценку внешности, характеризующую человека с приятной внешностью.

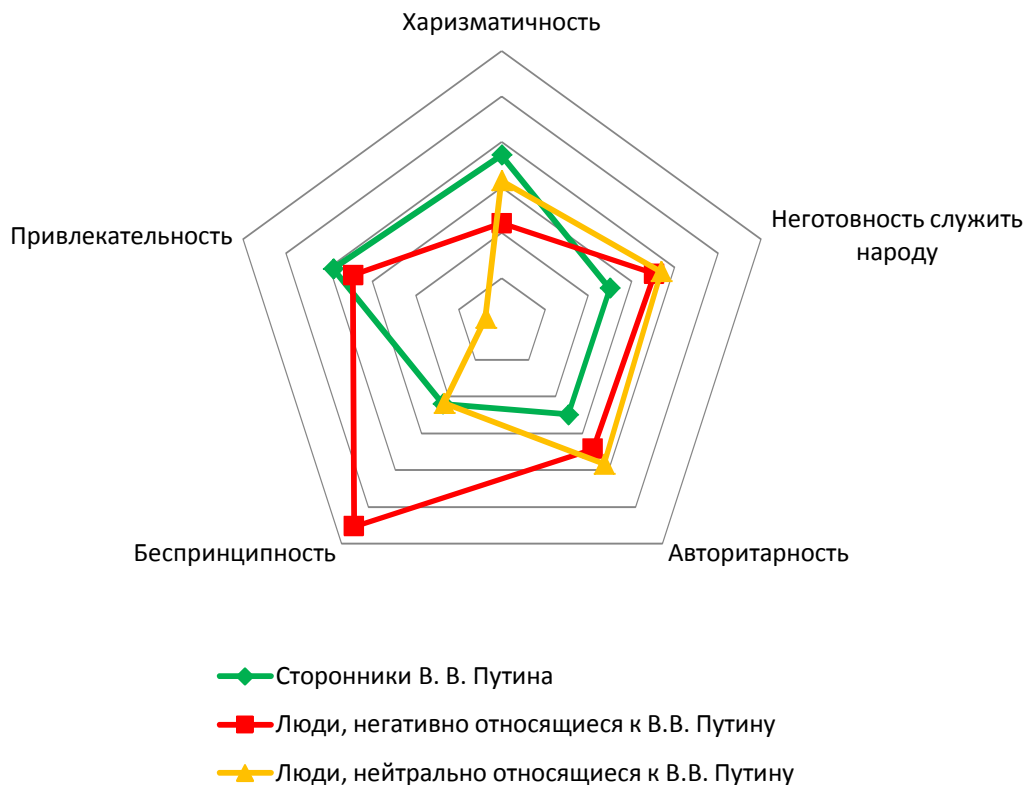
После факторизации всех деловых и личностных качеств, была проведен кластерный анализ на основе полученных факторов. Выбранная нами модель включала в себя три полноценных кластера и кластер-выброс, который нами не был проанализирован в рамках этой работы. Используя результаты предшествующего анализа, нами были получены следующие кластеры с различными представлениями о Президенте и характерными чертами.

**Кластер 1 «Сторонники В.В. Путина».** Мнение представителей данного кластера о Владимире Путине таково: он энергичный, инициативный, деловой человек, опытный политик, настоящий лидер, готовый повести за собой людей. Честный, бескорыстный и порядочный человек, который грамотен и компетентен в своей сфере. Он пользуется уважением среди окружающих его людей, коммуникабелен и красноречив. Президент дисциплинирован, ответственен, имеет стойкий и мужественный характер и потому может навести порядок в стране. Логичен и последователен в своих действиях, твердо следует своим принципам, способен к компромиссам и объединению различных политических сил, защищает в первую очередь государственные интересы. Уравновешенный, рассудительный и уверенный в себе человек, воспитанный и культурный. Близок к народу, знает его нужды и проблемы, при этом в нем практически не видят никаких негативных характеристик. Внешне симпатичен.

При этом входящие в этот кластер студенты в большинстве своём с уважением относятся к России, обладают высоким уровнем национальной гордости и верят в её особый путь развития. Большая часть из них видят бескрайний простор для развития страны. Они придерживаются консервативных политических взглядов, не поддерживая смену власти, текущий политический курс их вполне устраивает. Это объясняет то, что

они не верят в возможность массовых протестов с политическими требованиями, и, скорее всего, если такие случатся, не станут их активными участниками.

**Кластер 2 «Люди, имеющие негативное отношение к Президенту РФ».** Президент Путин кажется представителям данного кластера человеком, который для достижения своих целей использует любые, даже противозаконные средства, слишком жесток, его действия недальновидны и зачастую он применяет силовые методы, недопустимые в нашей стране. При этом он — слабый, нерешительный человек, подчиняется чужим интересам и не принимает самостоятельных решений, у него отсутствуют какие-либо принципы. Владимир Путин не имеет четкой политической линии и не способен повести за собой людей. Ему скорее не характерны положительные качества, приписываемые сторонниками. Интересы народа его также мало волнуют, он даёт много пустых обещаний, не справляется с управлением страной. Стоит отметить, что внешность Президента при этом не отталкивает людей.



**Рис. Выраженность каждого фактора в полученных группах**

Скорее всего, представитель этой группы будет плохо информирован о происходящем в политической сфере. Это обусловлено отсутствием у него интереса к политической повестке дня. Уровень национальной гор-



дости у него существенно ниже, чем у сторонников, что объясняется его уважением к традициям, однако, недовольством текущим положением дел в стране и нежеланием поддерживать государственные инициативы. На Президентские выборы такой человек либо не пойдет вовсе, либо испортит бюллетень.

**Кластер 3 «Люди с нейтральным отношением к Президенту»** приписывают ему много положительных качеств, но оценивают их более сдержанно, нежели первый кластер сторонников. Но при этом считают, что ему чужды интересы народа, он многое обещает, но не выполняет этого и в целом не особо справляется с управлением страной. Для достижения целей использует любые средства, действия его недальновидны, зачастую применяет силовые методы.

Тем не менее, Президент имеет четкую политическую линию, следует своей логике и защищает в первую очередь государственные интересы, способен повести за собой людей, твердо следует своим принципам, имеет стойкий и мужественный характер, опытен и компетентен. Но при этом внешне несимпатичен.

Людей с подобным типом отношения чаще всего можно встретить на улицах больших городов и, чаще всего, они хорошо информированы о происходящем в политической сфере. Принимая во внимание множество мнений, они формируют своё, которое, чаще всего, не является радикальным. Хорошая информированность позволяет им свободно ориентироваться в вопросах политике и формировать наиболее адекватное мнение о происходящем в стране.

### **Заключение**

Несмотря на плюрализм мнений, В.В. Путин вполне может рассчитывать на голоса студентов в преддверии президентских выборов 2018 г., если он, конечно, будет принимать в них участие, поскольку даже десятая часть негативно настроенных по отношению к нему молодых людей отдали бы за него свой голос, не говоря уже о положительно и нейтрально настроенных, у кого эти цифры составляют семьдесят и двадцать пять процентов соответственно.

### **Список использованной литературы**

- Алисова Л.Н., Голенкова З.Т., Иванов В.Н. и др. (2000) Политическая социология. М.: Мысль.
- Бойков В.Э. (2010) Социально-политические ценностные ориентации россиян: содержание и возможность реализации // Социологические исследования. №6. С. 27–35.

Грачев Г.В., Мельник И.К. (2001) Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/72.html>

Егорова-Гантман Е.В. (1994) Имидж лидера: психологическое пособие для политиков. М.: Знание.

Костюшев В.В., Горьковенко В.В. (1999) Социологическое описание коллективных протестных действий: информационная база данных акций протеста (PRODAT-SPb) // Общественные движения в современной России: от социальной проблемы к коллективному действию. М.: Ин-т социологии РАН. С. 144–177.

Херманн М. Дж. (1991) Стили лидерства в формировании внешней политики // URL: [http://www.polisportal.ru/files/File/publication/Starie\\_publicacii\\_Polisa/H/1991-1-12-Hermann\\_Stili\\_liderstva.pdf](http://www.polisportal.ru/files/File/publication/Starie_publicacii_Polisa/H/1991-1-12-Hermann_Stili_liderstva.pdf) (дата обращения: 08.11.2015).

О патриотизме (2015) // <http://fom.ru/> URL: <http://fom.ru/TSennosti/11471> (дата обращения: 11.11.2015).

Политическое консультирование (2002) / Под ред. Е.В. Егоровой-Гантман, И.Е. Минтусова. М.: Никколо-Медиа.

Сабитов М.Р. (2012) Политический протест: теоретические проблемы дефиниции и типология // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). №9.

Blondel J. (1987) Political Leadership: Towards a General Analysis. L.; Beverly Hills; New Delhi: SAGE Publications.

Mommsen W.J. (1992) The Political and Social Theory of Max Weber: Collected Essays. University of Chicago Press.

---

## **Students' Images of President Vladimir Putin**

Il'ya S. Andreev

student of Faculty of Social Sciences, School of Sociology NRU HSE

Ignat S. Baranov

student of Faculty of Social Sciences, School of Sociology NRU HSE

Yuliya A. Podorina

student of Faculty of Social Sciences, School of Sociology NRU HSE

An integrated model of social representations of the current President of the Russian Federation is presented.

Keywords: image of a politician, index of national pride, political awareness, perception vector.

## **References**

Alisova L.N., Golenkova Z.T., Ivanov V.N. i dr. (2000) Politicheskaya sotsiologiya. M.: Mysl'. (in Russian)

Blondel J. (1987) Political Leadership: Towards a General Analysis. L.; Beverly Hills; New Delhi: SAGE Publications.

Boykov V.E. (2010) Sotsial'no-politicheskie tsennostnyye orientatsii rossiyan: sodержanie i vozmozhnost' realizatsii // Sotsiologicheskie issledovaniya. No. 6. S. 27–35. (in Russian)

Egorova-Gantman E.V. (1994) Imidzh lidera: psikhologicheskoe posobie dlya politikov. M.: Znanie. (in Russian)

Grachev G.V., Mel'nik I.K. (2001) Manipulirovanie lichnost'yu: organizatsiya, sposoby i tekhnologii informatsionno-psikhologicheskogo vozdeystviya. M. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/72.html> (in Russian)

Kherrmann M. Dzh. (1991) Stili liderstva v formirovanii vneshney politiki // URL: [http://www.polisportal.ru/files/File/pubvlication/Starie\\_publicacii\\_Polisa/H/1991-1-12-Herrmann\\_Stili\\_liderstva.pdf](http://www.polisportal.ru/files/File/pubvlication/Starie_publicacii_Polisa/H/1991-1-12-Herrmann_Stili_liderstva.pdf) (data obrashcheniya: 08.11.2015). (in Russian)

Kostyushev V.V., Gor'kovenko V.V. (1999) Sotsiologicheskoe opisanie kollektivnykh protestnykh deystviy: informatsionnaya baza dannykh aktsiy protesta (PRODAT-SPb) // Obshchestvennyye dvizheniya v sovremennoy Rossii: ot sotsial'noy problemy k kollektivnomu deystviyu. M.: In-t sotsiologii RAN. S. 144–177. (in Russian)

Mommsen W.J. (1992) The Political and Social Theory of Max Weber: Collected Essays. University of Chicago Press.

O patriotizme (2015) // <http://fom.ru/> URL: <http://fom.ru/TSennosti/11471> (data ob-rashcheniya: 11.11.2015). (in Russian)

Politicheskoe konsul'tirovanie (2002) / Pod red. E.V. Egorovoy-Gantman, I.E. Mintusova. M.: Nikkolo-Media. (in Russian)

Sabitov M.R. (2012) Politicheskii protest: teoreticheskie problemy definitsii i tipologiya // Sovremennyye issledovaniya sotsial'nykh problem (elektronnyy nauchnyy zhurnal). No. 9. (in Russian)

### **Правильная ссылка на статью / For citation**

Андреев И.С., Баранов И.С., Подорина Ю.А. Образ Президента РФ В.В. Путина в представлениях студенческой молодежи г. Москвы // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 183–195.

Andreev I.S., Baranov I.S., Podorina Yu.A. Students' Images of President Vladimir Putin // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 183–195.

## **Образ политической партии «Единая Россия» (на конформной выборке студентов-бакалавров г. Москвы)**

**Карина Ильясовна Мифтахутдинова**

студентка Школы социологии факультета социальных наук,  
стажер-исследователь Международной лаборатории прикладного сетевого  
анализа Национального исследовательского университета «Высшая школа  
экономики»

**Оксана Рудольфовна Михайлова**

студентка Школы социологии факультета социальных наук,  
стажер-исследователь Международной лаборатории прикладного сетевого  
анализа Национального исследовательского университета «Высшая школа  
экономики»

Исследование посвящено изучению образа политической партии «Единая Россия»; его новизна заключается в том, что авторы адаптировали методику измерения образов власти, предложенную в рамках политической психологии для измерения образа политической партии «Единая Россия». Выделены эмоциональный и когнитивный аспекты образа «Единой России». Поскольку основной тенденцией в восприятии политических партий является персонификация, рассмотрен, как образ политической партии в целом, так и образ её председателя. Представлены результаты анализа субъективных оценок привлекательности партии (как части эмоционального аспекта образа) и председателя партии (как части когнитивного образа).

Ключевые слова: образ политической партии, эмоциональный компонент образа, когнитивный компонент образа, персонификация образа, субъективная оценка привлекательности партии.

### **Введение**

Политическая партия является частью политической системы общества, которая выражает общественные интересы, формирует политическое сознание и мировоззрение [Палитай, Затонских, 2012].

Согласно сведениям о политических партиях, зарегистрированных Министерством юстиции России, по состоянию на 10.08.2016 в РФ правом участия в выборах обладают 73 политические партии [Минюст, 2016]. Однако большая часть политических партий имеет невысокую электоральную поддержку [Политические партии, 2016]. В то же самое время, наиболее высокой электоральной поддержкой располагает

«Единая Россия» (в дальнейшем ЕР) [Там же]. В связи с этим, необходимо изучить то, какие характеристики образа ЕР выделяют эту партию из политического контекста.

В ходе обучения в образовательных учреждениях, последующей профессиональной и общественной деятельности происходит расширение политических знаний, формируются политические предпочтения, взгляды и убеждения. Исходя из этого, можно предположить, что молодежь является наиболее динамичной социально-демографической группой, проявляющей активность во всех сферах общества, в том числе, политической [Игнатова, Ницевич, 2013].

Тем не менее, можно говорить о проблеме политической индифферентности молодежи, которая анализируется в связи с процессом политической социализации и по отношению к уровню доверия к политическим институтам. Иногда политическая апатия молодежи связывается с институциональными недостатками политической системы [Леонов, 2008: 106], но наибольшее внимание уделяется изучению таких категорий, как уровень политической активности [Мамонов, 2012] и специфика политической социализации [Шестопап, 2005]. Но вопрос исследования восприятия образа политической партии не затрагивается.

Образ политической партии представляется важным для изучения, поскольку отсутствие сформировавшегося образа партии затрудняет идентификацию молодежи этой партии и как следствие осуществление электорального выбора. От политической позиции молодежи зависит динамика политического процесса [Тепляков, 2005: 235]. В связи с этим, в рамках нашего исследования мы обращаемся к изучению формирования образа политической партии у молодежи, в частности, у студентов-бакалавров. Изучение формирования образа политической партии у выделенной социальной группы будет производиться на примере политической партии «Единая Россия». Будучи правящей партией, ЕР, оказывает влияние на политическую сферу страны, реализуя проекты, нацеленные на формирование образа политической партии у различных групп населения [Единая Россия, 2016]. В дальнейшем это способствует выстраиванию электоральной базы данной политической партии.

**Теоретическим объектом** нашего исследования выступает образ политической партии «Единая Россия». В частности, мы рассматриваем образ политической партии как совокупность двух аспектов: когнитивного и эмоционального [Шестопап, 2002].

Формирование восприятия политической партии рассматривается на примере «Единой России», вследствие высокого уровня представитель-

ства по сравнению с остальными фракциями в Государственной Думе: 238 человек [Фракции..., 2016], что в исследовании Рётера выступает в качестве одной из характеристик правящей партии [Reuter, 2010: 295].

Правящая партия может проводить политику рекрутирования политических элит, либо отдельных политических игроков [Ibidem]. На наш взгляд, такая политика может иметь неоднозначные последствия. А именно может происходить консолидация политической системы за счет развития самостоятельности правящей партии и расширение ее взаимодействия с другими акторами на политической арене (в том числе, с другими политическими партиями). Либо возможно выстраивание «вертикали власти», при этом основную роль в политической жизни страны будет играть правящая политическая партия или политический лидер. Мы полагаем, что возможно рассмотреть то, как воспринимают представители электората различных политических субъектов (партию, председателя партии).

Выявление специфики политической партии «Единая Россия» частично обуславливает выбор шкал, предназначенных для измерения когнитивного аспекта образа политической партии «Единая Россия» (в частности, шкалы «склонность к авторитарности», «самостоятельность при принятии решений», «демократичность» и «избрание демократическим путем»).

В качестве **эмпирического объекта** мы рассматриваем студентов-бакалавров г. Москва в возрасте от 18 до 25 лет. Следует отметить, что наиболее интенсивно процесс политической социализации проходит в возрасте от 20 до 30 лет [Бучкова, 2012: 185].

В качестве **предмета нашего исследования** мы выделяем факторы формирования образа политической партии «Единая Россия» у студентов-бакалавров г. Москва.

**Цель исследования** сформулирована следующим образом: выявить факторы, которые оказывают влияние на формирование образа политической партии «Единая Россия» у студентов-бакалавров г. Москва в возрасте от 18 до 25 лет.

В рамках настоящей статьи будет представлена часть результатов исследования, которые касаются специфики измерения образа политической партии «Единая Россия».

**Новизна** нашего исследования заключается в том, что мы адаптировали методику измерения образов власти, разработанную в рамках политической психологии [Шестопал, Селезнева, Зверев, 2012], для измерения образа политической партии «Единая Россия». Мы выделяем

эмоциональный и когнитивный аспекты образа «Единой России». Поскольку основной тенденцией в восприятии политических партий является персонификация, то мы рассматриваем как образ политической партии в целом, так и образ председателя политической партии «Единая Россия» [Затонских, 2012: 7]. Одним из индикаторов *эмоционального аспекта образа политической партии* является субъективная оценка привлекательности партии. *Когнитивный аспект образа политической партии* мы хотели бы рассмотреть на основе характеристик председателя Д.А. Медведева.

Измерение составных частей эмоционального и когнитивного образов политической партии «Единая Россия» проводилось на основе методик Ч. Осгуда [Osgood, 1952] и В.Ф. Петренко [Петренко 2015].

Была применена количественная стратегия исследования, реализованная на основе анкетного опроса.

В качестве генеральной совокупности мы рассматривали студентов государственных ВУЗов города Москва, обучающихся на 1-4 курсах бакалавриата по очной форме обучения. Выборка является невероятностной (целевой) многоступенчатой. В итоговую выборку попало 6 вузов: РУДН, МАРХИ, ГУУ, РХТУ им. Менделеева, МПГУ, МИСиС. Всего было собрано 232 анкеты, в итоговую выборку попали данные по 215 респондентам, поскольку часть респондентов не подходили по возрастному критерию.

В данной работе представлены результаты факторного анализа (был применен метод главных компонент), проведенного для решения **задач** на описание субъективной оценки привлекательности политической партии «Единая Россия» и характеристик председателя политической партии «Единая Россия» Д.А. Медведева.

Как было отмечено ранее, в качестве основного концепта исследования мы рассматриваем «образ политической партии». С целью обоснования выбора данного концепта мы обратились к следующим теоретическим подходам к изучению восприятия политической партии: применение понятий «бренд», «имидж» и «образ» к категории «политическая партия». Приведем краткий анализ представленных подходов.

### **Обзор теоретических подходов к восприятию политической партии**

Бренд политической партии рассматривается в большей степени в зарубежных исследованиях. Определение представленного концепта характеризует его как экономическую категорию: «бренд» рассматривается в качестве совокупности признаков (название, знак, дизайн или их

комбинация), которые позволяют отличить товар одного продавца (или группы) от товара конкурента [Smith, French, 2009: 211]. Вследствие этого в научной литературе остается дискуссионным вопрос о возможности исследования политической партии в качестве бренда [Ibid.: 210]. В рамках одной из теоретических концепций политическая партия рассматривается как бренд вследствие условного заимствования логики модели «потребитель – экономическое благо (бренд)» [Ibidem]. Мы считаем, что данный теоретический подход предполагает трудноосуществимый анализ сугубо когнитивных процессов потребителя (как политического субъекта) при формировании восприятия политической партии.

Категория имидж политической партии также анализируется в иностранных научных работах, однако к ней обращаются и в российских исследованиях. В последних наряду с этим понятием возникает понятие «образ политической партии».

Образ политической партии рассматривался на основе подхода, разработанного в рамках политической психологии Е.Б. Шестопаля. Образ власти анализируется с точки зрения содержательного, когнитивного, эмоционального и поведенческого срезов [Шестопаля, Селезнева, Зверев, 2012]. Содержательный аспект связан с фиксацией образов реальной и идеальной власти, а также с обращением к темпоральной категории (изучение образов прошлого и настоящего). Когнитивный срез подразумевает изучение следующих категорий: интерес к теме власти, стереотипность суждений о власти, ясность/размытость образов [Ibidem].

Под эмоциональным аспектом имеется в виду изучение степени негативного или положительного отношения к образам реальной и идеальной власти, образам власти недавнего прошлого и настоящего [Ibidem].

Поведенческий срез касается готовности принимать участие в политической жизни страны, поддерживать существующую власть [Ibidem]. Поведенческий уровень, с одной стороны, является результатом анализа информации, полученной о политической партии и преобразованной на когнитивном и эмоциональном уровнях. С другой стороны, в случае выработки рациональной оценки реального политического объекта происходит его сравнение с идеальным образом [Зверев и др., 2016: 41].

В рамках нашего исследования содержательный срез образа политической партии не анализировался, вследствие того, что его измерение предполагает лонгитюдное исследование (в особенности, это касается темпоральной характеристики этого среза). Поведенческий срез образа политической партии не рассматривается в качестве самостоятельного аспекта



этого образа (в частности, вследствие его сложности). Были выделены когнитивный и эмоциональный аспект образа политической партии.

Под *эмоциональным аспектом образа политической партии* мы понимаем положительное или отрицательное отношение к:

- партии как политическому субъекту;
- председателю партии Д.А. Медведеву;
- символике политической партии (в частности, к эмблеме);
- электорату (типичному избирателю).

*Когнитивный аспект образа политической партии* мы вводим как комплексный концепт, показателем которого является первичная категоризация [Ibid.: 40] респондентом следующих характеристик:

- целей партии ЕР;
- идеологической платформы ЕР;
- направленности проектов данной партии и их успешности;
- самостоятельности партии ЕР;
- характеристик типичного избирателя.

*На следующем уровне, отражающем когнитивный аспект образа политической партии*, находится характеристика политической партии и председателя Д.А. Медведева [Ibid.: 40]. Рассмотрение эмоционального и когнитивного аспектов образа на основе выделения таких политических субъектов как партия и председатель партии связано с гипотезой о персонификации образа политической партии. Персонификация выделяется в качестве одной из основных тенденций при изучении восприятия политических партий [Затонских, 2012: 7].

Следует отметить, что в рамках политической психологии происходит разграничение понятий «образ» и «имидж». Е.Б. Шестопал проводит различия между данными понятиями, используя интерпретацию, предложенную Д.А. Леонтьевым: «Имиджем я называю впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно, а образом — то, которое формируется спонтанно. Образ можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем... Образ есть всегда, образ всегда можно диагностировать и описать — точно и разносторонне... Имидж — это навешивание совершенно конкретных ассоциаций и намеков» [Шестопал, 2008: 12].

Рассмотрим различия концептов «образ политической партии» и «имидж политической партии» более подробно.

Имидж политической партии определяется как совокупность ассоциаций, возникающих у человека вследствие воздействия различных характеристик, которые транслирует данная политическая партия [Gorbaniuk,

2015: 36]. Центральную роль в конструировании имиджа политической партии играет визуальный имидж, однако зачастую в исследованиях происходит отождествление этих двух понятий, что проявляется в недостаточной изученности риторического, ситуативного и коммуникативного компонентов имиджа политической партии [Зверев и др., 2016: 41].

Таким образом, имидж политической партии представляет собой совокупность намеренно формируемых политической партией характеристик. Конструирование этих характеристик осуществляется посредством применения ряда инструментов: средства массовой информации (визуальный имидж), коммуникативные и лингвистические приемы, манипулирование существующей политической ситуацией. Однако мы придерживаемся следующей позиции: концепт имидж отражает лишь некоторые особенности формирования восприятия индивидом политической партии. На наш взгляд, применение понятия «образ политической партии» позволяет исследовать более широкий круг категорий в отличие от «имиджа политической партии».

Перейдем к описанию методик измерения привлекательности политической партии и характеристика председателя.

### **Методологическая часть и результаты анализа данных**

*Привлекательность политической партии* представляет собой субъективную оценку привлекательности партии как политического субъекта и измеряется 16 7-балльными квазиинтервальными шкалами:

- |                                  |                           |
|----------------------------------|---------------------------|
| 1. хороший – плохой              | 9. весёлый – серьёзный    |
| 2. красивый – страшный           | 10. новый – устаревший    |
| 3. мягкий – твердый              | 11. нежный – грубый       |
| 4. сладкий – кислый              | 12. сильный – слабый      |
| 5. чистый – грязный              | 13. громкий – тихий       |
| 6. ценный – бесполезный          | 14. глубокий – неглубокий |
| 7. добрый – злой                 | 15. быстрый – медленный   |
| 8. притягивающий – отталкивающий | 16. угловатый – круглый   |

В частности, мы заимствовали некоторые шкалы, использованные Ч. Осгудом, а именно: «угловатый – круглый», «сильный – слабый», «нежный – грубый», «хороший – плохой» [Osgood, 1952: 229].

*Характеристика председателя политической партии ЕР* представляет собой субъективную оценку признаков председателя политической партии «Единая Россия». Респондентам предлагалось выбрать в таблице те позиции, которые, по его мнению, характерны для председателя пар-

тии ЕР. Всего для оценки председателя предлагалось 15 характеристик (использованы дихотомические шкалы) [Петренко, 2015: 424]:

1. склонность к авторитарности	9. коррупционность
2. непредсказуемость	10. демократичность
3. самостоятельность при принятии решений	11. коллегиальность в принятии решений
4. харизматичность	12. чувствительность к нуждам простых людей
5. стабильность	13. вызывает симпатию
6. привлекает внимание	14. некомпетентность в политических вопросах
7. прагматичность	15. неподкупность
8. избрание демократическим путем	

Мы не полностью заимствовали шкалы, использованные В.Ф. Петренко. Была изменена формулировка некоторых шкал («коллегиальность при принятии решений», «чувствительность к нуждам простых людей», «избрание демократическим путем»), поскольку нам было важно, чтобы шкала отражала конкретную характеристику, а не несла в себе смысл действия (например, «чувствителен к нуждам простых людей» [Петренко 2015: 424]).

### **Субъективная оценка привлекательности партии ЕР**

Субъективная оценка привлекательности партии является сложной установкой, поэтому, предположительно, этот показатель включает в себя несколько латентных переменных.

Поскольку мы измеряем привлекательность политической партии на основе методики Ч. Осгуда, для описания составной части эмоционального аспекта образа ЕР – привлекательности политической партии – был применен факторный анализ. Мы предполагали, что будет выявлена трехфакторная модель, отражающая субъективную оценку характеристик политической партии [Osgood, 1952: 228].

Проведя факторный анализ методом главных компонент, мы получили трёхфакторную модель, далее мы расскажем об основных ее качественных характеристиках и причинах выбора трёх факторов.

В полученной модели гипотеза о том, что корреляционная матрица является единичной, отвергается: данные не сферичны в соответствии с критерием Бартлетта при уровне доверительной вероятности 0,000. Критерий КМО составляет более 0,5 (0,868), следовательно, факторный анализ приемлем для анализа корреляционной матрицы. Из анализа были исключены переменные «красивый – страшный», «сильный – слабый», «угловатый – круглый», «глубокий – неглубокий», «новый – устаревший»

вследствие низких значений общностей (меньше 0,5). Выбор трехфакторной модели был обусловлен применением критерия Кайзера.

Полученная модель объясняет около двух третей дисперсии наблюдаемых переменных (65,819%). Исходя из предположения о независимости факторов, и для максимизации дисперсии между переменными было применено ортогональное вращение Varimax.

**Таблица 1. Отбор факторов в модель**

компонента	собственное значение	% объясненной дисперсии	кум. % объясненной дисперсии	применение вращения		
				собственное значение	% объясненной дисперсии	кум. % объясненной дисперсии
1	4,877	44,336	44,336	3,850	34,997	34,997
2	1,287	11,696	56,032	2,043	18,575	53,571
3	1,077	9,787	65,819	1,347	12,248	65,819
4	0,713	6,486	72,305			

Лучше всего полученная модель отражает вариацию переменной «громкий – тихий», хуже всего — переменной «быстрый – медленный» (табл. 2).

**Таблица 2. Общности**

наблюдаемые переменные	общность
громкий – тихий	0,824
весёлый – серьёзный	0,696
притягивающий – отталкивающий	0,684
добрый – злой	0,681
мягкий – твердый	0,680
чистый – грязный	0,647
ценный – бесполезный	0,645
сладкий – кислый	0,620
хороший – плохой	0,608
нежный – грубый	0,595
быстрый – медленный	0,562

С опорой на структуру факторов им были присвоены следующие наименования (табл. 3):

Фактор 1: «функциональность политической партии ЕР»,

Фактор 2: «характер политической партии ЕР»,

Фактор 3: «сила политической партии ЕР».

**Таблица 3. Матрица факторных нагрузок (с применением ортогонального вращения Varimax)**

наблюдаемые переменные	компонента		
	1	2	3
притягивающий – отталкивающий	0,795		
ценный – бесполезный	0,791		
чистый – грязный	0,782		
хороший – плохой	0,750		
добрый – злой	0,735		
сладкий – кислый	0,676		
весёлый – серьёзный		0,829	
мягкий – твердый		0,795	
нежный – грубый		0,601	
громкий – тихий			0,906
быстрый – медленный			0,606

Полученные факторы были перекодированы в трехбалльную шкалу. Содержательно кодировка интерпретируется следующим образом:

- значение по фактору  $\geq 0,8$  — фактор выражен в части, соответствующей большей кодировке наблюдаемых переменных;
- значение по фактору в интервале  $[-0,8; 0,8]$  — фактор не выражен;
- значение по фактору  $\leq -0,8$  — фактор выражен в части, соответствующей меньшей кодировке наблюдаемых переменных.

Первый фактор «*функциональность политической партии ЕР*» выражен у 40% респондентов в выборке; второй фактор «*характер политической партии ЕР*» — у 41% респондентов, третий фактор «*сила политической партии ЕР*» выражен у 44% респондентов.

**Таблица 4. Выраженность субъективной оценки привлекательности «функциональность политической партии ЕР» в выборке**

Выраженность субъективной оценки привлекательности	Частота	%
фактор выражен в части, соответствующей меньшей кодировке наблюдаемой переменной	19	19,8
фактор не выражен	58	60,4
фактор выражен в части, соответствующей большей кодировке наблюдаемой переменной	19	19,8
всего	96	100

**Таблица 5. Выраженность субъективной оценки привлекательности «характер политической партии ЕР» в выборке**

<b>Выраженность субъективной оценки привлекательности</b>	<b>Частота</b>	<b>%</b>
фактор выражен в части, соответствующей меньшей кодировке наблюдаемой переменной	21	21,9
фактор не выражен	57	59,4
фактор выражен в части, соответствующей большей кодировке наблюдаемой переменной	18	18,8
всего	96	100

**Таблица 6. Выраженность субъективной оценки привлекательности «сила политической партии ЕР» в выборке**

<b>Выраженность субъективной оценки привлекательности</b>	<b>Частота</b>	<b>%</b>
фактор выражен в части, соответствующей меньшей кодировке наблюдаемой переменной	24	25,0
фактор не выражен	54	56,3
фактор выражен в части, соответствующей большей кодировке наблюдаемой переменной	18	18,8
всего	96	100

Относительно «функциональности политической партии ЕР» при имеющихся данных на уровне доверительной вероятности 90 % ( $z=1,65$ ) можно утверждать, что:

- доля в выборке, у которых выражен фактор «функциональность политической партии ЕР», находится в интервале [0,313; 0,478];
- доля в выборке, у которых фактор «функциональность политической партии ЕР» не выражен, находится в интервале [0,522; 0,687];

Разница между долями статистически значима, так как доверительные интервалы долей респондентов, у которых фактор выражен и не выражен, не пересекаются.

Мы можем утверждать, что в выборке доля студентов, у которых фактор «функциональность политической партии ЕР» выражен, меньше, чем доля студентов, у которых фактор «функциональности политической партии ЕР» не выражен.

Относительно «характера политической партии ЕР» при имеющихся данных на уровне доверительной вероятности 90 % можно утверждать, что:

- доля людей в выборке, у которых выражен фактор «характер политической партии ЕР», находится в интервале [0,324; 0,489];
- доля людей в выборке, у которых фактор «характер политической партии ЕР» не выражен в выборке находится в интервале [0,511; 0,676].

Разница между долями статистически значима, так как доверительные интервалы долей респондентов, у которых фактор выражен и не выражен, не пересекаются.

Мы можем утверждать, что в выборке доля студентов, у которых фактор «характер политической партии ЕР» выражен, меньше, чем доля студентов, у которых фактор «характер политической партии ЕР» не выражен.

*Относительно «динамичности политической партии ЕР»* при имеющихся данных на уровне доверительной вероятности 90 % можно утверждать, что:

- доля людей в выборке, у которых выражен фактор «сила политической партии ЕР», находится в интервале [0,354; 0,521];
- доля людей в выборке, у которых фактор «сила политической партии ЕР» не выражен, находится в интервале [0,479; 0,646].

Разница между долями статистически не значима, так как доверительные интервалы долей респондентов, у которых фактор выражен и не выражен, пересекаются.

Мы можем утверждать, что в выборке доля студентов, у которых фактор «сила политической партии» выражен, равна доле студентов, у которых фактор «сила политической партии» не выражен.

При имеющихся данных субъективная оценка привлекательности ЕР состоит из трех факторов: функциональность, характер и сила политической партии ЕР.

### **Характеристика председателя ЕР**

Решение об использовании факторного анализа было принято исходя из того, что субъективная оценка характеристик политической партии является сложной установкой, поэтому, скорее всего, включает в себя несколько латентных переменных.

По аналогии с субъективной оценкой характеристик партии, где предполагалась трёхфакторная модель, мы предположили, что и в случае с субъективной оценкой характеристик партии будет выявлена трехфакторная модель, отражающая субъективную оценку характеристик председателя политической партии «Единая Россия».

Результаты, которые описаны далее в работе, приводятся на основе четырехфакторной модели. В ФА было включено 15 дихотомических переменных. В полученной модели гипотеза о том, что корреляционная матрица является единичной, отвергается, данные не сферичны в соответствии с критерием Бартлетта при любом уровне доверительной веро-

ятности. Критерий КМО составляет более 0,5 (0,733), следовательно, факторный анализ приемлем для анализа корреляционной матрицы.

**Таблица 7. КМО и тест Бартлетта**

мера выборочной адекватности Кайзера-Мейера-Олкина		0,733
критерий сферичности Бартлетта	прибл. Хи-квадрат	403,478
	ст.св.	66
	знч.	0,000

Из ФА анализа были исключены переменные «привлекает внимание», «харизматичность», «коллегиальность в принятии решений», «самостоятельность в принятии решения», «вызывает симпатию» вследствие низких значений общностей (меньше 0,4).

Переменные «непредсказуемость», «избрание демократическим путем» несмотря на то, что значения общности для них сравнительно выше по сравнению с остальными, не были удалены из анализа, вследствие того, что при удалении их из модели, происходит ухудшение ее качества и (процент общей объясненной дисперсии становится меньше 50%).

**Таблица 8. Общности переменных**

Наблюдаемые переменные	Общности
склонность к авторитарности	0,686
непредсказуемость	0,757
стабильность	0,638
прагматичность	0,609
избрание демократическим путем	0,738
коррупционность	0,638
демократичность	0,660
чувствительность к нуждам простых людей	0,629
некомпетентность в политических вопросах	0,601
неподкупность	0,631

**Таблица 9. Процент общей объясненной дисперсии**

ком-понента	начальные собственные значения			суммы квадратов нагрузок вращения		
	итого	% дисперсии	кум. %	итого	% дисперсии	кум. %
1	2,653	26,531	26,531	1,851	18,512	18,512
2	1,838	18,384	44,915	1,821	18,21	36,723
3	1,088	10,881	55,796	1,809	18,088	54,811
4	1,008	10,078	65,874	1,106	11,063	65,874
5	0,722	7,217	73,091			



Выбор четырехфакторной модели был обусловлен применением критерия Кайзера. Полученная модель объясняет 65,9% дисперсии наблюдаемых переменных. Исходя из предположения о независимости факторов и для максимизации дисперсии между переменными, было применено ортогональное вращение Varimax. Лучше всего полученная модель отражает вариацию переменной «непредсказуемость», хуже всего — переменной «некомпетентность в политических вопросах».

**Таблица 10. Матрица факторных нагрузок (с вращением Varimax)**

наблюдаемые переменные	компонента			
	1	2	3	4
избрание демократическим путем	0,858			
демократичность	0,723			
стабильность	0,657			
неподкупность		0,763		
чувствительность к нуждам простых людей		0,707		
прагматичность		0,704		
коррупционность			0,794	
некомпетентность в политических вопросах			0,769	
непредсказуемость				0,706
склонность к авторитарности			0,520	-0,623

Далее факторные нагрузки были перекодированы в дихотомическую переменную следующим образом:

- значение по фактору  $\geq 0,8$  — фактор выражен;
- значение по фактору  $< 0,8$  — фактор не выражен.

В итоге мы получили доли респондентов с выраженностью выделенных факторов (табл. 11).

**Таблица 11. Доли респондентов с выраженностью выделенных факторов (n=187), %**

кодировка	%
Политик-демократ	21,4
Политик из народа	20,3
Политик-самодур	23,5
Ветреный политик	27,3

Дальнейшая характеристика типов респондентов (избирателей) смысла не имеет ввиду особенностей выборки, однако предложенная модель анализа может быть полезна применительно к серьезным выборкам.

## Список использованной литературы

Бучкова А.И. (2012) Политическая социализация молодежи в условиях модернизации политической системы России (факторы и агенты) // Вестник Московского университета. С. 182–199.

Затонских А.В. (2012) Влияние образов лидеров на восприятие политических партий в современной России // Вестник Московского университета. №2. С. 1–25.

Зверев А.Л., Палитай И.С., Смутькина Н.В., Рогозарь А.И. (2016) Особенности политического восприятия в современных российских условиях // Полис: Политические исследования. № 3. С. 40–54.

Игнатова Т.В., Ницевич В.Ф. (2013) Основные формы политической активности российской молодежи // Среднерусский вестник общественных наук. № 4. С. 61–67.

Леонов К.А. (2008) Политическая активность молодежи и уровень доверия к политическим институтам // Социология власти. С. 106–113.

Мамонов М.В. (2012) Протестная активность россиян в 2011–2012 гг.: основные тренды и некоторые закономерности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 1.

Минюст России. Список политических партий, имеющих право в соответствии с Федеральным законом от 11.07.2001 № 95-ФЗ «О политических партиях» принимать участие в выборах. URL: <http://minjust.ru/nko/vybory/partii> (дата обращения: 12.08.2016).

Образы государств, нации и лидеров (2008) / под ред. Е.Б. Шестопа. М.: Аспект Пресс.

Палитай И.С., Затонских А.В. (2012) Особенности восприятия современных российских политических партий // Вестник Московского университета. №2. С. 83–95.

Петренко В. Ф. (2005) Основы психосемантики. СПб.: Питер. Политические партии. URL: [http://wciom.ru/news/ratings/elektoralnyj\\_rejting\\_politicheskix\\_partij/](http://wciom.ru/news/ratings/elektoralnyj_rejting_politicheskix_partij/) (дата обращения: 05.07.2016).

Психология восприятия власти (2002) / под ред. Е.Б. Шестопа. М.: Социально-политическая мысль.

Тепляков В.Н. (2012) Сущность и функции молодежных организаций в российской политической системе // Теория и практика общественного развития. № 3.

Фракции в Государственной Думе [Электронный документ]. (<http://www.duma.gov.ru/structure/factions/>) Проверено 07.11.2015.

Шестопа Е.Б. (2005) Политическая социализация и ресоциализация в современной России // Полития. Анализ. Хроника. Прогноз. № 4.

Шестопа Е., Селезнева А., Зверев А. и др. (2012) Психология политического восприятия в современной России. М.: РОССПЭН.

Smith G., French A. (2009). The political brand: A consumer perspective // Marketing Theory. Vol. 9. No. 2. P. 209–226.

## **The political party image of "United Russia" (On conformal sample of undergraduate students of Moscow)**

Karina I. Miftakhutdinova

student of the School of Sociology, Faculty of Social Sciences, NIR HSE

e-mail: aasokolova96@gmail.com

Oksana R. Romanova

student of the School of Sociology, Faculty of Social Sciences, NIR HSE

e-mail: olga\_leshenkoo@list.ru

### **References**

Buchkova A.I. (2012) Politicheskaya sotsializatsiya molodezhi v usloviyakh modernizatsii politicheskoy sistemy Rossii (faktory i agenty) // Vestnik Moskovskogo universiteta. 2012. S. 182–199. (In Russian)

Edinaya Rossiya. (2015) Ofitsial'nyy sayt partii / Partiya / Partiynye proekty [Elektronnyy resurs]. URL: <http://er.ru/party/projects/> (data obrashcheniya: 03.12.2015). (In Russian)

Fraktsii v Gosudarstvennoy Dume (2015) [Elektronnyy dokument]. (<http://www.duma.gov.ru/structure/factions/>) Provereno 07.11.2015. (In Russian)

Ignatova T.V., Nitsevich V.F. (2013) Osnovnye formy politicheskoy aktivnosti rossiyskoy molodezhi // Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk. No. 4. S. 61–67. (In Russian)

Leonov K.A. (2008) Politicheskaya aktivnost' molodezhi i uroven' doveriya k politicheskim institutam // Sotsiologiya vlasti. S. 106–113. (In Russian)

Mamonov M.V. (2012) Protestnaya aktivnost' rossiyan v 2011–2012 gg.: osnovnye trendy i nekotorye zakonomernosti // Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny. № 1 [107]. (In Russian)

Obrazy gosudarstv, natsii i liderov (2008) / pod red. E.B. Shestopal. M.: Aspekt Press. (In Russian)

Palitay I.S., Zatonskikh A.V. (2012) Osobennosti vospriyatiya sovremennykh rossiyskikh politicheskikh partiy // Vestnik Moskovskogo universiteta. No. 2. S. 83–95. (In Russian)

Petrenko V. F. (2005) Osnovy psikhosemantiki. SPb.: Piter. (In Russian)

Psikhologiya vospriyatiya vlasti (2002) / pod red. E.B. Shestopal. M.: Sotsial'no-politicheskaya mysl'. (In Russian)

Shestopal E., Selezneva A., Zverev A. i dr. (2012) Psikhologiya politicheskogo vospriyatiya v sovremennoy Rossii. M.: ROSSPEN. (In Russian)

Shestopal E.B. (2005) Politicheskaya sotsializatsiya i resotsializatsiya v sovremennoy Rossii // Politika. Analiz. Khronika. Prognoz. No. 4. (In Russian)

Smith G., French A. (2009). The political brand: A consumer perspective // Marketing Theory. Vol. 9. No. 2. P. 209–226.

Teplyakov V.N. (2012) Sushchnost' i funktsii molodezhnykh organizatsiy v rossiyskoy politicheskoy sisteme // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. No. 3. (In Russian)

Zatonskikh A.V. (2012) Vliyanie obrazov liderov na vospriyatie politicheskikh partiy v sovremennoy Rossii // Vestnik Moskovskogo universiteta. No. 2. S. 1–25. (In Russian)

Zverev A.L., Palitay I.S., Smul'kina N.V., Rogozar' A.I. (2016) Osobennosti politicheskogo vospriyatiya v sovremennykh rossiyskikh usloviyakh // Polis: Politicheskies issledovaniya. No. 3. S. 40–54. (In Russian)

### **Правильная ссылка на статью /For citation**

Мифтахутдинова К.И., Михайлова О.Р. Образ политической партии «Единая Россия» (на конформной выборке студентов-бакалавров г. Москвы) // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 196–212.

Miftakhutdinova K.I., Romanova O.R. The political party image of "United Russia" (On conformal sample of undergraduate students of Moscow) // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 196–212.

## **Институциональное и личностное доверие к здравоохранению: опрос в Москве**

**Анна Андреевна Соколова**

студентка Школы социологии факультета социальных наук,  
стажер-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований  
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»  
e-mail: aasokolova96@gmail.com

**Ольга Витальевна Лещенко**

студентка Школы социологии факультета социальных наук Национального  
исследовательского университета «Высшая школа экономики»  
e-mail: olga\_leshenko@list.ru

На данный момент в массовых опросах о доверии к системе здравоохранения используется только индикатор институционального доверия. В статье апробирована модель оценки доверия к здравоохранению с учетом двух индикаторов: доверия к системе здравоохранения в целом и доверия к медицинским работникам. Уровни институционального и личностного доверия измерялись с помощью средних значений сумматорных шкал. Данные исследования были получены в ходе онлайн и офлайн анкетного опроса потребителей медицинских услуг в Москве по конформной выборке объемом 248 человек. В статье исследована связь индекса со стратегиями заботы о здоровье, а также с социально-демографическими признаками. Анализ показал, что средний уровень личностного доверия ниже институционального, а невыраженность стратегий заботы о здоровье воздействует на соотношение уровней доверия. Полученные результаты позволят говорить о разнице в двух типах доверия к здравоохранению.

Ключевые слова: здравоохранение, личностное доверие, институциональное доверие, индекс соотношения уровней доверия, количественные методы.

### **Постановка проблемы**

Планируя свое исследование, мы исходили из посылки о том, что россиянам свойственно не обращаться к врачам своевременно, что в итоге может приводить к «запущенным» заболеваниям. В свою очередь, нежелание обращаться за медицинской помощью может быть связано с низким уровнем доверия к системе здравоохранения. Возникает вопрос: чему или кому люди не доверяют, и какие основания для недоверия имеются?

В систему здравоохранения входят и человеческие ресурсы, в данном случае медицинские работники. Мы предполагали, что у человека уро-

вень доверия выше к отдельному врачу, чем к структуре в целом: в большинстве из нас заложено определенное уважение к этой профессии, к знаниям и компетенциям врача, почти сакральным — лечить болезни и откладывать момент смерти.

По данным исследования ВЦИОМ 2015 года «Доступность и качество российского здравоохранения: оценки пациентов» [ВЦИОМ, 2015], 34% опрошенных отказываются пользоваться государственной медициной из-за проблем в организации работы больниц (наиболее распространенные причины — большие очереди, трудности при записи к врачу), 26% — из-за нежелания обращаться к врачам (в частности, из-за их некомпетентности и равнодушия). Таким образом, неудовлетворенность граждан системой здравоохранения связана с основаниями, касающимися и врачей, и структуры в целом.

В самом деле, около половины россиян отмечают низкое качество медицинских услуг в целом [ВЦИОМ, 2015]. Такой показатель может быть связан с неудовлетворительным опытом взаимоотношений с медицинскими учреждениями, соответственно, определяет ожидания от сферы здравоохранения как заведомо негативные.

Мы выделяем два типа доверия: институциональное — направленное на социальный институт в целом, и личностное — направленное на индивида или группу индивидов, в случае с системой здравоохранения — на медицинских работников. В своем исследовании мы проанализировали, как два типа доверия изменяются в зависимости от социально-демографических характеристик, количества медицинских работников в ближайшем окружении, стратегии заботы о здоровье и частоты потребления медицинских услуг.

### **Теоретическая рамка исследования**

Межличностное доверие ученый П. Штомпка определяет как «ожидания, обращенные к конкретным людям, с которыми мы вступаем в непосредственный контакт» [Штомпка, 2012: 163]. Институциональное, или публичное, доверие определяется как «ожидания, обращенные к способам публичной жизни, институций, организаций, режимов, с которыми мы имеем опосредованный контакт» [Там же]. На выделенную нами типологию доверия к здравоохранению по объекту доверия нас также натолкнуло исследование, в котором на основе глубинных интервью с пользователями услуг здравоохранения авторы выделили два типа взаимоотношений: «врач-пациент» и «пациент-система». Исследование показало, что в целом система здравоохранения как институт получила в основном отрицательные оценки. Образ врачей дихотомически разделен: «типичный "портрет" врача, по мнению участников исследования,

включает в себя корыстность, некомпетентность, неинформированность, отсутствие системных, "природных" познаний, а также формальность в отношении к пациенту. Но такому врачу есть альтернатива — "свой врач". Данные интервью показывают, что респонденты разделяют врачей на "своих", "постоянных", "знакомых" и "несвоих". "Свои" врачи — "компетентные", "пользуются авторитетом", "вызывают доверие". "Несвои" врачи — "некомпетентные", "недобросовестные", "не вызывающие доверие", "рвачи"» [Пиетиля, Дворянчикова, Шилова, 2007: 86]. Подобные представления помогли нам в создании шкалы для измерения личностного доверия.

Таким образом, уровень личностного доверия будем измеряться с помощью шкалы, в которой будут использованы факторы представлений о врачах как о профессиональной группе ними. Институциональное доверие измеряется шкалой доверия с утверждениями, касающихся отношения к деятельности администрации медицинских учреждений, организации медицинских учреждений в целом (макроуровень).

Под системой здравоохранения имеется в виду «совокупность всех организаций, институтов и ресурсов главной целью которых является улучшение здоровья» [ВОЗ, 2016]. Личностное доверие — ожидания определенных действий и свойств, направленные на индивида или на группу индивидов (объединенную, например, по профессиональному признаку). Включает в себя доверие к суждениям, рекомендациям врача, фокус на лечение у конкретного специалиста (предположительно, ввиду недоверия институту здравоохранения в целом), а также субъективные критерии выбора врача, основанные не на его профессионализме и квалификации [Штомпка, 2012]. Также в концепт личностного доверия мы включили представления о профессии врача и об отношении врачей к пациентам, так как данные представления могут влиять на ожидания. Институциональное доверие мы определяем как ожидания определенных действий и свойств, объект которых — институт или учреждение в целом, включая его внутренние элементы: сотрудников, бюрократический аппарат, материальные ресурсы, информацию и производимые оценки [ВОЗ, 2016]. Концепт институционального доверия, помимо перечисленных индикаторов, включает представления индивида о мотивации медицинских учреждений (корыстной или более «благородной»), а также фокуса на лечение в конкретном учреждении (ввиду недоверия к остальным).

### **Методология исследования**

Уровень личностного доверия измерялся 16 утверждениями.

1. Я всегда соблюдаю рекомендации лечащего врача.

2. После приема у одного врача мне необходима консультация с другим врачом, чтобы проверить адекватность назначенного лечения.

3. Я честно отвечаю на вопросы лечащего врача о своем здоровье (хронических заболеваниях, истории самолечения, симптомах).

4. Я часто скрываю от лечащего врача информацию о факте самолечения.

5. Я считаю всех врачей профессионалами своего дела.

6. Мне не важно, какой национальности мой лечащий врач.

7. В вопросе лечения для меня важнее репутация врача, а не репутация медицинского учреждения.

8. Мне все равно, какого возраста мой лечащий врач.

9. Я сменю врача, если он мне неприятен внешне.

10. Я ориентируюсь на отзывы и рекомендации в Интернете при выборе врача.

11. Мне принципиально, какого пола мой лечащий врач.

12. У большинства врачей человеческое отношение к пациенту.

13. Не все врачи достаточно опытные сегодня.

14. Врачи выписывают недолеченных больных ради хорошей статистики по количеству принятых больных.

15. Я часто сталкиваюсь с грубостью врачей в медицинских учреждениях.

16. Я сразу приступаю к назначенному врачом лечению, не пытаюсь проверить информацию в Интернете или других источниках.

Уровень институционального доверия измерялся 14 утверждениями.

1. В медицинских учреждениях используют современные методы лечения.

2. В медицинских учреждениях используют эффективные методы лечения.

3. В медицинских учреждениях не лечат пациентов, а зарабатывают на них.

4. Запись в медицинское учреждение — это долгий и сложный процесс.

5. Есть медицинские учреждения (больницы, поликлиники), в которые я бы ни за что не хотел(а) попасть.

6. При недомогании я лучше воспользуюсь средствами народной медицины, чем обращусь в медицинское учреждение.

7. Я уверен(а), что в экстренном случае мне помогут в любом медицинском учреждении даже при отсутствии документов вроде страхового полиса или медицинской карты.

8. Получение больничного листа или справки в медицинском учреждении — неоправданно сложная процедура.

9. Я думаю, администрация большинства медицинских учреждений эффективно работает с жалобами и предложениями пациентов.



10. Расписание работы врачебных кабинетов в медицинских учреждениях почти всегда составлено крайне неудобно.

11. В медицинских учреждениях заботятся о сохранении врачебной тайны и анонимности своих клиентов.

12. Я думаю, большинство медицинских учреждений никогда не нарушают закон об оказании медицинских услуг.

13. Мне кажется, в медицинских учреждениях намеренно искажают информацию о здоровье пациентов в корыстных целях.

14. Я полностью доволен(-льна) качеством медицинского оборудования в медицинских учреждениях.

Уровень доверия обоих типов измерялся путем построения суммарных шкал. В шкалах были представлены разнонаправленные суждения. Респонденты оценивали каждое суждение по шкале от 1 до 5: где «полностью не согласен» приписывался 1 балл, а 5 баллов — «полностью согласен». Отрицательные суждения перекодировались в противоположные значения. Далее ответы суммировались и нормировались по количеству суждений для каждого из типов доверия, чтобы найти средний балл у каждого респондента и иметь возможность их сопоставлять; после нормирования он измеряется в диапазоне от 1 до 5.

Исследование основано на невероятной выборке в местах скопления пациентов. Минимальное количество респондентов рассчитывалось по формуле Рукавишникова; в качестве квотирующих признаков были взяты 3 возрастные группы (18–30, 31–50 и 51–65) и пол, так как исследования и статистика показывают существенные различия в отношении и изменениях в здоровье мужчин и женщин. Всего было опрошено 248 человек: 85 мужчин и 162 женщины; из них 42% младшей возрастной группы, 34% средней и 20% старшей. Шкала измерения покупательной способности делила респондентов на 3 группы: с низким, средним и высоким доходом; самая многочисленная группа — с высоким уровнем доходов. Таким образом, типичный респондент в нашей выборке — женщина в возрасте 18–30 лет с высоким доходом.

### **Измерение личностного и институционального доверия у пользователей медицинских услуг**

При измерении институционального доверия среди пользователей медицинских услуг в Москве мы выяснили, что средний уровень институционального доверия респондентов 2,89 балла из 5 (при минимальном значении в 0,2 балла).

Напротив, при измерении личностного доверия среди пользователей медицинских услуг в Москве мы выяснили, что средний уровень лич-

ностного доверия респондентов 3,54 балла из 5, что говорит о том, что уровень личностного доверия к здравоохранению выше.

Коэффициент корреляции Пирсона показал, что между двумя уровнями доверия существует взаимосвязь, она умеренная и прямая, то есть с увеличением одного уровня доверия увеличивается и другой уровень доверия к здравоохранению.

Таким образом, можно утверждать, что среди опрошенных пользователей медицинских услуг в Москве личностное доверие выше институционального. Однако для изучения факторов, влияющих на разницу в типах доверия, следует разработать индекс соотношения.

### **Соотношение институционального и личностного доверия**

В нашем исследовании для удобства сравнения разных типов пользователей медицинских услуг мы создали индекс, показывающий соотношение уровня институционального доверия к личностному доверию.

Индекс рассчитывался по средним баллам по каждому типу доверия: среднее значение институционального доверия делилось на среднее значение личностного доверия по каждому респонденту (рис. 1). Среднее соотношение по выборке в целом равно 0,82. Следовательно, институциональное доверие ниже личностного, что подтвердил и t-тест парных выборок. Для каждого респондента был рассчитан такой показатель. Если у респондента соотношение выше 1, у него уровень институционального доверия выше, если соотношение меньше 1, уровень личностного доверия выше.

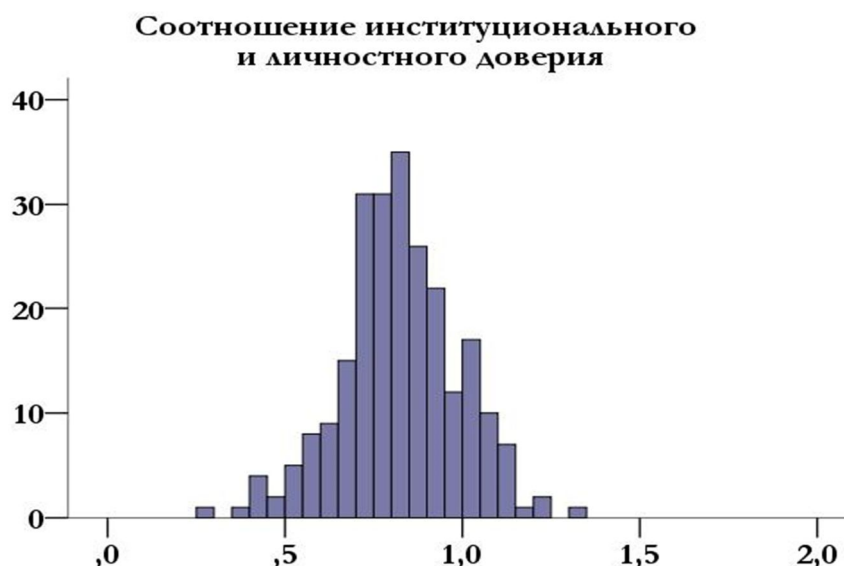


Рис. 1. Соотношение двух типов доверия

Мы выяснили, что и институциональное, и личностное доверие опрошенных нами пользователей медицинских услуг находится на среднем уровне, однако личностное доверие выше институционального на полбалла, что также показало изучение соотношения. Посчитав индекс соотношения институционального и личностного доверия, мы можем перейти к решению следующих задач, где данный индекс необходим.

### **Соотношения институционального и личностного доверия к сфере здравоохранения и характеристик потребителей медицинских услуг**

Одна из гипотез заключалась в том, что у людей, которым свойственна стратегия заботы о здоровье, связанная со здоровым образом жизни, а именно, активные занятия спортом, хождение пешком и другое, соотношение уровня институционального доверия к личностному доверию отличается от тех людей, которым она не свойственна. А среди тех, кому свойственная стратегия антизаботы о здоровье, соотношение уровня институционального доверия к личностному доверию не отличается.

Стратегии заботы о здоровье были выделены с помощью факторного анализа. Анкетный вопрос предлагал респондентам оценить, как часто они практикуют то или иное действие, по семибалльной шкале. Суждения отражали привычки, физические нагрузки, пищевое поведение и практики оздоровления.

**Таблица 1. Переменные, выражающие заботу о здоровье**

	Компонента			
	1	2	3	4
1. Занимаетесь спортом	,927			
2. Ходите пешком	,940			
3. Проводите время на свежем воздухе	,941			
4. Добровольно проходите диспансеризацию	,933			
5а. Ездите в санаторий с целью восстановления		,733		
5б. Ездите в санаторий с целью отдыха		,657		
5в. Ездите в санаторий с целью профилактики		,779		
7. Употребляете алкоголь			,393	
8. Употребляете витаминно-минеральные комплексы				,952
9. Употребляете вредную пищу			,850	
10. Употребляете фастфуд			,812	

Метод выделения: Анализ методом главных компонент.

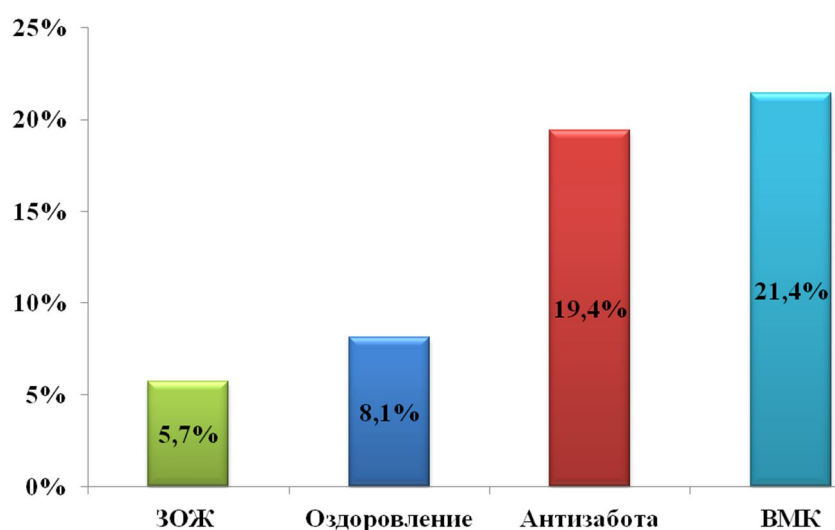
Убедившись в высоких значениях меры адекватности и несферичности данных, мы остановились на четырехфакторной модели, так как она объясняет 81% общей дисперсии и легко интерпретируется. Матрица

факторных нагрузок демонстрирует высокие коэффициенты факторных нагрузок у каждой наблюдаемой переменной.

В итоговой модели мы получили следующие стратегии, каждая из которых иллюстрирует определенную стратегию заботы о здоровье:

- 1) стратегия активного (здорового) образа жизни (занятия спортом, ходьба пешком, здоровый сон, частое нахождение на свежем воздухе, регулярное добровольное прохождение диспансеризации);
- 2) стратегия оздоравливающих практик отдыха (практики отдыха, лечения и профилактики в санаториях);
- 3) антизабота в виде нерационального пищевого поведения (употребление фастфуда, вредной пищи, алкоголя);
- 4) употребление ВМК (витамино-минеральных комплексов).

Для оценки распространенности выделенных стратегий, по каждому респонденту определялась не/выраженность каждой стратегии. Невыраженность стратегии определялась, если у респондента нагрузка была менее 0,8, выраженность — если значение было не менее 0,8. Таким образом, мы создали 4 номинальные переменные для определения, какой стратегии заботы о здоровье придерживается респондент.



**Рис. 1. Распространенность различных стратегий заботы о здоровье**

Чтобы проанализировать выраженность стратегий и соотношение двух типов доверия, использовался параметрический метод Т-теста для независимых выборок для таких стратегий как «Антизабота» и «Употребление ВМК», так как эти стратегии оказались наиболее распространенными. Для стратегий «ЗОЖ» и «Оздоровление», которые получили меньшее распространение (менее 30 респондентов), был применен непараметрический метод для двух независимых выборок, тест Манна-

Уитни. Зависимой переменной в обоих случаях выступало соотношение институционального доверия к личностному доверию.

**Таблица 2. Доверие у групп с разными стратегиями заботы о здоровье**

Ранги				
	ЗОЖ	N	Средний ранг	Сумма рангов
Соотношение	Не выражено	227	118,10	26808,00
	Выражено	13	162,46	2112,00
	Оздоровление			
Соотношение	Не выражено	221	118,09	26097,50
	Выражено	19	148,55	2822,50

Анализ показал, что у последователей здорового образа жизни (ЗОЖ) личностное доверие выше, чем у тех, у кого такая стратегия заботы о здоровье не выражена. Также личностное доверие выше у тех, кто практикует оздоровление в санаториях, чем у тех, кто не посещает лечебно-оздоровительные учреждения.

У тех респондентов, кто обладает вредными привычками и пищевыми предпочтениями, одинаково соотношение среди активно практикующих такую антизаботу и тех, кто подвержен ей в легкой степени.

Респонденты, активно принимающих витаминно-минеральные комплексы, больше доверяют системе здравоохранения в целом, чем те, кто внимает ВМК не так активно.

Тем не менее, у всех групп респондентов по стратегиям заботы о здоровье личностное доверие выше институционального.

**Таблица 3. Доверие у групп с разными стратегиями заботы о здоровье**

Статистика по группам					
	Антизабота	N	Среднее	Стандартное отклонение	Стандартная ошибка среднего
Соотношение	Не выражена	194	,8232	,16941	,01216
	Выражена	46	,8179	,14933	,02202
	ВМК				
Соотношение	Не выражено	188	,8359	,16440	,01199
	Выражено	52	,7724	,16118	,02235

Таким образом, среди респондентов с разными стратегиями заботы о здоровье важен не только сам вид стратегии, но и ее выраженность или невыраженность. От выраженности той или иной стратегии зависит структура доверия к здравоохранению. Например, у активных последователей ЗОЖ личностное доверие выше, чем у тех, кто практикует здоровый образ жизни менее активно.

### Связь доверия с социально-демографическими признаками

В анализе связей между соотношением институционального доверия к личностному доверию к здравоохранению и социально-демографическими признаками мы использовали метод регрессии с фиктивными переменными. Независимыми переменными выступили возраст (18–30, 31–50, 51–65 лет), пол и уровень дохода (низкий, средний, высокий).

В качестве контрольной группы мы взяли наиболее типичные для нашей выборки социально-демографические признаки респондентов: женщин младшей возрастной группы с высоким доходом.

**Таблица 4. Контрольная группа с типичными признаками и группы с другими признаками**

Модель	Нестандартизованные коэффициента		Значимость
	B	Стандартная ошибка	
Константа	,853	,020	,000
низкий доход	-,088	,043	,041
средний доход	-,053	,026	,040
средний возраст	-,009	,025	,736
старший возраст	-,049	,031	,109
Мужчины	,003	,024	,904

Можно утверждать, что у мужчин в целом, а также у лиц среднего и старшего возраста соотношение институционального доверия к здравоохранению к личностному такое же, как и в контрольной группе — у женщин младшей возрастной группы с высоким доходом.

В контрольной группе, среди женщин младшей возрастной группы с высоким доходом, среднее соотношение институционального доверия к здравоохранению к личностному доверию равно 0,85. Такое значение показывает преобладание личностного доверия над институциональным, однако разница между ними невелика.

У обладателей низкого дохода вне зависимости от пола и возраста соотношение институционального доверия к личностному равно 0,76 (понижение соотношения означает повышение личностного доверия по отношению к институциональному), у обладателей среднего дохода вне зависимости от пола и возраста равно 0,8 балла.

Таким образом, доход опрошенных людей влияет на уровень соотношения институционального доверия к личностному доверию вне зависимости от других социально-демографических признаков: пола и возраста. Чем ниже доход, тем ниже институциональное доверие к здраво-

охранению в Москве, при среднем доходе институциональное доверие понижается, но не так значительно.

### **Заключение**

Здоровье — самая важная составляющая жизни каждого человека. Для поддержания собственного здоровья нам нередко приходится обращаться к системе здравоохранения нашей страны. Однако не всегда оказывается так, что люди остаются удовлетворенными качеством медицинских услуг, полученных в медицинском учреждении. Это также сказывается на доверии ко всей системе здравоохранения, так как доверие — это набор ожиданий, подтверждение которых ведет к повышению уровня доверия, а опровержение — к понижению. Таким образом, доверие тесно связано с опытом.

Однако, рассматривая систему здравоохранения, необходимо разделять ее на институт медицины, как отдельный аспект, состоящий из медицинских учреждений и администрации, и на врачей, которые воспринимаются больше как отдельные личности, не связанные с институтом в контексте восприятия пользователями. В нашей работе мы сделали акцент именно на том, как эти два типа доверия — институциональное и личностное — соотносятся между собой.

Изучение соотношения институционального и личностного доверия к здравоохранению показало, что средний уровень институционального доверия равен 2,94 баллам из 5 возможных баллов, а уровень личностного доверия равен 3,54 баллам. Таким образом, институциональное доверие среди опрошенных нами потребителей медуслуг в Москве ниже личностного примерно на 20%.

Более того, выраженность той или иной стратегии заботы о здоровье обнаруживает связь с соотношением институционального и личностного доверия к здравоохранению. Факторный анализ выявил 4 стратегии заботы о здоровье: активный образ жизни, оздоровление, потребление витаминно-минеральных комплексов и антизабота, которая связана с потреблением вредной пищи и алкоголя. Анализ показал, что выраженность стратегий здорового образа жизни, оздоровления и ВМК понижает уровень институционального доверия, а выраженность или не выраженность антизаботы никак не влияет на соотношение личностного и институционального доверия к здравоохранению среди опрошенных. Это говорит о том, что необходимо проводить дальнейшие исследования и искать ответ на вопрос: почему здоровый образ жизни не может стать элементом, определяющими рост институционального доверия? Нужно понять, какие факторы являются детерминирующими в случае доверия к здравоохранению как институту.

Задачей нашего исследования также являлось проанализировать связь соотношения институционального и личного доверия к здравоохранению у опрошенных пользователей медицинских услуг в Москве по социально-демографическим признакам. Среди рассматриваемых признаков пола, возраста и дохода единственным, оказывающим воздействие на соотношение, оказался доход: при понижении уровня дохода снижалось институциональное доверие в пользу личного. Таким образом, наблюдаются несовершенства системы здравоохранения как института: так как людям с более низким доходом более свойственно обращение в государственные медицинские учреждения, нежели в частные, можно предположить, что именно в бюджетных учреждениях существуют проблемы с качеством медицинских услуг и сервиса.

Выведенный нами индекс соотношения двух типов доверия может служить для анализа системы здравоохранения и выявления значительных «перекосов» в сторону одного из типов. Также, важно определить, какие факторы воздействуют на повышение или понижение определенного типа доверия для выявления возможных направлений реформ в сфере здравоохранения.

### **Список использованной литературы**

ВОЗ. (2016) Информация о ВОЗ // URL: <http://www.who.int/about/ru/> (дата обращения 30.10.2016).

ВЦИОМ. (2015) Доступность и качество российского здравоохранения: оценки пациентов // Пресс-выпуск №2919. 02.09.2015 URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115370> (дата обращения 30.10.2016).

Пиетиля И., Дворянчикова А.П., Шилова Л.С. (2007) Российское здравоохранение: ожидания населения // Социологические исследования. №5. С. 81–88.

Штомпка П. (2012) Доверие — основа общества / пер. с пол. Н.В. Морозовой. М.: Логос.

McGlynn E., Asch S., Adams J., Keeseey J., Hicks J., DeCristofaro A., Kerr E. (2003) The Quality of Health Care Delivered to Adults in the United States // The New England Journal of Medicine. P. 2635–2645.

---

## **Institutional and personal trust to health care: a survey in Moscow**

Anna A. Sokolova

undergraduate student of the School of Sociology, Faculty of Social Sciences,  
research assistant in the Laboratory of Economics and Social Research, SRU HSE  
e-mail: [aasokolova96@gmail.com](mailto:aasokolova96@gmail.com)



## Ol'ga V. Leshchenko

undergraduate student of the School of Sociology, Faculty of Social Sciences, NIR HSE  
e-mail: olga\_leshenkoo@list.ru

Currently in mass surveys only institutional trust indicator is used in assessing the health care system. The paper tests a model to assess trust in health care based on two indicators: trust in the overall health system and trust in the medical staff at the two levels — institutional and personal — of trust. With a conform sample of 248 consumers of medical services in Moscow the paper studies the relationship of the index with the strategies of health care, as well as socio-demographic characteristics. It is shown that the average level of personal trust following institutional and unexpressed strategies of health care affects the relationship of trust levels. The obtained results allow speaking about differences in the two types of trust in health care.

Keywords: health service, personal trust, institutional trust.

### References

VOZ. (2016) Informatsiya o VOZ URL: <http://www.who.int/about/ru/> (data obrashcheniya 30.10.2016) (in Russian)

VTsIOM. (2015) Dostupnost' i kachestvo rossiyskogo zdravookhraneniya: otsenki patsientov: Press-vypusk №2919. 02.09.2015 URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115370> (data obrashcheniya 30.10.2016) (in Russian)

Petilya I., Dvoryanchikova A.P., Shilova L.S. (2007) Rossiyskoe zdravookhranenie: ozhidaniya naseleniya // Sotsiologicheskie issledovaniya. No. 5. S. 81–88. (in Russian)

Shtompka P. (2012) Doverie — osnova obshchestva / per. s pol. N.V. Morozovoy. M.: Logos. (in Russian)

McGlynn E., Asch S., Adams J., Keeseey J., Hicks J., DeCristofaro A., Kerr E. (2003) The Quality of Health Care Delivered to Adults in the United States // The New England Journal of Medicine. P. 2635–2645.

### Правильная ссылка на статью / For citation

Соколова А.А., Лещенко О.В. Институциональное и личностное доверие к здравоохранению: опрос в Москве // Методы и процедуры социологических исследований: традиции и инновации. Сб. ст., посвященный памяти первого декана ф-та социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского [Электронный ресурс] / отв. ред. и вступит. ст. О.А. Оберемко. М.: НИУ ВШЭ, 2017. С. 213–225.

Sokolova A.A., Leshchenko O.V. Institutional and Personal Trust to Health Care: a Survey in Moscow // Methods and Procedures of Sociological Research: Traditions and Innovations. Collection of Papers dedicated to the first dean of the Faculty of Sociology, Higher School of Economics, Alexander O. Kryshchanovsky / ed. and introd. by Oleg A. Oberemko. M.: SRU HSE, 2017. P. 213–225.

Электронное научное издание

**Методы и процедуры социологических исследований:  
Традиции и инновации.**  
Сборник статей, посвященный памяти первого декана ф-та  
социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского

Ответственный редактор и вступительная статья О.А. Оберемко

Корректор: *О.А. Чеширский*  
Компьютерная верстка: *О.А. Кацман*

Подписано в печать 15.03.2017  
Уч. изд. л. 13,9. 7,29 Мб

URL: <http://social.hse.ru/socsci>

Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»  
Тел.: (495) 772-9590 доп. 12018  
E-mail: [akryshtanovsky16@yandex.ru](mailto:akryshtanovsky16@yandex.ru)