

ISSN 2949-463X

СОЦИОЛОГИЯ

4_М

МЕТОДОЛОГИЯ
МЕТОДЫ
МАТЕМАТИЧЕСКОЕ
МОДЕЛИРОВАНИЕ

60

Социология:

методология, методы, математическое моделирование

Научный журнал
Российской
академии наук

Основан в 1991 году



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1

EDN: ZEXRTK



ISSN: 2949-463X

№ 60
2025

Sociology:

Methodology, Methods, Mathematical Modeling



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1

EDN: ZEXRTK

Федеральное государственное
бюджетное учреждение науки

Федеральный
научно-исследовательский
социологический центр
Российской академии наук

Журнал издается при финансовой поддержке
научно-исследовательского центра

«Демоскоп»

Адрес редакции: 117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5

Тел.: +7 (993) 957-91-75. **E-mail:** sociology.4m@gmail.com

Главный редактор

Н.С. Бабич

Институт социологии ФНИСЦ РАН (Москва)

Редакционный совет

- О.Б. Божков** *Социологический институт РАН – филиал ФНИСЦ РАН (Санкт-Петербург)*
- Е.Е. Горяченко** *ИЭОПП СО РАН; Новосибирский национальный исследовательский государственный университет (Новосибирск)*
- Ю.Н. Гаврилец** *Центральный экономико-математический институт РАН (Москва)*
- А.С. Готлиб** *Самарский государственный университет (Самара)*
- П.М. Козырева** *Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН (Москва)*
- М.С. Косолапов** *Институт социологии ФНИСЦ РАН (Москва)*
- В.А. Мансуров** *Институт социологии ФНИСЦ РАН (Москва)*
- А.Ю. Мягков** *Ивановский государственный энергетический университет (Иваново)*
- А.И. Орлов** *МГТУ им. Н.Э. Баумана (Москва)*
- А.П. Петров** *Институт прикладной математики им. М.В. Келдыша РАН*
- Г.И. Саганенко** *Социологический институт РАН – филиал ФНИСЦ РАН (Санкт-Петербург)*
- Г.А. Сатаров** *Фонд ИНДЕМ (Москва)*
- Г.Г. Татарова** *Институт социологии ФНИСЦ РАН (Москва)*
- Ю.Н. Толстова** *НИУ ВШЭ; Институт социологии ФНИСЦ РАН (Москва) – зам. гл. редактора*
- Т.Ю. Черкашина** *ИЭОПП СО РАН; Новосибирский национальный исследовательский государственный университет (Новосибирск)*
- В.А. Шведовский** *МГУ им. М.В. Ломоносова (Москва)*
-

Ответственный редактор – *А.А. Михайлов*
Ответственный секретарь – *Н.В. Иващенко*
Редактор – *В.А. Иванова*

Editor-in-Chief

Nikolay S. Babich

Institute of Sociology FCTAS RAS (Moscow)

Editorial Board

- Oleg B. Bozhkov** *Sociological Institute of the RAS – FCTAS RAS (Saint Petersburg)*
- Elizaveta E. Goryachenko** *Institute of Economics and Industrial Engineering SB RAS; Novosibirsk State University (Novosibirsk)*
- Yuriy N. Gavrilets** *Central Economics and Mathematics Institute RAS (Moscow)*
- Anna S. Gotlib** *Samara State University (Samara)*
- Polina M. Kozyreva** *Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the RAS (Moscow)*
- Mikhail S. Kosolapov** *Institute of Sociology FCTAS RAS (Moscow)*
- Valeriy A. Mansurov** *Institute of Sociology FCTAS RAS (Moscow)*
- Alexander Yu. Myagkov** *Ivanovo State Power Engineering University (Ivanovo)*
- Alexander I. Orlov** *Bauman University (Moscow)*
- Alexander P. Petrov** *Keldysh Institute of Applied Mathematics RAS*
- Galina I. Saganenko** *Sociological Institute of the RAS – FCTAS RAS (Saint Petersburg)*
- Georgy A. Satarov** *Foundation for Information on Democracy (Moscow)*
- Galina G. Tatarova** *Institute of Sociology FCTAS RAS (Moscow)*
- Yuliana N. Tolstova** *NRU HSE; Institute of Sociology FCTAS RAS (Moscow) – deputy editor*
- Tatyana Yu. Cherkashina** *Institute of Economics and Industrial Engineering SB RAS; Novosibirsk State University (Novosibirsk)*
- Vyacheslav A. Shvedovsky** *Lomonosov Moscow State University (Moscow)*
-

Managing Editor – *Alexey Mikhailov*

Executive Secretary – *Natalia Ivashchenkova*

Copy Editor – *Vera Ivanova*

СОДЕРЖАНИЕ

Методология социологических исследований

Михайлов А. А. Теоретические основания применения стратегии триангуляции в социологических исследованиях	9
--	---

Практика сбора и анализа данных

Логинава И. В., Пиекалните А. С., Грозовский Ф. М. Технология анализа больших данных для выявления организационных связей: возможности системы iFORA.....	36
Евсеев Е. А., Ткач С. Влияние факторов финансового благополучия на уровень субъективного благополучия: построение многомерной модели	89
Фролов М. С. Эстетическая валоризация и легитимация музыкального жанра: построение концептуализации и методики исследования (на примере нойз музыки)	125

Измерения в социологии

Бочарова А. П. Восприятие населением рестриктивной политики государства: проблемы измерения	183
Пузанова Ж. В., Кожоридзе Г. Г., Кожоридзе Д. Г. ИИ и социология: анализ технологических возможностей виртуальных респондентов.....	216

Методическая дискуссия

Белановский С. А. Об ошибочных трактовках методологии фокус-групп.....	251
Нестерова Е.М. Отклик на доклад С. А. Белановского.....	278
Ларина Т. И. К Дискуссии после доклада С.А. Белановского «Об ошибочных трактовках методологии фокус-групп».....	295

Желизнык М. Н. О методических вопросах проведения фокус-групп (на основе личного опыта)	301
Григорьев Д. С. Неизбежность взаимодействия: комментарий к докладу С. А. Белановского «Об ошибочных трактовках методологии фокус-групп»	308
К сведению авторов	317

CONTENTS

Methodology of sociological research

Mikhailov A. A. Theoretical foundations of the application of triangulation strategy in sociological research	9
--	---

Practices of data collection and analysis

Loginova I. V., Piekalnits A. S., Grozovskiy F. M. Big Data Analysis Technology for Organizational Relationships Detection: Capabilities of the iFORA System	36
Evseev E. A., Tkach S. Subjective well-being heuristic potential of the scale for measuring population income	89
Frolov M.S. Aesthetic valorization and legitimation of a musical genre: construction of conceptualization and research methodology (on the example of noise music)	125

Measurement in sociology

Bocharova A. P. Public perception of state restrictive policy: Problems of measurement	183
Puzanova Zh. V., Koshoridze G. G., Koshoridze D. G. Generative AI and Sociology: Analyzing Virtual Respondent Technology.....	216

Methodical discussion

Belanovsky S. A. On erroneous interpretations of focus group methodology	251
Nesterova E. M. Response to the report of S.A. Belanovsky.....	278
Larina T. I. To the discussion after the report of S. A. Belanovsky “On erroneous interpretations of focus group methodology”.....	295

Zheliznyk M. N. On methodological issues of conducting
focus groups.....301

Grigoryev D. S. Inevitability of interaction: Commentary on the report
of S. A. Belanovsky “On erroneous interpretations of focus group
methodology”308

Information for authors317

МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.1

EDN: WHSCQO

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИИ ТРИАНГУЛЯЦИИ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Михайлов Алексей Александрович

Государственный академический университет гуманитарных наук,
Москва, Россия

Эл. почта: mix-al.mix@yandex.ru

ORCID: 0000-0001-8874-0377

Для цитирования: Михайлов А.А. Теоретические основания применения стратегии триангуляции в социологических исследованиях // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 9-35. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.1. EDN: WHSCQO.

Целью настоящей статьи является рассмотрение оснований применения триангуляции в социологических исследованиях. Важность триангуляционной процедуры обосновывается через разрешение так называемого «кризиса воспроизводимости», затронувшего социологию и смежные дисциплины, при котором результаты эмпирических исследований оказываются трудно повторяемыми. В качестве возможного методологического решения рассматривается стратегия методической триангуляции как наиболее часто используемая модификация триангуляционной процедуры. В работе проводится анализ становления понятия триангуляции в историческом контексте, а также её взаимодействия со стратегией смешанных методов (mix-methods research). Результатом анализа является формирование трёх основных стратегий использования триангуляции: в качестве проверки достоверности результатов эмпирических исследований, как способа дополнения данных и как

метода анализа противоречий. Анализируются различия между эпистемологическими платформами этих трех стратегий. В рамках проведенного анализа обосновывается применение первой стратегии в качестве возможного ответа на «кризис воспроизводимости».

Ключевые слова: триангуляция, методическая триангуляция, конвергентность, Н. Дензин, «кризис воспроизводимости», стратегия смешивания методов, mix-method research, реализм, релятивизм.

Триангуляция и «кризис воспроизводимости»

Социальные науки, изучающие человека и общество, веками балансируют между стремлением к научной объективности и неизбежным погружением в мир смыслов, ценностей и интерпретаций. Отчасти именно эта двойственность стала источником острой критики, обвиняющей дисциплины вроде социологии, антропологии или политологии в отсутствии методологической строгости, воспроизводимости результатов и чрезмерной зависимости от субъективных взглядов исследователя. Эти претензии, звучащие как из лагеря естественных наук, так и изнутри социологического академического сообщества, заставляют задуматься о том, действительно ли социальные науки обречены оставаться «ненастоящими» науками, потому что их «слабости» отражают саму природу изучаемого объекта, или проблемы кроются в недостаточной разработанности строгих подходов, учитывающих эту природу?

Для ответа на подобного рода вопросы прежде всего необходимо обозначить механику получения знания. Например, объясняя зависимость скорости падения тел от их массы, Галилео Галилей столкнулся с позицией Аристотеля, которая сводилась к тому, что тела с большей массой будут быстрее падать на землю. Однако, используя метод мысленного эксперимента, а также

нескольких эмпирических экспериментов, он опроверг воззрения Аристотеля, которые казались незыблемыми столетиями. Варьируя массу предметов, укол наклона, под которым он эти тела скатывал, Галилео Галилей показал, что масса не является определяющим фактором для скорости падения тела, что особенно наглядно мы можем продемонстрировать в вакууме, к примеру, когда одновременно будем бросать молоток и перо в колбе с откачанным воздухом. Важность научного знания сводится не только к наличию открытия, но и к способности его воспроизведения через длительный промежуток времени и получению схожего результата. Для методологии на первое место выходит воспроизводимость полученного знания, способность его перепроверки. Именно она попадает под критику в социальных науках, причем область критики не ограничивается «качественными» методами, осознанно снижающими претензии на воспроизводимость, а распространяется на «количественные» результаты. Итогом критического переосмысления попыток построения строгой социальной науки стал так называемый «кризис воспроизводимости». Речь идёт о ситуации, когда результаты многих эмпирических исследований оказываются трудно повторимыми в новых условиях или при повторных проверках, что порождает сомнения в их достоверности [2]. Этот кризис не уникален для социологии: он затронул психологию [11], педагогику [3], биологию [10] и другие дисциплины, однако в социальных науках он приобретает особую остроту из-за сложности изучаемых явлений.

Для разрешения кризиса воспроизводимости необходимо учитывать, что исследовательская процедура в социальных науках значительно отличается от классической естественно-научной. Вместо шаров здесь оказываются индивиды, имеющие свои нормы, ценности, мотивы, способные объединяться в различные группы, а также взаимодействовать между этими группами. Сам исследователь прямо или косвенно также является частью изучаемого объекта, поскольку человека изучает другой

человек. Центральным объектом критики является субъективность, которая имеет отношение и к объекту исследования, и к его субъекту, и даже к способам получения знания. Но субъективность, человеческий аспект социальности, неустраним из исследований. Каким же образом можно обеспечить воспроизведение, перепроверку полученного знания, когда оно включает в себя неустранимый субъективный компонент?

Социология использует большой арсенал исследовательских средств для изучения социальной реальности. Опросными методиками изучают мнения и социальные установки граждан, включенным наблюдением можно сместить акцент на поведении человека в естественных условиях, экспериментом проверить реакцию индивида в искусственно созданных условиях. Однако использование лишь одного метода повышает риск искажения результата, поскольку каждый метод имеет свои ограничения и внутренние погрешности. В этой связи вопрос достоверности полученного знания решается чаще всего через комбинацию методов, что связывается в социологической науке с понятием «триангуляции». Американский социолог Норман Дензин в 1970-х годах предложил рассматривать триангуляцию как способ усиления валидности выводов через комбинацию методов, данных, исследователей или теорий [14]. В таком случае триангуляция уже представляется, не просто исследовательской техникой, а стратегией исследования, признающей многогранность реальности и необходимость диалога между разными подходами [25].

Теоретически повышение валидности, достигаемое с помощью триангуляции, должно приводить к выбраковке неверных интерпретаций, снижению количества содержащих большую систематическую ошибку данных и, следовательно, повышению устойчивости, воспроизводимости результатов социальной науки. Таким образом, развитие стратегий триангуляции представляется одним из способов выхода из кризиса воспроизводимости.

Однако триангуляция — это не методологическая «панацея». Её применение сталкивается с рядом принципиальных ограничений, которые часто недооцениваются. Сводить их исключительно к методологическим проблемам, связанным с ограниченностью финансирования, времени, возможности корректной экспертной оценки, представляется не совсем верным. Действительно, масштаб и сложность исследования растет, когда необходимо прибегнуть к использованию триангуляции. Однако в данной работе акцент будет сделан на теоретических основаниях применения триангуляции, поскольку наличие неопределенности в методологической литературе как среди зарубежных исследователей [15; 17; 25], так и в работах отечественных социологов [4; 6; 7] по поводу того, что из себя представляет сама процедура триангуляции и какие исследовательские задачи она должна осуществлять, является той проблемой, решение которой позволяет приблизиться к разрешению «кризиса воспроизводимости» в социальных науках.

Формирование идеи триангуляции в социологической науке

Рассмотрение триангуляционной процедуры в контексте её исторического развития представляется важным этапом для формирования полноценного понимания триангуляции как стратегии исследования. Смешение методов, их множественные комбинации появились задолго до формирования концепции триангуляции в социологической науке, однако стоит ли понимать под ней исключительно процедуру комбинирования методов или данных? Для ответа на данный вопрос как раз и необходимо проследить становление понятия триангуляции в социологической науке.

Его зарождение уходит корнями в технические дисциплины, такие как картография, геодезия, где идея достаточно проста и

связана с определением месторасположения точки в пространстве. Например, измеряются расстояния между двумя известными точками (базисная линия) и углы от этих точек к третьей, неизвестной точке. Зная длину одной стороны и два угла треугольника, можно точно вычислить положение третьей точки относительно первых двух. Соответственно, повышение точности нахождения объекта, зависит от большего количества известных нам точек [20].

В социальных науках восприятие триангуляции, пусть и метафорическое, имело благоприятную почву, так как вопросы валидности и надежности также представляются насущными на протяжении всего времени их существования. Триангуляция в данном контексте может быть связана с использованием нескольких методов, подобно тому, как в картографии мы используем несколько точек для определения положения объекта. Однако использование «мультиметодичности» как принципа, описывающего множество исследовательских стратегий, нельзя сводить исключительно к появлению метафоры триангуляции в социальных науках. Достижения в области антропологии, развития монографического метода и кейс стадии [5] также описывают комбинирование различных методик для изучения социальной реальности, при этом триангуляцией это не называется. В данном случае ответ на этот вопрос кроется, скорее, в природе ставящихся исследовательских вопросов, центральное место среди которых занимают направленность на объем и глубину получаемой информации, а не на обеспечение достоверности результатов или надежности используемого инструментария.

Триангуляция же, как мы видим из её первоначального значения, предназначалась именно для повышения точности получаемых результатов как базовой исследовательской задачи. В социальных науках акцент на идеалах точности и объективности исследовательской деятельности появлялся в 1950–1960 годы и связан с концептом «конвергентной валидности», предложен-

ным Д. Кемпбеллом и Д. Фiske, что вполне можно считать прообразом триангуляции [13]. Конвергенция, в данном контексте подразумевает, что если в случае использования разных методик, источников данных в рамках изучения одного объекта они будут давать схожие результаты, то это будет подтверждать достоверность полученных результатов. Продолжил и развил данную идею Юджин Уэбб в своей работе «Unobtrusive Measures: Nonreactive Research in the Social Sciences». Уэбб акцентировал внимание на субъективных искажениях и их взаимосвязи с реактивностью используемых методов. Сензитивность вопросов, влияние самого исследователя на изучаемый объект ставит перед методологами задачи, связанные с разработкой способов, направленных на сбор данных от респондентов, минуя процедуру непосредственного взаимодействия между исследователем и респондентом. В таком случае акцент ученого переносится на работу с большим количеством источников данных, которые могут быть представлены в виде архивных данных, различных физических следов (например, изучение износа книг в библиотеке для оценки их популярности). Такое использование нереактивных методик, если использовать их как самостоятельный инструмент, может быть встречено со скепсисом, однако если центральной задачей будет являться подтверждение достоверности результатов уже существующего исследования, то данное направление вполне может обладать перспективами развития [26].

Формализация концепции триангуляции в социальных науках связывается с именем Нормана Дензина и его работы «Research Act» [14]. Сама триангуляционная процедура в той или иной форме существовала и до работ Дензина, однако его трактовка изменила статус триангуляции с маргинального статуса метафоры из естественных наук к полноценному инструменту в исследовательской практике социологических исследований. Его позиция основывается на началах символического интеракционизма, которая помещает в центр внимания взаимодействие

в его динамической форме. Взаимодействие — это процесс, охватывающий на постоянной основе не только изучаемую социальную реальность, но исследователя с его набором инструментов. Индивиды меняют свои стратегии взаимодействия, исходя из социального контекста, сам исследователь в процессе работы подвержен влиянию личного опыта, зачастую выбирая свой любимый метод, наиболее ему знакомый, при этом сами методы имеют свои специфические возможности и ограничения. Использование одного метода в данном контексте абсолютно неуместно, поскольку влияние субъективного фактора слишком велико.

Предшественники Дензина также стоят на четкой позиции критики монометодичного подхода к изучению социальных явлений и процессов. Комбинация методов преодолевает ограничения присущие каждому методу в отдельности, посредством перекрестной проверки полученных данных. Однако в этой связи появляется логичный вопрос: достаточно ли для валидации и надежности исследований, минимизации субъективных искажений исследователя использовать уже существующую идею мультиметодичности? Дензин отвечает отрицательно. Комплексная рефлексия над источниками данных, влиянием исследователя на объект своей работы, теоретическими конструктами и методами дает понимание о триангуляции не только как о чисто техническом приеме, обеспечивающем валидность, но и как о стратегии исследования, признающей плюралистичность и процессуальность реальности, а также о том, что научное знание есть взаимодействие методов, теорий и позиций исследователей [16].

Ответом Дензина становится сформулированная им типология триангуляции, разделяющая её на следующие элементы.

1. Триангуляция данных предполагает, что источники информации представляют собой контекстуальные области, релевантные изучаемому феномену. Сами данные можно разделить на три группы: пространственные, временные и персональные. Такое разделение предполагает фиксацию информации об

объекте, в зависимости от того, где и когда он находится. При этом специфической чертой индивида является его способность к коммуникации, что подразделяет персональные данные ещё на три группы: агрегированные, интерактивные и коллективные. Это разделение исходит из допущения того, что индивид включен в социальную структуру как активный компонент, и если на агрегированном уровне мы собираем данные о каждом из них, например, посредством опроса, то в интерактивном и коллективном типах анализа мы включаем индивида в систему взаимодействия друг с другом на микро- или макроуровне.

2. Исследовательская триангуляция, которая предполагает привлечение нескольких наблюдателей для минимизации субъективных искажений и повышения надежности данных. Важным аспектом в данном случае является компетенция исследователя, поскольку различия в результатах могут обуславливаться неопытностью молодого ученого, а не спецификой изучаемого объекта.

3. Теоретическая триангуляция исходит из предположения о фрагментарности теоретических построений. Это происходит по причине того, что в дисциплинах с высокой теоретической неоднородностью, таких как анализ малых групп, отсутствие консенсуса препятствует формированию устойчивых объяснительных моделей.

4. Методическая триангуляция представляет собой самый часто применяемый формат триангуляции. Она предполагает два ключевых направления: триангуляцию внутри метода и триангуляцию между методами. Каждая из форм направлена на минимизацию систематических ошибок, однако их эффективность существенно различается, и исследователи-социологи чаще отдают свои предпочтения смещению методов, нежели работе внутри одной методики [14].

Таким образом, полноценное изучение объекта происходит посредством комбинации между собой данных, методов, иссле-

довательских позиций и теоретических конструкторов. При этом такой подход не отменяет влияния субъекта как влияющего фактора, скорее, он позволяет работать с субъективностью, превращая её ограничения в ресурс для рефлексии. Это требует от социолога готовности к методологической гибкости, постоянной переоценке данных и диалогу с альтернативными перспективами.

Резюмируя сказанное о позиции Дензина относительно специфики триангуляции, важно отметить, что широта охвата, которую он предлагает в контексте исследовательской практики, может выступать скорее угрозой для самой триангуляции как способа повышения достоверности в эмпирических исследованиях. Совмещение различных стратегий внутри триангуляции имеет множество ограничений, которые могут быть вызваны компетенциями исследователя, финансовыми трудностями, техническими проблемами. Другими словами, объединение различных данных, исследовательских перспектив, теоретических конструкторов, методов даже по отдельности вызывает множество трудностей, а если комбинировать их между собой, то это представляется ещё более сложной задачей [17]. Поэтому чаще всего в эмпирических исследованиях прибегают к методической триангуляции, как наиболее проверенному и рабочему инструменту.

Использование методической триангуляции в концепте Дензина также обнажает ещё один острый вопрос, который сводится к использованию исключительно качественной методологии для триангуляции. Использование анализа документов, включенного наблюдения, эксперимента предполагается для осуществления перекрестной проверки данных получаемых в результате интервью. Вероятно, специфика качественных методик, объяснимая влиянием субъекта, да и в целом некоторыми методологическими аспектами, связанными с формированием выборки, сложностью с обобщением результатов исследований, может легитимировать применение исключительно качественных методов. Однако проблема гибкости методологий все же актуализирует вопросы

комбинирования методов из количественной и качественной методологии. Возможен ли этот симбиоз и какие перспективы применения взаимодействия количественных и качественных методов? Дензин в данном контексте кажется ярко выраженным представителем качественного подхода, на что уже будут неоднократно обращать внимание его последователи.

Одним из первых возразил этой позиции американский социолог Тодд Джик в своей работе «Сочетание качественных и количественных методов: триангуляция в действии» [18]. Не отрицая ценности идеи Дензина, Джик переосмыслил её, указав на ограничения и предложив альтернативный взгляд на природу смешанных методов. Суть его подхода сводится к формированию триангуляции не как способа повышения достоверности, а как инструмента глубинного изучения социальной реальности. Синтез количественных и качественных методов, который также может быть описан в контексте методической триангуляции, позволяет получать наиболее полное знание о социальной реальности, поскольку «цифры» фиксируют тенденции, а «буквы» наполняют смыслом изучаемые объекты. Его триангуляция — не проверка гипотез, а процесс конструирования знания, где разные методы, взаимодействуя, дополняют друг друга даже в случае, если их результаты конфликтуют между собой.

Подобная трактовка триангуляционной процедуры на рубеже 1980–1990-х годов получила свое продолжение в парадигме Mixed Methods Research. В отечественной социологической науке данное направление получило название стратегии «Смешение методов» [9]. Институализация этого направления в исследовательской практике связана с именами Джона Крессуэла, Аббаса Ташикори, Чарльза Теддли, Дэвида Моргана, которые обосновали использование количественных и качественных методов как взаимодополняющих друг друга в поиске ответов на различного рода социальные проблемы. Процедура смешения как раз занимает центральное понятие, поскольку

её понимание уходит за пределы обычной комбинации методик количественного и качественного подхода. Перспективы интеграции открывают возможности обогащения не только в контексте получения разнообразных данных, но и оказывают воздействие на процедуру их интерпретации. В исследовательской практике это выразилось в разработке исследовательских дизайнов (последовательный, параллельный, вложенный), при анализе влияния количественных методов на качественные и наоборот, что открыло новые возможности для обогащения не только получаемых данных, но и для способов анализа полученных результатов [19; 22; 24].

Взаимодействие между качественными и количественными методами может основываться как на природе дополнения, обогащения одного другим, так и на некотором противопоставлении друг другу. Дженис М. Морс, выдающийся методолог в области качественных и смешанных исследований, переосмысливает триангуляцию через призму диалектики, превращая её в процесс интеллектуального диалога между парадигмами. Триангуляция — это не механическое сложение методов, а диалектический процесс, где противоречия между подходами становятся источником новых смыслов. Морс утверждает, что качественные и количественные методы представляют собой «тезис» и «антитезис», чьё столкновение порождает «синтез» — более полное понимание явления. Например, статистические данные о снижении уровня бедности (количественный тезис) могут противоречить нарративам интервью с бездомными (качественный антитезис) [23]. Вместо того, чтобы игнорировать это противоречие, диалектическая триангуляция требует исследовать его причины: возможно, официальная статистика не учитывает скрытые формы нищеты. Таким образом, конфликт данных становится точкой роста для ревизии теорий и методов. В эпоху междисциплинарности идеи Морс приобретают особую актуальность, напоминая учёным о том, что истина часто рождается на стыке парадигм.

Однако эпистемологический фундамент, формирующий количественные и качественные методы, имеет различную природу, которая порождает некоторые противоречия. В чем они могут заключаться? Вероятнее всего, в различных взглядах на природу социальной реальности. Если общественная жизнь является объективным и измеряемым параметром, то речь идет, скорее, о позитивистской трактовке, тогда как представление социума как динамичного, процессуального и множественного будет отражать конструктивистскую трактовку природы исследования. Количественные и качественные методы в данном контексте занимают противоположные стороны, что подразумевает невозможность их интеграции [21]. В этом случае сторонники смешения методов парируют данную критику, прежде всего опираясь на философию прагматизма, утверждая, что противоречия основаны, скорее, на идеологических предпочтениях, чем на реальной научной практике. Исследователь должен руководствоваться не догмами, а прагматизмом — выбирать методы, исходя из целей и контекста исследования. Преодоление подобных противоречий заложили основу для отказа от «методологического фундаментализма» и перехода к гибкому сочетанию методов [22].

Триангуляция претерпела значительные трансформационные процессы в период 1980–1990 годов XX века. Если Норман Дензин изначально рассматривал триангуляцию как способ повышения достоверности через конвергенцию данных, то авторы смешанных методов расширили её роль. Однако это говорит не о закате триангуляционной процедуры, а, скорее, о новом этапе её развития, связанным с расширением интерпретации данного понятия. Само по себе направление применения смешанных методов представляет собой модернизированную версию той же самой триангуляции, акцент в которой также сводится к комбинации различных методов. Однако цель этой комбинации претерпевает значительные изменения, мультиметодичность теперь не просто перекрестная проверка данных, а вполне легитим-

ный способ получения обогащенной информации о социальной реальности.

Существует также и мнение о том, что смешанные методы пошли дальше триангуляции. Если Дензин акцентировал внимание на сравнении результатов разных методов, то авторы 1990-х годов говорили об их взаимном обогащении. Количественные данные задавали масштаб проблемы, качественные — объясняли механизмы. Например, статистика могла выявить корреляцию между бедностью и уровнем преступности, а интервью с жителями — показать, как экономическое отчаяние толкает людей на противоправные действия. Триангуляция в таком контексте становилась не конечной целью, а этапом в процессе построения комплексной теории. Однако триангуляция задумывалась изначально не как некоторая конечная цель исследования. Её роль может быть разнообразна, но исторически она обозначает использование нескольких методик для изучения одного явления. В процессе методологических поисков можно определить, что при огромном влиянии интеграции количественных и качественных подходов, которую осуществляли представители смешанных методов, цель триангуляции претерпела значительные изменения, однако сама суть её осталась статичной.

При этом роль смешанных методов для развития методологической мысли, популярности триангуляционной процедуры невозможно не признавать. Отношение к мультиметодичности довольно часто встречало непонимание, и свидетельство тому — противостояние количественного и качественного подходов. 1980–1990-е годы стали временем, когда смешанные методы перестали быть маргинальной практикой и обрели статус полноценной парадигмы. Брайман, Кресуэлл, Морган, Ташаккори и Тедли превратили их из набора технических приёмов в исследовательскую стратегию, основанную на прагматизме и междисциплинарности. Их вклад — не только в разработке дизайнов или классификаций, но в преодолении векового раскола между

«числами» и «словами». Триангуляция, переосмысленная через призму смешанных методов, перестала быть исключительно способом проверки гипотез и стала инструментом открытия новых смыслов. Однако столь широкая трактовка триангуляционной процедуры порождает некоторый скепсис, поскольку одна и та же техника представляется как способ подтверждения достоверности результатов и как средство получения разнородных данных, которые при этом могут вступать в противоречие друг с другом, что никак не согласуется с обозначенным в начале работы «кризисом воспроизводимости». Данный вопрос требует дополнительного рассмотрения, поскольку множественность интерпретаций триангуляции, способов её применения требует фиксированной структуры представления.

Интерпретация понятия триангуляции в социологической науке

Природа триангуляционной процедуры в социальных науках изначально сводится к использованию нескольких методик для изучения одного явления, события или процесса в рамках конкретного исследовательского проекта. Однако само комбинирование методик без наличия целевой установки не дало бы триангуляции того значения, которое оно занимает в умах методологов социальных наук.

Способность решать конкретные задачи придает научную значимость такой процедуре, как триангуляция. Одной из первейших задач подобного рода является способность проверки результатов исследования при помощи нескольких методик. Такая потребность исходит из предпосылки влияния субъективизма, характерного для качественной методологии, на получаемые результаты. В этом свете популярность приобрела триангуляция в трактовке Дензина Нормана, которую можно также

представить в виде верификационной модели триангуляции. Данная позиция долгое время представляла единственную вариацию для интерпретации процедуры триангуляции, но развитие социальных наук в области методологии выявляет тенденцию к интеграции количественных и качественных способов изучения.

Смешение методов или *mix method research*, представляется перспективным явлением для развития триангуляции. Например, Ньюман ставит смешение методов чуть ли не на место третьей ветви методологии, между количественной и качественной [8]. Однако такой подход не представляется достаточно обоснованным, поскольку само по себе применение разных методик для изучения социального объекта не отделяет смешанных методов от триангуляции. Различие заключается здесь в целевой установке исследователя, и в этом случае можно представить триангуляцию как способ получения информации, которая будет не проверять, а дополнять, насыщать новыми смыслами исследовательский объект. Если данные количественных и качественных методов согласуются между собой, то здесь речь пойдет о комплеметарной модели триангуляции, если же данные будут иметь противоречия, то речь пойдет о её диалектической модели.

Триангуляционная процедура, если оценивать её с точки зрения методологии исследований, направлена на разрешение определенных исследовательских задач, которые можно представить формате трёх направлений или стратегий.

Триангуляция как способ обеспечения достоверности результатов эмпирических исследований. Развивая идеи Дензина, исследователи обратили внимание на то, что использование нескольких методов не должно происходить исключительно в рамках одной методологии. Количественные методы можно проверять качественными и наоборот, поскольку в основании триангуляции как проверки достоверности лежит идея конвергентности, которая подразумевает, что если использование разных методик, источников данных в рамках изучения одного

объекта будет давать схожие результаты, то это будет подтверждать достоверность полученных результатов. В рамках данной стратегии возможно разрешение таких задач как подтверждение достоверности данных, проверки гипотез, снижение субъективности и предвзятости, обеспечение валидности.

Триангуляция как стратегия, отображающая комплементарность методов. Комплементарная модель выросла из осознания ограничений валидационного подхода. Сторонники комплементарности увидели в триангуляции способ выйти за рамки бинарности «истина/заблуждение» путем использования методов не как проверки одного другим, а интегрируя их между собой. Данный подход позволяет обеспечить сбор многомерных данных об объекте, интеграция макро- и микроуровней анализа, построение комплексных теоретических моделей, учет междисциплинарных перспектив.

Диалектическая модель триангуляции как противоречие между данными. Диалектическая модель триангуляции имеет в своем основании схожую с комплементарной моделью технику, когда методы сопоставляются друг с другом, однако сама цель меняется, поскольку в этом случае анализу подвергаются противоречия, возникающие в процессе синтеза количественных и качественных методов. Здесь на первое место выходит выявление и анализ противоречий, изучение диалектики структуры и агентности, раскрытие латентных конфликтов в обществе.

Представленная типология нуждается в теоретическом фундаменте, поскольку полученные определения имеют под собой абсолютно разные основания. Так как изначально было определено, что триангуляция актуализируется в контексте разрешения кризиса воспроизводимости, то релевантным будет рассмотрение стратегии триангуляции в рамках концепции «критического реализма», поскольку здесь проблема воспроизводимости результатов исследований как раз является одной из основных. Центральным в этой концепции является различие

ние транзитивных и нетранзитивных объектов науки. К первым относятся вспомогательные мысленные конструкции (понятия, теории, модели), ко вторым — «сущности» социальной реальности [12]. Очевидно, что принятие такого подхода применительно к проблемам триангуляции создает вполне очерченную теоретико-методологическую перспективу: триангуляция есть работа по описанию нетранзитивных объектов с помощью комбинирования транзитивных. Тогда основания выбора стратегии триангуляции могут быть представлены как настройка нужных «углов зрения», позволяющих наиболее полно и точно описать сущности социального мира. Таким образом, представленная классификация будет иметь следующие эпистемологические основания: реализм, комплементарный и некомплементарный релятивизм.

Если мы подходим к триангуляции как к сравнению результатов, полученных разными методами, то одной из первых платформ, на основании которых мы можем ее изучать, является реализм. Научный реализм в социологии исходит из того, что социальные структуры, институты, практики существуют независимо от нашего восприятия. Например, неравенство, власть или культурные нормы — это не иллюзии, а реальные силы, формирующие поведение людей. Однако их проявления всегда опосредованы: люди могут не осознавать, как эти структуры влияют на их выбор, или сознательно маскировать мотивы. Для реалиста же истина едина, но её установление требует конвергенции доказательств — согласованных результатов, полученных разными путями. Чаще всего фактор конвергентности выражается через поиск достоверности получаемых результатов в исследовании. Например, в ситуации, когда оценка доли курильщиков среди населения страны варьируется различными организациями от 20 до 50% [1], это заставляет использовать методическую триангуляцию как проверку полученных данных, путём сравнения её с результатами, полученными другими способами.

Другая эпистемологическая платформа имеет релятивистское обоснование применения триангуляционной процедуры. Если научный реализм стремится к единой истине, скрытой за пестрой завесой субъективности, то комплементарный релятивизм предлагает принципиально иную оптику: социальная реальность не имеет единственного «правильного» прочтения, она существует как мозаика конкурирующих и дополняющих друг друга перспектив. В этой парадигме триангуляция перестает быть инструментом верификации, а становится способом легитимации множественности: методом, который не сводит данные к общему знаменателю, а раскрывает их взаимное обогащение. Здесь исследовательская цель смещается с поиска объективности к созданию многоголосого нарратива, где каждый метод вносит уникальный вклад в понимание сложности человеческого опыта. В социологической науке этот подход имеет своё развитие в Mix-Methods Research, или стратегии смешанных методов, где методическая триангуляция получила своё использование в виде комбинации методов, а результаты исследований непротиворечиво дополняют друг друга, акцентируя глубинное понимание социальных объектов.

Следующий подход, выходящий из русла релятивизма, акцентирует своё внимание на противоречивости полученных результатов исследования. Если комплементарный релятивизм видит в множественности истин гармоничное дополнение, то некомплементарный релятивизм идет дальше: он не просто признаёт разнообразие интерпретаций, но и настаивает на их принципиальной несовместимости. В этой парадигме социальная реальность предстает полем битвы смыслов, где противоречия не случайны, а онтологически неизбежны. Триангуляция здесь превращается в стратегию провокации: вместо сглаживания конфликтов данных она выявляет их, обнажая властные иерархии, культурные разломы и подавленные нарративы. Исследовательская цель смещается с поиска согласованности к демонстрации

того, как «истины» сталкиваются, отрицают друг друга и тем самым раскрывают динамику социального мира.

Триангуляционная процедура, продемонстрированная через оптику представленных выше эпистемологических платформ, нуждается в систематизации применения, поскольку отличия в исследовательских вопросах, в рамках которых используется методическая триангуляция, очень разнообразны. Реалистская трактовка акцентирует внимание на поиске единой истины посредством поиска достоверности получаемых результатов. Истина одна, и наша исследовательская задача — её установить. Комплементарный релятивизм обосновывает множественности истин, и триангуляция как смешение методов помогает нам дополнять получаемое знание об объекте. Некомплементарный релятивизм также настаивает на наличии множества истин, которые при этом могут противоречить друг другу.

Эти подходы дают различные решения для триангуляционной процедуры. Если за основу мы берем триангуляцию как способ обеспечения достоверности, способности перепроверить полученные результаты, то весьма вероятно, что комплементарная релятивистская модель вырождается в обнаружение разных свойств у одного и того же объекта, так как критерий истинности отсутствует. Некомплементарный релятивизм в таком случае склонен к логическому противоречию, когда два метода дают противоположные результаты, но если мы отказываемся признать один из них ложным, то становится возможным утверждение, что любой метод может давать любой результат.

Заключение

Таким образом, единственной стратегией методической триангуляции, которая может быть использована для решения проблем, возникающих в связи с кризисом воспроизводимости, оказывается верификационная стратегия, которая опирается на реалистскую социальную онтологию (социальные объекты действительно существуют) и эпистемологию (они познаваемы). Именно она позволяет осуществить изучение нетранзитивных объектов социальной реальности, комбинируя между собой транзитивные объекты. Вторая стратегия — интеграции разных методов без перепроверки их результатами друг друга — не способна выполнить эту задачу, так как оказывается невозможным определить, являются ли разные транзитивные объекты соответствующими одному нетранзитивному. Наконец, третья стратегия прямо допускает существование только транзитивных объектов, комбинирование которых приобретает не познавательную, а, скорее, этическую или эстетическую ценность. Хотя и вторая и третья стратегии имеют полное право на существование, они не решают проблемы воспроизводимости, следовательно, не должны выбираться в рамках соответствующих исследовательских задач.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабич Н. С., Михайлов А. А.* Анализ достоверности данных массовых опросов (на примере оценок распространённости курения в России) // Социологическая наука и социальная практика. 2024, т. 12, № 3(47). С. 198–213. EDN: XFHTMI. DOI: 10.19181/snsp.2024.12.3.9.
2. *Девятко И. Ф.* Новые данные, новая статистика: от кризиса воспроизводимости к новым требованиям к анализу и представлению данных в социальных науках // Социологические исследования. 2018, № 12. С. 30–38. EDN: YSBRTV. DOI: 10.31857/S013216250003163-2.
3. *Донской А. Г., Борченко И. Д., Ларюшкин С. А., Дударева О. Б.* Применение метода метаанализа в гуманитарных и педагогических исследованиях // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2021, № 5 (217). С. 78–89. EDN: RCIAOQ. DOI: 10.23951/1609-624X-2021-5-78-89.

4. Карандин К. С. Особенности применения стратегии триангуляции в социологических исследованиях // Экономика. Социология. Право. 2016, № 4(4). С. 48–54.

5. Козина И. М., Серёжкина Е. В. Концепция кейс-стади в социальных науках и французская традиция монографических исследований трудовых организаций // Социологические исследования. 2015, № 1. С. 64–73. EDN: TLPTEL.

6. Кошарная Г. Б., Кошарный В. П. Триангуляция как способ обеспечения валидности результатов эмпирического исследования // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2016, № 2(38). С. 117–122. EDN: WYCZDN. DOI: 10.21685/2072-3016-2016-2-13.

7. Кучко Е. Е. Методологические основания использования триангуляции в социологических исследованиях // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2023, № 1. С. 46–52. EDN: JJFXPJ. DOI: 10.33581/2521-6821-2023-1-46-52.

8. Ньюман Л. Значение методологии: три основных подхода // Социологические исследования. 1998, № 3. С. 122–134.

9. Полухина Е. В., Просянюк Д. В. Исследования со смешанными методами (mixed methods research): интеграция количественного и качественного подходов // Политическая концептология: журнал междисциплинарных исследований. 2017, № 1. С. 49–56. EDN: YOSTNV.

10. Рубанович А. В. Пересмотр критического уровня значимости (0.005 вместо 0.05): Байесовский след // Радиационная биология. Радиоэкология. 2018, Т. 58, № 5. С. 453–462. EDN: VKYNWQ. DOI: 10.1134/S0869803118050156.

11. Фёдоров А. А. Привычка к кризису // Психологический журнал. 2017, Т. 38, № 3. С. 129–132. EDN: YTAKXD. DOI: 10.7868/S0205959217030126.

12. Bhaskar R. Philosophy and scientific realism // Critical realism. New York: Routledge, 2013. P. 16–47. ISBN: 9780415196321.

13. Campbell D. T., Fiske D. W. Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix // Psychological bulletin. 1959, vol. 56, № 2. P. 81–105. DOI:10.1037/h0046016.

14. Denzin N. K. The research act: A theoretical introduction to sociological methods. Routledge, 1978. 379 p.

15. Denzin N. K. Triangulation 2.0 // Journal of mixed methods research. 2012, vol. 6, № 2. P. 80–88. DOI: 10.1177/1558689812437186.

16. Flick U. Triangulation in qualitative research // A companion to qualitative research. 2004. P. 178–183.

17. Hammersley M. Troubles with triangulation // Advances in mixed methods research. London: SAGE, 2008. P. 22–36.

18. *Jick T. D.* Mixing qualitative and quantitative methods: Triangulation in action // *Administrative science quarterly*. 1979, vol. 24, № 4. P. 602–611. DOI: 10.2307/2392366.

19. *Johnson R. B., Onwuegbuzie A. J.* Mixed methods research: A research paradigm whose time has come // *Educational researcher*. 2004, vol. 33, № 7. P. 4–26. DOI:10.3102/0013189X033007014.

20. *Kelle U.* Sociological explanations between micro and macro and the integration of qualitative and quantitative methods // *Historical Social Research/ Historische Sozialforschung*. 2005, № 30(1). P. 95–117.

21. *Lincoln Y. S., Guba E. G.* Naturalistic inquiry. Beverly Hills, CA: Sage, 1985. 112 p.

22. *Morgan D. L.* Integrating qualitative and quantitative methods: A pragmatic approach. Thousand Oaks, CA: Sage publications. 2013. 271 p. DOI: 10.4135/9781544304533.

23. *Morse J. M.* Approaches to qualitative-quantitative methodological triangulation // *Nursing Research*. 1991, vol. 40. P. 120–123. DOI: 10.1097/00006199-199103000-00014.

24. *Teddlie C., Tashakkori A.* Mixed methods research // *The Sage handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage publications. 2011, vol. 4, № 1. P. 285–300. DOI:10.4135/9781506335193

25. *Thurmond V. A.* The point of triangulation // *Journal of nursing scholarship*. 2001, vol. 33, № 3. P. 253–258. DOI: 10.1111/j.1547-5069.2001.00253.x.

26. *Webb E. J., Campbell D. T., Schwartz R. D., Sechrest L.* Unobtrusive measures: Nonreactive research in the social sciences. Chicago: Rand McNally, 1966. 237 p.

Сведения об авторе

Михайлов Алексей Александрович

Аспирант социологического факультета Государственного
академического университета гуманитарных наук.

Тел.: +7 (900) 475 18 97

SPIN код: 9137-2318

Elibrary Author_id: 1242862

THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE APPLICATION OF TRIANGULATION STRATEGY IN SOCIOLOGICAL RESEARCH

Mikhailov Alexey A.

State Academic University of Humanities, Moscow, Russia

mix-al.mix@yandex.ru

ORCID: 0000-0001-8874-0377

For citation: Mikhailov A.A. Theoretical foundations of the application of triangulation strategy in sociological research. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 9-35. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.1

Abstract. The purpose of this article is to examine the grounds for the use of triangulation in sociological research. The importance of the triangulation procedure is justified through the resolution of the so-called “reproducibility crisis” affecting sociology and related disciplines, in which the results of empirical research turn out to be difficult to repeat. The specifics of the social sciences (the subject-subjective nature of research, the complexity and variability of the object — individuals and groups with their norms and motives, the inevitable subjectivity) fundamentally distinguish their procedures from natural science and exacerbate the problem of reproducibility. The strategy of methodical triangulation, as the most frequently used modification of the triangulation procedure, is considered as a possible methodological solution. The article analyzes the formation of the concept of triangulation in the historical context, as well as its interaction with the strategy of mixed methods (mix-methods research). The result of the analysis is the formation of three main strategies for using triangulation — as a verification of the reliability of empirical research results, as a way to supplement data, and as a method of analyzing contradictions, substantiating them with various epistemological platforms such as realism and relativism. As part of the analysis, the application of the first strategy is justified as a possible solution to the “reproducibility crisis”.

Keywords: triangulation, methodical triangulation, convergence, N. Denzin, “reproducibility crisis”, strategy of mixing methods, mix-method research, realism, relativism.

References

1. Babich N.S., Mikhailov A.A. Analysis of the mass survey data reliability (using the example of smoking prevalence in Russia estimates) (in Russian), *Sociological Science and Social Practice*, 2024, vol. 12, no. 3(47), p. 198–213. DOI: 10.19181/snsp.2024.12.3.9.
2. Deviatko I.F. New data, new statistics: from reproducibility crisis toward new requirements to data analysis and presentation in social sciences (in Russian), *Sociological Studies*, 2018, no. 12, p. 30–38. DOI: 10.31857/S013216250003163-2.
3. Donskoy A.G., Borchenko I.D., Laryushkin S.A., Dudareva O.B. Application of meta-analysis method in humanitarian and pedagogical research (in Russian), *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2021, no. 5 (217), p. 78–89. DOI: 10.23951/1609-624X-2021-5-78-89.
4. Karandin K.S. Features of triangulation strategy in sociological research (in Russian), *Economics. Sociology. Law*, 2016, no. 4(4), p. 48–54.
5. Kozina I.M., Serezhkina B.V. Case-study concept in social sciences and french traditions of labor organization monographic studies (in Russian), *Sociological Studies*, 2015, no. 1, p. 64–73.
6. Kosharnaya G.B., Kosharnyy V.P. Triangulation as a means ensuring validity of empirical study results (in Russian), *University proceedings. Volga region. Social sciences*, 2016, no. 2(38), p. 117–122. DOI: 10.21685/2072-3016-2016-2-13.
7. Kuchko E.E. Methodological basis of using triangulation in sociological research (in Russian), *Journal of the Belarusian State University. Sociology*, 2023, no. 1, p. 46–52. DOI: 10.33581/2521-6821-2023-1-46-52.
8. Newman L. Znachenie metodologii: tri osnovnyh podhoda [The importance of methodology: three main approaches] (in Russian), *Sociological Studies*, 1998, no. 3, p. 122–134.
9. Polukhina E.V., Porosyanyuk D.V. Mixed methods research: integrating quantitative and qualitative approaches (in Russian), *The Political Conceptology: Journal of Metadisciplinary Research*, 2017, no. 1, p. 49–56.

10. Rubanovich A.V. Redefining the critical value of significance level (0.005 instead of 0.05): The Bayes trace (in Russian), *Radiation biology. Radioecology*, 2018, vol. 58, no. 5, p. 453–462. DOI: 10.1134/S0869803118050156.
11. Fedorov A.A. The habit of crisis (in Russian), *Psychological Journal*, 2017, vol. 38, no. 3, p. 129–132. DOI: 10.7868/S0205959217030126.
12. Bhaskar R. “Philosophy and scientific realism”, in: *Critical realism*. New York: Routledge, 2013. P. 16–47.
13. Campbell D.T., Fiske D.W. Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix, *Psychological bulletin*, 1959, vol. 56, no. 2, p. 81–105. DOI: 10.1037/h0046016.
14. Denzin N.K. *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge, 1978. 379 p.
15. Denzin N.K. Triangulation 2.0, *Journal of mixed methods research*, 2012, vol. 6, no. 2, p. 80–88. DOI: 10.1177/1558689812437186.
16. Flick U. “Triangulation in qualitative research”, in: *A companion to qualitative research*. 2004. P. 178–183.
17. Hammersley M. “Troubles with triangulation”, in: *Advances in mixed methods research*. London: SAGE, 2008. P. 22–36.
18. Jick T.D. Mixing qualitative and quantitative methods: Triangulation in action, *Administrative science quarterly*, 1979, vol. 24, no. 4, p. 602–611. DOI: 10.2307/2392366.
19. Johnson R.B., Onwuegbuzie A.J. Mixed methods research: A research paradigm whose time has come, *Educational researcher*, 2004, vol. 33, no. 7, p. 14–26. DOI: 10.3102/0013189X033007014.
20. Kelle U. Sociological explanations between micro and macro and the integration of qualitative and quantitative methods, *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, 2005, no. 30(1), p. 95–117.
21. Lincoln Y.S., Guba E.G. *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage, 1985. 112 p.
22. Morgan D.L. *Integrating qualitative and quantitative methods: A pragmatic approach*. Thousand Oaks, CA: Sage publications, 2013. 271 p. DOI: 10.4135/9781544304533.
23. Morse J.M. Approaches to qualitative-quantitative methodological triangulation, *Nursing Research*, 1991, vol. 40, p. 120–123. DOI: 10.1097/00006199-199103000-00014.

24. Teddlie C., Tashakkori A. “Mixed methods research”, in: *The Sage handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage publications, 2011, vol. 4, no. 1, p. 285–300. DOI:10.4135/9781506335193.
25. Thurmond V.A. The point of triangulation, *Journal of nursing scholarship*, 2001, vol. 33, no. 3, p. 253–258. DOI: 10.1111/j.1547-5069.2001.00253.x.
26. Webb E.J., Campbell D.T., Schwartz R.D., Sechrest L. *Unobtrusive measures: Nonreactive research in the social sciences*. Chicago: Rand McNally, 1966. 237 p.

Information about the authors

Aleksey A. Mikhailov

Postgraduate student of the sociological faculty of the State Academic
University of Humanities.
SPIN code: 9137-2318
Elibrary Author_id: 1242862



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.2

EDN: RBNLBE

**ТЕХНОЛОГИЯ АНАЛИЗА БОЛЬШИХ ДАННЫХ
ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СВЯЗЕЙ:
ВОЗМОЖНОСТИ СИСТЕМЫ iFORA**

Ирина Владимировна Логинова

Национальный исследовательский университет «Высшая школа
экономики», Москва, Россия

Эл. почта: iloginova@hse.ru

ORCID: 0000-0002-3376-2728

Анна Сергеевна Пиекалнитс

Национальный исследовательский университет «Высшая школа
экономики», Москва, Россия

Эл. почта: apiekalnits@hse.ru

ORCID: 0000-0003-0585-5350

Фёдор Михайлович Грозовский

Национальный исследовательский университет «Высшая школа
экономики», Москва, Россия

Эл. почта: fgrozovskiy@hse.ru

ORCID: 0009-0000-4342-7942

Для цитирования: *Логинова И. В., Пиекалнитс А. С., Грозовский Ф. М.*
Технология анализа больших данных для выявления организационных связей:
возможности системы iFORA // Социология: методология, методы, мате-
матическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 36-88.
DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.2. EDN: RBNLBE.

Цель настоящей статьи заключается в демонстрации подходов по анализу связей центров компетенций с использованием системы интеллектуального анализа больших текстово-документных данных iFORA на примере картирования области «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы». Результаты исследования включают апробацию реализованных в системе iFORA подходов и методов к задачам, которые традиционно решаются в рамках организационного сетевого анализа. Основным результатом проведенного анализа – граф связей потенциальных центров компетенций в области «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы», выявленных из научных публикаций с использованием инструментов семантического анализа, с отражением связей между ними и их интерпретацией – формированием перечней гипотез по существующим кооперациям, фиксируемым на основе этих связей. Приводятся предложения по направлениям использования исследования связей центров компетенций на основе данных семантического анализа больших текстовых массивов информации.

Ключевые слова: анализ данных, большие данные, семантический анализ, интеллектуальный анализ данных, текст-майнинг, организационный сетевой анализ, выявление коопераций.

Благодарности: статья подготовлена в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Постановка исследовательской задачи

Сетевой анализ представляет собой оценку взаимоотношений между анализируемыми единицами, которая позволяет выявить положение объекта в общей сети, а также определить структуру взаимодействия с другими объектами [1]. Данное направление анализа зародилось в 1930-х гг. с выходом в печать книги Я. Морено «Кто останется в живых?» [2], в которой был применен метод сетевого анализа для описания взаимоотноше-

ний среди заключенных. Метод получил широкое применение в последние годы, что связано с активным развитием как методологических и технических подходов, так и доступных программных решений для обработки данных в рамках сетевого анализа [3].

Одной из наиболее динамично развивающихся сфер исследований в области сетевого анализа является организационный сетевой анализ (Organizational Network Analysis — ONA; далее — ОСА) [8]. В широком смысле ОСА можно определить в качестве одного из методов организационной диагностики, позволяющей провести систематический сбор и анализ информации об организации для выявления проблем функционирования и способов их преодоления [13; 14]. В более узком смысле данный метод анализа представляет собой набор аналитических инструментов для отображения связей между работниками, группами работников, отделами или организациями в ходе выполнения работы. Организационный сетевой анализ может применяться для решения задач социологических исследований, в т. ч. как инструмент мониторинга слабых сигналов и раннего выявления потенциальных корпоративных и социальных связей между людьми, аффилированными с организациями.

На сегодняшний день ОСА является востребованным методом выявления взаимосвязей внутри организации (например, на уровне отдельных офисов, департаментов, дочерних организаций), который позволяет увеличить операционную эффективность, а также повысить эффективность управленческих бизнес-процессов. Современные программные решения позволяют сделать процесс ОСА более эффективным за счет возможности анализа больших массивов данных и продвинутых способов визуализации.

Так, ОСА в значительной степени опирается на использование графического инструментария для наглядного представления связей [6]. Наиболее распространенным методом визуа-

лизации для ОСА является построение графа (сетевой карты), который показывает компоненты сети (сотрудников, департаменты, организации и т.д.) в виде узлов (вершин) и связующие их линии (связи или ребра).

Для визуализации результатов ОСА также могут применяться семантические карты, т.е. визуальную структуру связанных компонентов сети [18]. М. Хаспельмат (2003) описывает семантическую карту как геометрическое представление функций грамматической единицы (понятия), расположенных в «концептуальном/семантическом пространстве», соединенных линиями связей и организующих сеть [19]. Основная идея метода построения семантических карт и ключевое отличие от графов как визуализации сетей исследуемых понятий заключаются в том, что пространственное расположение различных понятий (например, организаций) отражает степень их сходства по близости расположения: чем ближе понятия расположены на карте, тем сильнее их связь [20]. При этом в зависимости от показателей, по которым рассчитывается такая связь, ее наличие и степень силы также могут быть отражены через ребра (соединительные линии между двумя отдельными понятиями). Таким образом, семантическое картирование позволяет выявлять, категориально структурировать, а также оценивать характер взаимосвязей между участниками сети.

Наиболее распространенный сценарий прикладного использования ОСА связан с исследованием внутренней среды организации или с анализом участников ближайшего окружения. В обоих случаях речь идет об анализе, как правило, ограниченного количества участников сети, о которых известно заранее, и его результаты часто связаны с мониторингом и диагностикой текущей ситуации, когда уже, вероятно, существуют некоторые предположения о наличии проблем или рисков. При этом зачастую не охватывается сегмент поисковых исследовательских задач, когда границы сетевого анализа задаются значительно

шире, а ожидаемыми результатами являются инсайты, имеющие прикладную ценность: выявление неизвестных ранее конкурентов, потенциальных партнеров и т.п.

Настоящее исследование ставит своей целью картирование потенциальных центров компетенций в области «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы» с отражением существующих связей между ними. В следующем разделе рассматриваются методологические возможности семантического анализа больших текстовых данных в системе iFORA для выявления организационных связей между центрами компетенций, а также описываются используемые данные. Затем приводятся результаты исследования, в рамках которого были выявлены связи участников сети с применением технологии анализа больших текстовых данных, после чего полученные результаты интерпретируются и обсуждаются.

1. Используемые данные и методологические возможности семантического анализа больших текстовых данных для выявления организационных связей центров компетенций

Современные программные решения позволяют сделать процесс ОСА более эффективным за счет возможностей анализа больших массивов данных и продвинутых способов визуализации. Подход к выявлению участников сети, реализованный в НИУ ВШЭ с использованием iFORA и рассматриваемый в настоящей работе, основан на принципах семантического поиска и машинного извлечения из релевантных документов «гипотетических» центров компетенций (центров компетенций, автоматически идентифицированных как релевантные исследуемому направлению, но не прошедших экспертную фильтрацию/валидацию). В настоящей статье под центрами компетенций понимаются крупные научные и исследовательские организации (включая вузы, технологические и промышленные компании), вносящие значимый вклад в развитие конкретного тематического направления.

Система iFORA¹ представляет собой инструмент интеллектуального анализа больших текстово-документных данных, основанный на углубленной обработке естественного языка с использованием искусственного интеллекта и машинного обучения. База данных iFORA насчитывает более 850 миллионов документов, включающих научные публикации, патенты, гранты и заявки на них, аналитические и стратегические документы, отраслевые профессиональные СМИ на английском, русском, китайском языках. Ключевое преимущество системы заключается в синтезе методов статистического, синтаксического и семантического анализа текстов для решения сложных аналитических задач. Система iFORA предоставляет модульную (пакетную) аналитику для различных исследовательских и бизнес-задач в сфере науки, технологий и инноваций. Анализ больших данных в системе iFORA в т. ч. предполагает извлечение из текстов терминов на основе расчета их текстовой статистики, а также последующее измерение семантической (векторной) близости этих терминов с использованием предобученных языковых моделей. Под термином понимается слово или словосочетание, синтаксически значимая конструкция, устойчиво употребляемая в большом массиве неструктурированных текстовых документов (а также в текстах научных публикаций, патентов, отраслевой аналитики и др.), которая является обозначением тематики — некоторого понятия (например, потенциального центра компетенций, как в границах настоящего исследования). Одной из функций системы является картирование центров и сетей компетенций, которое включает в себя выявление из больших текстовых данных перечней центров компетенций в т. ч. посредством анализа извлеченных метаданных документов, определение их специализации и др.

Также следует отметить, что возможности системы iFORA не заменяют, но дополняют и расширяют методологию ОСА,

¹ URL: <https://issek.hse.ru/ifora/> (дата обращения: 03.06.2025).

которая тоже позволяет исследовать связи организаций и, безусловно, не может быть полностью воспроизведена с использованием анализа больших текстовых данных. Тем не менее преимущество использования системы iFORA заключается в том, что она позволяет формировать графы связей центров компетенций не просто исходя из совстречаемости их наименований в документах, но и отражая на графах кластеры центров компетенций в зависимости от «тематической близости» их деятельности (определяемой при помощи анализа закономерностей совместного употребления пар наименований центров компетенций в документах). Кроме того, задача извлечения наименований организаций из текстов для дальнейшего анализа их совместной упоминаемости сама по себе является нетривиальной и требует использования предобученных моделей машинного обучения в такой области обработки естественного языка, как распознавание именованных сущностей (Named Entity Recognition). Подобные модели включены в систему iFORA, которая также позволяет извлекать центры компетенций из метаданных загруженных в нее документов.

В системе iFORA используются три ключевых источника данных, соответствующие трем основным типам центров компетенций:

- научные публикации, соответствующие «научным» центрам компетенций (в большинстве случаев — университеты, научно-исследовательские институты, научные центры, лаборатории, кафедры и др., реже — промышленные компании, корпорации и др.);
- патенты, соответствующие «промышленным» центрам компетенций (R&D департаменты крупных организаций, осуществляющих промышленную разработку ИКТ и др.);
- отраслевые медиа-источники, соответствующие как университетам и научным организациям, так и «рыночным»

центрам компетенций (крупные организации — разработчики ИКТ-продуктов и решений для конечных пользователей; дополнительно сюда могут попадать организации-потребители, внедряющие ИКТ в собственную инфраструктуру).

В рамках проведенного исследования были задействованы три описанных типа источников информации, загруженных в iFORA, на английском языке за период 2011–2022 гг. в частности:

- база научных публикаций Microsoft Academic Graph (MAG);
- база международных патентов PATSTAT;
- агрегированная база зарубежных отраслевых профессиональных СМИ и рыночной аналитики.

В задачах анализа организационных связей используются, в частности, графы связей организаций, в т. ч. с тематической кластеризацией, получаемые на основе рассчитываемых количественных семантических метрик. Анализ текстовых данных и визуализация результатов такого анализа позволяют выявлять, в частности, ключевые центры компетенций, освещаемые в профессиональных источниках информации, их значимость в источниках и связи между отдельными центрами компетенций. Пример подобной визуализации представлен на рисунке 1, на котором изображен граф связей, где центры компетенций по направлению «Искусственный интеллект» отображаются в виде узлов разных цветов (в зависимости от принадлежности к кластерам по тематическим направлениям) с соответствующими подписями, отражающими наименования центров компетенций.

Размер узлов отражает значимость (интенсивность упоминания за рассматриваемый период) центра компетенций в источниках (анализируемой выборке документов), а связь между центрами компетенций, рассчитанная по совместной



упоминаемости в документах, показана с помощью линий (ребер) и степени удаленности соответствующих узлов друг от друга. Наиболее связанные центры компетенций входят в один тематический кластер по результатам анализа векторного представления данных центров компетенций и окрашиваются в один цвет. Такой анализ реализуется посредством специальной обученной дистрибутивной семантической модели, содержащей в себе научно-технические термины и показатели их смысловой близости друг с другом, которая оценивается не просто по совместной встречаемости терминов в одних и тех же документах, а с учетом сложных закономерностей их употребления в языке.

В качестве тематического направления, на примере которого была апробирована методология извлечения перечня ключевых центров компетенций с дальнейшим построением (визуализацией) организационных связей между ними, выбрано направление «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы». По поисковому условию, описывающему область «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы», машинным образом выявляются потенциальные («гипотетические») центры компетенций. «Гипотетические» центры компетенций в рамках исследуемого тематического направления могут извлекаться из текстов при помощи двух основных подходов: с использованием существующих метаданных документов — научных публикаций и патентов, содержащих, в частности, информацию о наименованиях аффилированных организаций, либо с применением распознавания именованных сущностей, выделенных системой iFORA автоматически при обработке заголовков и полных текстов документов — научных публикаций, патентов и отраслевой рыночной аналитики (таблица 1, рисунки 2–4).

Таблица 1

ДВА ПОДХОДА К ИЗВЛЕЧЕНИЮ ЦЕНТРОВ КОМПЕТЕНЦИЙ
ИЗ ДОКУМЕНТОВ: МЕТАДАННЫЕ И ИМЕНОВАННЫЕ
СУЩНОСТИ

	Метаданные документов	Выделенные именованные сущности (NER)
Научные публикации (MAG)	organisations	—
Патенты (PATSTAT)	assignee	—
Рыночная аналитика и профессиональные СМИ (собственная база документов системы iFORA)	—	phrases.en.all.ORG (на английском языке) и др.

«Гипотетическим» является тот центр компетенций, который был извлечен системой из больших текстовых данных, но не прошел экспертную фильтрацию/валидацию на предмет релевантности анализируемому направлению. Экспертная фильтрация/валидация автоматически извлеченных центров компетенций представляет собой экспертную работу в формате заочного опроса, а также в иных форматах (очных экспертных сессий) и включает в себя оценку актуальности центров компетенций для конкретного тематического направления, уточнение отдельных формулировок, перенос центров компетенций между сформированными кластерами и др. В рамках настоящего исследования фильтрация центров компетенций не производилась.

Результаты выявления «гипотетических» центров компетенций представляются в табличном виде, где каждый центр компетенций сопровождается набором текст-майнинговых метрик (текстовых статистик, таких как «встречаемость», «значимость», «динамичность», «ускорение», «осевой-год»; подробности раскрываются в следующем разделе), использование которых может обеспечить дополнительные преимущества аналитики, такие как



Рис. 2. Скриншот результатов обращения к базе документов iFORA и пример некоторых метаданных документов индекса «Научные публикации», в т. ч. содержащих сведения о центрах компетенций

Источник: система интеллектуального анализа больших данных iFORA.

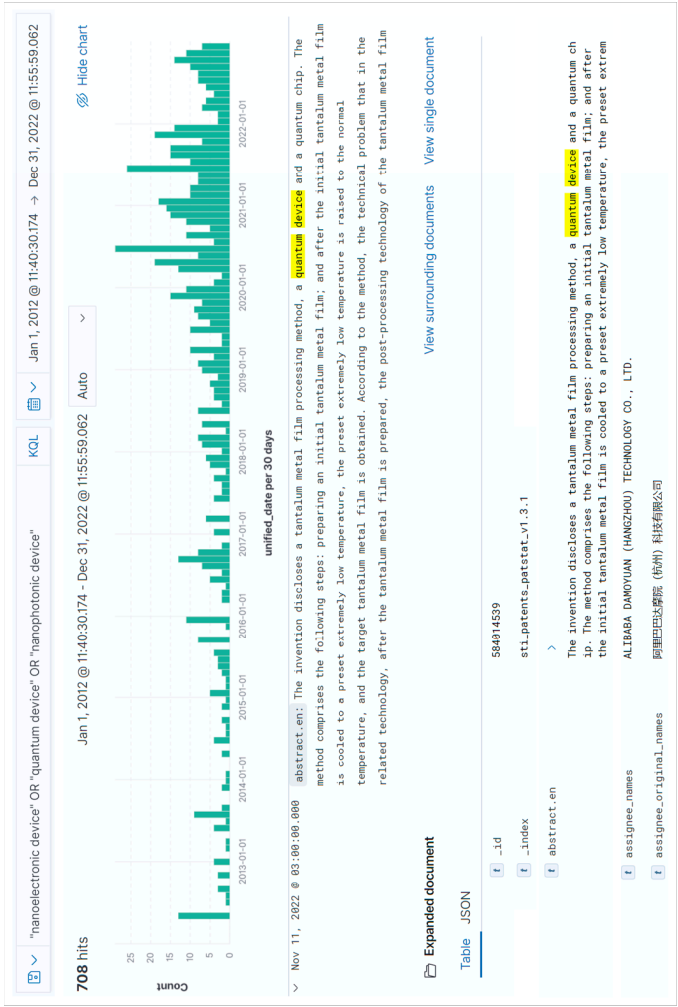


Рис. 3. Скриншот результатов обращения к базе документов iFORA и пример некоторых метаданных документов индекса «Патенты», в т.ч. содержащих сведения о центрах компетенций

Источник: система интеллектуального анализа больших данных iFORA.

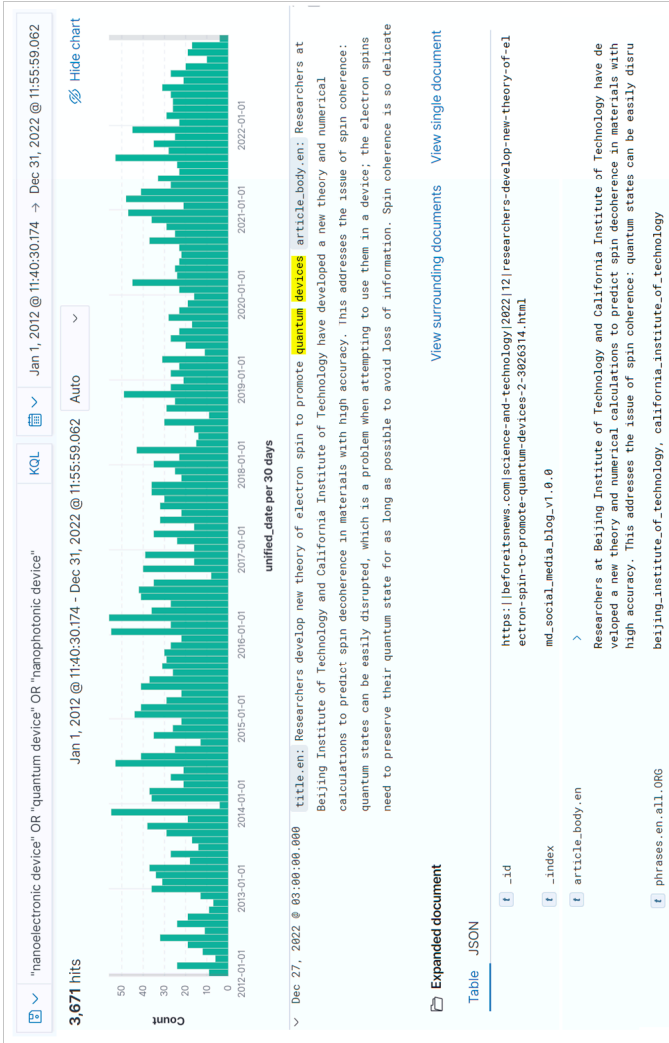


Рис. 4. Скриншот результатов обращения к базе документов iFORA и пример некоторых атрибутов документа «Рыночная аналитика и профессиональные СМИ», в т.ч. содержащих сведения о центрах компетенций»

сравнение центров компетенций друг с другом по объективным критериям, выявление не только крупных центров компетенций, но и наиболее важных из них, наиболее быстрорастущих и т.п. Такая фильтрация результатов может предшествовать процессу картирования организационных связей между выявленными центрами компетенций для того, чтобы полученные графы связей отражали только релевантные центры компетенций, исключая возможность попадания на визуализации «шумов» (ошибочно выделенных машинным образом центров компетенций) или просто невостребованных центров компетенций.

В таблице 2 приведена статистика извлеченных из документов центров компетенций. Всего по результатам обработки трех источников данных извлечено 2 268 наименований центров компетенций, из которых уникальными являются 1 645 (за исключением смысловых повторов). Отбор (экстракция) центров компетенций происходил с использованием экспертно-составленного поискового запроса (в части отбора релевантных документов) путем обращения к метаданным отобранных документов (в которых содержатся отдельные «поля» — наименования центров компетенций), а также при участии специализированных моделей машинного обучения, направленных на извлечение из текстов документов именованных сущностей типа «Организация» (таблица 1). Поисковый запрос по своей сути является аналогом семантического ядра исследуемой темы и предназначен для формирования границ предметной области. Он включает в себя термины, которые наиболее точно и полно описывают исследуемую тему (не являются слишком широкими или слишком узкими), соединенные друг с другом логическими операторами «AND» и «OR». Обращение к метаданным баз научных публикаций (MAG) и патентов (PATSTAT) позволило сформировать первые два списка «гипотетических» центров компетенций, а третий список был создан при помощи использования моделей машинного обучения, которые извлекают наименования центров компетенций из базы данных отраслевых СМИ.

Таблица 2
**СТАТИСТИКА КОЛИЧЕСТВА ИЗВЛЕЧЕННЫХ ИЗ ДОКУМЕНТОВ РАЗЛИЧНЫХ
 ИСТОЧНИКОВ «ГИПОТЕТИЧЕСКИХ» ЦЕНТРОВ КОМПЕТЕНЦИЙ**
 (по результатам использования специальной языковой модели системы iFORA, обученной на
 выявление именованных сущностей — наименований организаций, а также по результатам обработки
 метаданных проанализированных документов)

Направление	Поисковый запрос	Количество центров компетенций, в т. ч. в документах за 2012–2022 гг.		
		Научных публикаций (MAG)	Патентов (PATSTAT)	Профес- сиональных отраслевых СМИ
Промышленные информационно- управляющие и телекоммуникационные системы (в целом)	"information management system" OR "telecommunication system"	100	98	439
				Всего
				637

Продолжение табл. 2

Направление	Поисковый запрос	Количество центров компетенций, в т. ч. в документах за 2012–2022 гг.			
		Научных публикаций (MAG)	Патентов (PATSTAT)	Профес- сиональных отраслевых СМИ	Всего
функционально-сложные информационно- управляющие системы и процессы, методы и средства автоматизации	"functionally complex system" OR "information control system" OR "functionally complex process" OR "information control process"	100	100	74	274
интеллектуальные системы управления и принятия решений	"intelligent control system" OR "intelligent decision- making system"	100	96	93	289
интегрированные информационно- телекоммуникационные системы	"integrated information system" OR "integrated telecommunication system"	100	64	96	260

Окончание табл. 2

Направление	Поисковый запрос	Количество центров компетенций, в т. ч. в документах за 2012–2022 гг.			
		Научных публикаций (MAG)	Патентов (PATSTAT)	Профес- сиональных отраслевых СМИ	Всего
архитектура и программное обеспечение информационно- вычислительных комплексов	"information system architecture" OR "computing system architecture" OR "computing software"	100	93	92	285
информационная безопасность	"information security"	100	85	67	252
наноэлектронные, квантовые и нанофотонные	"nanoelectronic device" OR "quantum device" OR "nanophotonic device"	100	77	93	270

2. Результаты выявления организационных связей центров компетенций при помощи семантического анализа больших текстовых данных

Для наглядности при дальнейшем анализе был использован перечень центров компетенций, извлеченных для направления «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы». В целях фокусировки дальнейшего анализа на научных центрах компетенций в качестве источника для визуального представления — картирования графа связей в сети центров компетенций — выбрана база из 700 зарубежных научных публикаций MAG, откуда был извлечен топ-100 центров компетенций по семантическому показателю значимости (раскрывается подробнее ниже). При этом также доступны для построения графы связей и по другим типам источников (как отдельно, так и в совокупности), однако в рамках настоящей статьи они не рассматриваются. Для полноценного всестороннего исследования имеет смысл рассматривать набор таких графов связей, так как каждый из них может помочь сформировать гипотезы по различным типам и форматам взаимодействия между организациями.

На рисунке 5 представлен граф связей центров компетенций по направлению «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы» по данным зарубежных научных публикаций за 2012–2022 гг. Здесь визуализируется вся совокупность выявленных «гипотетических» центров компетенций по направлению «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы». Безусловно, приведенный граф связей может быть сложен для восприятия при первичном ознакомлении в силу своей плотности. Для повышения информативной ценности данной визуализации возможна ее декомпозиция на несколько графов, каждый из которых отражал бы центры компетенций, принадлежащие к одним и тем же кластерам. Однако подобное разделение исключает отображение связей между центрами

компетенций, принадлежащим к разным кластерам, что объясняет преимущество выбранного авторами способа визуального представления связей центров компетенций.

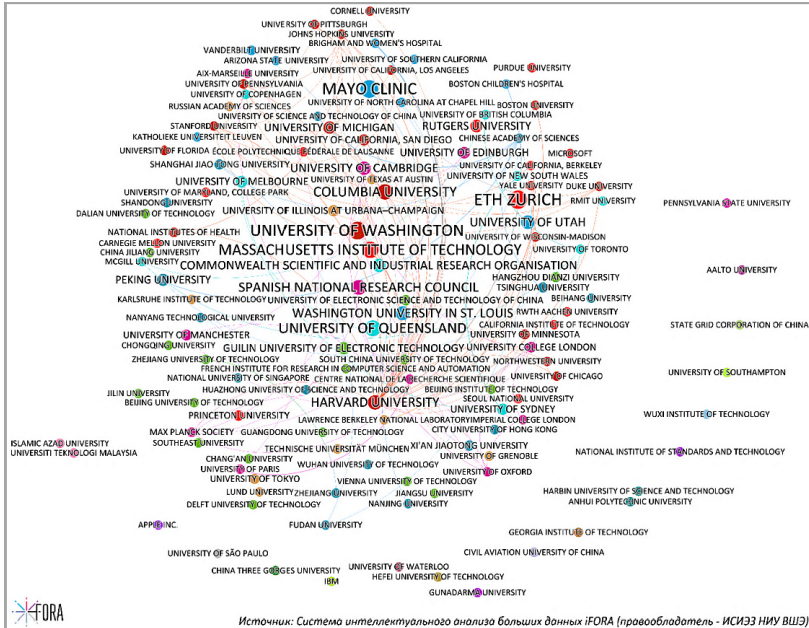


Рис. 5. Граф связей центров компетенций по направлению «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы» по данным зарубежных научных публикаций за 2012–2022 гг.

Уточним параметры полученного графа:

- **цвет узлов** отражает результаты математической кластеризации графа связей центров компетенций с использованием алгоритма Фрюхтермана-Рейнгольда, традиционно применяемого для визуального представления организационных

сетей; цвет указывает на близкие друг к другу центры компетенций, где показатель близости оценивается на основе паттернов совместного употребления названий центров компетенций в текстах;

- **расстояние между узлами** определяется аналогично с применением расчетов по алгоритму Фрюхтермана-Рейнгольда;
- **размер узла и его подписи** связан с показателем центральности (семантическим показателем, рассчитываемым в системе iFORA как квадратный корень от суммарной совстречаемости организации с другими организациями умноженной на квадратный корень от степени вершины графа; не путать с понятием «центральность» из теории графов и сетевого анализа), который, в свою очередь, рассматривается как эквивалент условной «важности» узла в графе;
- **цвет ребра** определяется цветами соединяемых узлов, т.е. может быть градиентным;
- **толщина ребра** пропорциональна показателю силы связи — совместной упоминаемости (совстречаемости) пары центров компетенций в текстах анализируемых документов; показатель нормируется и принимает значение до 1 (максимальная совстречаемость).

Граф отражает связи между топ-100 центрами компетенций. В приложении А (таблица 1) представлен полный перечень центров компетенций и их семантические метрики. Для удобства сопоставления визуальных и табличных сведений центры компетенций представлены в алфавитном порядке.

При семантическом анализе для центров компетенций рассчитывались следующие метрики:

- **встречаемость** — абсолютная частота упоминаемости центра компетенций в исследуемых документах за проанализированный период (абсолютная значимость); может быть только положительной;
- **значимость** — интенсивность упоминаемости центра ком-

петенций в документах за проанализированный период с учетом размера корпуса документов; чем выше значение, тем сильнее соответствующий центр компетенций представлен в исследуемом массиве документов; может быть только положительной;

- **динамичность** — среднегодовой темп прироста значимости центра компетенций за проанализированный период (может быть положительной и отрицательной);
- **ускорение** — темп роста динамичности центра компетенций за проанализированный период (отрицательные темпы роста или положительные); как правило, большинство центров компетенций в силу своей зрелости демонстрируют отрицательное ускорение, за исключением центров компетенций, обладающих рекордными темпами роста;
- **осевой год** — год, когда центр компетенций упоминался чаще чем за другие годы в границах проанализированного периода.

3. Интерпретация и обсуждение результатов

Можно выделить несколько сценариев интерпретации подобного графа связей центров компетенций:

Сценарий 1. Первичный анализ заключается в выделении отдельных организаций в научно-технологическом или рыночном ландшафте рассматриваемого направления. Такой анализ буквально отвечает на вопрос «Кто присутствует в исследуемом тематическом поле?», а семантические метрики могут внести вклад в оценку важности (масштабов присутствия) этих игроков.

Сценарий 2. Углубленный анализ подразумевает оценку наличия взаимосвязи между отдельными игроками и ее силы (интенсивности) с использованием рассчитанных количественных семантических метрик. В особенности такой анализ полезен, если организация знает своих конкурентов и, например, хочет понять их окружение.

Сценарий 3. Продвинутый анализ, включающий элементы экспертной интерпретации, связан с изучением качества этой выявленной взаимосвязи, по результатам которого можно получить информацию о том, какие типы взаимоотношений присутствуют и преобладают в исследуемой среде на основе оцененного текстового следа, его объема, тональности и других метрик. На этом этапе оцениваются конкретная роль и функционально-ролевые характеристики выявленных организаций. Данный сценарий одновременно обладает как наибольшей сложностью анализа, так и высокой ценностью получаемых результатов. Так, например, в зависимости от используемых для него источников данных можно выявить отдельных потенциальных соисполнителей по научным проектам (лаборатории с уникальным оборудованием и т.п.), поставщиков оборудования, субподрядчиков, клиентов, конкурентов и др. В широком понимании здесь можно говорить о перспективах реализации конкурентной разведки, поскольку рынок формируют его отдельные игроки, углубленный анализ которых (с точки зрения направлений деятельности, конкретных преимуществ, капитальных, кадровых и интеллектуальных ресурсов, компетенций, отношений с потребителями и т.п.) позволяет получить первичное представление о рынке и оценить собственное место на нем.

В рамках настоящей работы авторы постараются проиллюстрировать все три предложенных сценария работы с графом связей центров компетенций, которые в целом могут рассматриваться как этапы одного полноценного сценария. В рамках сценария 1 достаточно базового визуального анализа полученного графа связей (рисунок 2), можно воспользоваться таблицей семантических метрик (Приложение А, таблица 1).

В рамках сценария 2 для оценки наличия взаимосвязи между отдельными игроками и ее силы (интенсивности) используется семантический показатель встречаемости наименований центров компетенций. В рамках настоящего иссле-

дования в границах 100 выявленных центров компетенций зафиксировано 7 269 пар центров компетенций, между которыми существуют связи, граф (рисунок 2) визуализирует 100 наиболее сильных связей (т.е. изображено 100 ребер между 100 парами центров компетенций с наибольшим показателем совстречаемости; отбор топ-100 центров компетенций из MAG проводился по метрике значимости), а таблица 2 (Приложение А) демонстрирует топ-25 пар центров компетенций по направлению «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы», между которыми существует наиболее сильная связь.

Можно выделить три подхода к отбору пар центров компетенций для дальнейшего исследования:

- 1) на основе показателя силы связи между ними;
- 2) на основе семантических метрик отдельных организаций, например, значимости, динамичности, ускорения и др. (в таком случае исследователь сначала отбирает наиболее интересные для анализа центры компетенций, организации-лидеры, а далее оценивает связи выбранных центров компетенций с другими);
- 3) экспертным или поисковым методом, в первую очередь, для анализа собственного окружения или, например, окружения своих конкурентов, перечень которых известен заранее (прицельный сфокусированный анализ конкретных организаций и их связей с другими участниками рынка).

Рассмотрим несколько кейсов (топ-5 пар центров компетенций с наиболее сильной связью) и интерпретируем их в рамках иллюстрации сценария 3. Здесь следует отметить, что использование системы iFORA позволяет проводить анализ не только на уровне пар связей центров компетенций (от «сильных» к «слабым»), но и на уровне кластеров и при ранжировании пар связей организаций от «слабых» к «сильным». Выбранный в рамках настоящей статьи способ интерпретации результатов направлен на то, чтобы на конкретных и понятных примерах проиллюстри-

ровать валидность предлагаемой методологии, основанной на анализе больших текстовых данных.

1) Пара центров компетенций с наибольшей совстречаемостью: Harvard University и Brigham and Women's Hospital.

Поисковое исследование показывает, что Brigham and Women's Hospital — это учебная больница Гарвардской медицинской школы, поэтому сильная семантическая связь этих двух центров компетенций объяснима. При этом важно упомянуть, что с точки зрения метаданных, хранящихся в системе iFORA, данные центры компетенций (как и все организации, о которых далее идет речь) никак не связаны и являются по своей сути двумя отдельными сущностями. Медицинская тематика в области «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы» объясняется участием в специфических проектах на стыке медицины и IT [34]. Данный кейс иллюстрирует прямую дружественную аффилиацию. Роль центра компетенций в проекте — консультационная: BWH не занимается самостоятельной разработкой технологий, но руководит процессом и осуществляет контроль результатов с точки зрения т.н. образовательных эффектов. Безусловно, возможно выделить различные примеры сотрудничества двух указанных центров компетенций. Мы же лишь приводим отдельные кейсы, иллюстрирующие тот факт, что данные организации действительно связаны друг с другом, так как полноценная аналитическая работа по исследованию и подробному описанию различных аспектов аффилированности данных организаций (и центров компетенций из других кейсов) требует колоссальных ресурсов и выходит за рамки настоящей статьи.

2) Пара центров компетенций University of Science and Technology of China и Chinese Academy of Sciences.

Здесь наблюдается аналогичный тип связи, поскольку University of Science and Technology of China входит в структуру Chinese Academy of Sciences. Говоря о проектах, можно отметить

исследование по двухточечному распределению квантовых ключей на больших расстояниях, реализованное совместно со специалистами из Университета Цинхуа, Цзинаньского института квантовых технологий и Шанхайского института микросистем и информационных технологий (SIMIT), CAS [35]. Здесь говорится о дополнительных участниках проекта: исследовательская группа сотрудничала с Yangtze Optical Fiber и Cable Joint Stock Limited Company, которые, вероятно, выступили, производителями (разработчиками) «волокна со сверхмалыми потерями на основе технологии сердцевины из чистого кварца», благодаря чему стало возможно реализовать описанный эксперимент. Кейс иллюстрирует прямую дружественную аффилиацию University of Science and Technology of China и Chinese Academy of Sciences.

3) Пара центров компетенций University of Paris и Centre National de la Recherche Scientifique.

Два этих центра компетенций стали участниками проекта SNAP (Supernova Acceleration Probe) в интересах NASA, осуществляя совместную работу над специальной миссией по темной энергии [36]. В данном масштабном проекте принимали участие как промышленные партнеры (Ball Aerospace & Technologies, The Lockheed Martin Space Systems Company), так и академические (более 20 научных организаций и их отдельных подразделений), однако относительная семантическая связь указанных центров компетенций является менее выраженной, в связи с чем не отображена на сформированном графе. Кейс интересен тем, что позволяет не только выделить целую крупную сеть центров компетенций со схожим тематическим профилем и специализацией, но и определить таких участников в привязке к различным этапам/стадиям работ от фундаментальных исследований до прикладной реализации. Кейс не только иллюстрирует пример дружественной кооперации, но и демонстрирует широкий ландшафт потенциальных конкурентов в сегменте авиакосмических исследований.

4) Пара центров компетенций Massachusetts Institute of Technology и Harvard University.

Поисковое исследование совместных проектов этих двух центров компетенций позволяет сделать вывод о том, что они, в первую очередь, являются друг для друга потенциальными партнерами скорее в научно-образовательной сфере, нежели в прикладных направлениях. Есть сведения о совместных разработках в области мониторинга объектов в режиме реального времени [37], где не упоминаются дополнительные соучастники. Если говорить об общих исследованиях, то они позволяют более подробно прорисовать сеть связей. Так, например, MIT анонсировал выход новой книги, посвященной динамическому картированию городов [38]. Упоминается конкретная лаборатория MIT, которая занимала одну из центральных ролей в проекте — Senseable City Lab. Соавтором книги выступил сотрудник Harvard University's Graduate School of Design, приводится комментарий сотрудника University College London. Кейс демонстрирует небольшой тематический научный кластер центров компетенций в области урбанистики.

5) Пара центров компетенций Peking University и Chinese Academy of Sciences.

В качестве примера можно привести кейс совместной разработки устройства визуализации (сканера) магнитно-резонансной томографии исследователями из Шэньчжэньского института передовых технологий (SIAT) Китайской академии наук, которое впоследствии использовалось в Шэньчжэньской больнице Пекинского университета [39]. Исходя из открытых данных в кейсе, можно сделать вывод о том, что Пекинский университет выступил в качестве площадки для апробации и внедрения результатов исследований, в определенном смысле стал «потребителем» в общей цепочке трансфера разрабатываемой технологии (на это указывает и комментарий, содержащий предварительные оценки возможных экономических эффектов от внедрения

технологии). Кейс иллюстрирует пример производственной кооперации и промышленной интеграции, где лидерским ядром и носителем технологических знаний выступил SIAT. Китайская академия наук выступила одним из многочисленных партнеров, что указывает на потребность SIAT в сотрудничестве с государственными и академическими структурами для форсирования технологических разработок.

Представленные кейсы являются лишь некоторыми частными примерами того, как семантический анализ больших текстовых данных способен создавать пул гипотез, исследование и интерпретация которых может сформировать обширную базу знаний по игрокам рассматриваемого рыночного сегмента, их функционально-ролевым моделям и взаимосвязям. Такая информация может иметь конкретную практическую ценность при проведении исследований рынка, начиная от понимания тематической специализации организаций своей ближайшего окружения и заканчивая выстраиванием конкретных производственных цепочек продуктов и технологий.

Можно выделить ряд направлений развития описанного подхода для выявления центров компетенций из больших текстовых данных, его усиления и обогащения данными анализа текстовых документов. В дальнейшем целесообразно включить в анализ более широкий набор источников данных (объединив разные типы источников, проведя картирование всех 1 645 уникальных центров компетенций) с целью выявления различных типов организаций, связанных напрямую или косвенно с областью исследования, т.е. присутствующих на рынке: научных институтов, высших учебных заведений, конструкторских бюро, заводов, технологических и промышленных коммерческих организаций, государственных организаций и др.

Кроме того, перспективным видится выявление организационных связей в большем масштабе как среди мировых, так и среди российских центров компетенций. Система iFORA явля-

ется перспективным инструментом для анализа отечественных организаций по различным научно-техническим областям с использованием актуальных русскоязычных источников данных, включая научные публикации, патенты, документы рыночной аналитики и профессиональных СМИ.

Важно и развитие методологических подходов к картированию. Например, анализ динамики изменения количества центров компетенций (в рамках любой исследуемой области) возможно выполнять на основе различных периодов наблюдения: последние 10 лет, 3 года и отдельно за текущий год. Это позволит оценить робастность выявленных центров компетенций, определить устойчивые научно-технологические направления, идентифицировать новые быстрорастущие организации, а также отследить стагнирующие области исследований.

Заключение

В рамках настоящей статьи рассматривается технология анализа больших данных для выявления и анализа связей между отдельными центрами компетенций в области «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы». Возможности системы интеллектуального анализа больших данных iFORA, описанные в настоящей статье, позволяют эффективно решать задачи, которые традиционно требуют использования метода сетевого анализа, включая выявление отдельных элементов (участников) сети, определение связи между ними, а кроме этого — формирование гипотез по природе и характеру этих связей. Однако перспективным направлением исследований является и использование системы iFORA в сочетании с традиционными методами ОСА, также предоставляющими методологический инструментарий для анализа и визуализации организационных связей, который возможно расширить за

счет обработки больших массивов текстовых данных в системе iFORA.

Система iFORA в качестве источников данных для анализа организаций использует научные публикации, патентные заявки, аналитические, новостные и иные открытые информационные ресурсы, что способствует улучшению качества работы методов и моделей автоматической обработки текстов в ходе картирования центров компетенций для выявления широкого перечня сведений, имеющих ценность для анализа и картирования организаций. В данной статье рассмотрен опыт формирования графа связей потенциальных центров компетенций области «Промышленные информационно-управляющие и телекоммуникационные системы», выявленных из англоязычных научных публикаций с использованием системы iFORA. Были предложены направления использования и развития описанной методологии, а также ее ключевое ограничение — необходимость экспертной фильтрации/валидации списков центров компетенций, автоматизированным образом извлеченных из документов, перед их непосредственным визуальным представлением на графе связей и его последующей интерпретацией. Кроме того, были сформированы и подтверждены перечни гипотез по существующим кооперациям, зафиксированные на основе семантически выявленных связей центров компетенций по исследуемому тематическому направлению. При этом подробные гипотезы в дальнейшем должны быть также проверены экспертным образом, что является следующим шагом типового аналитического сценария картирования центров компетенций.

Стоит также отметить важность постоянного расширения числа источников и охвата обрабатываемых данных. Доступ к полным текстам научных статей, патентов, грантов, отчетам о НИР и другим материалам позволит повысить качество обучаемых машинных моделей для выявления центров компетенций и надежного картирования связей между ними. Интерес пред-

ставляют не только российские источники информации, но и, в первую очередь, китайские, а также европейские, американские, включая международные патенты и гранты, материалы различных международных конференций, полные тексты научных публикаций в журналах высокого квартиля, рыночные аналитические отчеты. В результате становятся возможными выявление более разнообразных типов различных организаций и формирование первичных гипотез по видам взаимоотношений между ними. Например, при подключении баз стартапов станет доступен анализ их метаданных как отдельного типа организаций. Другим интересным источником для задач анализа организаций можно назвать площадки размещения данных о государственных закупках, в т. ч. данные электронных торгов, площадки размещения конкурсных процедур и т.п. с целью выявления взаимосвязей заказчиков и исполнителей (поставщиков). Обрабатывать такие разнообразные коллекции документов следует комплексно, например, с использованием онтологических переходников между языками, что даст возможность проводить исследования международного масштаба, к примеру, выявлять комплексные тематические кластеры центров компетенций.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Hanneman R., Riddle M.* Introduction to Social Network Methods // Network. University of California. 2005. Vol. 46, № 7. 322 p.
2. *Морено Я. Л.* Кто останется в живых? Основы социометрии, групповой психотерапии и социодрамы / Пер. с англ. О. Шиловой. СПб.: Питер, 2024. 448 с. ISBN 978-5-4461-3936-1.
3. *Полякова А. Г., Колмаков В. В., Мирзабекова М. Ю.* Сетевой анализ организации социально-экономических процессов // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2019, т. 12, № 3. С. 60–73. DOI: 10.18721/JE.12305. EDN: ZNXJVS.
4. *Wasserman S., Faust K.* Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. 857 p. ISBN 9781139788618.
5. *Zhang M.* Social Network Analysis: History, Concepts, and Research //

Handbook of Social Network Technologies and Applications. Springer: Boston, MA, 2010. P. 3–21. ISBN 978-1-4419-7141-8. DOI: 10.1007/978-1-4419-7142-5_1.

6. *Freeman L.* The Development of Social Network Analysis // A Study in the Sociology of Science. 2004, № 1(687). P. 159–167. ISBN 9781594577147.

7. *Methot J. R., Zaman N., Shim H.* Social Network Analysis in Organizations // Oxford Research Encyclopedia of Business and Management, 2022. DOI: 10.1093/acrefore/9780190224851.013.228.

8. *Ramos V., Franco-Crespo A., González-Pérez L., Guerra Y., Ramos-Galarza C., Pazmiño P., Tejera E.* Analysis of Organizational Power Networks Through a Holistic Approach Using Consensus Strategies // Heliyon. 2019. № 5(2). P. 1–23. DOI: 10.1016/j.heliyon.2019.e01172.

9. *Allee V.* Value Network Analysis and Value Conversion of Tangible and Intangible Assets // Journal of Intellectual Capital. 2008. Vol. 9, № 1. P. 5–24. DOI: 10.1108/14691930810845777.

10. *Vogelsang J., Townsend M., Minahan M., Jamieson D., Vogel J., Viets A., Royal C., Valek L.* Handbook for Strategic HR: Best Practices in Organization Development from the OD Network. Amacom, 2012. 672 p. ISBN 9780814432495.

11. *Gursakal N., Oguzlar A., Berna Aydın Z., Tuzunturk S.* Measuring Trust in an Intra-Organisational Context Using Social Network Analysis // International Journal of Management and Enterprise Development, 2009. № 6(4). P. 494–512. DOI: 10.1504/IJMED.2009.024238.

12. *Tichy N., Fombrun Ch.* Network Analysis in Organizational Settings // Humanrelations. 1979. Vol. 32, № 11. P. 923–965. DOI: 10.1177/001872677903201103. EDN JMJHJ.

13. *Lock Lee L., Sica R.* Providing New Maps for Governance: Social and Organisational Network Analysis in Practice // Social Business Manifesto: [сайт]. 20.09.2012. URL: <https://sociallearning.it/category/organisational-network-analysis/> (дата обращения: 03.06.2025).

14. *Киселева Е. В., Крутцова М. Н., Приятелева Л. Г., Рудко А. М., Скворцова Л. И., Старцева С. Г.* Методы организационной диагностики в управлении персоналом: Учебно-методическое пособие. Вологда: Вологодский филиал РАНХиГС, 2016. 422 с. ISBN 978-5-906850-20-1. EDN: XITDEN.

15. *McDowell T., Horn H., Witkowski D.* Organizational Network Analysis Gain Insight, Drive Smart // Deloitte Touche Tohmatsu Limited. 2016. P. 2–4.

16. *Cross R.* Introduction to Organizational Network Analysis. 2004. URL: <https://gates.comm.virginia.edu/rlc3w/sna.htm> (дата обращения: 03.06.2025).

17. *Cross R.* Interpreting a Network Diagram. 2004. URL: <https://gates.comm.virginia.edu/rlc3w/sna03.htm> (дата обращения: 03.06.2025).

18. *Johnson D. D., Pittelman S. D., Heimlich J. E.* Semantic Mapping // The Reading Teacher. 1986. Vol. 39, № 8. P. 778–783.

19. *Haspelmath M.* The Geometry of Grammatical Meaning: Semantic Maps and Crosslinguistic Comparison // *The New Psychology of Language*. 2003, vol. 2. P. 211–242.
20. *Georgakopoulos T.* Semantic Maps // *Linguistics*. 2019. P. 1–23. DOI: 10.1093/OBO/9780199772810-0229.
21. *Mrvar A., Batagelj V.* Analysis and Visualization of Large Networks With Program Package Pajek // *Complex Adaptive Systems Modeling*. 2016, vol. 4, № 1. P. 1–8. DOI: 10.1186/s40294-016-0017-8. EDN: NFUCXD.
22. Сайт разработчика Pajek A. Mrvar [сайт]. URL: <http://mrvar.fdv.uni-lj.si/pajek/Symbols/symbols-examples.htm> (дата обращения: 03.06.2025).
23. Gephi [сайт]. URL: <https://gephi.org/> (дата обращения: 03.06.2025).
24. *Bastian M., Heymann S., Jacomy M.* Gephi: an Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks // *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*. 2009. № 3(1). P. 361–362. DOI:10.1609/icwsm.v3i1.13937.
25. *Combe D., Largeron C., Egyed-Zsigmond E., Géry M.* A Comparative Study of Social Network Analysis Tools // *Web Intelligence & Virtual Enterprises*. 2010, vol. 2
26. *Carley K. M.* ORA: A Toolkit for Dynamic Network Analysis and Visualization // *Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining*. Springer: New York, 2018. P. 1693–1702. DOI: 10.1007/978-1-4939-7131-2_309.
27. ORA-Lite [сайт]. URL: <http://www.casos.cs.cmu.edu/projects/ora/software.php> (дата обращения: 03.06.2025).
28. *Alhajj R., Rokne J.* Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining. Springer Publishing Company, Incorporated, 2014. 2437 p. ISBN 978-1-4614-6169-2. DOI: 10.1007/978-1-4614-6170-8.
29. NetMiner [сайт]. URL: <http://www.netminer.com/product/features.do> (дата обращения: 03.06.2025).
30. *Smith M.A., Shneiderman B., Ilic-Frayling N., Rodrigues E.M., Barash V., Dunne C., Capone T., Perer A., Gleave E.* Analyzing (Social Media) Networks with NodeX // *Proceedings of the Fourth International Conference on Communities and Technologies*. 2009. P. 255–264. DOI:10.1145/1556460.1556497.
31. Social Media Research Foundation [сайт]. URL: <https://www.smrfoundation.org/> (дата обращения: 03.06.2025).
32. NodeXL [сайт]. URL: <https://nodexl.com/> (дата обращения: 03.06.2025).
33. The Social Media Research Foundation [сайт]. URL: <https://www.smrfoundation.org/nodexl/faq/> (дата обращения: 03.06.2025).
34. Jolly Good and Harvard University Hospital Collaborate on Medical VR - Full-scale Entry Into the U.S. Market // *PR Newswire* [сайт]. 22.03.2023. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/jolly-good-and-harvard-university->

hospital-collaborate-on-medical-vr---full-scale-entry-into-the-us-market-301774703.html (дата обращения: 03.06.2025).

35. USTC Achieves Thousand-Kilometer Quantum Key Distribution // EurekAlert [сайт]. 13.01.2023. URL: <https://www.eurekalert.org/news-releases/992170> (дата обращения: 03.06.2025).

36. SNAP Wins NASA Support for Joint Dark Energy Mission // SPACENEWS [сайт]. 09.08.2006. URL: <https://spaceref.com/press-release/snap-wins-nasa-support-for-joint-dark-energy-mission/> (дата обращения: 03.06.2025).

37. MIT & Harvard's FAn System Reveal a Revolutionizing Real-Time Object Tracking // Cryptopolitan [сайт]. URL: <https://www.cryptopolitan.com/mit-reveal-real-time-object-tracking/> (дата обращения: 03.06.2025).

38. Mapping Cities in Motion // Massachusetts Institute of Technology [сайт]. 13.06.2023. URL: <https://news.mit.edu/2023/mapping-cities-motion-book-0613> (дата обращения: 03.06.2025).

39. China's Self-Developed MRI Machine Enters Mass Production // CGTN [сайт]. 24.07.2023. URL: <https://news.cgtn.com/news/2023-07-24/China-s-self-developed-MRI-machine-enters-mass-production-1IH76Ep3zck/index.html> (дата обращения: 03.06.2025).

Сведения об авторах

Логинова Ирина Владимировна

Заведующая отделом исследований больших данных Центра стратегической аналитики и больших данных Института статистических исследований и экономики знаний, Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Тел.: 8 (920) 036-70-96

SPIN РИНЦ: 2221-7707

ResearcherID: J-6034-2015

Пиекалнитс Анна Сергеевна

Ведущий эксперт отдела исследований больших данных Центра стратегической аналитики и больших данных Института статистических исследований и экономики знаний, Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Тел.: 8 (952) 065-11-71

Грозовский Фёдор Михайлович

Стажер-исследователь отдела исследований больших данных Центра стратегической аналитики и больших данных Института статистических исследований и экономики знаний, Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Тел.: 8 (925) 488-47-89

Приложение А

Таблица 1
 ПЕРЕЧЕНЬ ЦЕНТРОВ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ПРОМЫШЛЕННЫЕ
 ИНФОРМАЦИОННО-УПРАВЛЯЮЩИЕ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ»
 ПО ДАННЫМ ЗАРУБЕЖНЫХ НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ ЗА 2012-2022 ГГ.

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
Aalto University	университет	95679	0,010501	-0,01843	-0,08876	2016
Aix-Marseille University	университет	186542	0,020636	0,001081	-0,12229	2016
Arizona State University	университет	193148	0,021471	-0,01107	-0,08039	2016
Beihang University	университет	182713	0,020397	-0,00086	-0,0809	2016
Boston Children's Hospital	медицинский центр	436049	0,05025	0,008318	-0,07737	2016
Boston University	университет	206834	0,02318	-0,00918	-0,0718	2016
Brigham and Women's Hospital	университет (подразделение)	230428	0,026323	0,004849	-0,08384	2016
California Institute of Technology	университет	170994	0,018663	-0,02129	-0,07204	2015
Carnegie Mellon University	университет	159837	0,01757	-0,01437	-0,07755	2016

Продолжение табл. 1

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
Centre national de la recherche scientifique	научная организация	606339	0,065261	-0,0333	-0,07265	2015
Chinese Academy of Sciences	научная организация	1382284	0,157362	0,002422	-0,07938	2016
City University of Hong Kong	университет	115299	0,013254	0,006629	-0,07338	2016
Columbia University	университет	370255	0,041378	-0,01028	-0,0735	2016
Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation	научная организация	115793	0,012762	-0,02096	-0,06886	2015
Cornell University	университет	349001	0,039232	-0,00585	-0,07597	2016
Delft University of Technology	университет	168604	0,018696	-0,01399	-0,07245	2016
Duke University	университет	348021	0,039009	-0,00857	-0,0736	2016
École Polytechnique Fédérale de Lausanne	университет	183621	0,020126	-0,01947	-0,08007	2016
ETH Zurich	университет	248057	0,027518	-0,01049	-0,08338	2016

Продолжение табл. 1

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
French Institute for Research in Computer Science and Automation	научная организация	77997	0,008356	-0,03873	-0,06081	2015
Fudan University	университет	279747	0,032279	0,011049	-0,06683	2016
Georgia Institute of Technology	университет	203161	0,022501	-0,01253	-0,07187	2016
Gunadarma University	университет	50380	0,005606	-0,08142	0,056558	2011
Harvard University	университет	875720	0,098176	-0,0077	-0,07723	2016
Huazhong University of Science and Technology	университет	279405	0,032462	0,018196	-0,06692	2016
IBM	технологическая компания	110474	0,011902	-0,03217	-0,05849	2015
Imperial College London	университет	352220	0,039542	-0,00621	-0,08075	2016
Islamic Azad University	университет	343486	0,03868	0,003649	-0,10238	2016

Продолжение табл. 1

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
Johns Hopkins University	университет	473725	0,052518	-0,00958	-0,08282	2016
Karlsruhe Institute of Technology	университет	158642	0,01743	-0,01737	-0,08448	2016
Katholieke Universiteit Leuven	университет	379189	0,041969	-0,01581	-0,07508	2016
Lawrence Berkeley National Laboratory	научная организация	112670	0,012418	-0,01635	-0,08127	2016
Lund University	университет	214436	0,023785	-0,01734	-0,07512	2016
Massachusetts Institute of Technology	университет	368792	0,040389	-0,0184	-0,0799	2016
Max Planck Society	научная организация	685090	0,074089	-0,02497	-0,07953	2015
Mayo Clinic	медицинский центр	330115	0,037543	0,003358	-0,08964	2016
McGill University	университет	272178	0,030345	-0,01107	-0,07637	2016
Nanjing University	университет	382464	0,041733	-0,01149	-0,07393	2016
Nanyang Technological University	университет	232092	0,025871	-0,00679	-0,08865	2016

Продолжение табл. 1

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
National Institute of Standards and Technology	государственная организация	79606	0,008699	-0,01891	-0,08393	2015
National Institutes of Health	научная организация	415913	0,046111	-0,0183	-0,0707	2015
National University of Singapore	университет	306737	0,034758	-0,0006	-0,07885	2016
Northwestern University	университет	318836	0,035616	-0,01	-0,07443	2016
Peking University	университет	407895	0,046375	0,002082	-0,07119	2016
Pennsylvania State University	университет	295240	0,032887	-0,01293	-0,07045	2016
Princeton University	университет	187879	0,020666	-0,01553	-0,07187	2016
Purdue University	университет	283073	0,031019	-0,01859	-0,07516	2016
MIT University	университет	195129	0,022559	0,015881	-0,10019	2016
Russian Academy of Sciences	научная организация	622816	0,06788	-0,00844	-0,09734	2016
Rutgers University	университет	247025	0,027647	-0,00898	-0,07588	2016
RWTH Aachen University	университет	196044	0,021647	-0,01208	-0,09167	2016

Продолжение табл. 1

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
Seoul National University	университет	339512	0,037037	-0,02034	-0,07949	2016
Shanghai Jiao Tong University	университет	450764	0,051862	0,009927	-0,06955	2016
Spanish National Research Council	научная организация	421943	0,046313	-0,02269	-0,07253	2015
Stanford University	университет	519562	0,058116	-0,00582	-0,08042	2016
Technische Universität München	университет	253687	0,028301	-0,00323	-0,09368	2016
Tsinghua University	университет	417612	0,047292	0,004494	-0,08261	2016
Universiti Teknologi Malaysia	университет	117130	0,0126	-0,02788	-0,1062	2015
University College London	университет	415949	0,046731	-0,00444	-0,08727	2016
University of British Columbia	университет	349744	0,039422	-0,00692	-0,07708	2016
University of California, Berkeley	университет	342275	0,037876	-0,01391	-0,07439	2016

Продолжение табл. 1

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
University of California, Los Angeles	университет	414237	0,046319	-0,01193	-0,07386	2016
University of California, San Diego	университет	349945	0,039221	-0,00921	-0,07215	2016
University of Cambridge	университет	442391	0,049598	-0,00792	-0,0786	2016
University of Chicago	университет	241085	0,026723	-0,01452	-0,07868	2016
University of Copenhagen	университет	308224	0,03436	-0,0084	-0,0933	2016
University of Edinburgh	университет	278742	0,030955	-0,01289	-0,07919	2016
University of Florida	университет	313709	0,035328	-0,0064	-0,07006	2016
University of Grenoble	университет	82020	0,009686	0,043883	-0,18713	2017
University of Illinois at Urbana-Champaign	университет	301764	0,033276	-0,01834	-0,07341	2016

Продолжение табл. 1

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
University of Manchester	университет	281045	0,031304	-0,01765	-0,07021	2016
University of Maryland, College Park	университет	232703	0,025614	-0,01615	-0,07933	2016
University of Melbourne	университет	338800	0,038344	-0,00067	-0,08106	2016
University of Michigan	университет	541287	0,06044	-0,00935	-0,07648	2016
University of Minnesota	университет	383731	0,04273	-0,01239	-0,0762	2016
University of New South Wales	университет	308783	0,034716	-0,00406	-0,08757	2016
University of North Carolina at Chapel Hill	университет	303548	0,034153	-0,00646	-0,0776	2016
University of Oxford	университет	483413	0,05424	-0,00513	-0,08365	2016
University of Paris	университет	434781	0,049206	-0,00324	-0,08293	2016
University of Pennsylvania	университет	432226	0,048477	-0,00814	-0,07354	2016

Продолжение табл. 1

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
University of Pittsburgh	университет	331273	0,03718	-0,01091	-0,06839	2016
University of Queensland	университет	327466	0,03672	-0,01177	-0,07339	2016
University of Science and Technology of China	университет	211653	0,024519	0,025771	-0,08774	2016
University of Southampton	университет	183335	0,0202	-0,02021	-0,08179	2015
University of Southern California	университет	268952	0,030051	-0,01028	-0,07709	2016
University of Sydney	университет	383941	0,043286	0,000237	-0,08406	2016
University of Texas at Austin	университет	330457	0,036639	-0,01375	-0,07518	2016
University of Tokyo	университет	459900	0,050735	-0,01758	-0,0722	2016
University of Toronto	университет	494116	0,055818	-0,00405	-0,07766	2016
University of Utah	университет	210812	0,023675	-0,00667	-0,08382	2016

Окончание табл. 1

Центр компетенций	Тип организации	Встречаемость (в источнике)	Значимость	Динамичность	Ускорение	Осевой год
University of Washington	университет	473018	0,05291	-0,00985	-0,07587	2016
University of Waterloo	университет	150848	0,016861	-0,00829	-0,07347	2016
University of Wisconsin-Madison	университет	322934	0,035903	-0,01565	-0,07403	2016
Vanderbilt University	университет	215319	0,023496	-0,01784	-0,08066	2016
Vienna University of Technology	университет	93694	0,010186	-0,02275	-0,08085	2015
Washington University in St. Louis	университет	251333	0,0283	-0,00953	-0,06875	2016
Xi'an Jiaotong University	университет	234731	0,027194	0,023373	-0,08742	2016
Yale University	университет	341613	0,038564	-0,00492	-0,07499	2016

Источник: система интеллектуального анализа больших данных iFORA.

Таблица 2

ТОП-25 ПАР ЦЕНТРОВ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО НАПРАВЛЕНИЮ
«ПРОМЫШЛЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-УПРАВЛЯЮЩИЕ
И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ», МЕЖДУ
КОТОРЫМИ СУЩЕСТВУЕТ НАИБОЛЕЕ СИЛЬНАЯ СВЯЗЬ

Центр компетенций № 1	Центр компетенций № 2	Совместимость	Сила связи
HARVARD UNIVERSITY	BRIGHAM AND WOMEN'S HOSPITAL	89502	0,43
UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY OF CHINA	CHINESE ACADEMY OF SCIENCES	51500	0,25
UNIVERSITY OF PARIS	CENTRE NATIONAL DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE	47437	0,23
MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY	HARVARD UNIVERSITY	43306	0,21
PEKING UNIVERSITY	CHINESE ACADEMY OF SCIENCES	42647	0,20
STANFORD UNIVERSITY	HARVARD UNIVERSITY	36856	0,18
TSINGHUA UNIVERSITY	CHINESE ACADEMY OF SCIENCES	36574	0,17
UNIVERSITY OF SYDNEY	UNIVERSITY OF NEW SOUTH WALES	36426	0,17
UNIVERSITY OF CALIFORNIA, BERKELEY	LAWRENCE BERKELEY NATIONAL LABORATORY	34678	0,17
JOHNS HOPKINS UNIVERSITY	HARVARD UNIVERSITY	33401	0,16
UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA	HARVARD UNIVERSITY	32733	0,16

Окончание табл. 2

Центр компетенций № 1	Центр компетенций № 2	Совместимость	Сила связи
UNIVERSITY OF MICHIGAN	HARVARD UNIVERSITY	32483	0,16
HARVARD UNIVERSITY	BOSTON UNIVERSITY	32224	0,15
UNIVERSITY OF WASHINGTON	HARVARD UNIVERSITY	31851	0,15
YALE UNIVERSITY	HARVARD UNIVERSITY	29214	0,14
UNIVERSITY OF OXFORD	UNIVERSITY OF CAMBRIDGE	28624	0,14
NANJING UNIVERSITY	CHINESE ACADEMY OF SCIENCES	27926	0,13
HARVARD UNIVERSITY	COLUMBIA UNIVERSITY	27099	0,13
ZHEJIANG UNIVERSITY OF TECHNOLOGY	ZHEJIANG UNIVERSITY	26734	0,13
HARVARD UNIVERSITY	DUKE UNIVERSITY	26492	0,13
NATIONAL INSTITUTES OF HEALTH	HARVARD UNIVERSITY	26333	0,13
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY	CHINESE ACADEMY OF SCIENCES	26307	0,13
UNIVERSITY OF OXFORD	UNIVERSITY COLLEGE LONDON	25955	0,12
UNIVERSITY OF TORONTO	UNIVERSITY OF BRITISH COLUMBIA	25790	0,12
UNIVERSITY OF OXFORD	IMPERIAL COLLEGE LONDON	25396	0,12

Источник: система интеллектуального анализа больших данных iFORA.

DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.2

**BIG DATA ANALYSIS TECHNOLOGY FOR
ORGANIZATIONAL RELATIONSHIPS DETECTION:
CAPABILITIES OF THE IFORA SYSTEM**

Loginova Irina Vladimirovna

HSE University, Moscow, Russia

illoginova@hse.ru

ORCID: 0000-0002-3376-2728

Piekalnits Anna Sergeevna

HSE University, Moscow, Russia

apiekalnits@hse.ru

ORCID: 0000-0003-0585-5350

Grozovskiy Fedor Mikhailovich

HSE University, Moscow, Russia

fgrozovskiy@hse.ru

ORCID: 0009-0000-4342-7942

For citation: Loginova I.V., Piekalnits A.S., Grozovskiy F.M. Big Data Analysis Technology for Organizational Relationships Detection: Capabilities of the iFORA System. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 36-88. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.2

Abstract. The purpose of this article is to demonstrate approaches to analyzing connections between centers of competence using the iFORA system of intellectual analysis of large text-document data, illustrated by mapping the field of «Industrial Information Management and Telecommunication Systems». The results of the study include testing the approaches and methods implemented in the iFORA system on tasks traditionally addressed within the framework of organizational network analysis. The main result of the analysis is a network graph of connections between potential centers of competence in the field of «Industrial Information Management and Telecommunication Systems», identified from scientific publications using semantic analysis tools, reflecting

the connections between these centers. The graph is further given an interpretation by generating hypotheses about existing collaborations based on these connections. The article also provides suggestions for directions to utilize the research of centers of competence connections based on semantic analysis of large textual data arrays.

Keywords: data analysis, big data, semantic analysis, data mining, text mining, organizational network analysis, cooperation detection

Acknowledgments: the article was prepared within the framework of the Fundamental Research Program of the National Research University Higher School of Economics.

References

1. Hanneman R., Riddle M. Introduction to Social Network Methods, *Network. University of California*, 2005, vol. 46, no. 7. 322 p.
2. Moreno, J.L. *Who shall survive? Foundations of sociometry, group psychotherapy and socio-drama* (transl., in Russian). St. Petersburg: Piter, 2024. 448 p.
3. Polyakova A.G., Kolmakov V.V., Mirzabekova M.Y. Network Analysis of Organization of Socio-Economic Processes (in Russian), *St. Petersburg Polytechnic University Journal: Economic Sciences*, 2019, vol. 12, no. 3, p. 60–73. DOI: 10.18721/JE.12305.
4. Wasserman S., Faust K. *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994. 857 p.
5. Zhang M. “Social Network Analysis: History, Concepts, and Research”, in: *Handbook of Social Network Technologies and Applications*. Springer: Boston, MA, 2010, p. 3–21. DOI: 10.1007/978-1-4419-7142-5_1.
6. Freeman L. The Development of Social Network Analysis, *A Study in the Sociology of Science*, 2004, no. 1(687), p. 159–167.
7. Methot J.R., Zaman N., Shim H. Social Network Analysis in Organizations, *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*, 2022. DOI: 10.1093/acrefore/9780190224851.013.228.
8. Ramos V., Franco-Crespo A., González-Pérez L., Guerra Y., Ramos-Galarza C., Pazmiño P., Tejera E. Analysis of Organizational Power Networks Through a Holistic Approach Using Consensus Strategies, *Heliyon*, 2019, no. 5(2), p. 1-23. DOI: 10.1016/j.heliyon.2019.e01172.

9. Allee V. Value Network Analysis and Value Conversion of Tangible and Intangible Assets, *Journal of Intellectual Capital*, 2008, vol. 9, no. 1, p. 5–24. DOI: 10.1108/14691930810845777.
10. Vogelsang J., Townsend M., Minahan M., Jamieson D., Vogel J., Viets A., Royal C., Valek L. *Handbook for Strategic HR: Best Practices in Organization Development from the OD Network*. Amacom, 2012. 672 p.
11. Gursakal N., Oguzlar A., Berna Aydın Z., Tuzunturk S. Measuring Trust in an Intra-Organisational Context Using Social Network Analysis, *International Journal of Management and Enterprise Development*, 2009, no. 6(4), p. 494–512. DOI: 10.1504/IJMED.2009.024238.
12. Tichy N., Fombrun Ch. Network Analysis in Organizational Settings, *Human relations*, 1979, vol. 32, no. 11, p. 923–965. DOI: 10.1177/001872677903201103.
13. Lock Lee L., Sica R. “Providing New Maps for Governance: Social and Organisational Network Analysis in Practice”, in: *Social Business Manifesto* [site]. 20.09.2012. URL: <https://sociallearning.it/category/organisational-network-analysis/> (date of access: 03.06.2025).
14. Kiseleva E.V., Krutsova M.N., Priyateleva L.G., Rudko A.M., Skvortsova L.I., Startseva S.G. *Metody organizatsionnoi diagnostiki v upravlenii personalom: Uchebno-metodicheskoe posobie* [Methods of organizational diagnostics in personnel management: A teaching aid] (in Russian). Vologda: Vologodskii filial RANKhiGS Publ., 2016. 422 p.
15. McDowell T., Horn H., Witkowski D. Organizational Network Analysis Gain Insight, Drive Smart, *Deloitte Touche Tohmatsu Limited*, 2016, p. 2–4.
16. Cross R. *Introduction to Organizational Network Analysis*. 2004. URL: <https://gates.comm.virginia.edu/rlc3w/sna.htm> (date of access: 03.06.2025).
17. Cross R. *Interpreting a Network Diagram*. 2004. URL: <https://gates.comm.virginia.edu/rlc3w/sna03.htm> (date of access: 03.06.2025).
18. Johnson D.D., Pittelman S.D., Heimlich J.E. Semantic Mapping, *The Reading Teacher*, 1986, vol. 39, no. 8, p. 778–783.
19. Haspelmath M. The Geometry of Grammatical Meaning: Semantic Maps

- and Crosslinguistic Comparison, *The New Psychology of Language*, 2003, vol. 2, p. 211–242.
20. Georgakopoulos T. Semantic Maps, *Linguistics*, 2019, p. 1–23. DOI: 10.1093/OBO/9780199772810-0229.
 21. Mrvar A., Batagelj V. Analysis and Visualization of Large Networks With Program Package Pajek, *Complex Adaptive Systems Modeling*, 2016, vol. 4, no. 1, p. 1–8. DOI: 10.1186/s40294-016-0017-8.
 22. *Developer's website Pajek A. Mrvar* [site]. URL: <http://mrvar.fdv.uni-lj.si/pajek/Symbols/symbols-examples.htm> (date of access: 03.06.2025).
 23. *Gephi* [site]. URL: <https://gephi.org/> (date of access: 03.06.2025).
 24. Bastian M., Heymann S., Jacomy M. Gephi: an Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks, *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 2009, no. 3(1), p. 361–362. DOI:10.1609/icwsm.v3i1.13937.
 25. Combe D., Largeron C., Egyed-Zsigmond E., Géry M. A Comparative Study of Social Network Analysis Tools, *Web Intelligence & Virtual Enterprises*, 2010, vol. 2.
 26. Carley K.M. “ORA: A Toolkit for Dynamic Network Analysis and Visualization”, in: *Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining*. Springer: New York, 2018, p. 1693–1702. DOI: 10.1007/978-1-4939-7131-2_309.
 27. *ORA-Lite* [site]. URL: <http://www.casos.cs.cmu.edu/projects/ora/software.php> (date of access: 03.06.2025).
 28. Alhajj R., Rokne J. *Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining*. Springer Publishing Company, Incorporated, 2014. 2437 p. DOI: 10.1007/978-1-4614-6170-8.
 29. *NetMiner* [site]. URL: <http://www.netminer.com/product/features.do> (date of access: 03.06.2025).
 30. Smith M.A., Shneiderman B., ilic-Frayling N., Rodrigues E.M., Barash V., Dunne C., Capone T., Perer A., Gleave E. Analyzing (Social Media) Networks with NodeX, *Proceedings of the Fourth International Conference on Communities and Technologies*, 2009, p. 255–264. DOI:10.1145/1556460.1556497.
 31. *Social Media Research Foundation* [site]. URL: <https://www.smrfoundation.org/> (date of access: 03.06.2025).
 32. *NodeXL* [site]. URL: <https://nodexl.com/> (date of access: 03.06.2025).

33. *The Social Media Research Foundation* [site]. URL: <https://www.smrfoundation.org/nodex1/faq/> (date of access: 03.06.2025).
34. Jolly Good and Harvard University Hospital Collaborate on Medical VR - Full-scale Entry Into the U.S. Market, in: *PR Newswire* [site]. 22.03.2023. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/jolly-good-and-harvard-university-hospital-collaborate-on-medical-vr---full-scale-entry-into-the-us-market-301774703.html> (date of access: 03.06.2025).
35. USTC Achieves Thousand-Kilometer Quantum Key Distribution, in: *EurekAlert* [site]. 13.01.2023. URL: <https://www.eurekalert.org/news-releases/992170> (date of access: 03.06.2025).
36. SNAP Wins NASA Support for Joint Dark Energy Mission, in: *SPACENEWS* [site]. 09.08.2006. URL: <https://spaceref.com/press-release/snap-wins-nasa-support-for-joint-dark-energy-mission/> (date of access: 03.06.2025).
37. MIT & Harvard's FAn System Reveal a Revolutionizing Real-Time Object Tracking, in: *Cryptopolitan* [site]. URL: <https://www.cryptopolitan.com/mit-reveal-real-time-object-tracking/> (date of access: 03.06.2025).
38. Mapping Cities in Motion, in: *Massachusetts Institute of Technology* [site]. 13.06.2023. URL: <https://news.mit.edu/2023/mapping-cities-motion-book-0613> (date of access: 03.06.2025).
39. China's Self-Developed MRI Machine Enters Mass Production, in: *CGTN* [site]. 24.07.2023. URL: <https://news.cgtn.com/news/2023-07-24/China-s-self-developed-MRI-machine-enters-mass-production-1lH76Ep3zck/index.html> (date of access: 03.06.2025).

Information about the authors

Irina Vladimirovna Loginova

Head of Big Data Research Unit in the Center for Strategic Analytics
and Big Data, ISSEK, NRU HSE

SPIN-code: 2221-7707

ResearcherID: J-6034-2015

Anna Sergeevna Piekalnit

Leading expert of Big Data Research Unit in the Center for Strategic
Analytics and Big Data, ISSEK, NRU HSE

Fedor Mikhailovich Grozovskiy

Research Assistant of Big Data Research Unit in the Center for
Strategic Analytics and Big Data, ISSEK, NRU HSE



ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ФИНАНСОВОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ НА УРОВЕНЬ СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ: ПОСТРОЕНИЕ МНОГОМЕРНОЙ МОДЕЛИ

Евсеев Евгений Александрович

Санкт-Петербургский государственный университет,

Санкт-Петербург, Россия

Эл.почта: e.evseev@spbu.ru

ORCID: 0000-0002-1897-700X

Ткач Сергей

Санкт-Петербургский государственный университет,

Санкт-Петербург, Россия

Эл.почта: s.tkach@spbu.ru

ORCID: 0000-0001-5016-9187

Для цитирования: *Евсеев Е.А., Ткач С.* Влияние факторов финансового благополучия на уровень субъективного благополучия: построение многомерной модели // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С . 89-124. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.3 EDN: RTTNOK.

В статье рассмотрен эвристический потенциал разработанной шкалы для оценки финансового благополучия в контексте оценки субъективного благополучия. Разработанная шкала опирается на традицию депривационной оценки материального богатства. В ней учтены факторы кредитования, займов у окружения, размера накоплений. Результаты проведенного анализа показывают, что разработанная шкала внутренне согласована и пригодна для использования оценки финансового благополучия. Однако интересными видятся и варианты предложенной шкалы без вопросов о доступности покупки недвижимости или еды,

которые могут быть недостаточно однозначно интерпретированы. Говоря о соотношении финансового благополучия и субъективного благополучия, можно отметить, что первое хотя и является статистически значимым элементом второго, однако не сводится к нему, что демонстрирует проведенное исследование. На это влияют как когнитивные искажения респондентов при оценке своего благополучия (влияние окружения, эффект середины и др.), так и возможные немонетарные элементы благополучия. Предложенная шкала является конструктивным и эмпирически удобным инструментом оценки финансового благополучия как самого по себе, так и как важной составляющей субъективного благополучия.

Ключевые слова: депривационная парадигма, субъективное благополучие, финансовое благополучие, лестница Кантрила, кредитование, финансовые сбережения, доходы

Благодарности: Работа выполнена при поддержке СПбГУ, шифр проекта 121062300141-5.

Введение

Проблема соотношения субъективного и финансового благополучия находится на острие академических дискуссий, о чем пишет А. Лысухо [1]. Эта тематика также заслуживает внимания и с практических, прикладных позиций: понимание соотношения финансового и субъективного благополучия позволит более эффективно организовывать социальную и экономическую политику в стране. О финансовом благополучии, как о превалирующем факторе в наполнении субъективного благополучия пишут как отечественные авторы [2; 3], так и зарубежные [4; 5]. Важность соотношенности субъективного и финансового благополучия отмечает М. Горшков, когда рассуждает о том, что люди с одинаковым финансовым благополучием по-разному оценивают свои жизненные шансы и

по-разному удовлетворены своей собственной жизнью [6]. Данные категории рассматриваются как самостоятельно, так и совместно в интегральных показателях качества жизни. Г. Градосельская полагает, что «понятие благополучия респонденты теснее всего связывают с уровнем дохода» [3, с. 86]. Г. Разинский среди определяющих факторов субъективного благополучия называет статусно-материальные, которые в то же время, согласно его позиции, не следует абсолютизировать, поскольку «существуют ножницы между реальным положением человека и его самооценкой, что определяется воздействием целого комплекса факторов» [7, с. 138]. О сложной природе соотношения между субъективным и финансовым благополучием пишут Б. Стивенсон и Дж. Уолферс, когда указывают на важность учета более широкого социально-экономического контекста [8] при измерении благополучия, а также Ф. Саррацино в тезисе о том, что респонденты соотносят свое финансовое благополучие с окружением при оценке субъективного [9]. Цель данной статьи заключается в рассмотрении влияния экономического благополучия (в его многообразии проявлений в разных аспектах жизни человека) на субъективное благополучие.

Субъективное благополучие

Центральным вопросом исследований субъективного благополучия нередко оказывается вопрос о том, насколько человек ощущает себя счастливым, а свою жизнь — удачной. Среди примеров реализации такого подхода можно привести исследования Всемирного исследования ценностей [10], где используются вопросы: «Насколько Вы счастливы?» (четырёхкомпонентная шкала); «Насколько Вы удовлетворены своей жизнью в целом?» (десятикомпонентная шкала) [11]. Другим примером выступает Европейское социальное исследование, в котором

задаются вопросы: «Насколько Вы счастливы?» (одиннадцатикомпонентная шкала); «Насколько Вы удовлетворены своей жизнью в целом?» (одиннадцатикомпонентная шкала) [12], а также Евробарометр, где используется вопрос: «В общем и целом Вы: очень удовлетворены, частично удовлетворены, не очень удовлетворены или совсем не удовлетворены Вашей текущей жизнью?» [13]. Широко распространенной в настоящий момент шкалой оценки субъективного благополучия является шкала, предложенная социологом Х. Кантрилом [14] и используемая сейчас, например, Фондом Общественное Мнение [15]. Методика (именуемая также лестницей Кантрила) представляет собой вопрос: «Представьте себе лестницу со ступенями, пронумерованными от нуля внизу до 10 вверх. Верхняя ступень лестницы представляет для вас наилучшую возможную жизнь, а нижняя — наихудшую возможную жизнь. На какой ступеньке лестницы, по вашему личному ощущению, вы стоите сейчас?» [16]. Д. Канеман называет эту методику наиболее распространенной в исследованиях субъективного благополучия на сегодняшний день [17]. Канеман также предостерегает от того, что эмоция «счастье» и субъективное благополучие не тождественны друг другу, и со счастьем финансовое благополучие связано значительно меньше. В данной статье под субъективным благополучием будет пониматься именно оценка человеком своей удовлетворенности от жизни в целом, а для измерения будет использоваться лестница Кантрила.

Финансовое благополучие

Под финансовым благополучием принято понимать как совокупность объективных характеристик уровня благосостояния человека, так и его самооощущение [18]. В рамках направления измерения финансового благополучия опросными методами

можно выделить шкалы, направленные на измерение размера дохода респондента, его финансовых возможностей, экономических условий жизни. К первым (также называемым объективными) можно отнести шкалу измерения дохода, представленную в работе В. Гимпельсона и Е. Черниной, где вопрос задавался в следующей формулировке: «Скажите, пожалуйста, каким был денежный доход всей вашей семьи в течение последних 30 дней? Включите сюда все денежные поступления всех членов семьи: заработную плату, пенсии, стипендии, любые другие денежные поступления, в том числе и в валюте, но валюту переведите в рубли» [19]. Среди актуальных опросных стандартизированных шкал можно упомянуть шкалу депривационной оценки финансового благополучия. Самостоятельно шкала появляется в обследованиях населения в рамках разрабатываемой во второй половине 70-х годов XX века депривационной парадигмы оценки благосостояния домохозяйств. Эта парадигма была разработана П. Таунсендом для оценки финансового благополучия британских домохозяйств [20]. Депривационная парадигма, в отличие от объективной, старается уловить общественное настроение относительно богатства и сформулировать представление об общественной стратификации, включающей в себя не только доходы, но и принятые в качестве необходимых в обществе траты: расходы на отопление в холодных регионах, восстановление от катаклизмов и т.п. Такая парадигма более чувствительна к ситуациям, когда у людей есть избыточные траты, несмотря на высокие доходы: затраты на лечение, уход, лекарства и т.д. В рамках этой парадигмы были разработаны ряд методик и формулировок для них, которые позволяли посредством нескольких вопросов установить, к какой страте финансового благополучия относится человек. Среди подобных методик можно привести, например, индекс риска бедности и социальной исключенности AROPE, активно разрабатываемый и применяемый в Европейском союзе начиная с 2010 года [21].

В настоящий момент при измерении финансового благополучия исследователи рассматривают эту категорию комплексно. В нее включается не только самоощущение своего благосостояния. В измерениях стараются учесть актуальные тенденции социальной и экономической жизни граждан.

К таким тенденциям можно отнести развитие системы кредитования, повлекшее за собой снижение ставок, агрессивную рекламу финансовых организаций; снижение требований к заемщику привело к общему увеличению объема выдаваемых кредитных средств: потребительских кредитов, ипотеки, автокредитов и т.д. Эти явления сильно повлияли на потребительское поведение, отличающееся сейчас от существующего несколько десятилетий назад. Оценка такого рода трансформаций приведена в работе В. Н. Лукина и Т. В. Мусиенко [22]: российские исследователи в данном направлении используют концепцию ограниченной рациональности Г. Саймона. Исследованием роли потребительского кредита в общественном воспроизводстве занималась и С.А. Старостина, которая обозначила, что кредит не только создает непрерывность воспроизводственного процесса, но и обеспечивает доступность важных экономических благ для разных слоев населения, повышает уровень и качество жизни [23].

Также среди тенденций называется возрастающая роль людей, находящихся на попечении, в определении уровня финансового поколения. Современное экономически активное население называют сэндвич-поколением из-за возросшего числа людей, которые находятся на попечении представителей этого поколения (дети и пожилые родители), затраты на которых также растут [24]. Это делает все более релевантным изучение влияния числа людей на попечении на финансовое благополучие.

Другим фактором становится подростковая занятость, формирующая потребительские практики, которые могут

сохраняться на протяжении взрослой жизни, о чем пишут С.Н. Майорова-Щеглова и С.Ю. Митрофанова [25]. Люди могут сформировать в детстве привычку отказывать себе в качественных продуктах питания ради покупки дорогого телефона. Это повлияет на распределение расходов в пользу уменьшения доли затрат на продукты питания, но одновременно может создать риски для здоровья и субъективного благополучия в долгосрочной перспективе. Размер трат на продукты питания, согласно множеству исследований, негативно связан с финансовым и субъективным благополучием [26, 27]. Другой тенденцией является рост доли сберегательных моделей поведения среди населения [28]. Это приводит к росту ценности сбережений и их вклада в понимание респондентами своего финансового благополучия [29]. Также значительным компонентом в формировании потребительских практик оказывается окружение человека. Причем речь идет не только об ориентации на окружение в вопросах определения нормы потребления, но и в возможности одолжить необходимую для покупки сумму, о чем пишет, например Д. Врублевская [30].

Таким образом, современные ученые по-разному оценивают связь субъективного и финансового благополучия. Часто авторы обращаются к единому показателю в классической трактовке финансового благополучия для выявления влияния этого фактора на субъективное благополучие [2; 3; 31]. В то же время недостаточно изученным видится вопрос о том, какое влияние будет оказывать финансовое благополучие, понимаемое в его расширительном толковании, на субъективное. Такая интерпретация понятия финансового благополучия включает в него не только самоощущение собственного финансового достатка, но и ряд других факторов: траты на продукты питания, кредитование, наличие людей на попечении, сбережения, социальное окружение человека, доминирующие потребительские и финансовые практики.

Методология

Целью исследования выступает выявление влияния финансового благополучия респондентов на их субъективное благополучие.

Для оценки субъективного благополучия использовалась лестница Кантрила, которая представляет собой вопрос «Представьте себе лестницу со ступенями, пронумерованными от нуля внизу до 10 вверху. верхняя ступень лестницы представляет для вас наилучшую возможную жизнь, а нижняя — наихудшую возможную жизнь. На какой ступеньке лестницы, по вашему личному ощущению, вы стоите сейчас?» [16].

Финансовое благополучие оценивалось рядом переменных, которые приведены в таблице 1.

Таблица 1

ПЕРЕМЕННЫЕ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ

Переменная	Формулировка вопроса	Варианты ответов и кодирование
Число людей на попечении	Пожалуйста, укажите, сколько человек находятся на вашем полном содержании (т. е. неработающие члены семьи, включая детей)?	N – число людей
Обеспечение базовых нужд	Вам хватает доходов для того, чтобы обеспечить свои базовые нужды, не прибегая к кредитам или займам?	1. Нет 2. Скорее нет 3. Скорее да 4. Да

Продолжение табл. 1

Переменная	Формулировка вопроса	Варианты ответов и кодирование
Отсутствие кредитов и долгов	Скажите, пожалуйста, на сегодняшний день у вашей семьи есть какие-то долги?	1 – Нет кредитов и долгов 0 – Есть кредиты или долги
Доля дохода на выплаты по долгам и кредитам	Скажите, какую примерную часть месячного дохода вы тратите на выплаты по долгам и кредитам?	1. Не трачу 2. Четверть и менее 3. Менее половины 4. Менее трех четвертей 5. Более трех четвертей, почти весь.
Доля дохода на продукты питания	Скажите, какую примерную часть месячного дохода вы тратите на покупку продуктов питания?	1. Не трачу 2. Четверть и менее 3. Менее половины 4. Менее трех четвертей 5. Более трех четвертей, почти весь.
Удовлетворенность материальным положением	Скажите, пожалуйста, насколько вы удовлетворены своим материальным положением в настоящее время?	1. Полностью не удовлетворены 2. Скорее не удовлетворены 3. В чем-то удовлетворены, в чем-то не удовлетворены 4. Скорее удовлетворены 5. Полностью удовлетворены

Окончание табл. 1

Переменная	Формулировка вопроса	Варианты ответов и кодирование
Сбережения	На сколько вам хватит ваших сбережений, не прибегая к кредитам и займам и не продавая имущество, если вы лишитесь всех источников дохода?	– У меня нет сбережений – Менее чем на месяц – примерно на месяц – от 1 до 3 месяцев – от 3 до 6 месяцев – 6 месяцев и более

Для реализации поставленной цели были поставлены и выполнены следующие задачи:

1. измерить финансовое благополучие респондентов, на основе ряда показателей, описывающих разные стороны их экономической жизни;
2. измерить субъективное благополучие респондентов при помощи лестницы Кантрила;
3. установить меру связи показателей финансового благополучия и субъективного благополучия.

Выборочная совокупность: выборочная совокупность состояла из респондентов пяти регионов Российской Федерации: Санкт-Петербурга, Свердловской области, Тамбовской области, Республики Алтай, Приморского края. В опросе приняли участие 3 000 респондентов. Телефонный опрос проведен Центром прикладной социологии СПбГУ в два этапа: в период апрель–май 2023 года и в период апрель–август 2024 года. За каждый период было собрано 1 500 анкет (по 300 в каждом регионе). Комбинация цифр в телефонном номере после кода города/телефонного оператора подбиралась случайным образом. Среднее значение возраста респондентов составило 45,24 года (стандартное отклонение — 15,39 года). Минимальный возраст респондентов

составлял 18 лет, максимальный — 80 лет. Доля женщин составила 54,8%. Доля городского населения составила 78,4%, доля сельского населения — 21,6%. Высшее образование имели 46% респондентов, неоконченное высшее — 7%, среднее профессиональное — 26,5%, начальное профессиональное — 9%, среднее общее — 9,5%, начальное — около 1%.

Для определения меры связи переменных финансового благополучия и субъективного благополучия использовалась корреляция Спирмена, а также линейная регрессия.

Результаты

Среднее значение лестницы Кантрила для респондентов составило 5,85 (ст. откл. 1,85), медианное — 6.

В среднем, респонденты говорили, что у них есть один человек на попечении (ср. знач. 0,92, ст. откл. 1,25). Максимальное число человек на попечении — 10, такой ответ указал 1 респондент.

Говоря о своих доходах 38,8% респондентов отметили, что их хватает для обеспечения базовых нужд, 32,2% — скорее хватает, 15% и 13% ответили, что им не хватает или скорее не хватает средств. Сходные распределения и в отношении удовлетворенности своим доходом: полностью удовлетворены 9%, скорее удовлетворены — 21%, в чем-то удовлетворены, в чем-то нет — 44%, скорее не удовлетворены — 13%, а совсем не удовлетворены — 11% ответивших. Ответы респондентов о своих сбережениях распределились следующим образом: у 28% сбережений нет вовсе, у 17% сбережений хватит на месяц или менее, от 1 до 3 месяцев на сбережения смогут жить 24%, от 3 до 6 месяцев и более 6 месяцев — по 14% соответственно. Долги отсутствуют у 32% ответивших граждан.

Распределение трат респондентов на выплату долгов и еду приведены на рис. 1



Рис. 1. Распределение расходов на продукты питания и выплату долгов, доля от бюджета. На выплаты долгов и кредитов не тратят свои расходы половина граждан (50%). Четверть и менее своих доходов тратят 26% ответивших, менее половины тратят 14% респондентов, менее трех четвертей — 7%, более трех четвертей — 3% респондентов. Иная ситуация с тратами на продукты: не тратят всего 3% граждан, четверть и менее дохода — 32%, менее половины — 43%, менее трех четвертей — 15%, а почти весь бюджет — 7% респондентов.

Анализ

Результаты корреляционного анализа приведены в таблице 2.

Таблица 2
КОРРЕЛЯЦИЯ СПИРМЕНА ПЕРЕМЕННЫХ ФИНАНСОВОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ И ЛЕСТНИЦЫ КАНТРИЛА.

	Корреляция Спирмена	p-значение
Число людей на попечении	0,099	0,000
Обеспечение базовых нужд	0,303	0,000

	Корреляция Спирмена	p-значение
Отсутствие кредитов и долгов	0,013	0,468
Доля дохода на выплаты по долгам и кредитам	-0,088	0,000
Доля дохода на продукты питания	-0,083	0,000
Удовлетворенность материальным положением	0,433	0,000
Сбережения	0,203	0,000

Результаты корреляционного анализа демонстрируют устойчивую статистически значимую взаимосвязь между показателями субъективного и финансового благополучия: наиболее сильная коррелированность удовлетворенности респондента своим материальным положением, а также возможности обеспечить свои базовые нужды. Наличие сбережений также положительно сказывается на субъективном благополучии, однако в меньшей степени. Статистически значимая связь есть и в отношении трат на еду и кредиты, однако сила связи — менее 0,1. Но следует отметить в целом весьма умеренную силу взаимосвязи между этими показателями благополучия.

Для объяснения общей вариативности показателя субъективного благополучия совокупностью факторов финансового благополучия была построена множественная линейная регрессионная модель. Полученная модель подтвердила статистически значимое влияние выделенных выше факторов в рамках рассматриваемой совокупности показателей финансового благополучия, однако показала невысокую объясняющую способность: с её помощью удастся объяснить только 21% вариативности показателя субъективного благополучия.

Кроме выявленных в корреляционном анализе связей, статистически значимое влияние на субъективное благополучие оказывает пол респондента, а также уровень образования: более образованные женщины имеют значимо более высокий уровень субъективного благополучия.

Шкала финансового благополучия

Приведенный выше анализ, хотя и демонстрирует вклад различных аспектов финансового благополучия в субъективное, однако не лишен ряда недостатков.

1) Он не учитывает некоторые важные элементы, обозначенные в литературном обзоре, например депривационный подход в оценке финансового благополучия, а также такие факторы, как влияние социального окружения и ресурс благосостояния.

2) Предлагаемые инструменты кажутся достаточно громоздкими, так как представляют собой отдельные вопросы с различающимися вариантами ответа. Их заполнение требует времени и усилий от интервьюеров и респондентов. Добавление в число вопросов дополнительных для учета социальных связей и депривационного подхода еще сильнее увеличит громоздкость инструментария.

Решение видится в использовании единой шкалы, которая в более компактном виде позволила бы учесть комплексное влияние финансового благополучия.

Этот подход был реализован в пилотном телефонном опросе, проведенном в апреле–мае 2023 года Центром прикладной социологии. Выборочная совокупность была репрезентативна по полу и возрасту для Санкт-Петербурга и Ленинградской области. В опросе приняли участие 1 100 респондентов. Среднее значение возраста респондентов составило 47 полных лет (стандартное отклонение — 15,6 лет). Минимальный возраст респондентов — 18 лет,

максимальный — 79 лет. Более половины (55% опрошенных) постоянно проживали в Санкт-Петербурге, в то время как оставшиеся 45% — в Ленинградской области. Среди жителей Ленинградской области (45% опрошенных, 500 человек) в городской местности проживает 61% респондентов, что составляет 28% от общего количества респондентов. К жителям сельской местности относят себя оставшиеся 39% респондентов (17% от всех опрошенных).

В основу предлагаемой шкалы финансового благополучия была положена шестикомпонентная шкала оценки финансового благополучия (также встречаются вариации шкалы с другим количеством позиций, например, [32]), опирающаяся на депривационный подход. Ее формулировка с незначительными вариациями используется исследователями (см. например, [33; 34]) в следующем виде.

Оцените уровень совокупного дохода Вашей семьи.

- 1. Не хватает на продукты питания и одежду.*
- 2. Хватает на продукты питания, но покупка одежды вызывает затруднения.*
- 3. Хватает на продукты питания и одежду, но не на мелкую бытовую технику.*
- 4. Хватает на мелкую бытовую технику, но крупные покупки требует накоплений.*
- 5. Хватает на крупные покупки, но не на покупку недвижимости или автомобиля.*
- 6. Хватает на покупку недвижимости или автомобиля.*

В эту шкалу были добавлены вопросы, оценивающие кредитование, сбережения доходы, окружение респондента, после чего она приобрела следующий вид.

Оцените, насколько Вам доступны к покупке следующие товары?

- 1. Продукты питания.*
- 2. Одежда.*

3. *Мелкая бытовая техника.*
4. *Крупные покупки (крупная бытовая техника, мебель и др.).*
5. *Автомобиль.*
6. *Недвижимость.*

Для каждой из шести строк респондент мог выбрать один из вариантов ответа: «могу купить на свои доходы», «могу купить на свои сбережения», «могу купить, заняв деньги у знакомых», «могу купить в кредит», «не могу купить вовсе».

Далее для анализируемых вариантов ответов (переменных) и лестницы Кантрила были составлены таблицы сопряженности (Приложение 1). Представленные данные в таблицах были нормированы по столбцам для их сопоставления. Результаты проведенного анализа показывают, что между переменными явно существует статистическая связь.

Можно отметить, что практически по всем категориям доля респондентов, которые утверждают, что могут что-то приобрести на свои доходы или сбережения увеличивается по мере роста их оценки субъективного благополучия. По некоторым вариантам ответа (например, «не могу купить вовсе» для мелкой бытовой техники) эта связь не видится столь однозначно линейной, и большая доля наиболее благополучных финансово респондентов смещается к середине лестницы Кантрила. В то же время доля респондентов, которые утверждают, что не могут что-то приобрести вовсе, снижается. Эта зависимость менее выражена для продуктов питания. Так, например, она явная для утверждения «могу купить, заняв деньги у знакомого» и «могу купить на свои сбережения». Полагаем, что это может объясняться тем, что практики покупки еды в кредит не распространены, а доля тех, кто не может и вовсе позволить себе еду, очень низка, и респонденты, выбравшие этот пункт, могли это сделать по ошибке. К схожим выводам мы приходим при сравнении средних значений лестницы Кантрила для разных категорий (Табл. 3). Все анализируе-

мые переменные распределены ненормально (р-значение теста Шапиро-Уилка меньше 0,001 для всех переменных), поэтому для анализа выбран тест Краскела — Уоллиса.

Таблица 3

СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ЛЕСТНИЦЫ КАНТРИЛА (СТ. ОТКЛ.)¹

	Продукты питания	Одежда	Мелкая бытовая техника	Крупные покупки	Автомобиль	Недвижимость
Могу купить на свои доходы	5,58 (2,6)*	5,72 (1,7)*	5,87 (2,1)*	6,25 (2,0)*	6,58 (1,8)	6,4 (1,8)
Могу купить на свои сбережения	7,40 (2,6)*	5,02 (1,7)*	5,23 (2,1)	5,68 (2,0)*	6,28 (1,8)	6,31 (1,8)
Могу купить, заняв деньги у знакомых	2,80 (2,6)	3,92 (1,7)	4,53 (2,1)	5,10 (2,0)	6,14 (1,8)	6,90 (1,8)
Могу купить в кредит	3,00 (2,6)	4,17 (1,7)	5,21 (2,1)	5,43 (2,0)	5,82 (1,8)	6,08 (1,8)
Не могу купить вовсе	5,86 (2,6)	3,86 (1,7)	4,09 (2,1)*	4,29 (2,0)*	4,86 (1,8)*	4,95 (1,8)*

Для всех статистически значимых различий рост доступности товара ведет к повышению значения субъективного

¹ * – р-знач.<0,05 по тесту Краскела — Уоллиса в сравнении с расположенными выше или ниже значениями в столбце.

благополучия. Это не наблюдается только для одного случая: вариант ответа «могу купить на свои доходы» для продуктов питания, о чем было также сказано выше в отношении таблиц сопряженности. Эти предварительные выводы позволяют предположить, что в основной массе существующая зависимость оценок шкалы Кантрила от ответов респондентов по шкале оценки финансового благополучия может быть близка к линейной.

Для более детального выяснения структуры предложенной шкалы финансового благополучия, прежде всего, был проведён корреляционный анализ: вычислены парные коэффициенты ранговой корреляции Спирмена для вопросов, составляющих шкалу (Приложение 2). Статистически значимая линейная корреляция именно между соседними пунктами шкалы, на наш взгляд, свидетельствует о связной структуре предложенной шкалы, непрерывности изменения уровня благосостояния, измеряемого шкалой: увеличение возможности некоторых покупок статистически значимо и заметнее всего увеличивает возможность покупок следующего уровня. В то же время между далекими значениями шкалы линейная связь намного слабее: значения корреляций монотонно убывают по мере увеличения расстояния между вопросами. Можно сказать, что предложенные варианты ответов образуют линейно упорядоченную возрастающую порядковую шкалу.

Структуру предложенной шкалы можно подтвердить проведенным факторным анализом. Применение факторного анализа для наших переменных вполне оправданно и не должно привести к значительному искажению факторной структуры, связанному со спецификой порядковых шкал; тесты сферичности Бартлетта и мера адекватности выборки Кайзера — Майера — Олкина (КМО) также свидетельствуют о возможности его проведения. Результаты факторного анализа (Приложение 3) подтверждают достаточно корректное разделение факторов: при выделении 3

факторов объясненная дисперсия составляет 79,98%, покупка продуктов питания однозначно становится отдельным фактором с нагрузкой 0.951, второй фактор в этом случае представляют переменные доступности покупки одежды, мелкой бытовой техники и крупных покупок, а третий — доступность покупки автомобиля и недвижимости. Таким образом, можно сказать, что в вопросах, составляющих шкалу финансового благополучия, наблюдается естественная структура, соответствующая заявленной шкале, в которой вопросы упорядочены по мере возрастания доступности покупок.

Для проверки внутренней согласованности нашей шкалы, её надежности при оценке финансового благосостояния использовался показатель альфа Кронбаха: его значение равно 0,75, что свидетельствует о высокой согласованности вопросов в измерении финансового благосостояния. Отметим, что при удалении вопроса о доступности продуктов питания согласованность оставшихся вопросов увеличивается до 0.76.

Все это дает основания относиться к предложенным вопросам как к некоторой порядковой шкале, измеряющей уровень финансового благополучия.

В связи с этим уместно определить согласованность шкалы субъективного благополучия Кантрила и предложенной шкалы финансового благополучия. Были вычислены парные коэффициенты ранговой корреляции вопросов шкалы финансового благополучия с вопросом лестницы Кантрила (Приложение 4). Эти корреляции, за исключением вопроса о доступности покупки продуктов питания, статистически значимы, но малы по модулю (не более 0,4). Можно сказать, что это также свидетельствует о связанности обеих шкал в оценке общего благосостояния, однако, как было отмечено во введении, эти шкалы измеряют различные латентные переменные.

В заключение была предпринята попытка построения интегральной оценки финансового благосостояния на основе предло-

женной шкалы. Для этого сначала была проверена «рациональность» ответов респондентов на вопросы этой шкалы: ответ в целом считается «рациональным», если у респондента нет ни одного пропущенного ответа ни на один из 6 вопросов (в т. ч. «затрудняюсь ответить» и «отказ от ответа»). Кроме того, последовательность ответов на вопросы должна быть монотонно убывающей: так, если респондент имеет затруднения с покупкой одежды (например, ответ 3 — «могу купить, заняв деньги у знакомых»), то и на все более сложные покупки ответ должен быть не менее, чем 3 (что соответствует затруднениям в покупке — «могу купить в кредит», «не могу купить вовсе»). В дальнейшем в расчетах итоговой оценки участвовали только «рациональные ответы»: их доля составило 77% за счёт наличия пропущенных ответов хотя бы на один вопрос. В качестве итоговой оценки благосостояния были рассмотрены два варианта:

1) средний балл респондента по всем покупкам (вопросам шкалы);

2) номер (ранг) той покупки, после которой начинаются ответы «могу купить, заняв деньги у знакомых», «могу купить в кредит», «не могу купить вовсе»). Таким образом, эта оценка представляет собой последнюю категорию покупок, в которых респондент не испытывает затруднений — «максимально доступная» покупка.

Эти интегральные оценки достаточно сильно коррелированы: коэффициент ранговой корреляции Спирмена для них равен 0,895 и статистически значим на уровне 0,05.

Отметим, что, как и ожидалось, их корреляция с оценкой по лестнице Кантрила хотя и статистически значима, но невелика по модулю: -0,376 для среднего балла и -0,318 для максимально доступной покупки. Это ещё раз подтверждает тезис о том, что финансовое благополучие является лишь одной из сторон субъективного благополучия.

Обсуждение и дальнейшие направления

Обнаруженный эффект ($R=0,433$) для связи удовлетворенности финансовым благополучием с субъективным попадает в диапазон (0,2–0,6), представленный в системном обзоре Г. Кайонды и др., а также оказывается очень близким к значению, полученному авторами по итогу метаанализа (0,41) [35].

Данные об отсутствии значимой связи между субъективным благополучием и практиками кредитования могут объясняться с опорой на работы Д. Стребков, который пишет о том, что «общество движется от осуждения долгов к поддержке кредитов» [36, с. 88] Граждане, полагает Стребков, не различают благополучие, достигнутое в кредит, от благополучия, обретенного на собственные сбережения. Также связь между кредитами и благополучием может не иметь линейной природы (А. Ярашева и др.): моделирующей переменной, определяющей характер связи, оказывается поколение, молодые респонденты относятся к кредиту более положительно [37].

Предложенная шкала финансового благополучия, безусловно, нуждается в дальнейшем уточнении и валидации. В частности, вызывает вопросы порядковый характер шкалы: насколько все респонденты считают более доступным какое-то благо, приобретенное на заемные у знакомых средства, более доступным, нежели купленное в кредит?

Существуют ряд ограничений, которые обусловлены выбором методов работы. В первую очередь, речь идет о так называемом эффекте середины, описанный Гимпельсоном и Черниной [19] При выборе той или иной позиции или мнения люди, как правило, выбирают находящееся посередине между двумя крайними вариантами. Выбранная середина воспринимается как наиболее рациональное и взвешенное решение. Это тенденция наблюдается и для лестницы Кантрила [38]. Учет этого смещения в дальнейших исследованиях позволит получить более точные результаты.

Важный аспект, который не был учтен в исследовании, — представление об окружении, как о референтной группе. Респондент оценивает, в первую очередь, распределение доходов среди своего окружения и уже относительно этого распределения определяет уровень своего субъективного благополучия. Причем Г. Крюсес и др. показывают, что такая оценка проходит сквозь призму уровня образования человека. Люди с более высоким уровнем образования имеют лучшее представление о распределении доходов в обществе и, соответственно, склонны более объективно оценивать свое субъективное благополучие [39]. Включение данных вопросов поможет в дальнейшем дополнить разработанную модель влияния финансового благополучия на субъективное.

Также заслуживает внимания более подробное исследование понимания субъективного благополучия. Связь между субъективным и финансовым благополучием восходит к аксиоматике экономической рациональности человека. Люди могут вкладывать в категорию благополучия немонетарные категории — вещи, которые невозможно купить за деньги и выразить деньгами. Об этом вопросе обстоятельно рассуждает Г. Саймон в своей монографии [40]. Вклад таких нематериальных элементов в понятие благополучия в современной России, отсюда, может быть актуальным направлением для работ.

Также важным будет указать на географические ограничения исследования: в выборочной совокупности учтены люди, проживающие в разных типах населенных пунктов. Авторы старались отобрать в выборочную совокупность регионы с разным уровнем жизни, разным соотношением городского и сельского населения, различными экономическими возможностями регионов, однако распространение результатов на большие общности (граждан России) требуют осторожности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лысухо А. С. Обзор российских исследований по теме «социальное благополучие»: основные исследования и результаты // Информационно-аналитический бюллетень Института социологии ФНИСЦ РАН. 2020, № 1. С. 7–17. EDN: YAGTMJ. DOI: 10.19181/INAB.2020.1.1.
2. Костина Е. Ю. Социальное благополучие и социальная безопасность в условиях глобализации современного общества // Universum: общественные науки: электронный научный журнал. 2015, № 6 (16). EDN: TXOKCB. URL: <https://7universum.com/ru/social/archive/item/2277> (дата обращения: 02.07.2025).
3. Градосельская Г. В. Субъективные и объективные оценки благосостояния // Социологический журнал. 2003, № 3. С. 86–98. EDN: PZQNZP.
4. Fleche S., Smith C., Sorsa P. Exploring determinants of subjective Wellbeing in OECD countries. Evidence from the World Value Survey // OECD Economics Department. Paris: OECD Publishing, 2012. № 2012/01. DOI: 10.1787/5k9ffc6p1rvb-en.
5. Ng W., Diener E. What matters to the rich and the poor? Subjective well-being, financial satisfaction, and postmaterialist needs across the world // Journal of personality and social psychology. 2014, vol. 107, № 2. P. 326–338. DOI:10.1037/a0036856.
6. Горшков М. К. О социальных результатах постсоветских трансформаций // Социологические исследования. 2019, № 11. С. 3–17. DOI: 10.31857/S013216250007445-2.
7. Разинский Г. В. Факторы, определяющие социальное благополучие/неблагополучие в современном городе // Власть. 2014, № 6. С. 136–140. EDN: SHFMWF.
8. Stevenson B., Wolfers J. Economic growth and subjective well-being: Reassessing the Easterlin paradox // NBER [сайт]. 08.2008, NBER Working Paper No. 14282. URL: www.nber.org/system/files/working_papers/w14282/w14282.pdf (дата обращения: 02.07.2025).
9. Sarracino F. Determinants of subjective well-being in high and low income countries: Do happiness equations differ across countries? // Journal of Socio-Economics. 2013, № 42. P. 51–66. DOI:10.1016/j.socrec.2012.11.006.
10. Смолева Е. О. Счастье и деньги: материальные аспекты субъективного благополучия // Проблемы развития территории. 2020, т. 3, № 107. С. 144–166. EDN: YJFYNL. DOI: 10.15838/ptd.2020.3.107.10.
11. World Values Survey Documentation // WVS [сайт]. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp> (дата обращения: 02.07.2025).

12. Европейское Социальное Исследование // ESS [сайт]. URL: <http://www.ess-ru.ru> (дата обращения: 02.07.2025).
13. Методология Евробарометра // РАНХиГС [сайт]. URL: <https://my.ranepa.ru/nauka-i-konsalting/strategii-i-doklady/evrobarometr/metodologiya-evrobarometra> (дата обращения: 02.07.2025).
14. *Cantril H.* The pattern of human concerns. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 1965. 427 p. ISBN: 9780813505107.
15. Инициатива ФОМ: изучение благополучия россиян // ФОМ [сайт]. 2019. URL: <https://fom.ru/TSennosti/14244> (дата обращения: 02.07.2025).
16. World Poll Methodology. Technical Report. Washington, DC // Gallup [сайт]. 2021. URL: <https://news.gallup.com/poll/165404/world-poll-methodology.aspx> (дата обращения: 02.07.2025).
17. *Kahneman D., Deaton A.* High income improves evaluation of life but not emotional well-being // Proceedings of the national academy of sciences. 2010, vol. 107, № 38. P. 16489–16493. DOI: 10.1073/pnas.1011492107.
18. *Карабчук Т. С., Сальникова Д. В.* Объективное и субъективное благополучие: опыт сравнительного анализа стран Центральной Азии, России и Беларуси // Социологические исследования. 2016, № 5. С. 96–109. EDN: VZSJPV.
19. *Гимпельсон В. Е., Чернина Е. М.* Положение на шкале доходов и его субъективное восприятие // Журнал Новой экономической ассоциации. 2020, т. 46, № 2. С. 30–56. EDN: ZXTETP. DOI: 10.31737/2221-2264-2020-46-2-2.
20. *Townsend P.* Poverty in the United Kingdom. Harmondsworth: Harmondsworth, 1979. 1214 p. ISBN: 0140221395.
21. *Карцева М. А.* Многомерная бедность в странах ЕС: индекс риска бедности и социальной исключенности AROPE // Государственное управление. Электронный вестник. 2019, № 74. С. 126–155. EDN: CIPELY. DOI:10.24411/2070-1381-2019-00050.
22. *Лукин В. Н., Мусиенко Т. В.* Экономическое поведение: концептуализация рациональности // Экономика и общество: рациональность и ответственность: сборник научных трудов / под ред. О. П. Кузнецовой. Омск: Издательство ОмГТУ, 2012. С. 43–68. ISBN: 978-5-8149-2079-9. EDN: VCRXZB.
23. *Старостина С. А.* Роль потребительского кредита в обеспечении экономического роста // Финансы и кредит. 2016, № 39(711). С. 17–27. EDN: WWYRIB.
24. *Карцева М. А.* Занятость и здоровье «сэндвич-поколения» в России: Эмпирический анализ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021, № 5(165). С. 324–344. EDN: HVBVYE. DOI: 10.14515/monitoring.2021.5.1844.
25. *Майорова-Щеглова С. Н., Митрофанова С. Ю.* Раннее взросление или инфантилизация: парадокс событийности современного детства // Вестник

Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020, т. 13, № 1. С. 25–39. EDN: OUQQCN. DOI: 10.21638/spbu12.2020.102.

26. Корчагина И. И., Прокофьева Л. М., Попова Р. И., Филоненко Ю. В., Фурса Е. В. Немонетарное измерение бедности и социальной уязвимости населения России // Народонаселение. 2015, № 1(67). С. 82–94. EDN: TPUNHP.

27. Белая Р. В., Козырева Г. Б. Дифференциация уровня жизни и структура бедности депрессивного региона // Вестник евразийской науки. 2020, № 6. EDN: WUVVGJ. DOI: 10.15862/20ECVN620.

28. Кареткина Т. К. Тренды сберегательного поведения населения России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023, т. 4-1, № 98. С. 191–194. EDN: YFYPMY. DOI: 10.24412/2411-0450-2023-4-1-191-194.

29. Каравай А. В., Тихонов А. А. Особенности финансовых установок и поведения российских рабочих // Terra Economicus. 2015, т. 13, № 1. С. 89–106. EDN: TRVCZF.

30. Врублевская П. В. Круговорот детских вещей в приходской церкви: к вопросу о значении дарообмена // Религиоведческие исследования. 2016, № 1(13). С. 103–127. EDN: WITMXP.

31. Easterlin R. A. Life cycle happiness and its sources - Intersections of psychology, economics, and demography // Journal of Economic Psychology. 2006, vol. 27, № 4. Р. 463–482. DOI: 10.1016/j.joep.2006.05.002.

32. Кузнецова А. Р. Сравнительный анализ уровня и качества жизни городского и сельского населения Республики Башкортостана // Уфимский гуманитарный научный форум. 2021, № 3(7). С. 65–74. EDN: JORQNY. DOI: 10.47309/2713-2358_2021_3_65.

33. Кашина М. А. Популярность k-поп культуры в России: благо или зло? Кейс BTS // Управленческое консультирование. 2023, № 8. С. 116–137. EDN: EAKWUZ. DOI: 10.22394/1726-1139-2023-8-116-137.

34. Корнилова М. В. Качество жизни и социальные риски пожилых // Russian Journal of Education and Psychology. 2011, т. 7, № 3. С. 76. EDN: OGKXND.

35. Ngamaba K. H., Armitage C., Panagioti M., Hodgkinson A. How closely related are financial satisfaction and subjective well-being? Systematic review and meta-analysis // Journal of Behavioral and Experimental Economics. 2020, № 85. Р. 101522. DOI: 10.1016/j.socsc.2020.101522.

36. Стребков Д. О. Социальные аспекты кредитного поведения населения // Социологический журнал. 2007, № 1. С. 83–102. EDN: PCRHNL.

37. Ярашева А. В., Макар С. В., Решетников С. Б. Кредитные стратегии россиян как отражение модели финансового поведения // Финансы: теория и практика. 2017, т. 21, № 6. С. 138–153. EDN: YMTJUO. DOI: 10.26794/2587-5671-2017-21-6-138-153.

38. Lora E., Fajardo J. Latin American middle classes: The distance between perception and reality // *Economía*. 2013, vol. 14, № 1. P. 33–54. DOI:10.1353/eeco.2013.a523452.

39. Cruces G., Perez-Truglia R., Tetaz M. Biased perceptions of income distribution and preferences for redistribution: Evidence from a survey experiment // *Journal of Public Economics*. 2013, vol. 98. P. 100–112. DOI: 10.1016/j.jpubeco.2012.10.009.

40. Simon H. A. From Substantive to Procedural Rationality // *Method and Appraisal in Economics* / Ed. by J. L. Spiro. Cambridge (MA): Cambridge University Press, 1976. 229 p. ISBN: 9780521280501.

Сведения об авторах

Евсеев Евгений Александрович

Кандидат физико-математических наук, доцент, СПбГУ
(г. Санкт-Петербург). Факультет социологии. Кафедра
социального анализа и математических методов в социологии,
Санкт-Петербургский государственный университет.

Тел.: +7 921 323 0920

Scopus ID: 57200398869

ResearcherID (WoS): D-9930-2014

SPIN (РИНЦ): 2087-9879

Elibrary autor ID: 316953

Ткач Сергей

Социолог Центра прикладной социологии,
Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Россия.

Тел.: +7 958 175 5616

Scopus ID: 57219868004

ResearcherID (WoS): HKV-6887-2023

SPIN (РИНЦ): 6740-2773

Elibrary autor ID: 1192469

Приложение 1

ТАБЛИЦА СОПРЯЖЕННОСТИ ЛЕСТНИЦЫ КАНТРИЛА
И ДОСТУПНОСТИ, % ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ
(Хи-квадрат 57,5; р-значение 0,013)

	Значение лестницы Кантрила									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Варианты ответа										
Могу купить на свои доходы	94,74	90,00	95,51	99,04	98,13	100,00	98,76	98,65	94,44	93,75
Могу купить на свои сбережения	0,00	0,00	0,00	0,00	0,37	0,00	1,24	1,35	0,00	3,13
Могу купить, заняв деньги у знакомого	5,26	10,00	2,25	0,00	0,37	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Могу купить в кредит	0,00	0,00	1,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Не могу купить вовсе	0,00	0,00	1,12	0,96	1,12	0,00	0,00	0,00	5,56	3,13

Приложение 2

ЗНАЧЕНИЯ КОРРЕЛЯЦИИ СПИРМЕНА ШКАЛЫ ФИНАНСОВОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ

	Продукты питания	Одежда	Мелкая бытовая техника	Крупные покупки	Автомобиль	Недвижимость
Продукты питания	1	0.358**	0.241**	0.132**	0.113**	0.088**
Одежда		1	0.493**	0.359**	0.296**	0.247**
Мелкая бытовая техника			1	0.507**	0.359**	0.330**
Крупные покупки				1	0.484**	0.394**
Автомобиль					1	0.692**
Недвижимость						1

** ЗНАЧЕНИЯ ЗНАЧИМЫ НА УРОВНЕ 0,01

Приложение 3

РЕЗУЛЬТАТЫ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА
С АВТОМАТИЧЕСКИМ ВЫДЕЛЕНИЕМ КОМПОНЕНТ
НА ОСНОВЕ СОБСТВЕННЫХ ЗНАЧЕНИЙ

Переменные	Компонента	
	1	2
Продукты питания	-0.135	0.724
Одежда	0.164	0.818
Мелкая бытовая техника	0.359	0.742
Крупные покупки	0.597	0.496
Автомобиль	0.879	0.092
Недвижимость	0.860	0.008

Совокупная объясненная дисперсия 67,35%

Приложение 4

РЕЗУЛЬТАТЫ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА
ПРИ ПРИНУДИТЕЛЬНОМ ВЫДЕЛЕНИИ ТРЕХ КОМПОНЕНТ

Переменные	Компонента		
	1	2	3
Продукты питания	0.140	0.026	0.951
Одежда	0.695	0.042	0.462
Мелкая бытовая техника	0.858	0.129	0.173
Крупные покупки	0.78	0.357	-0.074
Автомобиль	0.238	0.874	0.014
Недвижимость	0.109	0.904	0.038

Совокупная объясненная дисперсия 79,8%

Приложение 5 КОРРЕЛЯЦИОННАЯ МАТРИЦА ШКАЛ СУБЪЕКТИВНОГО И ФИНАНСОВОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ

	Продукты питания	Одежда	Мелкая бытовая техника	Крупные покупки	Автомобиль	Недвижимость
Лестница Кантрила	-0.032	-0.212**	-0.254**	-0.307**	-0.314**	-0.325**

** ЗНАЧЕНИЯ ЗНАЧИМЫ НА УРОВНЕ 0,01

DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.3

**SUBJECTIVE WELL-BEING HEURISTIC POTENTIAL
OF THE SCALE FOR MEASURING POPULATION INCOME**

Evseev Evgeniy A.,

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

e.evseev@spbu.ru

ORCID: 0000-0002-1897-700X

Tkach Sergey,

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

s.tkach@spbu.ru

ORCID: 0000-0001-5016-9187

For citation: Evseev E.A., Tkach S. Subjective well-being heuristic potential of the scale for measuring population income. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 89-124. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.3

Abstract. This article looks at how well a scale can measure changes in finances. The new scale is based on the tradition of deprivation assessment of material wealth. It takes into account the reasons for lending, loans in the environment, and the amount of savings. The analysis showed that the new way of coordinating within the scale is good for evaluating financial changes. However, it is also interesting to see variants of the scale without questions about real estate or food, which may turn out to be more sensitive depending on the average income level of a particular population. Talking about the addition of financial change and passive change, we can see that while the first is a meaningful part of the second, it is actually quite small. This is influenced by both the cognitive absorption of respondents in determining their influence (neighborhood bias, the mean effect, etc.) and the possibility of non-monetary elements of change.

Keywords: deprivation paradigm, subjective well-being, financial well-being, Cantril's ladder, lending, financial savings, income

Acknowledgments: The work was carried out with the support of St. Petersburg State University, project code 121062300141-5.

References

1. Lysukho A.S. Obzor rossijskih issledovanij po teme «social'noe blagopoluchie»: osnovnye issledovanija i rezul'taty [Review of Russian research on the topic of «social well-being»: main studies and results] (in Russian), *Information and analytical bulletin of the Institute of Sociology of the Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences*, 2020, no. 1, p. 7–17. DOI: 10.19181/INAB.2020.1.1.
2. Kostina E.Yu. Social wellbeing and social security in the context of globalization of modern society (in Russian), *Universum: Social Sciences*, 2015, no. 6(16). URL: <https://7universum.com/ru/social/archive/item/2277> (date of access: 02.07.2025).
3. Gradoselskaya G.V. Subjective and Objective Assessments of Well-Being (in Russian), *Sociological Journal*, 2003, no. 3, p. 86–98.
4. Fleche S., Smith C., Sorsa P. Exploring determinants of subjective Wellbeing in OECD countries. Evidence from the World Value Survey, *OECD Economics Department*. Paris: OECD Publishing, 2012, no. 012/01. DOI: 10.1787/5k9ffc6p1rvb-en.
5. Ng W., Diener E. What matters to the rich and the poor? Subjective well-being, financial satisfaction, and postmaterialist needs across the world, *Journal of personality and social psychology*, 2014, vol. 107, no. 2, p. 326–338. DOI:10.1037/a0036856.
6. Gorshkov M.K. O social'nyh rezul'tatah postsovetskih transformacij [About the social results of post-Soviet transformations] (in Russian), *Sociological research*, 2019, no. 11, p. 3–17. DOI: 10.31857/S013216250007445-2.
7. Razinsky G.V. Factors determining the social well-being / ill-being in a modern city (in Russian), *Power*, 2014, no. 6, p. 136–140.
8. Stevenson B., Wolfers J. Economic growth and subjective well-being: Reassessing the Easterlin paradox, in: *NBER* [site]. 08.2008, NBER Working Paper No. 14282. URL: www.nber.org/system/files/working_papers/w14282/w14282.pdf (date of access: 02.07.2025).
9. Sarracino F. Determinants of subjective well-being in high and low income countries: Do happiness equations differ across countries? *Journal of Socio-Economics*, 2013, no. 42, p. 51–66. DOI:10.1016/j.socec.2012.11.006.
10. Smoleva E.O. Happiness and money: Material aspects of subjective

- well-being (in Russian), *Problems of Territory's Development*, 2020, vol. 3, no. 107, p. 144–166. DOI: 10.15838/ptd.2020.3.107.10.
11. World Values Survey Documentation, in: *WVS* [site]. URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp> (date of access: 02.07.2025).
 12. European Social Survey (in Russian), in: *ESS* [site]. URL: <http://www.ess-ru.ru> (date of access: 02.07.2025).
 13. Eurobarometer methodology (in Russian), in: *RANEPA* [site]. URL: <https://my.ranepa.ru/nauka-i-konsalting/strategii-i-doklady/evrobarometr/metodologiya-evrobarometra> (date of access: 02.07.2025).
 14. Cantril H. *The pattern of human concerns*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 1965. 427 p. ISBN: 9780813505107.
 15. Iniciativa FOM: izuchenie blagopoluchija rossijan [FOM initiative: Studying the well-being of Russians] (in Russian), in: *FOM* [site]. 2019. URL: <https://fom.ru/TSennosti/14244> (date of access: 02.07.2025).
 16. World Poll Methodology. Technical Report. Washington, DC, in: *Gallup* [site]. 2021. URL: <https://news.gallup.com/poll/165404/world-poll-methodology.aspx> (date of access: 02.07.2025).
 17. Kahneman D., Deaton A. High income improves evaluation of life but not emotional well-being, *Proceedings of the national academy of sciences*, 2010, vol. 107, no. 38, p. 16489–16493. DOI: 10.1073/pnas.1011492107.
 18. Karabchuk T.S., Salnikova D.V. Objective and subjective well-being: A comparative analysis of central Asian countries, Russia and Belarus (in Russian), *Sociological Studies*, 2016, no. 5, p. 96–109.
 19. Gimpelson V.E., Chernina E.M. How we perceive our place in income distribution and how the perceptions deviate from reality (in Russian), *The Journal of the New Economic Association*, 2020, vol. 46, no. 2, p. 30–56. DOI: 10.31737/2221-2264-2020-46-2-2.
 20. Townsend P. *Poverty in the United Kingdom*. Harmondsworth: Harmondsworth, 1979. 1214 p. ISBN: 0140221395.
 21. Kartseva M.A. Multidimensional poverty in EU countries: risk of poverty or social exclusion (AROPE) (in Russian), *Public Administration. Electronic Bulletin*, 2019, no. 74, p. 126–155. DOI: 10.24411/2070-1381-2019-00050.

22. Lukin V.N., Musienko T.V. "Jekonomicheskoe povedenie: konceptualizacija racional'nosti" [Economic Behavior: Conceptualizing Rationality] (in Russian), in: *Jekonomika i obshhestvo: racional'nost' i otvetstvennost': sbornik nauchnyh trudov* [Economy and Society: Rationality and Responsibility: A Collection of Scientific Papers], ed. by O.P. Kuznetsova. Omsk: Omsk State Technical University Publishing House, 2012, p. 43–68. ISBN: 978-5-8149-2079-9.
23. Starostina S.A. A role of personal loans in economic growth (in Russian), *Finance and Credit*, 2016, no. 39(711), p. 17–27.
24. Kartseva M.A. Employment and health of the sandwich generation in Russia: empirical analysis (in Russian), *Monitoring public opinion: economic and social changes*, 2021, no. 5(165), p. 324–344. DOI: 10.14515/monitoring.2021.5.1844.
25. Maiorova-Shcheglova S.N., Mitrofanova S.Yu. Early maturation or infantilization: The paradox of modern childhood events (in Russian), *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology*, 2020, vol. 13, no. 1, p. 25–39. DOI: 10.21638/spbu12.2020.102.
26. Korchagina I.I., Prokofieva L.M., Popova R.I., Filonenko Yu.V., Fursa E.V. Non-monetary measure of poverty and social vulnerability of the Russian population (in Russian), *Population*, 2015, no. 1(67), p. 82–94.
27. Belaya R.V., Kozyreva G.B. Differentiation of the standard of living and the structure of poverty in the depressed region (in Russian), *The Eurasian Scientific Journal*, 2020, no. 6. DOI: 10.15862/20ECVN620.
28. Karetkina T.K. Saving behaviour trends of households in Russia (in Russian), *Economics and Business: Theory and Practice*, 2023, vol. 4-1, no. 98, p. 191–194. DOI: 10.24412/2411-0450-2023-4-1-191-194.
29. Karavay A.V., Tikhonov A.A. Specificity of Russian workers' attitudes and behavior in terms of their personal finances (in Russian), *Terra Economicus*, 2015, vol. 13, no. 1, p. 89–106.
30. Vrublevskaya P.V. Circulation of children's items in Christian orthodox parish: Observations to the gift exchange theory (in Russian), *Researches in Religious Studies*, 2016, no. 1(13), p. 103–127.
31. Easterlin R.A. Life cycle happiness and its sources – Intersections of psychology, economics, and demography (in Russian), *Journal of Economic Psychology*, 2006, vol. 27, no. 4, p. 463–482. DOI: 10.1016/j.joep.2006.05.002.

32. Kuznetsova A.R. Comparative analysis of the standard and quality of life of urban and rural population Republic of Bashkortostan (in Russian), *Ufa Humanitarian Scientific Forum*, 2021, no. 3(7), p. 65–74. DOI: 10.47309/2713-2358_2021_3_65.
33. Kashina M.A. The popularity of k-pop culture in Russia: Good or evil? The case of BTS (in Russian), *Administrative Consulting*, 2023, no. 8, p. 116–137. DOI: 10.22394/1726-1139-2023-8-116-137.
34. Kornilova M.V. Quality of life and social risks of the elderly (in Russian), *Russian Journal of Education and Psychology*, 2011, vol. 7, no. 3, p. 76.
35. Ngamaba K.H., Armitage C., Panagioti M., Hodgkinson A. How closely related are financial satisfaction and subjective well-being? Systematic review and meta-analysis, *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 2020, no. 85, p. 101522. DOI: 10.1016/j.socec.2020.101522.
36. Strebkov D.O. Social aspects of credit behaviour of population (in Russian), *Sociological Journal*, 2007, no. 1, p. 83–102.
37. Yarasheva A.V., Makar S.V., Reshetnikov S.B. The credit strategies of the Russians as the reflection of the model of financial behavior (in Russian), *Finance: Theory and practice*, 2017, vol. 21, no. 6, p. 138–153. DOI: 10.26794/2587-5671-2017-21-6-138-153.
38. Lora E., Fajardo J. Latin American middle classes: The distance between perception and reality, *Economía*, 2013, vol. 14, no. 1, p. 33–54. DOI:10.1353/eco.2013.a523452.
39. Cruces G., Perez-Truglia R., Tetaz M. Biased perceptions of income distribution and preferences for redistribution: Evidence from a survey experiment, *Journal of Public Economics*, 2013, vol. 98, p. 100–112. DOI: 10.1016/j.jpubeco.2012.10.009.
40. Simon H.A. From Substantive to Procedural Rationality, in: *Method and Appraisal in Economics*, ed. by J.L. Spiro. Cambridge (MA): Cambridge University Press, 1976. 229 p. ISBN: 9780521280501.

Information about the authors

Evgeniy A. Evseev

Associate Professor of the Department of Social Analysis and Mathematical
Methods in Sociology, Candidate of Physical and Mathematical Sciences,
Associate Professor, St. Petersburg State University.

Scopus ID: 57200398869

ResearcherID (WoS): D-9930-2014

SPIN-code: 2087-9879

Elibrary autor ID: 316953

Sergey Tkach

Sociologist at the Center for Applied Sociological Research, St. Petersburg
State University.

Scopus ID: 57219868004

ResearcherID (WoS): HKV-6887-2023

SPIN-code: 6740-2773

Elibrary autor ID: 1192469



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.4

EDN: TFSPNC

ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ВАЛОРИЗАЦИЯ И ЛЕГИТИМАЦИЯ МУЗЫКАЛЬНОГО ЖАНРА: ПОСТРОЕНИЕ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ И МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ НОЙЗ-МУЗЫКИ)

Фролов Михаил Сергеевич

Национальный исследовательский
университет «Высшая школа экономики»,
Москва, Россия

Эл. почта: mefrolov26@gmail.com

ORCID: 0009-0005-0843-6620

Для цитирования: *Фролов М. С. Эстетическая валоризация и легитимация музыкального жанра: Построение концептуализации и методики исследования (на примере нойз-музыки) // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 125-182. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.4. EDN: TFSPNC.*

Статья представляет опыт концептуализации и построения методологии исследования процесса эстетической валоризации (приписывания ценности) и легитимации жанра «нойз» и выявления элементов эстетических идеологий в дискурсе музыкальных критиков. Нойз-музыка, характеризующаяся использованием абразивных звучаний и провокационными перформансами, выбрана в качестве случая эстетически радикального и проблематичного культурного жанра, при этом имеющего свою «нишевую» аудиторию. На основе контент-анализа 39 рецензий музыкальных критиков на релизы в жанре нойз рассматриваются паттерны валоризации и легитимации жанра с применением эстетической идеологии «искусства ради искусства». Эта идеология подразумевает акцентирование особых эстетических качеств произведений, фигуры

автономного творца и внемузыкальных значений, передаваемых произведениями. По результатам анализа представляется инструментарий для кодирования рецензий на нойз-релизы (кодировочный лист). Заключается, что идеология «искусства ради искусства» широко используется критиками как способ валоризации и легитимации нойз-музыки. Тем не менее валоризация не ограничивается применением этих категорий, и представляется релевантным также учитывать в анализе другие эстетические категории. Применение предложенного инструментария для анализа большого корпуса рецензий может позволить составить комплексную картину легитимации нойза и отследить её динамику во времени.

Ключевые слова: эстетическая валоризация, эстетическая легитимация, нойз-музыка, контент-анализ.

Благодарности: Автор выражает благодарность научному руководителю профессору Девятко Инне Феликсовне за ценные комментарии и поддержку в написании работы.

Введение

Изменение статуса культурных жанров — одна из ключевых тем социологии искусства. Исторически многие виды искусства пересекали границу «высокого» и «низкого», например, опера [1], джаз [2], фотография [3], кинематограф [4], некоторые жанры популярной музыки [5] и др.

Зачастую признание ценности и легитимности культурных жанров критиками и аудиторией затруднительно ввиду эстетической проблематичности самих произведений. Особенно это касается жанров, нарушающих эстетические конвенции или вовсе балансирующих на грани искусства и не-искусства. Примером такого пограничного кейса в современной культурной продукции может служить жанр нойз (noise). Нойз оперирует преимущественно неконвенциональными для популярной музыки звуковыми средствами, в первую очередь — использованием абразивных тембров (шумов), почти полным отсутствием харак-

терных для западной музыки мелодии, гармонии или чёткого ритма [6; 7]. Поэтому многие слушатели могут быть не готовы воспринимать нойз как музыку и легитимное искусство [6].

Несмотря на «андерграундность» жанра (отсутствие сильных связей с мейнстримными культурными полями [8, р. 120]), нойз существует уже несколько десятилетий, имеет свою аудиторию и множество артистов и лейблов, работающих в этом жанре [7]. Например, исполнитель Merzbow с индексом популярности на Spotify равным 35 (из 100), канадский исполнитель The Rita с индексом 23, что является небольшим, но всё же показательным значением¹.

Культурные поля могут репозиционировать произведения, авторов и целые жанры, ранее не считавшиеся ценной или хотя бы приемлемой культурной продукцией [10; 11; 12, р. 13]. Чтобы жанр «пробил себе дорогу» в искусстве, он в значительной степени должен быть оценён и включён в художественный дискурс акторами, имеющими достаточно символического капитала для объявления какой-либо продукции искусством (как правило, критиками и журналистами [13]). Производимая ими риторика в любом культурном поле играет большую роль в распределении престижа и признания среди авторов и произведений [14; 15].

Создание нойза самими нойз-артистами не всегда воспринимается как исключительно провокационная культурная практика, и в обосновании своих эстетических интенций они могут использовать категории, часто применяемые ко многим другим жанрам музыки [16; 17]². Кроме того, вероятно, у нойза появляются некоторые перспективы легитимации и в относительно широких культурных полях. Нойз распространяется через привычные для музыки форматы дистрибуции (компакт-диски, кас-

¹ Расчёты автора по данным Spotify [9] за 2020 год.

² Данные получены в ходе проведения глубинных интервью с нойз-музыкантами в рамках неопубликованной ВКР (бакалавриат) автора.

сети и т. д.) вместе с другой музыкальной продукцией [6, р. 118], что не является бесспорным свидетельством наличия у нойза статуса «нормальной» музыки, но демонстрирует, что он может хотя бы отчасти на него претендовать.

Один из самых важных элементов, с помощью которых акторы культурных полей могут способствовать легитимации жанра, — это то, что Ш. Бауманн называет *легитимирующей идеологией*, или легитимирующим дискурсом [18]. Легитимирующая идеология (в социологии искусства также используется понятие «эстетическая идеология») — это набор эксплицитных и имплицитных схем интерпретации реальности (в случае искусства — самих произведений и практик их создания), например, идеология «автономного искусства», «романтическая теория» или «институциональная теория» искусства (подробнее об этом будет сказано ниже).

Ряд существующих исследований посвящены тому, как дискурс, идеология и разного рода риторические приёмы используются для обоснования ценности и значимости особенно культурно проблематичных художественных направлений (например, непрофессионального «искусства аутсайдеров» [10]). Целесообразно выработать методологию исследования, которая позволила бы детально и объективно выявлять особенности применения эстетических идеологий в отношении такого рода культурной продукции и отслеживать их изменение в динамике. Основой такой методологии может быть количественный контент-анализ, не раз показавший себя как эффективный инструмент для выявления категорий суждения акторов и элементов идеологий не только в целях социологии искусства, но и в других областях исследований.

Такая методология предполагает исследование легитимации со стороны «внешних» акторов, не занимающихся созданием или распространением нойза, — музыкальных критиков. Исследование «внешней» легитимации [8; 11] лучше всего демонстрирует, как именно происходит обоснование ценности искусства с точки зрения устоявшихся в ориентированном на широкую аудиторию

дискурсе эстетических идеологий. К тому же это может позволить прояснить доминирующие в современных широких культурных полях эстетические идеологии и стандарты.

Нойз между тем является подходящим кейсом для исследования, потому что представляет собой достаточно «экстремальный» случай, где некоторые риторические проявления могут быть особенно яркими. Изучение легитимации и валоризации таких проблематичных жанров может помочь лучшему пониманию способности культурных полей влиять на статус культурной продукции и социальную динамику развития искусства.

В этой статье я предлагаю методологическую рамку и основные аналитические категории для исследования легитимации и эстетической валоризации радикальных андерграундных культурных жанров. Основой методологического подхода будет изучение валоризации произведений в жанре нойз (приписывания им ценности) музыкальными критиками с помощью количественного контент-анализа. Ниже я кратко изложу релевантную теоретическую рамку, предложу методологию исследования и изложу содержательные и методологические результаты апробации этой методологии в ходе пилотажа. Разработка системы категорий применительно к такому объекту позволит дополнить существующие исследования редким и радикальным кейсом и в дальнейшем использовать систему категорий для изучения таких кейсов в долгосрочной динамике.

Теоретические основы исследования эстетической валоризации и легитимации

В исследовании эстетической легитимации культурного жанра целесообразно обратить внимание на то, как ей способствуют профессиональные музыкальные критики и журналисты [11; 19]. Первые оценивают и интерпретируют отдельные произведения, за счёт чего легитимируют их ценность и спо-

собствуют валоризации и «освящению» (consecration, по Бурдье [13]) их авторов. Однако данное исследование фокусируется на легитимности жанра в целом (или, как говорят некоторые авторы, легитимности «мира искусства», то есть всей сети коопераций, относящейся к производству конкретного жанра [11; 14]). В таком контексте эстетическая легитимация — это процесс, благодаря которому ранее не признанные культурные жанры и направления постепенно нормализуются и начинают восприниматься как имеющая ценность культурная продукция, или как искусство [11].

Критики помогают аудитории ориентироваться в рынках культурной продукции и поддерживают жанровые границы [20], придают произведениям ценность путём экспертной оценки, основанной на знаниях и опыте [8, р. 118], и в конечном счёте могут воздействовать на легитимность миров искусства и производимой ими культурной продукции [10]. В то время как разные типы «освящения» авторов (со стороны критиков, других творцов или аудитории) могут сосуществовать [8], именно критики, составляющие медийный аппарат «производства смыслов» [13], в большей степени могут переориентировать репутацию жанра в целом [21].

Музыкальные критики оценивают и интерпретируют произведения искусства с точки зрения эстетических идеологий — систем идей (часто имплицитных), имеющих «последовательную логику, обеспечивающую понимание мира, а также норм и ценностей» [11, р. 58]. Такое понимание идеологии в искусстве, предлагаемое Ш. Бауманном [11], близко к интерпретации этого понятия в духе Клиффорда Гирца, для которого идеология представляла собой «систему взаимодействующих символов <...> структуру взаимовлияющих смыслов» [22, с. 237], служащую основой для восприятия мира и придания ему смысла для акторов.

На основе идеологий критики производят «работу по убеждению аудитории относительно правильной точки зрения, которую необходимо использовать, и правильных выводах, которые нужно

делать» [11, р. 58] при рецепции художественного произведения. Эту работу некоторые исследователи называют фреймингом, который представляет собой помещение обсуждаемого объекта (произведение, творца, жанр) в интерпретативную рамку — определённый контекст легитимированного искусства (в том числе конвенции и признанный канон, см. подробнее [11]).

Возможно, самый распространённый паттерн дискурсивной легитимации культурного жанра — это рефрейминг ранее непризнанных произведений с помощью категорий и элементов идеологий, применяющихся к уже легитимированным жанрам. Зачастую этот рефрейминг направлен на переопределение произведений как «высокого искусства» (high-brow) или по крайней мере как произведений, которые потенциально могут претендовать на этот статус [11, р. 49]. Например, произведения непрофессиональных («наивных» [14]) художников и скульпторов, обозначаемые как движение Outsider art в США, обрели некоторую эстетическую легитимность, когда стали рецензироваться профессиональными критиками, исследоваться искусствоведами, выставляться в крупных музеях, оцениваться и интерпретироваться как легитимированные направления изобразительных искусств [10]. Другой яркий пример — это практика применения музыкальными критиками к рок-музыке идеологии «автономного искусства» (или «искусства ради искусства»), в ядре которой — репозиционирование рок-песен как произведений, созданных «творцами» с целью выражения различных смыслов и идей, а не из соображений коммерческой выгоды [21]. Схожую систему идей некоторые исследователи называют «романтической» идеологией искусства, с точки зрения которой произведение — это результат деятельности уникального одарённого творца [11, р. 59; 14]. Соответственно, к произведениям могут применяться категории «высокого искусства» (или «искусства ради искусства»), акцентирующие отстранённость произведения и автора от повседневности и материального интереса, наличие

«автономного» творца, указание на связь с признанным «высоким искусством», уникальные и сложные эстетические качества произведения и т. д. [14; 21; 23].

Ещё одна идеология, которую выделяют исследователи, — это «институциональная идеология» (или «институциональная эстетическая теория», как её называл Г. Беккер [14]). Она строится на идее о том, что ценность произведения заключается в соотношении его эстетического содержания с контекстом его создания, а также с учетом того, какие инновации оно привносит в культурную среду [11, р. 59]³. Исследователи также выделяют категории «популярной эстетики», акцентирующей функциональность произведений и их способность вызывать эмоции и давать некоторый специфический опыт человеку, ориентированность на аудиторию и партисипаторность культурного потребления, а также ценность произведений как «развлекательной» (а не «высокой») культурной продукции [15].

Методологические подходы к исследованию эстетической легитимации и валоризации

Так как валоризация, или придание ценности культурной продукции, лежит в основе её легитимации, полезно обратить внимание на существующие подходы к анализу процессов оценивания произведений искусства и на способы выявления идеологических оснований в них. Два распространённых варианта методологии представляют собой анализ 1) текстов (как правило, рецензий критиков и журналистов) и 2) объективно фиксируемых показателей признания (продажи, награды, оценки и т. д.). Эти переменные можно совмещать в общем анализе (см., например, [8; 12; 20; 24]), однако здесь нас в большей степени интере-

³ Например, Артур Данто и его последователи осмыслили с этой точки зрения реди-мейды Марселя Дюшана (например, знаменитый «Фонтан» [14, р. 147]).

сует текстовый анализ, поэтому мы сфокусируемся на подходах к контент-анализу текстов художественных критиков.

В качестве источников данных в исследованиях валоризации произведений нередко выступают рецензии критиков в крупных медиа, посвящённых разным жанрам или направленных на широкую аудиторию, либо в престижных медиа, освещающих highbrow-искусство и пишущих для специфической аудитории с высоким уровнем культурного капитала [10; 21]. Также возможен анализ мейнстримных новостных медиа, пишущих для широкой аудитории и публикующих регулярные обзоры новинок (в частности, музыкальных) [15; 25–29]⁴. Кроме того, используются данные из малоизвестных медиа о конкретных жанрах — например, локальные фан-зины (фанатские издания), зачастую издаваемые самими исполнителями, слушателями или владельцами локальных лейблов [7; 8; 24].

Несмотря на то, что с исследованиями идеологии зачастую ассоциируются различные ответвления дискурс-анализа, формализованный контент-анализ пригоден для выявления идеологических оснований суждений, производимых социальными акторами. Исследование риторических приёмов, способствующих переопределению реальности в восприятии аудитории, можно проследить в ставших классическими работах Г. Лассуэлла (о пропаганде в мировой войне) [30] и Клемперера (о риторических приёмах в нацистской пропаганде) [31]. Более современные исследования использовали контент-анализ для таких задач, как измерение идеологизированности речей политиков и выявление их идеологических взглядов и ценностей [32], для определения различий идеологий речей представителей крупного бизнеса [33], экспликации идеологии в школьных и университетских учебниках [34], выявления различий идеологических оснований в высказываниях экспертов в СМИ [35] и др.

⁴ Например, газеты и журналы вроде New York Times или Rolling Stone.

Контент-анализ активно применяется для исследования паттернов освещения и позиционирования культурной продукции с точки зрения идеологий и различных дискурсивных категорий, а также в целом для отслеживания изменений в культурных классификациях и характеристиках суждений о культуре и искусстве. В качестве примеров можно привести исследования изменений характеристик журналистских статей и рецензий об искусстве во времени [25], исследование легитимности популярных жанров по сравнению с highbrow-искусством (например, с помощью анализа динамики освещения разных культурных жанров в крупных национальных газетах [29; 36] и применения дискурсивных категорий к ним [27]), исследования изменений классификаций культурных жанров [26; 28; 37].

Контент-анализ текстов рецензий на голливудское кино позволил увидеть, что присутствие идеологии «высокого искусства» в дискурсе американских кинокритиков стало заметнее в 1960-е – 1970-е годы, что выразилось в повышении частотности ключевых слов, характерных для этой идеологии, и совпало с институциональными изменениями поля кино, которые позволили ему легитимизироваться (появление кинофестивалей, экспликация в прессе фигуры режиссёра как автора, включение кино в университетские курсы и т. д.) [18]. Другой пример — выявление легитимации французского андерграундного рэпа в мейнстримных медиа, где жанр помещался в более широкий культурный контекст хип-хопа, указывались источники вдохновения исполнителей и национальная уникальность местных артистов, акцентировались эстетические качества музыки и музыкальные навыки артистов [24]. На примере анализа легитимации искусства «аутсайдеров» (Outsider art⁵) было показано,

⁵ Непрофессиональные художники и скульпторы в США, часто происходившие из маргинализированных слоёв населения и/или имевшие психические расстройства.

как арт-критики и исследователи подчёркивают «аутентичность», «невинность», «наивность», «чистоту» и «непосредственность» самовыражения художников [10]. Контент-анализ применялся даже в исследовании культурной легитимации гастрономии и алкоголя (например, Дж. Леллок показывает, как крафтовое пиво в 2000-х – 2010-х годах стало репозиционироваться в специализированных журналах в США с помощью применения категорий, характерных для обсуждения уже легитимированной «высокой кухни» и вина [38]).

Контент-анализ может решать задачу сравнения распространённости применения разных эстетических идеологий (например, критериев «высокого искусства» и «популярной эстетики») в рецензиях на произведения в разных обществах. К примеру, ряд исследований показывают, что популярная музыка (и другие виды популярной культуры) в Германии легитимируется в большей степени с помощью критериев «высокого искусства», так как в немецком обществе классификация культурных жанров является достаточно жёсткой даже в XXI веке. Напротив, в США и Нидерландах культурные системы менее иерархичны, и для легитимации применяются категории «популярной эстетики», акцентирующей партисипаторность прослушивания, интерес слушателя, энергичность звучания музыки и её ценность как развлекательного медиума (а не «высокого» и «вневременного» искусства) [15; 26; 27].

Самое важное преимущество контент-анализа — в его сравнительно простой формализации. Формализованный контент-анализ, помимо детального описания смыслов категорий и элементов идеологий, которые может дать качественный анализ (в частности, неформализованный дискурс-анализ), позволяет отслеживать темпоральные и кросс-секционные различия в характере суждений агентов легитимации о культурной продукции, что открывает путь к применению статистических моделей к результатам кодирования и выявлению неочевидных законо-

мерностей. Это может быть ценно для выявления соотношений применяемых категорий друг с другом и понимания их взаимосвязей с другими переменными. Кроме того, разработка строгих процедур кодирования данных позволяет сделать анализ достаточно надёжным и воспроизводимым [39–41].

Существующим исследованиям эстетической легитимации и валоризации не хватает апробации выявленных категорий на кейсах более радикальных культурных жанров. С одной стороны, такое исследование может обогатить существующие теоретические интерпретации легитимации, а с другой — дать понять, насколько имеющиеся категории применимы к анализу этих процессов в комплексной методологии, учитывающей историческую динамику валоризации искусства. Упомянувшиеся исследования мало касались настолько радикальных и проблематичных жанров, каким является нойз. В случае кейса нойза могут быть неочевидными детали применения различных идеологий для репозиционирования культурной продукции. В моей работе я пытаюсь выделить основные идеологические категории, задействованные музыкальными критиками для валоризации и легитимации нойза.

Нойз-музыка как радикальный культурный жанр

Принято считать, что жанр «нойз» появился в 1970-х годах [17], хотя трудно однозначно определить его истоки⁶. Нойз и индастриал активно развивались в Японии и Европе, с 1990-х годов — в США, где стало появляться много новых

⁶ Есть разные версии толкования культурных истоков нойза, в их числе европейский индастриал, японские андерграундные исполнители, американский альтернативный рок, шумовые эксперименты послевоенного академического авангарда [6, p. 181].

исполнителей и лейблов в этом жанре, проводилось больше фестивалей и других мероприятий [6, р. 223–227]. Незнакомому с характером звучания этого жанра читателю достаточно прослушать треки Merzbow⁷ или Masonna⁸, чтобы приблизительно представить характер его эстетического контента. Нойз-выступления известны своими радикальными и провокационными «перформансами», которые делают жанр проблематичным для нормализации и оценки с точки зрения привычных эстетических критериев⁹.

Ещё более проблематичным нойз делает абразивный характер звукового контента, представляющий собой использование в качестве основной черты звучания тембров, воспринимаемых многими людьми как «жёсткие», некомфортные для прослушивания и «немузыкальные». Тем не менее границы нойза достаточно расплывчаты, так как существуют разные поджанры нойза, смежные жанры (например, поджанры индастриала), а также практики смешения нойза с другими жанрами [6, р. 17; 7, р. 325; 17, р. 276–277; 44]. Такое разнообразие затрудняет однозначную таксономизацию объекта и выведение непротиворечивого определения. Из этого следует, что для целей эмпирического исследования определение границ объекта, основанное на их представлении в музыкальных базах данных, будет условным и не бесспорным, но в достаточной степени надёжным (см. ниже).

⁷ URL: <https://youtu.be/uaYyMaQnqzA?si=gg7YF80DsLHvWryT> (дата обращения: 15.07.2025).

⁸ URL: <https://youtu.be/zjgkSnrgQqVA?si=IVnEAvmMRKKy1-og> (дата обращения: 15.07.2025).

⁹ Например, Масо Ямадзуки (Masonna) кричит в микрофон, прыгает по сцене и бросается телом на аппаратуру [42], а группа Hanatarash наиболее известна концертом, на котором разрушила сцену экскаватором [43]).

Методология исследования

Выборка

Так как применение идеологии к валоризации продукции происходит зачастую посредством процедуры интерпретации, оценивания и обсуждения произведений, то настоящее исследование фокусируется на процессах валоризации, то есть приписывания ценности произведениям нойз-музыки. В большей степени здесь интересна работа «мейнстримных» медиа, внешних по отношению к миру искусства конкретного жанра. Тогда как даже в малоизвестных («нишевых», имеющих небольшую аудиторию) жанрах могут быть свои «внутренние» критики и медиа, специализирующиеся на конкретном жанре¹⁰, на первых этапах исследования важны внешние инстанции, работающие на более широкую аудиторию. Именно они позволяют увидеть динамику «общей валидации» жанра [29, p. 502].

В этом исследовании была предпринята попытка изучения валоризации нойз-релизов музыкальными критиками. Это самый простой и очевидный шаг на пути к последовательному анализу эстетически радикального и слабо институционализированного культурного жанра, потенциально позволяющий выявить паттерны его легитимации среди широкой аудитории [8, p. 126]. Для проведения пилотного исследования в качестве источника данных был выбран онлайн-ресурс Pitchfork.com.

Pitchfork — интернет-издание о популярной музыке, основанное в 1996 году. Издание изначально фокусировалось на «независимой музыке», однако сейчас освещает творчество как исполнителей из «независимых» музыкальных сцен [39], так и

¹⁰ Например, в прогрессивном роке [8, p. 117] или андерграундном хип-хопе до его активной популяризации [24] были и сохраняются критики, пишущие в небольших специализированных изданиях (в том числе «фанзинах» — фанатских изданиях, выпускаемых энтузиастами) или специализированных онлайн-ресурсах.

мейнстримных поп-артистов. Помимо публикации рецензий и других статей, Pitchfork также проводит свой ежегодный музыкальный фестиваль, куда самостоятельно отбирает артистов. Считается, что рецензии этого издания могут иметь влияние на признание и популярность артистов у сравнительно широких аудиторий слушателей [20].

Тексты на Pitchfork написаны профессиональными авторами с использованием неформального стиля [20, р. 884]. В каждой рецензии автор ставит оценку релизу по шкале от 1 до 10 с десятичными долями. Существуют также «мультиревью» — рецензии, в которых обозреваются сразу два или более релиза и которые, соответственно, содержат более чем одну оценку (на данном этапе «мультиревью» не делились на отдельные строки в датасете и анализировались как одна рецензия).

Выборка исследования была сконструирована из соображений релевантности наблюдений исследовательскому объекту [39, р. 119]. Отбирались тексты, посвящённые релизам тех артистов, которых предварительно можно обозначить как нойз-артистов. Для этого сперва был составлен их потенциальный список: загружен датасет с релизами с сайта Discogs.com — самой крупной базы данных музыки в мире (он публикует свои датасеты ежемесячно в открытом доступе¹¹; для исследования использовался датасет за январь 2024 года). Для разметки жанровой принадлежности релизов в Discogs используются атрибуты Genre — общее направление музыки (например, Electronic) и Style — конкретная принадлежность к жанрам или поджанрам (например, harsh noise wall). На Discogs релизы нередко добавляются самими авторами или издающими их музыку лейблами. Это позволяет иметь некоторую (хотя и неточную) уверенность в том, что эти данные могут отразить

¹¹ URL: <https://discogs-data-dumps.s3.us-west-2.amazonaws.com/index.html> (дата обращения: 15.07.2025).

границы нойза хотя бы приблизительно так, как это понимают сами вовлечённые акторы.

Из общего массива релизов были отобраны те, что содержат релевантные значения по полю Style. В качестве релевантных значений были приняты ‘Noise’, ‘Power Electronics’, ‘Harsh Noise Wall’, ‘Rhythmic Noise’, ‘Noisecore’ (в их определении помогла страница с Wikidata¹², содержащая список музыкальных жанров и поджанров и соответствующих им тегов в музыкальных базах данных). Были отобраны релизы, у которых в списке значений по полю Style встречался минимум один из релевантных поджанров. Впоследствии был составлен список из 827 артистов, исполняющих эти релизы.

С помощью библиотеки requests на Python подавались запросы на Pitchfork по каждому из указанных артистов и выгружались все тексты и метаданные рецензий на все релизы артиста, которые имелись на сайте. Так как у каждого артиста, упоминаемого на Pitchfork, есть своя страница, то на ней можно найти все имеющиеся рецензии на релизы с участием этого артиста. Были собраны только рецензии на релизы, так как в них в большей степени могут проявиться категории валоризации произведений и жанра в целом [15, р. 404]; статьи других видов не собирались.

В результате была получена выборка из 188 рецензий. После удаления рецензий на релизы нескольких артистов, не являвшихся нойз-артистами или артистами смежных жанров¹³, выборка сократилась до 148 рецензий.

Объёмы текстов варьируются от 2 274 до 9 325 знаков (среднее — 4 379 знаков, медиана — 4 084 знака). Рецензии были опубликованы в период с 2000 по 2024 годы, больше всего — в период с 2005 по 2008 годы.

¹² URL: https://www.wikidata.org/wiki/Wikidata:WikiProject_Music/Lists/Music_genres_by_external_identifiers (дата обращения: 15.07.2025).

¹³ The Flaming Lips, Diplo, M. I. A.

Процедура контент-анализа: кодирование текстов

Для проведения контент-анализа тексты рецензий были закодированы вручную. В качестве единиц кодирования выступали фразы (вплоть до предложений или абзацев в тех случаях, где это уместно), содержащие концептуально релевантную тематическую категорию [39, р. 349–350]. Один код никогда не превышал абзаца по объёму охватываемой цитаты. Одна фраза могла кодироваться разными непересекающимися кодами, что позволило строить таблицы совместной встречаемости кодов (code co-occurrence в ATLAS.Ti) и интерпретировать их содержательные соотношения, пристальнее наблюдая эту сторону валоризации нойза.

Для кодирования были определены несколько релевантных категорий верхнего уровня. Я позаимствовал категории романтической идеологии искусства («идеологии автономного искусства»), или «критериев высокого искусства») из анализа легитимации рок-музыки, проведённого Мотти Регевом [21], а также из некоторых других эмпирических исследований [4; 15; 18; 19]. Идеология автономного искусства подразумевает несколько дискурсивных элементов при оценивании и интерпретации музыки:

- указание на формально-эстетическую «утончённость» (sophistication) произведений;
- философские, социальные, психологические или эмоциональные значения произведений (в рамках исследования они интерпретировались как содержание музыки, не относящееся к её звуковому контенту напрямую);
- указание на автономную творческую сущность — автора, имеющего особые навыки эстетического производства [7, р. 334] и создающего произведения исходя из собственных эстетических устремлений и «ради искусства», а не из соображений практической полезности или коммерческого успеха [21, р. 86].

Эти категории верхнего уровня уточнялись и наполнялись более конкретным и потенциально эвристичным содержанием. В отличие от многих существующих исследований, мы кодировали не просто наличие или отсутствие категории в текстовом документе, но и каждое её вхождение в корпусе текстов [53, р. 417]. Это даёт потенциально более детальную и сложную картину валоризации и легитимации.

Хотя в последние годы исследователи пишут о том, что использование категорий «высокого искусства» — это не единственный способ дискурсивно легитимировать жанры, и популярная музыка активно рассматривается критиками с точки зрения категорий «популярной эстетики» [45], мы решили остановиться именно на критериях «высокого искусства», так как нойз больше, чем другие жанры популярной музыки, близок к академическому авангарду и исторически связан с практиками, относимыми к *highbrow*-искусству [6].

Для пилотного анализа были отобраны 39 текстов (исходя из соображений релевантности). Так как многие артисты работают на стыке разных жанров, сперва отбирались рецензии на работы тех из них, кто эстетически ближе к нойзу, а также кодировались сразу все рецензии на релизы конкретного артиста. После первичной кодировки была составлена кодировочная таблица для обработки оставшегося корпуса текстов. В результате получилась система категорий (см. Приложение 1), и кодировочный лист¹⁴.

Были использованы частоты встречаемости кодов в размеченном корпусе текстов, в результате чего в ATLAS.Ti удалось построить таблицу нормализованного распределения кодов верхнего уровня (см. таб. 1). Нормализация осуществлялась с помощью корректировки количества закодированных фрагментов текста, где в качестве бенчмарка бралось наибольшее коли-

¹⁴ URL: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LzposyQgFnHXSSuLq5e6YPU0o6QNiWPY/edit?usp=sharing&ouid=106500377638139197164&rtpof=true&sd=true> (дата обращения: 15.07.2025).

чество закодированных фрагментов текста в документе. Эта процедура позволяет сгладить эффект неравного количества кодов в разных документах (который, в частности, может наблюдаться из-за неравной длины текстов).

Для выявления категорий, используемых для описания одних и тех же фрагментов текста (и, следовательно, потенциально связанных семантически), был использован коэффициент совместной встречаемости кодов (далее по тексту C), вычисляемый в ПО ATLAS.Ti по формуле:

$$C = n_{12} / (n_1 + n_2 - n_{12}),$$

где n_{12} — число случаев совместной встречаемости кодов 1 и 2; n_1 — число встречаемости кода 1; n_2 — число встречаемости кода 2. Этот коэффициент позволил дополнить картину использования риторических приёмов музыкальными критиками.

Результаты пилотного исследования

Ниже представлены предварительные результаты анализа, проведённого по итогам кодирования пилотной подвыборки текстов. Там, где это необходимо, в скобках даются значения коэффициентов совместной встречаемости кодов C (таблицу совместной встречаемости кодов можно найти по ссылке¹⁵). Частоты встречаемости кодов нижнего уровня можно также найти в таблице по ссылке¹⁶. Для иллюстрации категорий я привожу цитаты из проанализированных текстов там, где это уместно.

¹⁵ URL: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1AoqW0hpukNhhQtFu_enosszloBCyLYSp/edit?usp=sharing&ouid=106500377638139197164&rtpof=true&sd=true (дата обращения: 15.07.2025).

¹⁶ URL: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1K7wmWwGue2IBMeNICxmyhJFtqFFsAX6i/edit?usp=sharing&ouid=106500377638139197164&rtpof=true&sd=true> (дата обращения: 15.07.2025).

Звуковое содержание релизов

Обсуждение звуковых характеристик и элементов превалирует в рецензиях нойз-релизов (встречается в 40% от всех закодированных фрагментов текста) (таб. 1) и, вместе с выделением фигуры творца, присутствует во всех закодированных документах (таб. 2). Это ожидаемо, так как суждениям о музыке свойственен акцент на звучании произведений (особенно в специализированном музыкальном медиа). Однако это также позволяет говорить о том, что критики склонны интерпретировать нойз, скорее, как музыку, то есть вид искусства, опирающийся главным образом на звучание (а не на перформативный сценический эпатаж, например). Это особенно актуально, если учесть «анти-музыкальные» коннотации эстетического содержания жанра и его позиционирования рядом самих артистов¹⁷.

Таблица 1

ЧАСТОТА ВСТРЕЧАЕМОСТИ КОДОВ ВЕРХНЕГО УРОВНЯ

Категория	Частота встречаемости кодов в корпусе текстов (в % от числа всех закодированных фрагментов)
Звуковое содержание релиза	40.23%
Выделение фигуры творца	30.54%
Восприятие содержания релиза	19.62%
Внезвуковые смыслы релиза	6.11%
Названия и тексты треков	3.26%

¹⁷ Например, Дэвид Новак отмечает, что некоторые японские нойз-артисты эксплицитно заявляют о своём творчестве как о чём-то не связанном с музыкой и музыкальными традициями [6].

Таблица 2

ДОЛИ ДОКУМЕНТОВ, ИМЕЮЩИХ КОДЫ ВЕРХНЕГО
УРОВНЯ, В ЗАКОДИРОВАННОМ КОРПУСЕ ТЕКСТОВ

Категория	Число документов, содержащих категорию (в % от числа всех закодированных документов)
Выделение фигуры творца	100.0%
Звуковое содержание релиза	100.0%
Восприятие содержания релиза	97.4%
Внезвуковые смыслы релиза	53.8%
Названия и тексты треков	41.0%

Акцентирование драматургии звукового контента, нередко используемое в рецензиях¹⁸, указывает на структурное и аналитическое восприятие нойз-музыки. Эта категория подразумевает, что критики в рецензиях на релизы выделяют темпоральное изменение свойств звукового контента, что видно из сравнительно частой встречаемости кодов, обозначающих обсуждение драматургии и выделение звуковых характеристик релиза ($C = 0.2$). Кроме того, практически каждый релиз деконструируется на составляющие элементы, и критики рассматривают звуковое содержание и характеристики треков отдельно ($C = 0.48$), указывая на их сходства и различия и сравнивая их качество. Обсуждается также драматургия отдельных треков, о чём свидетельствует сравнительно частая совместная встречаемость соответствующих кодов ($C = 0.31$). Наличие этой категории аналогично выявленной Ш. Бауманном «интеллектуализации» восприятия кинематографа в американской прессе в XX веке, в результате которой критики в рецензиях на фильмы стали использовать аналитические понятия и содержательно интерпретировать произведения [4; 18].

¹⁸ См. «Драматургия звукового содержания» в таблице частот кодов нижнего уровня.

В качестве эстетических достоинств звукового контента в некоторых текстах (6 документов, или 15% от закодированной подвыборки) эксплицировались категории эстетической сложности и детализированности звукового контента релиза, а также категория неожиданности характеристик звучания релиза (пусть и в менее 1% случаев (см. таблицу частоты встречаемости кодов)). Эти категории могут сочетаться, когда сложность и продуманность релиза воспринимаются как неожиданное качество релиза ($C = 0.14$).

При обсуждении звукового содержания релизов упоминаются названия жанров и характерных для них эстетических конвенций или свойств, которые релиз может заимствовать или, наоборот, которыми он может пренебрегать ($C = 0.09$ для встречаемости с кодом «Характеристики звучания и звуковые элементы релиза» и $C = 0.1$ для встречаемости с кодом «Отдельное оценивание/сопоставление треков»). Благодаря этому произведения так или иначе встраиваются в более широкие контексты легитимированных направлений музыки. Часто это происходит в общем случае, но иногда с акцентированием конкретных элементов эстетического контента:

И в этом смысле альбом, возможно, является одним из самых архетипичных альбомов Merzbow, наиболее решительно и неисправимо не желающим разбавляться фри-джазом, индастриалом, этнической музыкой или конкретной музыкой (musique concrete) (рецензия “Merzbow – Pulse Demon / Animal Magnetism”).

Аналогично, релизы в своём содержании сравниваются с работами других артистов, в том числе тех, кто не играет музыку в жанре нойз (особенно при детализированном рассмотрении отдельных треков ($C = 0.15$)). Благодаря таким риторическим фигурам нойз-релизы дискурсивно помещаются в контекст более широких конвенций и традиций, соотносятся с контекстом

музыки и искусства и преподносятся как произведения, которые можно рефлексировать как музыкальные, соотносимые с различными музыкальными традициями и течениями.

Фигура артиста

Более 30% закодированных фрагментов текстов содержат категории выделения фигуры творца, то есть артиста. Критики могут выделять отличительные черты стиля артиста и его творчества в целом (в 4.6% случаев), также указывая на изменения стиля и характеристик творчества со временем (в 3.8% случаев¹⁹):

Но [творчество исполнителя] Prurient также по-прежнему определяется ощущением постоянной эволюции, и, возвращаясь к самым ранним истокам, [альбом] Rainbow Mirror ощущается как новая арка в истории Prurient. Что будет дальше — еще предстоит узнать (рецензия “Prurient – Rainbow Mirror”).

Артикулирование «эволюции» творчества артиста можно рассматривать как риторическую попытку выстраивания историчности фигуры артиста, что может быть важным наблюдением в свете того, что нередко выстраивание критиками историчности жанров может свидетельствовать об их легитимации [2]. Другой показатель, который можно рассматривать как формирование историчности артиста, — это артикуляция его биографии, касающаяся не изменений эстетического содержания творчества, а биографии личности, группы, хронологического перечисления выступлений, выпущенных релизов и т. д. (3% случаев).

Также в качестве риторического приёма выстраивания фигуры творца можно выделить репрезентацию его релизов как целостного корпуса художественных текстов, имеющего свои

¹⁹ См. «Стиль артиста в целом» и «Эволюция творчества артиста» соответственно в таблице частот кодов нижнего уровня.

эстетические особенности. Это достигается за счёт сравнения обсуждаемого в рецензии релиза с другими релизами артиста, что в некоторых случаях происходит на детализированном уровне сопоставления треков ($C = 0.09$ для соответствующих кодов). Особенно ярко здесь выражено выделение выдающегося в дискографии релиза, выступающего на фоне большинства остальных. Этот релиз, по мнению критиков, вовсе не обязательно «лучший», но в некотором смысле особенный по каким-либо параметрам (в том числе наиболее детализированный и сложный ($C = 0.09$ для кодов «Сложность/детализированность звукового содержания релиза» и «Выдающийся в дискографии релиз»)).

Выделение дискретного и автономного творца [18; 21; 24] происходит также за счёт сравнения содержания релиза с содержанием работ других артистов и за счёт прямого сравнения творчества и стиля обсуждаемого артиста с творчеством других артистов. В последнем случае стиль и творчество рассматриваются обобщённо, а не в терминах конкретных произведений, что также указывает на восприятие творчества как целостного корпуса художественных текстов.

Указание на фигуру творца усиливается за счёт выделения некоторых артистов как значимых для жанра или конкретной сцены, влиятельных или просто в чём-то отличающихся от остальных артистов (2.7% случаев). Кроме того, когда релиз был записан не одним человеком, в рецензиях рефлексировался вклад участвующих артистов (или исполнителей, составляющих музыкальный коллектив) в общий результат при рассуждениях о звуковых характеристиках релиза ($C = 0.15$) и при оценивании отдельных треков ($C = 0.15$).

Внезвуковые смыслы релиза

Кодом «Внезвуковые смыслы релиза» были обозначены те фрагменты рецензий, в которых есть указание на семантику и значения, не касающиеся напрямую звукового контента, но, по

мнению критика, передаваемые релизом. Например, рецензия может эксплицировать посвящение релиза теме эрозии почвы и «надвигающейся экологической катастрофы»:

В дебютном совместном альбоме Coastal Erosion оба артиста затрагивают тему кризиса, представив музыкальные интерпретации земли, оказавшейся под угрозой (рецензия “Merzbow / Vanity Productions – Coastal Erosion”).

Эти «незвуковые» значения также порой артикулируются с точки зрения их пересечений со звуковым содержанием релиза ($C = 0.05$) и названиями и текстами треков ($C = 0.13$). Смыслы, передаваемые в релизах, расширяются за счёт использования метафор и артикуляции ассоциативных образов, связанных с релизом ($C = 0.09$), которые, в свою очередь, могут упоминаться при отдельном оценивании треков ($C = 0.26$), драматургии звукового контента ($C = 0.17$) и звуковых характеристик релиза в целом ($C = 0.13$). Таким образом, помимо непосредственно характеристик звучания релизов, тексты рецензий эксплицируют, пусть и не очень отчётливо, внеэстетические значения, которые может «нести» в себе музыка [21].

В ходе анализа я также индуктивно выделил крупную категорию восприятия содержания релиза. Здесь артикулируется эстетическая специфичность нойз-релизов в восприятии критиков, что можно увидеть в категориях доступности релиза для восприятия, необходимости компетенций или некоторой подготовки для прослушивания релиза, а также в рассуждении о способности некоторых релизов быть «введением» в нойз или в творчество конкретного артиста для неподготовленного слушателя. Хотя категория доступности восприятия встречается редко (не более 3.5% случаев (см. таблицу встречаемости кодов нижнего уровня)), её наличие может служить указанием на проблематичность эстетического контента нойза, которая при этом

не препятствует интерпретации релизов как музыкальных произведений, соотносимых с произведениями легитимированных жанров. Кроме того, эти категории указывают на возможность использования критиками критериев «популярной эстетики» для легитимации жанра наравне с критериями «высокого искусства», так как акцент на опыт слушателя является свидетельством пересечения используемых критиками категорий с категориями «популярной эстетики» [15].

Обсуждение: оценка предварительных результатов, ограничения и направления дальнейшего анализа

С помощью изложенной концептуальной рамки удалось разработать инструментарий для дальнейшего исследования — кодировочный лист для контент-анализа текстов музыкальных критиков. Кроме того, с помощью анализа удалось выделить некоторые паттерны легитимации и валоризации нойза музыкальными критиками в их рецензиях.

Артикуляция звуковых характеристик релиза и выделение фигуры творца имеют большое значение в обсуждении нойза критиками. Помещение нойз-релизов в контекст других музыкальных произведений, артистов и жанров позволяет говорить, что нойз (с точки зрения критиков) возможно рассматривать в качестве как минимум части более широкого мира популярной музыки. Всё вместе это свидетельствует о наличии дискурсивного элемента легитимации, заключающегося в репозиционировании культурных продуктов с точки зрения принятых категорий [11; 13], а именно с точки зрения причисления нойза к музыке. Динамику встречаемости такого рода риторических приёмов (например, отсылки к жанровым конвенциям) необходимо проверить на данных, репрезентирующих более длительный период.

Аналогично можно предположить, что критики со временем стали уделять больше внимания структурным элементам звукового контента (как это было с голливудским кино в США [18]).

В рецензиях активно используются категории идеологии «автономного искусства»: подчёркивание эстетических звуковых качеств, отчётливое выделение фигуры автономного творца (сравниваемого с другими творцами) вкупе с выделением историчности творчества артиста (в указании на «эволюцию» его характеристик) и выделение «незвуковых» значений, передаваемых произведениями. При этом в рецензиях сохраняется репрезентация нойза как проблематичной культурной продукции (в частности, требующей некоторой подготовки и компетенции от слушателя), и полная нормализация жанра пока не достигается.

Внимание к применению критериев «высокого искусства» в анализе оправдано, так как они ярко проявляются в рецензиях. Особенно интересным представляется код «Сложность/детализированность звукового содержания релиза», косвенно указывающий на категории качества и ценности музыки, используемые критиками. Однако пока неясным остаётся, есть ли какой-либо тренд в частоте встречаемости этих категорий, что выявляется с помощью анализа этих категорий в динамике.

Можно заметить присутствие категорий, характерных для «популярной эстетики», в частности, экспликацию опыта прослушивания и испытываемых (потенциальным) слушателем эмоций. Это указывает на то, что паттерны легитимации нойз-музыки могут быть не столь монолитными, как ожидалось. Возможно, в исследованиях подобного рода жанров логично добавлять в анализ другие категории «популярной эстетики», особенно акцентирующей опыт слушателя и его эмоциональную реакцию (см. подробнее [15; 45]). Это может дополнить картину стратегий легитимации и валоризации, которые применяют критики по отношению к нойзу.

Кодирование каждого вхождения категорий в тексты позволяет детально отслеживать присутствие этих дискурсивных приёмов и динамику их проникновения в критический дискурс о нойзе. При этом встречаемость некоторых категорий в корпусе текстов имеет смысл бинаризовать, то есть подсчитывать только число текстов, в которых эти коды встречаются, а не число всех вхождений. Это касается кода «Звуковое содержание релиза»: частота его встречаемости в тексте зависит от количества обсуждаемых в рецензии треков (которое зависит от количества треков в составе релиза) и мало что показывает само по себе. Для анализа совместной встречаемости кодов, тем не менее, не-бинаризованное кодирование может быть вполне уместным и продуктивным, особенно для анализа в динамике.

На данном этапе есть ряд факторов, ограничивающих выводы пилотного анализа. В первую очередь, это упомянутая нечёткость границ и дефиниции жанра. На практике эта нечёткость выражается в смешении жанра «нойз» с другими жанрами музыки (звуковой контент которых может отличаться от нойза) и, как следствие, в некоторой звуковой гетерогенности нойза [6, р. 6; 117]²⁰. Вследствие этого в некоторых релизах нойз-исполнителей могут встречаться звуковые элементы, характерные для более легитимированных и привычных (как для слушателей, так и для критиков) жанров. Например, сравнительно высоко оценённый критиками Pitchfork (7 из 10) альбом исполнителя Prurient «Bermuda Drain», согласно базе данных Discogs, помимо жанров Noise и Power Electronics, также принадлежит к жанрам EBM (electronic body music) и Darkwave. Степень легитимированности этих жанров — вопрос эмпирический, однако есть риск того, что наличие

²⁰ Кроме того, нет никакой чёткой классификации относительно того, какие формы нойза можно считать наиболее парадигмальными. Можно лишь интуитивно и на основе общих соображений предположить, какие они могут быть (например, поджанры *harsh noise* и *harsh noise wall* и творчество таких артистов, как Merzbow и Vomir).

более конвенциональных звуковых элементов у такого альбома как «Bermuda Drain» (например, ритм, партия ударных, вокал и т. д.) может быть фактором более высокой его оценки или применения к нему категорий «высокого искусства».

Преодоление этого ограничения за счёт отбора только «чистых» форм жанра нойз (даже если удастся их определить) вряд ли целесообразно, так как может существенно сузить потенциальную выборку рецензий. Другое потенциальное решение — это попытка контроля влияния жанра на присутствие риторических категорий в рецензиях, что видится перспективным, но требует больше данных для анализа.

Ещё одно ограничение связано с тем, что трудно статистически проверить взаимосвязь присваиваемых в ATLAS.Ti кодов. Отчасти это можно преодолеть с помощью преобразования таблиц кодов и применения к ним классических методов анализа линейной связи: таблиц сопряжённости с хи-квадратом и коэффициента корреляции Пирсона. В Прил. 2 описаны несколько способов такого анализа на имеющихся закодированных данных. Например, анализ по таблице вида «код-цитата» на пилотных данных показал, что значима связь между кодами, обозначающими следующее: обсуждение драматургии и выделение звуковых характеристик релиза; выделение звуковых характеристик релиза и отдельное сопоставление треков; доступность релиза для восприятия и необходимость компетенций для его прослушивания; и между некоторыми другими рассмотренными парами кодов (см. Прил. 2, таб. 8). Рассмотреть перспективы такого анализа подробнее в этой статье нет возможности, однако можно предположить, что сбор дополнительных данных мог бы сделать анализ в представленной методологии более надёжным и точным, а выводы более воспроизводимыми.

Несмотря на ограничения, пилотный анализ показывает, что контент-анализ позволяет фиксировать элементы художественных идеологий в легитимации и валоризации культурного жанра,

в том числе такого радикального, как нойз. Хотя представленный анализ был осуществлён на небольшой выборке, апробированная методика позволяет масштабировать его на более объёмные массивы и проводить кросс-секционный и темпоральный анализ.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Levine L. W.* Highbrow Lowbrow: The emergence of cultural hierarchy in America (The William E. Massey Sr. Lectures in the History of American Civilization). Harvard University Press, 1990. 306 p. ISBN: 0-674-39077-6.
2. *Lopes P. D.* The Rise of a Jazz Art World. Cambridge University Press, 2002. 308 p. DOI: 10.1017/CBO9780511489495. ISBN: 9780511489495.
3. *Battani M.* Organizational fields, cultural fields and art worlds: the early effort to make photographs and make photographers in the 19th-century United States of America // *Media, Culture and Society*. SAGE Publications Ltd. 1999, vol. 21, № 5. P. 601–626.
4. *Baumann S.* Intellectualization and art world development: Film in the United States // *American Sociological Review*. 2001, vol. 66, № 3. P. 404–426. DOI: 10.2307/3088886.
5. *Lena J. C., Peterson R. A.* Classification as culture: Types and trajectories of music genres // *American Sociological Review*. 2008, vol. 73, № 5. P. 697–718. DOI: 10.1177/000312240807300501.
6. *Novak D.* *Japanoise: Music at the Edge of Circulation*. Duke University Press, 2013. 305 p.
7. *Atton C.* Fan discourse and the construction of noise music as a genre // *Journal of Popular Music Studies*. 2011, № 23(3). P. 324–342. DOI: 10.1111/j.1533-1598.2011.01296.x.
8. *Dowd T. J., Ryan T., Schmutz V., Parris D.* Retrospective consecration beyond the mainstream: The creation of a progressive rock canon // *American Behavioral Scientist*. 2021, vol. 65, № 1. P. 116–139. DOI: 10.1177/0002764219865315.
9. *Ay Y. E.* Spotify Dataset 1921–2020, 600k+ Tracks. Kaggle, 2021.
10. *Alexander V. D., Bowler A. E.* Contestation in aesthetic fields: Legitimation and legitimacy struggles in outsider art // *Poetics*. 2021, Vol. 84. P. 101485. DOI: 10.1016/j.poetic.2020.101485.
11. *Baumann S.* A general theory of artistic legitimation: How art worlds are like social movements // *Poetics*. 2007, vol. 35, № 1. P. 47–65. DOI: 10.1016/j.poetic.2006.06.001.
12. *Schmutz V.* Retrospective cultural consecration in popular music: Rolling

Stone's greatest albums of all time // *American Behavioral Scientist*. 2005, vol. 48, № 11. P. 1510–1523. DOI: 10.1177/0002764205276617.

13. Бурдье П. Поле литературы // *Новое Литературное Обозрение*. 2000, № 45(5). С. 22–87.

14. Becker H. S. *Art worlds*, 25th Anniversary edition. University of California Press, 2008. 440 p. ISBN: 9780520256361.

15. Van Venrooij A., Schmutz V. The Evaluation of Popular Music in the United States, Germany and the Netherlands: A Comparison of the Use of High Art and Popular Aesthetic Criteria // *Cultural Sociology*. 2010, vol. 4, № 3. P. 395–421. DOI: 10.1177/1749975510385444.

16. Фролов М. Креативность в перформативном искусстве: Создание ной-музыки как социальное действие: Рукопись ВКР бакалавра. М., 2023. 172 с.

17. Klett J., Gerber A. The meaning of indeterminacy: Noise music as performance // *Cultural Sociology*. 2014, vol. 8, № 3. P. 275–290. DOI: 10.1177/1749975514523936.

18. Baumann S. *Hollywood highbrow: From entertainment to art*. Princeton University Press, 2007. 256 p. ISBN: 9780691125275.

19. Schmutz V. Cultural consecration and the creation of canons // *The Routledge Companion to Popular Music History and Heritage*. Routledge, 2018. 9 p. ISBN: 9781315299310.

20. Light R., Odden C. Managing the boundaries of taste: Culture, valuation, and computational social science // *Social Forces*. 2017, vol. 96, № 2. P. 877–908. DOI: 10.1093/sf/sox055.

21. Regev M. Producing artistic value: The case of rock music // *Sociological Quarterly*. 1994, vol. 35, № 1. P. 85–102. DOI: 10.1111/j.1533-8525.1994.tb00400.x.

22. Гирц К. Интерпретация культур. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. 560 с. ISBN: 5-8243-0474-2.

23. DeNora T. Music as agency in Beethoven's Vienna // *Myth, Meaning and Performance*. Routledge, 2006. 18 p. ISBN: 9781315633343.

24. Hammou K. Mainstreaming French rap music. Commodification and artistic legitimation of othered cultural goods // *Poetics*. 2016, № 59(3). P. 67–81. DOI: 10.1016/j.poetic.2016.05.002.

25. Heikkilä R., Gronow J. Stability and change in the style and standards of European newspapers' arts reviews, 1960–2010 // *Journalism Practice*. 2018, vol. 12, № 5. P. 624–639. DOI: 10.1080/17512786.2017.1330664.

26. Janssen S., Verboord M., Kuipers G. Comparing cultural classification // *Köln. Z. Für Soziol. Sozialpsychologie* Print. 2011, vol. 63, № 51. P. 139–168.

27. Koreman R. Legitimizing local music: Volksmuziek, hip-hop/rap and dance music in Dutch elite newspapers // *Cultural Sociology*. 2014, vol. 8, № 4. P. 501–519. DOI: 10.1177/1749975514546364.

28. *Purhonen S., Heikkilä R., Hazir I. K., Lauronen T., Rodríguez C. J. F., Gronow J.* Enter culture, exit arts? The transformation of cultural hierarchies in European newspaper culture sections, 1960–2010. Taylor & Francis, 2018. 274 p. ISBN: 9781138740556. DOI: 10.4324/9781315183404.

29. *Schmutz V., Van Venrooij A., Janssen S., Verboord M.* Change and continuity in newspaper coverage of popular music since 1955: Evidence from the United States, France, Germany, and the Netherlands // *Popular Music & Society*. 2010, vol. 33, № 4. P. 501–515. DOI: 10.1080/03007761003694290.

30. *Лассуэлл Г. Д.* Техника пропаганды в мировой войне. М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2021. 237 с. ISBN: 978-5-248-00976-3.

31. *Клемперер В. ЛП.* Язык третьего рейха. Записная книжка филолога. М.: Прогресс-Традиция, 1998. 167 с. ISBN: 5-89493-016-2.

32. *Coffey D.* Measuring gubernatorial ideology: A content analysis of state of the state speeches // *State Politics & Policy Quarterly*. 2005, vol. 5, № 1. P. 88–103. DOI: 10.1177/153244000500500105.

33. *Seider M. S.* American big business ideology: A content analysis of executive speeches // *American Sociological Association*. 1974, vol. 39, № 6. P. 802–815. DOI: 10.2307/2094154.

34. *Buacharoon T.* Content analysis: A study of the continuity and change in Thai ideology. University of Illinois at Urbana-Champaign, 1979. 156 p.

35. *Welch M., Fenwick M., Roberts M.* State managers, intellectuals, and the media: A content analysis of ideology in experts' quotes in feature newspaper articles on crime // *Justice Quarterly*. 1998, vol. 15, № 2. P. 219–241. DOI: 10.1080/07418829800093721.

36. *Jensen K. B., Larsen P.* The sounds of change: Representations of music in European newspapers 1960–2000 // *Media, Markets, & Public Spheres*. 2010, vol. 7. P. 249–265.

37. *Hitters E., van de Kamp M.* Tune in, fade out: Music companies and the classification of domestic music products in the Netherlands // *Poetics*. 2010, vol. 38, № 5. P. 461–480. DOI: 10.1016/j.poetic.2010.07.004.

38. *Lellock J. S.* Crafting legitimacy: Status shifts, critical discourse, and symbolic boundaries in the cultural field of craft beer in the United States from 2002 to 2017. 2020.

39. *Krippendorff K.* Content analysis: An introduction to its methodology. SAGE Publications, 2018. 473 p.

40. *Neuendorf K. A.* The Content analysis guidebook. SAGE Publications, 2017. 238 p. ISBN: 9781412979474. DOI: 10.4135/9781071802878.

41. *Prior L.* Content analysis // *The Oxford Handbook of Qualitative Research*. 2020, P. 540–468. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190847388.013.25.

42. Simonlerin.Masonna//YouTube[сайт].2012.URL:<https://www.youtube.com/watch?v=GQUvii8wpCs> (дата обращения: 15.07.2025).
43. *Dayman L.* Hanatarash: The story of Japan's most dangerous band // Culture Trip [сайт]. 2017. URL: <https://theculturetrip.com/japan/articles/hanatarash-the-story-of-japans-most-dangerous-band/> (дата обращения: 15.07.2025).
44. *Hegarty P.* Noise/Music: A history. 1st edition. New York: Continuum, 2007. 232 p. ISBN: 9780826417275.
45. *Frith S.* Performing rites: On the value of popular music. Harvard University Press, 1996. 364 p. ISBN: 0-674-66195-8.
46. Noisepaper. NOISEPAPER ZINE: Григорий Аворин (Noise, Russia) // NOISEPAPER ZINE [сайт]. 2016. URL: <http://noisepaperzine.blogspot.com/2016/06/noise-russia.html> (дата обращения: 15.07.2025).
47. *Li Z.* Immorality and transgressive art: An argument for immoralism in the philosophy of art // Philosophical Quarterly. 2021, vol. 71, № 3. P. 481–501. DOI: 10.1093/pq/pqaa069.
48. UnARTigNYC. Vomir live at Mains d'Œuvres Paris 2022 // YouTube [сайт]. 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y45d3НАНОaQ> (дата обращения: 15.07.2025).
49. Boiler Room. Merzbow Boiler Room Tokyo Live Set // YouTube [сайт]. 2014. URL: https://www.youtube.com/watch?v=fR_8gpJCT4I (дата обращения: 15.07.2025).
50. *Иванов К., Кабардин Н.* Папа Срапа // Кинопоиск [сайт]. 2021. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/4446102/> (дата обращения: 15.07.2025).
51. *Pouncy E.* Consumed by noise // The Wire. 2000. P. 26–33.
52. *Latatara J.* Laptop composition at the turn of the millennium: Repetition and noise in the music of Oval, Merzbow, and Kid606 // Twentieth century music. 2010, vol. 7, № 1. С. 91–115. DOI: 10.1017/S1478572211000065.
53. *Bourdieu P.* The field of cultural production, or: The economic world reversed // Poetics. 1983, vol. 12, № 4-5. P. 311–356. DOI: 10.1016/0304-422X(83)90012-8.
54. *Woods P.* A Beginner's guide to noise music // Hard Noise [сайт]. 2019. URL: <https://noise.thehardtimes.net/2019/07/03/a-beginners-guide-to-noise-music/> (дата обращения: 15.07.2025).
55. *Smith N.* The splinter in your ear: Noise as the semblance of critique // Culture, Theory & Critique. 2005, vol. 46, № 1. P. 43–59.
56. FURFUR. Только для смелых: Как начать слушать нойз, сложную шумовую музыку // FURFUR [сайт]. 2015. URL: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/179215-kak-nachat-slushat-shumovuyu-muzyku> (дата обращения: 15.07.2025).
57. *Видар Я.* Кали-Югенд Русского Шума. М.: Тотенбург, 2019. 432 с. ISBN: 978-5-9216-2313-2.

58. Витгенштейн Л. Философские исследования. М.: Издательство «АСТ», 2018. 333 с. ISBN: 978-5-17-115096-9.

59. *Dimaggio P.* Cultural boundaries and structural change: The extension of the high-culture model to theatre, opera, and the dance, 1900-1940 // *Cultivating Differences* / ed. by M. Lamont, M. Fournier. Chicago: University of Chicago Press, 1992. 326 p. ISBN: 9780226468136.

60. Merzbow – тема. Woodpecker No. 1 (Remastered) // YouTube [сайт]. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jkDd1DyPzIU> дата обращения: 15.07.2025).

61. *Karpik L.* Valuing the unique: The economics of singularities. Princeton University Press, 2021. 288 p. ISBN: 9780691137100.

62. *Holt F.* Genre in popular music. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2007. 224 p. ISBN: 0-226-35039-8.

63. *Scheff T. J.* Toward a sociological model of consensus // *American Sociological Review*. 1967, vol. 32, № 1. P. 32–46.

64. *Zelditch M.* Processes of legitimation: Recent developments and new directions // *Social Psychology Quarterly*. 2001, vol. 64, № 1. P. 4–17. DOI: 10.2307/3090147.

65. *Сибрук Д.* Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2012. 240 с. ISBN: 978-5-91103-765-9.

66. *Sperber D.* Explaining culture: A naturalistic approach. 1st edition. Oxford, UK ; Cambridge, Mass: Blackwell Publishers, 1996. 184 p.

67. *DeNora T.* Musical patronage and social change in Beethoven's Vienna // *American Journal of Sociology*. 1991, vol. 97, № 2. P. 310–346. DOI: 10.1086/229781.

68. *Crane D.* Reward systems in art, science, and religion // *American Behavioral Scientist*. 1976, vol. 19, № 6. P. 719–734. DOI: 10.1177/000276427601900604.

69. *Peters J., Roose H.* The grant proposal as a genre. A multiple correspondence analysis of visual artists and their legitimations for government grants in Flanders, 1965–2015 // *Cultural Sociology*. 2022, vol. 17, № 4. DOI: 10.1177/17499755221111853.

Сведения об авторе

Фролов Михаил Сергеевич

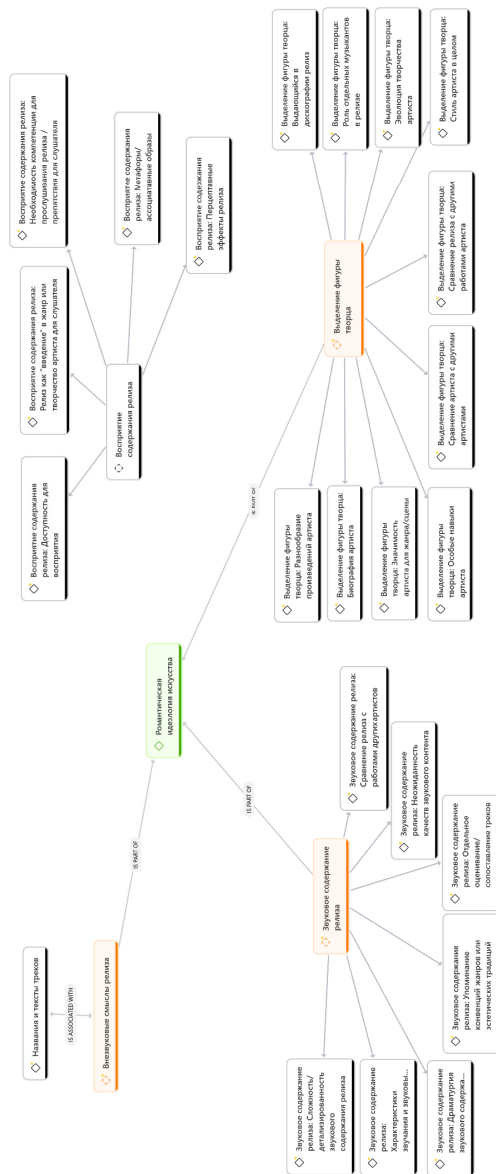
Студент магистерской программы «Комплексный социальный анализ» НИУ ВШЭ

Тел.: +7 (987) 276 80 01

Researcher ID JDM-6632-2023

Приложение 1

ДИАГРАММА КАТЕГОРИЙ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПИЛОТНОГО КОНТЕНТ-АНАЛИЗА.



Приложение 2

ВАРИАНТЫ ПРОВЕРКИ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ ЗАВИСИМОСТИ КОДОВ.

Методология

Так как коэффициенты совместной встречаемости кодов, используемые в ATLAS.Ti, не проверяются каким-то отдельным статистическим критерием, значимость зависимостей, которые они показывают, необходимо проверить другими средствами. В рамках пилотного исследования было проведено несколько вариантов проверки статистической значимости зависимости кодов второго уровня.

Первый вариант — анализ по закодированному корпусу документов. В этом случае документы выступают в качестве наблюдений, а коды в документе — как дихотомические переменные (наличие/отсутствие кода). Соответственно, для каждой пары кодов можно построить таблицы сопряжённости и проверить значимость связи с помощью хи-квадрата.

Для этого вида анализа требуется таблица вида «код-документ», в которой столбцы представляют собой дихотомические переменные, отображающие наличие или отсутствие кода в документе. Эту таблицу можно экспортировать из ATLAS.Ti (с помощью функции анализа бинаризованной встречаемости кодов в документах). По результатам пилотного кодирования получается таблица из 39 строк (рецензий) и 24 столбцов (кодов) (для примера см. фрагмент ниже (см. таб. 3)).

Второй вариант проверки значимости зависимости между кодами — анализ таблиц сопряжённости по цитатам. В этом случае в качестве наблюдений принимаются отдельные цитаты (фрагменты рецензий) из закодированной выборки текстов, а в качестве переменных — наличие или отсутствие кода, что даёт таблицу вида «код-цитата».

Алгоритм подготовки таблицы выглядит следующим образом:

1. экспорт всех цитат (фрагментов текста), которым присвоены рассматриваемые коды, из ATLAS.Ti (см. пример в таб. 4);
2. превращение исходной таблицы в таблицу формата код-цитата (цитаты — наблюдения, коды — переменные, принимающие значения 1 и 0) (см. таб. 5);

3. Присвоение одинаковых кодов пересекающимся цитатам. Закодированные фрагменты текста, которые пересекаются, при подсчёте коэффициента совместной встречаемости отображаются в ATLAS.Ti как фрагменты, имеющие одинаковые коды. Однако в экспорте из ATLAS.Ti (в Excel) у цитат отражаются только те коды, которые вручную присвоены конкретно этим цитатам. Поэтому требуется отдельно присвоить те же самые коды цитатам, с которыми есть пересечение. В данном случае это сделано с помощью специально написанного скрипта на Python;
4. в результате получается таблица «код-цитата», в которой представлены значения 1 по кодам для цитат, которым эти коды присвоены вручную, и для цитат, с которыми эти цитаты пересекаются;
5. из итоговой таблицы удаляются меньшие цитаты, пересекающиеся с большими цитатами. Это делается для сохранения атомарности наблюдений и независимости цитат друг от друга.

Далее по каждой паре кодов строятся таблицы сопряжённости и вычисляются значения статистики хи-квадрат и уровни значимости для них. Этот анализ одинаков для двух вариантов преобразования таблиц встречаемости кодов.

Таблица 3

ФРАГМЕНТ ТАБЛИЦЫ КОД-ДОКУМЕНТ (ПО СТОЛБЦАМ –
НАЛИЧИЕ ИЛИ ОТСУТСТВИЕ КОДА В ДОКУМЕНТЕ)

Рецензия	Внезвучные смыслы релиза	Доступность для восприятия	Метафоры/ ассоциативные образы	Необходимость компетенции для прослушивания релиза / препятствия для слушателя	Перцептивные эффекты релиза
Merzbow / Vanity Productions – Coastal Erosion	1	0	1	0	0
C.C.C.C. – Early Works	0	1	0	1	0
Yellow Swans – Going Places	1	0	1	0	1
Yellow Swans – At All Ends	0	0	1	0	1
Yellow Swans – Psychic Secession	0	0	1	0	1
Yellow Swans – Dreamed	0	1	1	0	1
Yellow Swans – Bring the Neon War Home	0	0	1	0	1

Таблица 4

ФРАГМЕНТ ТАБЛИЦЫ КОД-ЦИТАТА

ID цитаты (из ATLAS.Ti)	Рецензия	Цитата	Коды (присвоенные в ATLAS.Ti вручную)
376:27	Merzbow / Vanity Productions – Coastal Erosion	But like waves crashing against shorelines and barriers, the song's rhythmic noise batters the defenses without interruption.	Звуковое содержание релиза: Характеристики звучания и звуковые элементы релиза
376:28	Merzbow / Vanity Productions – Coastal Erosion	“Erosion Japan,” the first of the album's two extended tracks, begins with dreamy synth pads that lull listeners into a turbulent sea of noise. Though it's never quiet, one grows accustomed to the onslaught, a process that serves as a damning reflection of climate apathy.	Звуковое содержание релиза: Драматургия звукового содержания
376:29	Merzbow / Vanity Productions – Coastal Erosion	Listening to the cold synth pads and bleak atmosphere of “Erosion Denmark” feels like gazing across that rubble-strewn wasteland.	Восприятие содержания релиза: Метафоры/ ассоциативные образы

Окончание табл. 4

ID цитаты (из ATLAS.Ti)	Рецензия	Цитата	Коды (присвоенные в ATLAS.Ti вручную)
376:30	Merzbow / Vanity Productions – Coastal Erosion	Though its constituent components are similar, the sound is less unwieldy, and the mood is consequently more grim	Звуковое содержание релиза: Характеристики звучания и звуковые элементы релиза

Таблица 5

ФРАГМЕНТ ИТОВОЙ ТАБЛИЦЫ ВИДА КОД-ЦИТАТА, ПОКАЗЫВАЮЩЕЙ НАЛИЧИЕ
КОДОВ У ОТДЕЛЬНЫХ ЦИТАТ

ID цитаты (из ATLAS.Ti)	Внезвуковые смыслы релиза	Доступность для восприятия	Метафоры/ ассоциативные образы	Необходимость компетенции для прослушивания релиза / препятствия для слушателя
376:10	1	0	0	0
376:11	1	0	0	0
376:13	0	0	0	0
376:14	0	0	0	0
376:15	1	0	0	0
376:16	1	0	0	0
376:17	1	0	0	0
376:18	0	0	0	0
376:19	1	0	1	0

Третий вариант анализа – проверка значимости с помощью коэффициента корреляции Пирсона. Для этого используется таблица вида «документ-код», где по строкам – рецензия, а по столбцам – количество вхождений соответствующего кода в документ, которые можно экспортировать из ATLAS.Ti (см. пример на таб. 6). Для каждой пары переменных-категорий считаются коэффициенты Пирсона и их уровни значимости.

Таблица 6

**ФРАГМЕНТ ТАБЛИЦЫ ЧАСТОТЫ ВХОЖДЕНИЙ КОДОВ
В ТЕКСТЫ РЕЦЕНЗИЙ**

Рецензия	Внезвуковые смыслы релиза	Доступность для восприятия	Метафоры/ ассоциативные образы
Merzbow / Vanity Productions – Coastal Erosion	6	0	1
C.C.C.C. – Early Works	0	2	0
Yellow Swans – Going Places	3	0	3

Статистическая проверка совместной встречаемости кодов

1. Таблицы сопряжённости по рецензиям. Анализ совместной встречаемости кодов в Atlas.Ti показал, что 141 уникальная пара кодов имеет коэффициент совместной встречаемости выше 0. Анализ таблиц сопряжённости по документам показывает, что значимой (на 95% уровне доверительной вероятности) оказалась связь только для 10 пар кодов (таб. 7).
2. Таблицы сопряжённости по фрагментам рецензий. Анализ таблиц сопряжённости по фрагментам рецензий показывает, что на 95% уровне доверительной вероятности значима связь для 28 пар кодов из тех пар, для которых коэффициент

совместной встречаемости выше 0 (на выборке из 383 фрагментов) (таб. 8). Возможно, более полный набор данных покажет другую картину зависимости кодов.

3. Коэффициент корреляции Пирсона по документам. Вычисление коэффициентов корреляции Пирсона показало, что значима парная связь для 19 уникальных пар кодов, коэффициент совместной встречаемости больше 0 (на 5% уровне) (таб. 9). Почти все значимые коэффициенты корреляции лежат на уровне 0.3–0.45. Одна пара переменных показывает отрицательную корреляцию: -0.384242 (коды «Перцептивные эффекты релизы» и «Доступность для восприятия»; коэффициент совместной встречаемости в Atlas.Ti на уровне 0.03).

Таблица 7
ПАРЫ КОДОВ, ПОКАЗАВШИЕ СТАТИСТИЧЕСКИ ЗНАЧИМУЮ СВЯЗЬ
(АНАЛИЗ ТАБЛИЦЫ КОД-ДОКУМЕНТ)

Пара кодов	χ^2	Уровень значимости	Коэффициент совместной встречаемости (C)
Доступность для восприятия x Необходимость компетенции для прослушивания релиза / препятствия для слушателя	3.944	0.0470	0.2
Драматургия звукового содержания x Метафоры/ ассоциативные образы	5.850	0.0156	0.17
Сложность/детализированность звукового содержания релиза x Неожиданность качеств звукового контента	4.103	0.0428	0.14
Метафоры/ассоциативные образы x Характеристики звучания и звуковые элементы релиза	4.966	0.0259	0.13

Окончание табл. 7

Пара кодов	χ^2	Уровень значимости	Коэффициент совместной встречаемости (C)
Упоминание конвенций жанров или эстетических традиций x Отдельное оценивание/ сопоставление треков	4.093	0.0431	0.1
Сравнение артиста с другими артистами x Стил артиста в целом	6.458	0.0110	0.09
Метафоры/ассоциативные образы x Роль отдельных музыкантов в релизе	3.933	0.0474	0.06
Доступность для восприятия x Сравнение релиза с другими работами артиста	5.867	0.0154	0.06
Драматургия звукового содержания x Выдающийся в дискографии релиз	4.388	0.0362	0.02
Упоминание конвенций жанров или эстетических традиций x Сложность/детализированность звукового содержания релиза	4.290	0.0383	0.01

Таблица 8
ПАРЫ КОДОВ, ПОКАЗАВШИЕ СТАТИСТИЧЕСКИ ЗНАЧИМУЮ СВЯЗЬ (АНАЛИЗ
ТАБЛИЦЫ КОД-ЦИТАТА)

Пара кодов	χ^2	Уровень значимости	Коэффициент совместной встречаемости (C)
Характеристики звучания и звуковые элементы релиза x Отдельное оценивание/сопоставление треков	78.402	0.0000	0.48
Драматургия звукового содержания x Отдельное оценивание/сопоставление треков	65.124	0.0000	0.31
Метафоры/ассоциативные образы x Отдельное оценивание/сопоставление треков	28.968	0.0000	0.26
Драматургия звукового содержания x Характеристики звучания и звуковые элементы релиза	30.321	0.0000	0.2
Доступность для восприятия x Необходимость компетенции для прослушивания релиза / препятствия для слушателя	51.595	0.0000	0.2
Драматургия звукового содержания x Метафоры/ассоциативные образы	15.675	0.0001	0.17
Роль отдельных музыкантов в релизе x Характеристики звучания и звуковые элементы релиза	9.403	0.0022	0.15

Продолжение табл. 8

Пара кодов	χ^2	Уровень значимости	Коэффициент совместной встречаемости (C)
Роль отдельных музыкантов в релизе x Отдельное оценивание/сопоставление треков	16.517	0.0000	0.15
Сравнение релиза с работами других артистов x Отдельное оценивание/сопоставление треков	12.951	0.0003	0.15
Сложность/детализированность звукового содержания релиза x Неожиданность качеств звукового контента	31.296	0.0000	0.14
Метафоры/ассоциативные образы x Перцептивные эффекты релиза	11.596	0.0007	0.14
Метафоры/ассоциативные образы x Характеристики звучания и звуковые элементы релиза	5.577	0.0182	0.13
Внезвуковые смыслы релиза x Названия и тексты треков	4.753	0.0292	0.13
Сравнение релиза с работами других артистов x Роль отдельных музыкантов в релизе	4.927	0.0264	0.12
Перцептивные эффекты релиза x Отдельное оценивание/сопоставление треков	4.287	0.0384	0.11

Продолжение табл. 8

Пара кодов	χ^2	Уровень значимости	Коэффициент совместной встречаемости (C)
Названия и тексты треков x Отдельное оценивание/ сопоставление треков	5.620	0.0178	0.11
Неожиданность качеств звукового контента x Разнообразие произведений артиста	13.742	0.0002	0.11
Драматургия звукового содержания x Роль отдельных музыкантов в релизе	7.910	0.0049	0.09
Выдающийся в дискографии релиз x Сложность/ детализированность звукового содержания релиза	10.263	0.0014	0.09
Сравнение релиза с другими работами артиста x Характеристики звучания и звуковые элементы релиза	6.956	0.0084	0.08
Эволюция творчества артиста x Выдающийся в дискографии релиз	3.991	0.0457	0.07
Релиз как "введение" в жанр или творчество артиста для слушателя x Разнообразие произведений артиста	6.024	0.0141	0.07
Метафоры/ассоциативные образы x Названия и тексты треков	5.050	0.0246	0.06

Окончание табл. 8

Пара кодов	χ^2	Уровень значимости	Коэффициент совместной встречаемости (C)
Стиль артиста в целом x Релиз как «введение» в жанр или творчество артиста для слушателя	5.963	0.0146	0.05
Стиль артиста в целом x Разнообразие произведений артиста	6.337	0.0118	0.05
Драматургия звукового содержания x Сравнение релиза с работами других артистов	4.878	0.0272	0.04
Внезвуковые смыслы релиза x Упоминание конвенций жанров или эстетических традиций	4.975	0.0257	0.03
Биография артиста x Отдельное оценивание/ сопоставление треков	3.864	0.0493	0.01

Таблица 9
ПАРЫ КОДОВ, ПОКАЗАВШИЕ СТАТИСТИЧЕСКИ ЗНАЧИМУЮ СВЯЗЬ (АНАЛИЗ
КОЭФФИЦИЕНТА КОРРЕЛЯЦИИ ПИРСОНА НА ТАБЛИЦЕ КОЛИЧЕСТВА ВХОЖДЕНИЙ
КОДА В РЕЦЕНЗИИ)

Пара кодов	r Пирсона	Уровень значимости	Коэффициент совместной встречаемости (C)
Релиз как «введение» в жанр или творчество артиста для слушателя x Отдельное оценивание/ сопоставление треков	0.318	0.0489	0.02
Значимость артиста для жанра/сцены x Неожиданность качеств звукового контента	0.347	0.0306	0.04
Характеристики звучания и звуковые элементы релиза x Названия и тексты треков	0.356	0.0260	0.02
Особые навыки артиста x Перцептивные эффекты релиза	0.374	0.0191	0.02
Упоминание конвенций жанров или эстетических традиций x Характеристики звучания и звуковые элементы релиза	0.323	0.0450	0.09
Упоминание конвенций жанров или эстетических традиций x Сравнение релиза с другими работами артиста	0.446	0.0045	0.03

Продолжение табл. 9

Пара кодов	г Пирсона	Уровень значимости	Коэффициент совместной встречаемости (C)
Доступность для восприятия x Перцептивные эффекты релиза	-0.384	0.0157	0.03
Сложность/детализированность звукового содержания релиза x Неожиданность качеств звукового контента	0.474	0.0023	0.14
Драматургия звукового содержания x Отдельное оценивание/сопоставление треков	0.441	0.0050	0.31
Доступность для восприятия x Необходимость компетенции для прослушивания релиза / препятствия для слушателя	0.319	0.0481	0.2
Особые навыки артиста x Сложность/детализированность звукового содержания релиза	0.441	0.0050	0.03
Особые навыки артиста x Выдающийся в дискографии релиз	0.332	0.0391	0.02
Выдающийся в дискографии релиз x Отдельное оценивание/сопоставление треков	0.325	0.0434	0.01

Окончание табл. 9

Пара кодов	г Персона	Уровень значимости	Коэффициент совместной встречаемости (C)
Характеристики звучания и звуковые элементы релиза x Отдельное оценивание/сопоставление треков	0.378	0.0175	0.48
Эволюция творчества артиста x Упоминание конвенций жанров или эстетических традиций	0.443	0.0048	0.09
Стиль артиста в целом x Разнообразие произведений артиста	0.356	0.0261	0.05
Метафоры/ассоциативные образы x Перцептивные эффекты релиза	0.330	0.0403	0.14
Внезвуковые смыслы релиза x Характеристики звучания и звуковые элементы релиза	0.349	0.0293	0.05
Сравнение артиста с другими артистами x Стиль артиста в целом	0.398	0.0121	0.09

**AESTHETIC VALORIZATION AND LEGITIMATION
OF A MUSICAL GENRE: CONSTRUCTION OF
CONCEPTUALIZATION AND RESEARCH METHODOLOGY
(ON THE EXAMPLE OF NOISE MUSIC)**

Frolov Mikhail S.,

National Research University Higher School of Economics,

Moscow, Russia

mefrolov26@gmail.com

ORCID: 0009-0005-0843-6620

For citation: Frolov M.S. Aesthetic valorization and legitimation of a musical genre: construction of conceptualization and research methodology (on the example of noise music). *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 125-182. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.4

Abstract. This article presents an attempt to conceptualize and construct a methodology to investigate the process of aesthetic valorization (attribution of value) and legitimation of the genre Noise and explicate elements of aesthetic ideologies in music critics' discourse. Noise music, characterized by the use of abrasive sounds and provocative performances, is chosen as a case of an aesthetically radical and problematic cultural genre with its own "niche" audience. On the basis of a content analysis of 39 Noise releases reviews by music critics, I examine the patterns of valorization and legitimation of the genre through the "art for art's sake" aesthetic ideology. This ideology involves emphasizing the special aesthetic qualities of the works, the figure of the autonomous creator and the extra-musical meanings conveyed by the works. Based on the results of the analysis, a coding sheet for coding reviews of Noise releases is presented. I conclude that the ideology of "art for art's sake" is widely used by critics as a way to valorize and legitimize Noise music. Nevertheless, the valorization is not restricted to application of these categories and it seems relevant to also consider other aesthetic categories in the analysis. The application of the presented toolkit to a large corpus of reviews can provide a complex picture of Noise legitimation and its dynamic over time.

Keywords: aesthetic valorization, aesthetic legitimation, noise music, content analysis.

Acknowledgments: The author would like to express appreciation to a scientific supervisor, prof, Inna Deviatko, for valuable commentary and support during the writing of the paper.

References

1. Levine L.W. *Highbrow lowbrow: The emergence of cultural hierarchy in America* (The William E. Massey Sr. Lectures in the History of American Civilization). Harvard University Press, 1990. 306 p. ISBN: 0-674-39077-6.
2. Lopes P.D. *The rise of a jazz art world*. Cambridge University Press, 2002. 308 p. DOI: 10.1017/CBO9780511489495. ISBN: 9780511489495.
3. Battani M. Organizational fields, cultural fields and art worlds: the early effort to make photographs and make photographers in the 19th-century United States of America, *Media Culture and Society*, 1999, vol. 21, no. 5, p. 601–626.
4. Baumann S. Intellectualization and Art world development: Film in the United States, *American Sociological Review*, 2001, vol. 66, no. 3, p. 404–426. DOI: 10.2307/3088886.
5. Lena J.C., Peterson R.A. Classification as culture: Types and trajectories of music genres, *American Sociological Review*, 2008, vol. 73, no. 5, p. 697–718. DOI: 10.1177/000312240807300501.
6. Novak D. *Japanoise: Music at the edge of circulation*. Duke University Press, 2013. 305 p.
7. Atton C. Fan discourse and the construction of noise music as a genre, *Journal of Popular Music Studies*, 2011, no. 23(3), p. 324–342. DOI: 10.1111/j.1533-1598.2011.01296.x.
8. Dowd T.J., Ryan T., Schmutz V., Parris D. Retrospective consecration beyond the mainstream: The creation of a progressive rock canon, *American Behavioral Scientist*, 2021, vol. 65, no. 1, p. 116–139. DOI: 10.1177/0002764219865315.
9. Ay Y.E. *Spotify dataset 1921-2020, 600k+ Tracks*. Kaggle, 2021.
10. Alexander V.D., Bowler A.E. Contestation in aesthetic fields: Legitimation and legitimacy struggles in outsider art, *Poetics*, 2021, vol. 84, p. 101485. DOI: 10.1016/j.poetic.2020.101485.

11. Baumann S. A general theory of artistic legitimation: How art worlds are like social movements, *Poetics*, 2007, vol. 35, no. 1, p. 47–65. DOI: 10.1016/j.poetic.2006.06.001.
12. Schmutz V. Retrospective cultural consecration in popular music: Rolling Stone's greatest albums of all time, *American Behavioral Scientist*, 2005, vol. 48, no. 11, p. 1510–1523. DOI: 10.1177/0002764205276617.
13. Bourdieu P. Field of literature (in Russian), *New Literary Review*, 2000, no. 45(5), p. 22–87.
14. Becker H.S. *Art Worlds, 25th Anniversary Edition*. University of California Press, 2008. 440 p. ISBN: 9780520256361.
15. Van Venrooij A., Schmutz V. The Evaluation of popular music in the United States, Germany and the Netherlands: A Comparison of the Use of high art and popular aesthetic criteria, *Cultural Sociology*, 2010, vol. 4, no. 3, p. 395–421. DOI: 10.1177/1749975510385444.
16. Frolov M. *Creativity in Performative art: Noise Music creation as social action 2023: Bachelor thesis manuscript* (in Russian). Moscow, 2023. 172 p.
17. Klett J., Gerber A. The meaning of indeterminacy: Noise music as performance, *Cultural Sociology*, 2014, vol. 8, no. 3, p. 275–290. DOI: 10.1177/1749975514523936.
18. Baumann S. *Hollywood highbrow: From entertainment to art*. Princeton University Press, 2007. 256 p. ISBN: 9780691125275.
19. Schmutz V. Cultural consecration and the creation of canons, *The Routledge Companion to Popular Music History and Heritage*. Routledge, 2018. 9 p. ISBN: 9781315299310.
20. Light R., Odden C. Managing the boundaries of taste: Culture, valuation, and computational social science, *Social Forces*, 2017, vol. 96, no. 2, p. 877–908. DOI: 10.1093/sf/sox055.
21. Regev M. Producing artistic value: The case of rock music, *Sociological Quarterly*, 1994, vol. 35, no. 1, p. 85–102. DOI: 10.1111/j.1533-8525.1994.tb00400.x.
22. Geertz C. *Interpretation of cultures* (in Russian). Moscow, «Russian Political Encyclopaedia» (ROSSPEN), 2004. 560 p. ISBN: 5-8243-0474-2.
23. DeNora T. Music as agency in Beethoven's Vienna, *Myth, Meaning and Performance*. Routledge, 2006. 18 p. ISBN: 9781315633343.
24. Hammou K. Mainstreaming French rap music. Commodification and

- artistic legitimation of othered cultural goods, *Poetics*, 2016, no. 59(3), p. 67–81. DOI: 10.1016/j.poetic.2016.05.002.
25. Heikkilä R., Gronow J. Stability and change in the style and standards of European newspapers' arts reviews, 1960–2010, *Journalism Practice*, 2018, vol. 12, no. 5, p. 624–639. DOI: 10.1080/17512786.2017.1330664.
 26. Janssen S., Verboord M., Kuipers G. Comparing cultural classification, *Köln. Z. Für Soziol. Sozialpsychologie Print*, 2011, vol. 63, no. 51, p. 139–168.
 27. Koreman R. Legitimizing local music: Volksmuziek, hip-hop/rap and dance music in Dutch elite newspapers, *Cultural Sociology*, 2014, vol. 8, no. 4, p. 501–519. DOI: 10.1177/1749975514546364.
 28. Purhonen S., Heikkilä R., Hazir I.K., Lauronen T., Rodríguez C.J.F., Gronow J. *Enter culture, exit arts?: The transformation of cultural hierarchies in European newspaper culture sections, 1960–2010*. Taylor & Francis, 2018. 274 p. ISBN: 9781138740556. DOI: 10.4324/9781315183404.
 29. Schmutz V., Van Venrooij A., Janssen S., Verboord M. Change and continuity in newspaper coverage of popular music since 1955: Evidence from the United States, France, Germany, and the Netherlands, *Popular Music & Society*, 2010, vol. 33, no. 4, p. 501–515. DOI: 10.1080/03007761003694290.
 30. Lasswell G.D. *Propaganda technique in the world war* (transl., in Russian). Moscow: Institute of Scientific Information on Social Sciences RAS, 2021. 237 p. ISBN: 978-5-248-00976-3.
 31. Klemperer W. *LTI. The language of the Third Reich. Notebook of a philologist* (transl., in Russian). Moscow: Progress-Tradition, 1998. 167 p. ISBN: 5-89493-016-2.
 32. Coffey D. Measuring gubernatorial ideology: A content analysis of state of the state speeches, *State Politics & Policy Quarterly*, 2005, vol. 5, no. 1, p. 88–103. DOI: 10.1177/153244000500500105.
 33. Seider M.S. American big business ideology: A content analysis of executive speeches, *American Sociological Association*, 1974, vol. 39, no. 6, p. 802–815. DOI: 10.2307/2094154.
 34. Buacharoon T. *Content analysis: A study of the continuity and change in Thai ideology*. University of Illinois at Urbana-Champaign, 1979. 156 p.

35. Welch M., Fenwick M., Roberts M. State managers, intellectuals, and the media: A content analysis of ideology in experts' quotes in feature newspaper articles on crime, *Justice Quarterly*, 1998, vol. 15, no. 2, p. 219-241. DOI: 10.1080/07418829800093721.
36. Jensen K.B., Larsen P. The sounds of change: Representations of music in European newspapers 1960-2000, *Media, Markets, & Public Spheres*, 2010, vol. 7, p. 249–265.
37. Hitters E., van de Kamp M. Tune in, fade out: Music companies and the classification of domestic music products in the Netherlands, *Poetics*, 2010, vol. 38, no. 5, p. 461–480. DOI: 10.1016/j.poetic.2010.07.004.
38. Lellock J.S. Crafting legitimacy: Status shifts, critical discourse, and symbolic boundaries in the cultural field of craft beer in the United States from 2002 to 2017. 2020.
39. Krippendorff K. *Content analysis: An introduction to its methodology*. SAGE Publications, 2018. 473 p.
40. Neuendorf K.A. *The content analysis guidebook*. SAGE Publications, 2017. 238 p. ISBN: 9781412979474. DOI: 10.4135/9781071802878.
41. Prior L. Content analysis, *The Oxford Handbook of Qualitative Research*. Oxford University Press, 2020. P. 540-468. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190847388.013.25.
42. Simonlerin. Masonna, in: *YouTube* [site] 2012. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GQUvii8wpCs> (accessed: 15.07.2025).
43. Dayman L. Hanatarash: The story of Japan's most dangerous band, in: *Culture Trip* [site]. 2017. URL: <https://theculturetrip.com/japan/articles/hanatarash-the-story-of-japans-most-dangerous-band/> (accessed: 15.07.2025).
44. Hegarty P. *Noise/Music: A history. 1st edition*. New York: Continuum, 2007. 232 p. ISBN: 9780826417275.
45. Frith S. *Performing rites: On the value of popular music*. Harvard University Press, 1996. 364 p. ISBN: 0-674-66195-8.
46. Noisepaper. NOISEPAPER ZINE: Grigory Avrorin (Noise, Russia) (in Russian), in: *NOISEPAPER ZINE* [site]. 2016. URL: <http://noisepaperzine.blogspot.com/2016/06/noise-russia.html> (accessed: 15.07.2025).
47. Li Z. Immorality and transgressive art: An argument for immoralism in the philosophy of art, *Philosophical Quarterly*, 2021, vol. 71, no. 3, p. 481–501. DOI: 10.1093/pq/pqaa069.

48. UnARTigNYC. Vomit live at Mains d'Œuvres Paris 2022, in: *YouTube* [site]. 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Y45d3HAHOaQ> (accessed: 15.07.2025).
49. Boiler Room. Merzbow Boiler Room Tokyo Live Set, in: *YouTube* [site]. 2014. URL: https://www.youtube.com/watch?v=fR_8gpJCT4I (accessed: 15.07.2025).
50. Ivanov K., Kabardin N. Papa Srpa (in Russian), in: *Kinopoisk* [site]. 2021. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/4446102/> (date of reference: 15.07.2025).
51. Pouncy E. Consumed by noise, *The Wire*, 2000, p. 26–33.
52. Latartara J. Laptop composition at the turn of the millennium: Repetition and noise in the music of Oval, Merzbow, and Kid606, *Twentieth century music*, 2010, vol. 7, no. 1, p. 91–115. DOI: 10.1017/S1478572211000065.
53. Bourdieu P. The field of cultural production, or: The economic world reversed, *Poetics*, 1983, vol. 12, no. 4, p. 311–356. DOI: 10.1016/0304-422X(83)90012-8.
54. Woods P. A Beginner's guide to noise music, in: *Hard Noise* [site]. 2019. URL: <https://noise.thehardtimes.net/2019/07/03/a-beginners-guide-to-noise-music/> (accessed: 15.07.2025).
55. Smith N. The splinter in your ear: Noise as the semblance of critique, *Culture, Theory & Critique*, 2005, vol. 46, no. 1, p. 43–59.
56. FURFUR Only for the brave: How to start listening to noise music (in Russian), in: *FURFUR* [site]. 2015. URL: <http://www.furfur.me/furfur/culture/culture/179215-kak-nachat-slushat-shumovuyu-muzyku> (accessed: 15.07.2025).
57. Vidar J. Kali-Yugend of Russian noise (in Russian). Moscow: Totenburg, 2019. 432 p. ISBN: 978-5-9216-2313-2.
58. Wittgenstein L. Philosophical Investigations (transl., in Russian). Moscow: AST Publishing House (Izdatelstvo "AST"), 2018. 333 p. ISBN: 978-5-17-115096-9.
59. Dimaggio P. Cultural boundaries and structural change: The extension of the high-culture model to theatre, opera, and the dance, 1900-1940, *Cultivating Differences*, ed. by Lamont M., Fournier M. Chicago: University of Chicago Press, 1992. 326 p. ISBN: 9780226468136.
60. Merzbow – topic. Woodpecker No. 1 (Remastered) (in Russian),

- in: *YouTube* [site]. 2019. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=jkDd1DyPzIU> (accessed: 15.07.2025).
61. Karpik L. *Valuing the unique: The economics of singularities*. Princeton University Press, 2021. 288 p. ISBN: 9780691137100.
 62. Holt F. *Genre in popular music*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2007. 224 p. ISBN: 0-226-35039-8.
 63. Scheff T.J. Toward a sociological model of consensus, *American Sociological Review*, 1967, vol. 32, no. 1, p. 32–46.
 64. Zelditch M. Processes of legitimation: Recent developments and new directions, *Social Psychology Quarterly*, 2001, vol. 64, no. 1, p. 4–17. DOI: 10.2307/3090147.
 65. Seabrook D. Nobrow. *Culture marketing. Marketing of culture* (in Russian). Moscow: Ad Marginem Press LLC, 2012. 240 p. ISBN: 978-5-91103-765-9.
 66. Sperber D. *Explaining culture: A naturalistic approach*. 1st edition. Oxford, UK, Cambridge, Mass: Blackwell Publishers, 1996. 184 p.
 67. DeNora T. Musical patronage and social change in Beethoven's Vienna, *American Journal of Sociology*, 1991, vol. 97, no. 2, p. 310–346. DOI: 10.1086/229781.
 68. Crane D. Reward systems in art, science, and religion, *American Behavioral Scientist*, 1976, vol. 19, no. 6, p. 719–734. DOI: 10.1177/000276427601900604.
 69. Peters J., Roose H. The grant proposal as a genre. A multiple correspondence analysis of visual artists and their legitimations for government grants in Flanders, 1965–2015, *Cultural Sociology*, 2022, vol. 17, no. 4. DOI: 10.1177/17499755221111853.

Information about the author

Mikhail S. Frolov

Student of the Master's program «Complex Social Analysis», National
Research University Higher School of Economics
Researcher ID: JDM-6632-2023



**ВОСПРИЯТИЕ НАСЕЛЕНИЕМ РЕСТРИКТИВНОЙ
ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА: ПРОБЛЕМЫ
ИЗМЕРЕНИЯ**

Бочарова Александра Павловна

Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики»,

Москва, Россия

Эл. почта: arbocharova@hse.ru

ORCID: 0000-0002-2167-8342

Для цитирования: Бочарова А. П. Восприятие населением рестриктивной политики государства: проблемы измерения // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 183-215. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.5. EDN: TYELZN.

Статья посвящена разрешению концептуальных и методологических вопросов измерения политических установок граждан по отношению к рестриктивной государственной политике. В первой части исследования решается задача объединения разрозненных групп исследований политической поддержки и политических установок по отношению к тем или иным государственным мерам, носящим ограничительный характер по отношению к гражданам, в единую категорию измерения политических установок по отношению к рестриктивной политике. К этой же категории можно отнести (за редким исключением) и эмпирические исследования комплаенса, основанные на опросных методах и самоотчетах респондентов. Объединив данные группы исследований в одно направление изучения отношения граждан к рестриктивной политике, автор решает задачу контроля валидности в эмпирических исследова-

дованиях такого рода. Результаты статистического анализа опубликованных за последние десять лет исследований рестриктивной политики в базе данных Scopus показали, что подавляющее большинство авторов современных исследований рестриктивной политики продолжают опираться на формат опросных исследований, что поднимает ряд вопросов внутренней и внешней валидности таких работ в силу сенситивности задаваемых респондентам вопросов. Кроме того, ряд ошибок, связанных с формированием слишком узкой выборки, явным для респондента дизайном вопросов и сложностями обобщения результатов в работах с использованием фото- и видеоматериалов в качестве стимулов, остаются нерешенными в существующих исследованиях. Решением проблемы нарушения валидности является использование экспериментального дизайна, применяющегося в исследованиях рестриктивной политики значительно реже классических опросов, что включает в себя списочные эксперименты, эксперименты с поддержкой и факторные опросы. В статье также рассмотрены кейсы корректного использования такого исследовательского дизайна на примере недавних работ.

Ключевые слова: рестриктивная политика, опросные методы, политические установки, политическая поддержка, комплаенс, общественное восприятие, списочный эксперимент, факторный опрос, эксперимент с поддержкой

Введение

Проблематика изучения политических установок граждан по отношению к конкретным государственным политикам не нова. Особое значение для исследований и для практической реализации политических инициатив имеет положительное отношение граждан именно к рестриктивной политике, когда гражданин стоит перед выбором: поддержать рестрикции (например, в обмен на безопасность), или не поддержать, выступив против ограничений личных прав и свобод.

Обращение к литературе показывает, что исследования, посвященные изучению установок и поведения граждан

по отношению к рестриктивной политике государства, не только не пересекаются друг с другом, но зачастую даже не используют самого понятия рестриктивной политики, что неизбежно приводит к образованию изолированных друг от друга тематических кластеров. Так, большую, но узконаправленную группу исследований представляют работы по изучению поведенческого аспекта — комплаенса граждан с государственной политикой (как правило, комплаенса с мерами против Covid-19) [1; 2]. Вторую группу составляют работы на тему дилеммы «безопасность/свобода», перед которой стоят граждане в условиях кризисных ситуаций [3; 4]. Наконец, третья группа исследований направлена на изучение политической поддержки гражданами отдельных государственных политик в области экологии, поддержания общественного порядка и пр. [5; 6]. Важнейшим шагом на пути к анализу подходов к измерению установок граждан по отдельным политическим мерам является, таким образом, работа по объединению исследований в одну общую категорию, позволяющую увидеть взаимосвязь проблем из разнородных областей.

Основной целью настоящей работы становится выявление наиболее обоснованного методологического подхода к определению установок респондентов по отношению к мерам рестриктивной государственной политики, что подразумевает решение двух задач в соответствующих разделах данной статьи. Поскольку исследования отношения индивидов к различным аспектам рестриктивных государственных мер в социальных науках фрагментированы, представляется необходимым провести концептуализацию основных рабочих понятий с целью их приведения к одной категории, наиболее точно описывающей указанные процессы. После ответа на вопрос, *что* мы измеряем в контексте изучения рестриктивной политики, необходимо рассмотреть, *как* именно происходит измерение установок респондентов к таким мерам. Вторая задача, таким образом, состоит в анализе существующих подходов к непосредственно *измерению*

политических установок граждан по отношению к рестриктивной политике, а также решению основных проблем валидности, связанных с этими подходами. В частности, в многочисленных работах, использующих классические опросные методы, исследователи находят ряд недостатков вследствие сенситивности вопросов и невозможности проследить изолированные эффекты (об этом неоднократно пишут сами авторы исследований, например, [7]), которые могут быть в значительной степени решены путем использования альтернативных экспериментальных подходов. Наконец, анализ количества существующих публикаций в базе данных Scopus за последние десять лет, использующих классические опросные и экспериментальные подходы к измерению установок респондентов по вопросам рестриктивной политики государства, позволит рассмотреть, произошел ли переход от использования классических опросных методов к экспериментам, к чему призывали исследователи в работах 2010-х гг. [37], или наблюдается скорее инерционное движение в исследованиях отношения граждан к рестриктивной политике с преобладанием классических опросов.

Концептуализация области исследований

При изучении работ, посвященных анализу отношения граждан к ограничительным мерам государства (будь то установка камер видеонаблюдения на улице и в общественном транспорте, введение масочного режима и изоляции, блокировка сайтов в Интернете с нежелательным политическим контентом и пр.), исследователь сталкивается с высокой вариацией формулировок о том, что измеряется в качестве целевой переменной: уровень *политической поддержки* [8], уровень *комплаенса* с выдвигаемыми мерами [9], *политические предпочтения и установки* (*political preferences and attitudes* [10]) и пр. Мы покажем, что все подобные исследования фактически могут

быть отнесены к изучению и измерению политических установок (*attitudes*) по отношению к государственным рестриктивным мерам, поскольку исследования комплаенса граждан с государственными мерами также, за редким исключением, базируются не на фактическом поведении респондентов, а на их установках (о чем будет написано ниже).

В качестве наиболее универсального определения ограничительной (рестриктивной) политики можно использовать формулировку Фезенфельда, Рудольфа и Бербауэра [5], которые определяют ее как «меры, которые налагают дополнительные расходы или ограничения на определенные действия для достижения желаемой цели политики». Ограничения действий граждан (как материального, так и политического характера) имеют, таким образом, в своей основе потенциальное ограничение прав и свобод.

В фокусе значительного числа исследований, посвященных изучению общественного восприятия государственных мер, стоит понятие *политической поддержки* (*political support*). Согласно Дэвиду Истону, политическая поддержка отражает установки граждан по вопросам функционирования государства, его политических институтов и отдельных политических лиц [11]. Политическую поддержку Дэвид Истон выделяет как понятие, относящееся скорее к установочному аспекту, чем к поведенческому, и указывает на политическую поддержку как аспект *политических установок* (*political attitudes*), посредством которых индивид может относиться к объекту или лицу благоприятно или неблагоприятно, позитивно или негативно [11, p. 436].

Еще одним ключевым понятием, непосредственно связанным с исследованиями восприятия рестриктивной политики, является *комплаенс* — согласие с установленными нормами и правилами. Бенедикт Кингсбери [12] в своей работе предлагает общее определение комплаенса, применимое не только к

социальным наукам, но и к области права, как «соответствие поведения [граждан] правовым нормам». Ключевым событием, предшествовавшим качественному и количественному скачку в исследованиях соблюдения норм, была пандемия Covid-19, предоставившая исследователям возможность анализа социально-психологических и политических факторов, оказывающих влияние на выполнение гражданами рестриктивных государственных мер, направленных на обеспечение личной и общественной безопасности [8; 13].

Необходимо отметить, что понятие комплаенса отражает *поведенческие* аспекты восприятия индивидами государственной или иной политики в отличие от понятий политической поддержки и политических установок, отражающих аспекты *восприятия* индивидами политических мер, но не фактического поведения граждан. Об этом пишет сам Истон, предлагая рассматривать политическую поддержку и политический комплаенс в качестве связанных, но не равных понятий [11]. Так, граждане могут быть вынуждены выполнять нормы, предписанные государством, вследствие страха перед наказанием в случае невыполнения формальных и неформальных норм, предписанных обществом, и пр., но при этом не поддерживать данную политику и даже относиться к ней негативно [11]. При этом, как бы парадоксально это ни звучало, на современном этапе развития исследований комплаенса исследователи, не имея возможности замерить в опросах фактическое поведение гражданина в условиях накладываемых рестрикций, продолжают опираться на самоотчеты респондентов, сталкиваясь с высокой долей социально желательных ответов [38]. Исследований, позволяющих проанализировать реальный комплаенс, относительно немного вследствие объективной невозможности замера фактического поведения индивида в условиях опроса или эксперимента, а также нехватки данных. Одним из решений существующей проблемы является проведение «лабора-

торных» экспериментов, например кооперативных игр, выявляющих поведение респондента при гипотетической реализации той или иной рестриктивной меры [39; 40]. Однако любой лабораторный эксперимент также сталкивается с проблемой внешней валидности — правомерности переноса его выводов на общество в целом.

Другая часть работ, посвященных анализу комплаенса, базируется на эмпирических данных о предполагаемом количестве нарушений изоляции в период пандемии Covid-19 на примере данных геолокации мобильных телефонов граждан [41] или данных о маршрутах такси в регионе [42], но таких исследований немного, и они измеряют региональный уровень соблюдения ограничений, а не индивидуальный. Таким образом, в исследованиях о соблюдении или несоблюдении гражданами рестрикций в прошлом, настоящем или будущем в реальности речь идет об измерении не поведения, но намерения респондента. Иными словами, исследователи фактически замеряют *установочный* аспект отношения к рестрициям, но не поведенческий [14; 15], что позволяет нам отнести подобные исследования комплаенса к категории измерения *политических установок*.

Суммируя вышеперечисленные аргументы, мы можем сделать вывод о том, что существующие исследования, измеряющие уровень политической поддержки гражданами рестриктивных государственных мер, а также значительная доля исследований, измеряющих гипотетический комплаенс с этими мерами, могут быть отнесены к группе исследований, в центре которой находится анализ *политических установок* граждан по вопросу государственного рестриктивного регулирования. Выявив, таким образом, фокус работ на измерение установок, во второй части работы будет проведен анализ подходов к измерению этих установок с точки зрения валидности и эффективности выбранных методов.

Методологические проблемы в измерении восприятия рестриктивной политики

Более двадцати лет назад Роуз Макдермотт в своей статье призывала исследователей — политологов, психологов и социологов — обратить внимание на применение экспериментальных методов в социальных науках, аргументируя валидность таких исследований и удобство в применении подобных методов [43]. В более позднее время исследователи также отмечали интенсивный рост применения экспериментальных методов к измерению политических установок и предпочтений, отмечая, впрочем, что, по сравнению с классическими опросными методами, экспериментов проводится значительно меньше, чем могло бы быть [37].

Призыв исследователей к использованию альтернативных методов для измерения отношения граждан к рестрикциям обоснован существенными методологическими ограничениями классических опросов. Это особенно ярко проявляется в работах, посвященных комплаенсу с государственными мерами в период пандемии Covid-19. Там, где респонденты давали ответы на прямые вопросы «соблюдаете ли Вы предписанные меры?» (например, [2; 16]) или «сколько раз в неделю/месяц Вы нарушали предписанные правила?» [9], крайне высок риск искажения результатов, поскольку респонденты при ответе на такие вопросы с большой долей вероятности могут давать социально желательные результаты. Для частичного решения этой проблемы был предложен подход с переводом порядковой целевой переменной в бинарную [9], где респондентам было предложено ответить на ряд последовательных вопросов «как часто на прошлой неделе вы совершали эти действия в период пандемии Covid-19 (выходил из дома без необходимости / лично встречался с родственниками и друзьями, которые с вами не живут и т.д.)?» по шкале от 1 «никогда» до 5 «очень часто». Далее дан-

ная шкала была преобразована в бинарную, где ответы «1» были закодированы как 1, а остальные как 0. Такой подход, согласно авторам работы, позволил избежать перекоса в сторону наиболее желательного ответа.

К еще большим искажениям приводят прямые вопросы о *гипотетическом комплаенсе* респондента в опросных исследованиях, где вопрос ставится не о фактическом поведении респондента, а о его намерении соблюдать определенные меры, если бы эти меры были введены. Так, в исследовании [17] при измерении уровня комплаенса респондентов с мерами против Covid-19 вопрос был задан следующим образом: «В какой степени лично Вы собираетесь соблюдать государственные ограничения?», после чего респонденту предлагалось оценить по шкале от 1 до 5 предполагаемый уровень соблюдения мер. Несмотря на, казалось бы, несущественную разницу в форме вопроса, необходимо отметить, что показатель комплаенса в этом случае может показать лишь уровень политической поддержки государственных мер со стороны респондента, но не фактический уровень соблюдения мер, что отмечает также Д. Мютц [18]. В этом контексте гипотетическое поведение респондента, вероятность которого ему предлагается оценить, обладает еще более ярко выраженным эффектом социальной желательности, так как респонденты склонны оценивать самих себя, как правило, с положительной стороны.

Помимо исследований комплаенса, другие работы, посвященные анализу влияния различных групп факторов на уровень политической поддержки рестриктивных государственных мер, также используют классический опросный метод [6; 19].

Искажение результатов опросов вследствие эффекта социальной желательности также позволяет поднять вопрос о проблеме причинности (каузальности), неизбежно возникающий при анализе влияния социально-психологических факторов на неискренне выраженные политические установки и отношение

респондентов. По мнению некоторых исследователей, альтернативный экспериментальный подход позволяет частично решить обе проблемы. Так, Е.А. Седашов отмечает, что рандомизированные эксперименты являются наиболее «чистым» решением проблемы каузальности, поскольку исследовательский дизайн позволяет избежать контролируемого формирования выборок респондентов и распределения вмешательства [20]. Кроме того, в значительной степени решается проблема контроля чистых эффектов, поскольку исследователь может самостоятельно регулировать формат и объем информации, предоставляемый различным группам респондентов в рамках эксперимента. Эмпирические исследования, помимо классических опросных экспериментов с рандомизацией, включают в себя эксперименты с виньетками, с поддержкой (конджойнт-эксперименты), а также списочные эксперименты (в англоязычной литературе за этим подходом закрепилось устойчивое название *list experiment*).

Перспективы решения проблем в экспериментальном подходе

Экспериментальные методы позволяют снять ряд ограничений, накладываемых дизайном классических опросных исследований. В контексте внутренней валидности исследования возможность изолировать влияние независимой переменной от других эффектов (то есть мы гарантируем, что в условиях эксперимента изменяется только управляемая независимая переменная) позволяет добиваться решения проблемы каузальности, позволяя сравнить эффекты вмешательств для экспериментальных групп в условиях невозможности сравнения потенциальных исходов эксперимента для каждой конкретной экспериментальной единицы (респондента) [20, с. 101; 21, с. 6–7]. С точки зрения конструктивной валидности, возможность контролировать стимулы и корректная рандомизация респондентов в ходе экс-

перимента способствуют достижению наиболее адекватного и цельного исследовательского дизайна *при условии* корректного выполнения. Наконец, возможность формирования выборок, анализ которых позволил бы максимально корректно ответить на сформулированный исследовательский вопрос, позволяет решить проблему внешней валидности. Иными словами, в контексте измерения политической поддержки рестриктивных мер государства, *корректный* экспериментальный дизайн позволяет в значительной степени решить ряд проблем каузальности и валидности, которые неизбежно возникают в классических опросных исследованиях.

Необходимо отметить, что формирование национальной репрезентативной выборки является хотя и мощным инструментом получения наиболее точных оценок, но не обязательным условием проведения эксперимента в социальных науках [18]. Так, например, в большинстве экспериментальных исследований отношения граждан к рестриктивной политике государства авторы не стремились получить национально репрезентативные выборки респондентов (например, [7; 22; 23]). Поскольку значительная часть исследований, посвященных политической поддержке и комплаенсу, фокусировалась на имеющих относительно низкую дисперсию в генеральной совокупности психологических эмоциях и реакциях респондентов на отдельные меры, репрезентативность выборки по генеральной совокупности не обязательна. Тем не менее ряд работ, посвященных отношению граждан к государственным мерам, используют крайне ограниченные и специфичные выборки студентов, специалистов в определенной профессиональной сфере и т.д. Так, в исследовании факторов, обеспечивающих рост поддержки гражданами установки камер в общественных местах [6], выборка из 570 респондентов формировалась из студентов «двух лучших университетов Санкт-Петербурга». В работе [24] выборка респондентов формировалась похожим образом — из студентов Мичи-

ганского университета в возрасте от 18 до 28 лет. В работе [22] восприятие респондентами антитеррористических мер государства оценивалось на выборке «молодых профессионалов из банковского сектора со степенью магистра и выше». При этом если Костюк и Вэйн аргументировали формирование узкой выборки студентов для проведения эксперимента спецификой фрейминга киберугроз (в данном случае примером киберугрозы служил недавний взлом сайта университета), то в остальных исследованиях обобщение результатов на узких выборках до генеральной совокупности населения страны не представляется обоснованным. Проблема невозможности обобщения результатов выборки на генеральную совокупность признается одной из наиболее распространенных в контексте реализации исследований с использованием экспериментов в социальных науках [25].

Еще одной важной составляющей экспериментального дизайна, способствующей укреплению надежных выводов о каузальности, является внедрение мер для уменьшения потенциального предугадывания ответов (*experimental demand*) — сигналов в экспериментальной обстановке или процедур, которые информируют участников о том, какой ответ от них ожидается [25]. Эффекты предугадывания представляют собой серьезную угрозу внутренней валидности: участники могут быть мотивированы реагировать на тонкие намеки в дизайне эксперимента, указывающие на то, что от них ожидают, а не на саму экспериментальную манипуляцию. Стандартные меры по борьбе с предугадыванием ответов включают в себя скрытие истинной цели исследования, предоставление участникам правдоподобного, но ложного описания и использование относительно незаметных показателей результатов, чтобы участники были склонны вести себя так же, как в реальных ситуациях.

Необходимо отметить и ряд методологических недостатков экспериментального подхода к измерению политической поддержки рестриктивной политики государства. Как отмечает

Айенгар [25], фактическое воздействие политических сообщений на аудиторию в реальном мире обычно не аналогично влиянию стимулов, предъявляемым выборке респондентов в ходе эксперимента. Так, респонденты, которые соглашались принять участие в опросном эксперименте, скорее всего, отличаются от тех, кто самостоятельно решает почитать новости или посмотреть рекламу во время избирательных кампаний (для общего обсуждения этой проблемы см. [26]). Новостные репортажи о политических событиях, которые предлагаются в рамках экспериментов, в обычной жизни можно избежать по собственному усмотрению, что означает, что воздействие медиа ограничивается политически активными слоями населения. Таким образом, как указывал Ховланд [27], манипуляционный контроль в некоторой степени ослабляет способность обобщения полученных в ходе исследования результатов, поскольку в реальности воздействие политических фреймов обычно является добровольным выбором индивида.

Наконец, проблему внутренней валидности опросного эксперимента могут создавать различия в форме вмешательства в различных опросных группах. Исследователи отмечают проблемы, связанные с предоставлением респондентам фото- и видеоматериалов в качестве стимулов, поскольку представленные экспериментальным и контрольной группам материалы могут иметь различия, оказывающие влияние на восприятие респондентами информации и, как следствие, искажающие результат экспериментального вмешательства [18]. Так, в исследовании, посвященном анализу политической поддержки респондентами превентивных киберударов и традиционных военных ударов со стороны правительства, участникам эксперимента были предложены скриншоты новостей с американского телевизионного канала: на одном фото была изображена железнодорожная катастрофа, в то время как на втором фото — изображение толпы пассажиров в аэропорту, под фотографиями были представлены

описания с указанием характера летальности происшествий [10]. При этом при получении одного из двух фото респондент мог принять решение о поддержке той или иной меры по иным причинам, которые не учитываются при создании конкретных вмешательств: например, респондент может не поддерживать государственные меры при прочтении новости о происшествии с летальным исходом потому, что фото с изображением железнодорожной аварии, но без изображенных людей, не будет связано в его сознании с огромным количеством жертв. Похожие примеры можно найти в других исследованиях факторов политической поддержки: например, Д. Мюнц отмечает, что там, где респондентам предлагают различные видеоматериалы, респонденты могут реагировать не на ключевую идею, которую хотели передать авторы, а на побочные детали, например, на расу или возраст изображенных людей [18].

Риски некорректной интерпретации из-за различий между стимулами есть и в исследованиях, эксперименты в которых опираются на текстовые материалы, написанные для различных экспериментальных групп без четкой структуры. В работе Ренстром и Бэка [28], посвященной анализу факторов страха, тревоги и злости как детерминант политической поддержки в период пандемии Covid-19, группам респондентов предлагались тексты, которые (по замыслу авторов) должны были вызвать ту или иную эмоцию у респондентов. Оставив в стороне вопрос сложности разграничений эмоций как элемента имплицитных установок индивидов (подробнее см. [29]), мы не можем быть уверены в том, что именно некорректная политика шведского правительства по ограничению перемещений граждан является стимулом к появлению у респондента злости, а не, например, приток мигрантов, который также упоминался в данном тексте [28]. Вольная форма составления текстовых материалов, таким образом, создает в экспериментальном дизайне риск влияния иных факторов на принятие респондентом решения о политиче-

ской поддержке той или иной меры, что потенциально нарушает внутреннюю валидность исследований.

Решением вышеописанной проблемы является разработка исследовательского дизайна, который бы позволил исследователю контролировать влияние независимых переменных на целевую переменную путем стандартизации предлагаемых респондентам текстовых материалов. Оптимальным решением проблемы является дизайн эксперимента с использованием виньеток, в которых в текстах, предлагаемым различным группам респондентов, *систематически* варьируются ключевые характеристики, что позволяет оценить влияние каждого фактора на зависимую переменную. Григорян и Горинова [30] относят такой подход к группе факторных опросов, позволяющих путем выделения нескольких независимых переменных и анализа их сочетаний получать большое количество групп респондентов с различными сочетаниями вмешательств. Так, в исследовании, посвященном анализу фреймирования новостей об ограничении личных свобод граждан в период пандемии Covid-19 путем включения указаний на временный характер ограничений и серьезность рисков, авторы получили шесть групп респондентов путем комбинации виньеток 2*3 в факторном опросе [8]. В исследовании общественной поддержки систем видеонаблюдения в общественных местах авторы, используя метод факторного опроса, разделили выборку на 18 групп респондентов, получивших различные комбинации стимулов [31]. Как отмечает Диана Мютц, возможность в экспериментах с виньетками получить из изначально небольшой выборки большое количество групп с различными типами вмешательства позволяет изолировать влияние отдельных переменных на целевую переменную [18], что является важнейшим достоинством такого исследовательского дизайна в контексте изучения факторов политической поддержки рестриктивной политики. Кроме того, изменение небольших фрагментов текста при сохранении общей рамки вмешательства позволяет сохра-

нить валидность результатов исследования и исключить влияние иных факторов на результат.

При этом, несмотря на преимущества метода факторного опроса в рамках небольшой матрицы стимулов, исследователи часто необоснованно увеличивают количество переменных в виньетках, вследствие чего получается несколько сотен и даже тысяч комбинаций факторов и экспериментальных групп. Такой подход приводит к утяжелению исследовательского дизайна, поскольку не все комбинации независимых переменных используются для анализа и несут смысл, что ставит под вопрос релевантность использования виньеток в таких работах. Так, в большинстве публикаций на тему политической поддержки рестриктивной политики с использованием эксперимента с виньетками за последние 3–5 лет матрицы факторов относительно невелики и позволяют сделать выводы о влиянии ключевых факторов на восприятие респондентами государственной политики [5; 32]. Но есть и работы, в которые исследователи включают значительное количество факторов, концептуально перегружая их количеством виньеток. В работе Ягера [4], насчитывалось 108 виньеток для двух тысяч респондентов, что само по себе не является существенным ограничением, но, как отмечают исследователи [18], необходим более подробный анализ взаимосвязей и зависимостей, что часто опускается исследователями.

Проблему предугадывания ответов (*experimental demand*), которая проявляется особенно явно в исследованиях политической поддержки рестриктивной политики, призван решить альтернативный вариант экспериментального дизайна — так называемый эксперимент с поддержкой (*endorsement experiment*). Чтобы помешать испытуемым выяснить цель исследования, исследователи пытаются скрыть главное среди другой, якобы более важной, информации [33]. В ходе эксперимента по выявлению политической поддержки респондентов спрашивают, насколько они поддерживают ту или иную политику. В условиях

вмешательства политика «одобряется» группой политических лиц, которую респонденты осознанно не признали бы влияющей на их мнение. В контрольной группе не указано одобрение политической инициативы какими-либо политическими лицами. Средняя разница в поддержке между результатами групп отражает изменение поддержки политики в результате одобрения определенной группой политических лиц. Несмотря на достаточно ограниченное на данный момент использование эксперимента с поддержкой, в работе Блэр и других [34] он используется для выявления того, как доверие граждан отдельным политическим группам (правительство, полиция, НКО и религиозные деятели) влияет на уровень соблюдения антиковидных ограничений. Несмотря на относительно скромные, на наш взгляд, результаты эксперимента, выявившие больший уровень поддержки гражданами правительственных лиц, чем иных политических групп, в контексте комплаенса такой исследовательский дизайн позволил избежать предугадывания респондентами ответов и решить проблему сенситивности.

Наконец, еще одним крупным ограничением, с которым сталкиваются исследователи при анализе факторов формирования политической поддержки рестриктивной политики, является смещение результатов опросов, измеряющих уровень доверия к отдельным политическим институтам, из-за политической сенситивности вопросов, заданных напрямую. Для решения указанной проблемы исследователи прибегают к достаточно распространенному списочному эксперименту [34; 35], который призван минимизировать эффект социальной желательности. Возможность в ходе списочного эксперимента установить количество респондентов, ответивших на сенситивные вопросы «социально нежелательно», но при этом обеспечив респондентам в группах большую свободу выражения мнения благодаря отсутствию необходимости отвечать на сенситивные вопросы напрямую, является большим преимуществом такого подхода. Так, в исследовании

Бэхера и других [35] несоблюдение (*non-compliance*) рестриктивных государственных мер в период пандемии Covid-19 измерялось путем сравнения контрольной и экспериментальной групп по количеству включений экспериментальной группой утверждения о том, что респондент встречался один или несколько раз с друзьями или родственниками, которые не живут с ним/ней в одном доме. В работе [34] исследовательский дизайн был построен схожим образом: средний показатель несоблюдения государственных норм также высчитывался как разница среднего количества выбранных пунктов между контрольной группой, которой не было предложено утверждения с описанием социально неодобряемого поведения, и экспериментальной группой, которой был предложен полный список утверждений. Как отмечает Снидерман [36], списочные эксперименты относятся к типу пермиссивных исследовательских дизайнов, то есть они не вмешиваются напрямую в когнитивно-поведенческий процесс, позволяя респонденту самостоятельно обозначить свое поведение с минимальным вмешательством со стороны автора. Несмотря на то, что в исследованиях рестриктивной политики такой дизайн применяется не очень часто, изучение факторов поддержки государственных мер с помощью списочных экспериментов является перспективным и интересным направлением в политической науке.

Таким образом, вышеописанные экспериментальные подходы зачастую являются более эффективным решением проблем внутренней валидности в исследованиях политической поддержки рестриктивной политики, чем классические опросы респондентов, особенно с политически сенситивными вопросами, задаваемыми респондентам напрямую. Грамотный подход к разработке исследовательского дизайна, определению выборки и сбору данных позволяет в большой степени решить проблемы, стоящие перед социологами в контексте проблемы изучения политической поддержки и комплаенса.

Фактическое положение дел в исследованиях поддержки рестриктивной политики

Но стали ли эксперименты в действительности применяться в исследованиях политических установок граждан так часто, как рассчитывали на это ученые двадцать лет назад? Для ответа на этот вопрос автором были собраны и проанализированы данные статистики публикаций работ по теме восприятия рестриктивных государственных мер в базе данных рецензируемой научной литературы Scopus. В качестве временного периода был выбран промежуток, равный одиннадцати лет, с 2013 по 2024 гг., что вызвано ростом призывов к использованию экспериментальных подходов авторами в 2010-е гг.; для формирования пула подходящих по теме публикаций был сформулирован запрос из ключевых слов, позволяющих определить тематику работ как восприятие рестриктивных государственных мер:

(“political attitudes” OR “public opinion” OR “compliance” OR “political support”) AND (“regulation measures” OR “state regulation” OR “restrictive policy” OR “restrictive measures”) AND PUBYEAR > 2012 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (SUBJAREA, "SOCI") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "PSYC")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, "ar"))

Кроме того, необходимо было также рассмотреть статистику публикаций работ, использующих экспериментальный исследовательский дизайн. Для этого в сформулированный выше запрос было добавлено правило *“AND (“experimental design” OR “experimental study” OR “survey experiment” OR “vignette experiment” OR “factorial survey” OR “factorial experiment” OR “vignette study” OR “conjoint experiment” OR “conjoint analysis” OR “choice-based conjoint” OR “list experiment” OR “sensitive question experiment” OR “randomized response technique” OR “lab experiment” OR “field experiment”))”*. На рис. 1 изображен график публикаций работ на тему отношения граждан к рестриктивным

государственным мерам, где показано общее число публикаций по данной теме, а также число работ, в которых использован экспериментальный подход.

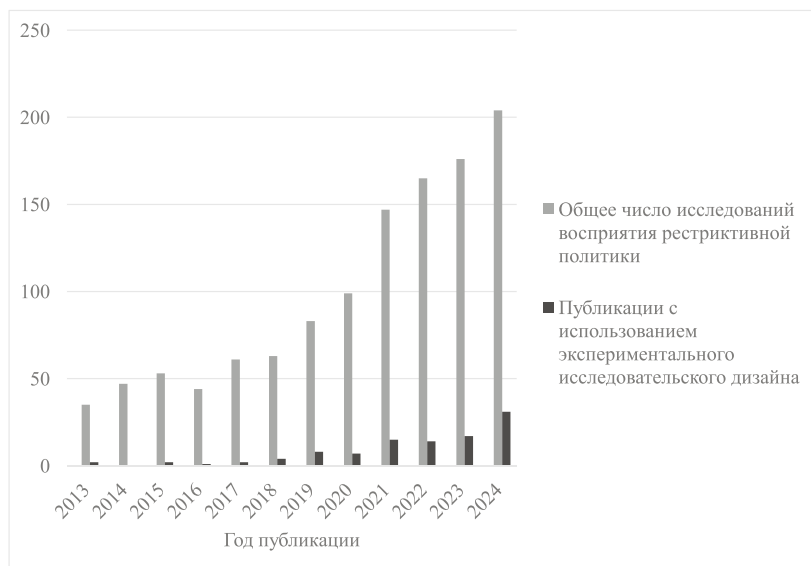


Рис. 1. Статистика публикаций на тему отношения граждан к рестриктивной государственной политике с 2013 по 2024 гг.

Всего за период с 2013 по 2024 гг. в базе Scopus по запросу выше было найдено 1 007 публикаций, из них в 103 публикациях применялся экспериментальный дизайн. На графике можно заметить постепенный рост числа исследований различных аспектов отношения граждан к государственным рестрициям с 2016 по 2020 гг., после чего последовал всплеск публикаций (начиная с 2021 года), что вызвано ростом интереса исследователей к ограничениям в период пандемии Covid-19. Так, в 2021 году было опубликовано почти в полтора раза больше

работ, чем годом ранее: 147 против 99 публикаций. Наиболее высокие показатели публикационной активности наблюдаются в 2024 году, что объясняется как ростом интереса к проблеме отношения граждан к ограничениям в целом, так и публикационной политикой ряда журналов, в которых публикации выходят в печать значительно позже публикации на сайте журнала.

Примечательно при этом, что с 2018 года наблюдается последовательное увеличение количества работ с использованием экспериментов, но этот рост за шесть лет минимален: так, если в 2018 году было опубликовано четыре исследования с использованием экспериментов, то в 2020 году их было всего семь. Стабильный рост, как и в общем объеме работ на тему рестриктивной политики, наблюдался с начала пандемии Covid-19 (от 14 до 17 публикаций в год), а в 2024 году количество работ с использованием экспериментов составило рекордные 31. С одной стороны, такая стабильная позитивная динамика в использовании экспериментов в поле исследований рестриктивной политики радует, поскольку эксперименты все больше получают должное признание в научных журналах. С другой стороны, даже при таком росте доля экспериментальных исследований в 2024 году составляет всего 15 % от общего числа исследований, что указывает на некоторую научную инертность: доля исследований с использованием экспериментов увеличилась соразмерно общему росту работ, посвященных анализу восприятия рестриктивной политики. Таким образом, мы не можем утверждать, что произошел переход к активному использованию экспериментов за счет отказа от традиционных форм измерения политических установок респондентов, про который писали авторы десять лет назад, но тенденция к росту использования экспериментов в целом позволяет рассчитывать на более позитивные тенденции в эмпирической социальной науке в ближайшие годы.

Выводы

Основная исследовательская задача, которая стояла перед автором статьи — рассмотреть методологические подходы к измерению политических установок по отношению к мерам государственной рестриктивной политики в социальных науках с точки зрения решения существующими видами исследовательского дизайна проблем валидности измерения. Для этого в концептуальной части исследования автор попытался показать, что различные разрозненные понятия, связанные с измерением восприятия государственной политики гражданами и используемые в абсолютно разных научных сферах (комплаенс, политические предпочтения, политическое отношение и т.д.), можно отнести к измерению политических установок, определяющих принятие или непринятие респондентом предложенной меры. У этой выделенной области исследований оказываются общими не только фактически измеряемые в эмпирических исследованиях установки, но и специфические проблемы, сопутствующие этому измерению. Главные из них — это социальная желательность (являющаяся производной от самой темы рестрикций) и связанные с искажениями ответов социальной желательностью трудности в установлении причинно-следственных отношений. Наиболее часто и настойчиво предлагаемый рецепт преодоления этих ограничений — использование экспериментального дизайна, варианты которого на сегодняшний день включают множество инструментов, в том числе применимых в массовых опросах.

Однако результаты анализа фактически используемых подходов к измерению политических установок граждан оказались не столь оптимистичными, как это можно было ожидать, исходя из развития методологических рекомендаций в исследовательской литературе: подавляющее большинство авторов современных исследований рестриктивной политики продолжает опираться

на опросы, при этом прекрасно осознавая и выделяя в работах серьезные ограничения таких исследований. Объяснений этому может быть много: физическая или материальная невозможность проведения экспериментов в условиях работы конкретных исследователей, нехватка навыков в работе с экспериментами, сложности с поиском платформы для сбора эмпирических данных, консерватизм в применении методов и пр. Так или иначе, экспериментальный дизайн позволяет в значительной степени решить вопросы эффекта социальной желательности, предугадывания ответов, а также проблем внутренней валидности исследований, которые характерны для опросов на тему рестриктивной политики. Широкий выбор моделей экспериментов для исследователя (списочные эксперименты, эксперименты с поддержкой, факторные опросы) при корректном использовании позволяет автору смещать фокус на тот аспект анализа рестриктивной политики, который важен в каждой конкретной работе.

Конечно, как показал проведенный анализ, работы с применением экспериментального дизайна также не лишены ошибок: некорректной выборки, слишком явного для респондента дизайна вопросов, сложности обобщения результатов в работах с использованием фото- и видеоматериалов в качестве стимулов. Но эти локальные проблемы можно решать, не меняя исследовательской рамки, тем более что обилие методологической литературы по экспериментам в социальных науках позволяет даже начинающим исследователям обходить такие ограничения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Guo D., Habich-Sobiegalla S., Kostka G.* Emotions, crisis, and institutions: Explaining compliance with COVID-19 regulations // *Regulation & Governance*. 2023, vol. 18, № 1. P. 177–202. DOI: 10.1111/rego.12509.
2. *Schmeisser Y., Renstrom E. A., Back H.* Who follows the rules during a crisis? Personality traits and trust as predictors of compliance with containment recommendations during the COVID-19 pandemic // *Frontiers in Political Science*. 2021, vol. 3. P. 1–13. DOI: 10.3389/fpos.2021.739616.

3. *Shandler R., Kostyuk N., Oppenheimer H.* Public opinion and cyberterrorism // *Public Opinion Quarterly*. 2023, vol. 87, № 1. P. 92–119. DOI: 10.1093/poq/nfad006.

4. *Jäger F.* Security vs. civil liberties: How citizens cope with threat, restriction, and ideology // *Frontiers in Political Science*. 2023, № 4. P.1–13. DOI: 10.3389/fpos.2022.1006711.

5. *Fesenfeld L., Rudolph L., Bernauer T.* Policy framing, design and feedback can increase public support for costly food waste regulation // *Nature Food*. 2022, vol. 3, № 3. P. 227–235. DOI: 10.1038/s43016-022-00460-8.

6. *Gurinskaya A.* Predicting citizens' support for surveillance cameras. Does police legitimacy matter? // *International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice*. 2020, vol. 44. P. 63–83. DOI: 10.1080/01924036.2020.1744027.

7. *Mužik M., Šerek J.* What reduces support for civil liberties: Authoritarianism, national identity, and perceived threat // *Analyses of Social Issues and Public Policy*. 2021, vol. 21, № 1. P. 734–760. DOI: 10.1111/asap.12241.

8. *Chmel K., Klimova A., Savin N.* The effect of risk framing on support for restrictive government policy regarding the COVID-19 outbreak // *PLoS ONE*. 2021, vol. 10, № 16. DOI: 10.1371/journal.pone.0258132.

9. *Murphy K., Williamson H., Sargeant E., McCarthy M.* Why people comply with COVID-19 social distancing restrictions: Self-interest or duty? // *Australian & New Zealand Journal of Criminology*. 2020, vol. 53, № 4. P. 477–496. DOI: 10.1177/0004865820954484.

10. *Shandler R., Gross M. L., Canetti D.* A fragile public preference for cyber strikes: Evidence from survey experiments in the United States, United Kingdom, and Israel // *Contemporary Security Policy*. 2021, vol. 42, № 2. P. 135–162. DOI: 10.1080/13523260.2020.1868836.

11. *Easton D.* A Re-assessment of the concept of political support // *British Journal of Political Science*. 1975, vol. 5, № 4. P. 435–457. DOI: 10.1017/S0007123400008309.

12. *Kingsbury B.* The concept of compliance as a function of competing conceptions of international law // *Trilateral Perspectives on International Legal Issues: From Theory Into Practice*. 1998. P. 9–33. DOI: 10.1163/9789004635807_005.

13. *Daoust J. F.* How can governments generate compliance in times of crisis? A review of the COVID-19 pandemic // *French Politics*. 2023, vol. 21, № 2. P. 179–194. DOI: 10.1057/s41253-023-00206-3.

14. *Van Deth J. W.* Compliance, trust and norms of citizenship // *Handbook on political trust*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. 2017. P. 212–228. DOI: 10.4337/9781782545118.00024.

15. *Norris P.* The conceptual framework of political support // *The Oxford handbook of social and political trust* / Ed. by E. M. Uslaner. Oxford: Oxford University Press. 2018. P. 19–32. DOI: 10.4337/9781782545118.00012.

16. Pak A., McBryde E. S., Adegboye O. A. Does high public trust amplify compliance with stringent COVID-19 government health guidelines? A multi-country analysis using data from 102,627 individuals // *Risk Management and Healthcare Policy*. 2021, vol. 14, № 1. P. 293–302. DOI: 10.2147/rmhp.s278774.
17. Lalot F., Heering M. S., Rullo M., Travaglino G. A., Abrams D. The dangers of distrustful complacency: Low concern and low political trust combine to undermine compliance with governmental restrictions in the emerging Covid-19 pandemic // *Group Processes & Intergroup Relations*. 2022, vol. 25, № 1. P. 106–121. DOI: 10.1177/1368430220967986.
18. Mutz D. C. Population-based survey experiments. Princeton, New Jersey: Princeton University Press. 2011. 177 p. DOI: 10.18352/bmgn-lchr.332.
19. Liu C. Who supports expanding surveillance? Exploring public opinion of Chinese social credit systems // *International Sociology*. 2021, vol. 37, № 3. P. 391–412. DOI: 10.1177/02685809221084446.
20. Седашов Е. А. Методы каузального анализа в современной политической науке // *Политическая наука*. 2021, №1. С. 98–115. DOI: 10.31249/poln/2021.01.04.
21. Imbens G. W., Rubin D. B. Causal inference in statistics, social, and biomedical sciences // Cambridge University Press, 2015. 625 p. ISBN: 9781139025751. DOI: 10.1017/CBO9781139025751.
22. Sekerdej M., Kossowska M. Motherland under attack! Nationalism, terrorist threat, and support for the restriction of civil liberties // *Polish Psychological Bulletin*. 2011, vol. 42, № 11. P. 11–19. DOI: 10.2478/v10059-011-0003-0.
23. Davis D. W., Silver B. D. Civil liberties vs. security: Public opinion in the context of the terrorist attacks on America // *American journal of political science*. 2004, vol. 48, № 1. P. 28–46. DOI: 10.1111/j.0092-5853.2004.00054.x.
24. Kostyuk N., Wayne C. The microfoundations of state cybersecurity: Cyber risk perceptions and the mass public // *Journal of Global Security Studies*. 2021, vol. 6, № 2. DOI: 10.1093/jogss/ogz077.
25. Iyengar S. Laboratory experiments in political science // *Cambridge handbook of experimental political science* / Ed. by J. N. Druckman, D. P. Greene, J. H. Kuklinski. Cambridge University Press. 2012. P. 137–167. DOI: 10.1017/cbo9780511921452.006.
26. Gaines B. J., Kuklinski J. H., Quirk P. J. The logic of the survey experiment reexamined // *Political Analysis*. 2007, vol. 15, № 1. P. 1–20. DOI: 10.1093/pan/mpj008.
27. Hovland C. I. Reconciling conflicting results derived from experimental and survey studies of attitude change // *American Psychologist*. 1959, vol. 14, № 1. P. 8–17. DOI: 10.1037/h0042210.
28. Renström E. A., Bäck H. Emotions during the Covid-19 pandemic: Fear,

anxiety, and anger as mediators between threats and policy support and political actions // *Journal of applied social psychology*. 2021, vol. 51, № 8. P. 861–877. DOI: 10.1111/jasp.12806.

29. *Lodge M., Taber C., Verhulst B.* Conscious and unconscious information processing with implications for experimental political science // *Cambridge handbook of experimental political science* / Ed. by J. N. Druckman, D. P. Greene, J. H. Kuklinski. Cambridge University Press, 2012. P. 291–321. DOI: 10.1017/cbo9780511921452.011.

30. *Григорян Л. К., Горинова Е. В.* Факторный опрос: преимущества, область применения, практические рекомендации // *Социальная психология и общество*. 2016, т. 7, № 2. С. 142–157. DOI: 10.17759/sps.2016070210.

31. *Ziller C., Helbling M.* Public support for state surveillance // *European Journal of Political Research*. 2021, vol. 60, № 4. P. 994–1006. DOI: 10.1111/1475-6765.12424.

32. *Gomez M. A., Whyte C.* Breaking the myth of cyber doom: Securitization and normalization of novel threats // *International Studies Quarterly*. 2021, vol. 65, № 4. P. 1137–1150. DOI: 10.1093/isq/sqab034.

33. *Cohen G. L.* Party over policy: The dominating impact of group influence on political beliefs // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2003, vol. 85, № 5. P. 808–822. DOI: 10.1037/0022-3514.85.5.808.

34. *Blair R. A., Curtice T., Dow D., Grossman G.* Public trust, policing, and the COVID-19 pandemic: Evidence from an electoral authoritarian regime // *Social Science & Medicine*. 2022, vol. 305, № 3. DOI: 10.1016/j.socscimed.2022.115045.

35. *Becher M., Stegmueller D., Brouard S., Kerrouche E.* Ideology and compliance with health guidelines during the COVID-19 pandemic: A comparative perspective // *Social science quarterly*. 2021, vol. 102, № 5. P. 2106–2123. DOI: 10.1111/ssqu.13035.

36. *Sniderman P. M.* The logic and design of the survey experiment: An autobiography of a methodological innovation // *Cambridge handbook of experimental political science* / Ed. by J. N. Druckman, D. P. Greene, J. H. Kuklinski. Cambridge University Press, 2012. P. 182–205. DOI: 10.1017/cbo9780511921452.008.

37. *Margets H., Stocker G.* The experimental method: prospects for laboratory and field studies // *Theory and methods in political science*. 3rd edition / Ed. by D. Marsch, G. Stocker. Palgrave Macmillan, 2011. P. 308–324. DOI: 10.1007/978-0-230-36664-0_16.

38. *Daoust J. F., Nadeau R., Dassonneville R., Lachapelle E., Belanger E., Savoie J., van der Linden C.* How to survey citizens' compliance with COVID-19 public health measures: evidence from three survey experiments // *Journal of Experimental Political Science*. 2021, vol. 8, № 3. P. 310–317. DOI: 10.1017/XPS.2020.25.

39. *Faillo M., Ottone S., Sacconi L.* Compliance by believing: An experimental exploration on social norms and impartial agreements // SSRN. 2008. DOI: 10.2139/ssrn.1151245.

40. *Alm J., McKee M.* Tax compliance as a coordination game // Journal of Economic Behavior & Organization. 2004, vol. 54, № 3. P. 297–312. DOI: 10.1016/j.jebo.2003.02.003.

41. *Auliya S. F., Wulandari N.* The impact of mobility patterns on the spread of the COVID-19 in Indonesia // Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence. 2021, vol. 7, № 1. P. 31–41. DOI: 10.20473/jisebi.7.1.31-41.

42. *Aguilar-Ruiz J. S., Ruiz R., Giráldez R.* Advance monitoring of COVID-19 incidence based on taxi mobility: Ehe infection ratio measure // Healthcare. MDPI. 2024, vol. 12, № 5. P. 51–57. DOI: 10.3390/healthcare12050517.

43. *McDermott R.* Experimental methods in political science // Annual Review of Political Science. 2002, vol. 5, № 1. P. 31–61. DOI: 10.1146/annurev.polisci.5.091001.170657.

Сведения об авторе

Бочарова Александра Павловна

Аспирант, младший научный сотрудник Центра комплексных
европейских и международных исследований,
Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики».

Тел.: +7(916)788-68-92

SPIN-код: 6734-6461

ResearcherID: GSE-6417-2022

PUBLIC PERCEPTION OF STATE RESTRICTIVE POLICY: PROBLEMS OF MEASUREMENT

Bocharova Alexandra P.

HSE University, Moscow, Russia

apbocharova@hse.ru

ORCID: 0000-0002-2167-8342

For citation: Bocharova A.P. Public perception of state restrictive policy: Problems of measurement. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 183-215. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.5

Abstract. The article addresses conceptual and methodological issues in measuring citizens' political attitudes toward restrictive government policies. The first part of the study focuses on integrating disparate groups of research on political support and political attitudes toward various restrictive government measures into a unified category for measuring political attitudes toward restrictive policies. With rare exceptions, empirical studies on compliance based on survey methods and respondents' self-reports can also be included in this category. After consolidating these research groups into a single direction for studying citizens' attitudes toward restrictive policies, the author tackles the issue of validity in empirical studies of this kind. The results of a statistical analysis of studies on restrictive policies published in the Scopus database over the past ten years reveal that the overwhelming majority of contemporary researchers in this field continue to rely on survey-based formats. This raises several questions about the internal and external validity of such studies due to the sensitivity of questions posed to respondents. Additionally, several issues remain unresolved in existing research, such as forming excessively narrow samples, the overt nature of question design for respondents, and challenges in generalizing results in studies that use photo and video materials as interventions. A solution to the problem of validity violations is the use of experimental design, which is applied significantly less frequently in studies on restrictive policies compared to classical surveys. This includes list experiments, support

experiments, and factorial surveys. The article also discusses examples of the proper use of such research designs, referencing recent studies.

Keywords: restrictive policy, survey methods, political attitudes, political support, compliance, public perception, list experiment, factor survey, conjoint experiment

References

1. Guo D., Habich-Sobiegalla S., Kostka G. Emotions, crisis, and institutions: Explaining compliance with COVID-19 regulations, *Regulation & Governance*, 2023, vol. 18, no. 1, p. 177–202. DOI: 10.1111/rego.12509.
2. Schmeisser Y., Renstrom E.A., Back H. Who follows the rules during a crisis? Personality traits and trust as predictors of compliance with containment recommendations during the COVID-19 pandemic, *Frontiers in Political Science*, 2021, vol. 3, p. 1–13. DOI: 10.3389/fpos.2021.739616.
3. Shandler R., Kostyuk N., Oppenheimer H. Public opinion and cyberterrorism, *Public Opinion Quarterly*, 2023, vol. 87, no. 1, p. 92–119. DOI: 10.1093/poq/nfad006.
4. Jäger F. Security vs. civil liberties: How citizens cope with threat, restriction, and ideology, *Frontiers in Political Science*, 2023, no. 4, p. 1–13. DOI: 10.3389/fpos.2022.1006711.
5. Fesenfeld L., Rudolph L., Bernauer T. Policy framing, design and feedback can increase public support for costly food waste regulation, *Nature Food*, 2022, vol. 3, no. 3, p. 227–235. DOI: 10.1038/s43016-022-00460-8.
6. Gurinskaya A. Predicting citizens' support for surveillance cameras. Does police legitimacy matter? *International Journal of Comparative and Applied Criminal Justice*, 2020, vol. 44, p. 63–83. DOI: 10.1080/01924036.2020.1744027.
7. Mužík M., Šerek J. What reduces support for civil liberties: Authoritarianism, national identity, and perceived threat, *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 2021, vol. 21, no. 1, p. 734–760. DOI: 10.1111/asap.12241.
8. Chmel K., Klimova A., Savin N. The effect of risk framing on support for restrictive government policy regarding the COVID-19 outbreak, *PLoS ONE*, 2021, vol. 10, no. 16. DOI: 10.1371/journal.pone.0258132.

9. Murphy K., Williamson H., Sargeant E., McCarthy M. Why people comply with COVID-19 social distancing restrictions: Self-interest or duty?, *Australian & New Zealand Journal of Criminology*, 2020, vol. 53, no. 4, p. 477–496. DOI: 10.1177/0004865820954484.
10. Shandler R., Gross M.L., Canetti D. A fragile public preference for cyber strikes: Evidence from survey experiments in the United States, United Kingdom, and Israel, *Contemporary Security Policy*, 2021, vol. 42, no. 2, p. 135–162. DOI: 10.1080/13523260.2020.1868836.
11. Easton D. A re-assessment of the concept of political support, *British Journal of Political Science*, 1975, vol. 5, no. 4, p. 435–457. DOI: 10.1017/S0007123400008309.
12. Kingsbury B. The concept of compliance as a function of competing conceptions of international law, *Trilateral Perspectives on International Legal Issues: From Theory Into Practice*, 1998, p. 9–33. DOI: 10.1163/9789004635807_005.
13. Daoust J.F. How can governments generate compliance in times of crisis? A review of the COVID-19 pandemic, *French Politics*, 2023, vol. 21, no. 2, p. 179–194. DOI: 10.1057/s41253-023-00206-3.
14. Van Deth J.W. “Compliance, trust and norms of citizenship”, in: *Handbook on political trust*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2017. P. 212–228. DOI: 10.4337/9781782545118.00024.
15. Norris P. “The conceptual framework of political support”, in: *The Oxford handbook of social and political trust*, ed. by E.M. Uslaner. Oxford: Oxford University Press, 2018, p. 19–32. DOI: 10.4337/9781782545118.00012.
16. Pak A., McBryde E.S., Adegboye O.A. Does high public trust amplify compliance with stringent COVID-19 government health guidelines? A multi-country analysis using data from 102,627 individuals, *Risk Management and Healthcare Policy*, 2021, vol. 14, no. 1, p. 293–302. DOI: 10.2147/rmhp.s278774.
17. Lalot F., Heering M.S., Rullo M., Travaglino G.A., Abrams D. The dangers of distrustful complacency: Low concern and low political trust combine to undermine compliance with governmental restrictions in the emerging Covid-19 pandemic, *Group Processes & Intergroup Relations*, 2022, vol. 25, no. 1, p. 106–121. DOI: 10.1177/1368430220967986.
18. Mutz D.C. *Population-based survey experiments*. Princeton,

- New Jersey: Princeton University Press, 2011. 177 p. DOI: 10.18352/bmgn-lchr.332.
19. Liu C. Who supports expanding surveillance? Exploring public opinion of Chinese social credit systems, *International Sociology*, 2021, vol. 37, no. 3, p. 391–412. DOI: 10.1177/02685809221084446.
 20. Sedashov E.A. Methods of causal analysis in modern political science (in Russian), *Politicheskaya Nauka (Political Science)*, 2021, no. 1, p. 98–115. DOI: 10.31249/poln/2021.01.04.
 21. Imbens G.W., Rubin D.B. *Causal inference in statistics, social, and biomedical sciences*. Cambridge University Press, 2015. 625 p. ISBN: 9781139025751. DOI: 10.1017/CBO9781139025751.
 22. Sekerdej M., Kossowska M. Motherland under attack! Nationalism, terrorist threat, and support for the restriction of civil liberties, *Polish Psychological Bulletin*, 2011, vol. 42, no. 11, p. 11–19. DOI: 10.2478/v10059-011-0003-0.
 23. Davis D.W., Silver B.D. Civil liberties vs. security: Public opinion in the context of the terrorist attacks on America, *American journal of political science*, 2004, vol. 48, no. 1, p. 28–46. DOI: 10.1111/j.0092-5853.2004.00054.x.
 24. Kostyuk N., Wayne C. The microfoundations of state cybersecurity: Cyber risk perceptions and the mass public, *Journal of Global Security Studies*, 2021, vol. 6, no. 2. DOI: 10.1093/jogss/ogz077.
 25. Iyengar S. “Laboratory experiments in political science”, in: *Cambridge handbook of experimental political science*, ed. by J.N. Druckman, D.P. Greene, J.H. Kuklinski. Cambridge University Press, 2012, p. 137–167. DOI: 10.1017/cbo9780511921452.006.
 26. Gaines B.J., Kuklinski J.H., Quirk P.J. the logic of the survey experiment reexamined, *Political Analysis*, 2007, vol. 15, no. 1, p. 1–20. DOI: 10.1093/pan/panp1008.
 27. Hovland C.I. reconciling conflicting results derived from experimental and survey studies of attitude change, *American Psychologist*, 1959, vol. 14, no. 1, p. 8–17. DOI: 10.1037/h0042210.
 28. Renström E.A., Bäck H. Emotions during the Covid-19 pandemic: Fear, anxiety, and anger as mediators between threats and policy support and political actions, *Journal of applied social psychology*, 2021, vol. 51, no. 8, p. 861–877. DOI: 10.1111/jasp.12806.

29. Lodge M., Taber C., Verhulst B. :Conscious and unconscious information processing with implications for experimental political science”, in: *Cambridge handbook of experimental political science*, ed. by J.N. Druckman, D.P. Greene, J.H. Kuklinski. Cambridge University Press, 2012. P. 291–321. DOI: 10.1017/cbo9780511921452.011.
30. Grigoryan L.K., Gorinova E.V. Factor survey: advantages, scope, practical recommendations (in Russian), *Social'naya psihologiya i obshchestvo (Social psychology and society)*, 2016, vol. 7, no. 2. p. 142–157. DOI: 10.17759/sps.2016070210.
31. Ziller C., Helbling M. Public support for state surveillance, *European Journal of Political Research*, 2021, vol. 60, no. 4, p. 994–1006. DOI: 10.1111/1475-6765.12424.
32. Gomez M.A., Whyte C. Breaking the myth of cyber doom: Securitization and normalization of novel threats, *International Studies Quarterly*, 2021, vol. 65, no. 4, p. 1137–1150. DOI: 10.1093/isq/sqab034.
33. Cohen G.L. Party over policy: The dominating impact of group influence on political beliefs, *Journal of Personality and Social Psychology*, 2003, vol. 85, no. 5, p.808–822. DOI: 10.1037/0022-3514.85.5.808.
34. Blair R.A., Curtice T., Dow D., Grossman G. Public trust, policing, and the COVID-19 pandemic: evidence from an electoral authoritarian regime, *Social Science & Medicine*, 2022, vol. 305, no. 3. DOI: 10.1016/j.socscimed.2022.115045.
35. Becher M., Stegmuller D., Brouard S., Kerrouche E. Ideology and compliance with health guidelines during the COVID-19 pandemic: A comparative perspective, *Social science quarterly*, 2021, vol.102, no. 5, p. 2106–2123. DOI: 10.1111/ssqu.13035.
36. Sniderman P.M. “The logic and design of the survey experiment: An autobiography of a methodological innovation”, in: *Cambridge handbook of experimental political science*, ed. by J.N. Druckman, D.P. Greene, J.H. Kuklinski. Cambridge University Press, 2012. P. 182–205. DOI: 10.1017/cbo9780511921452.008.
37. Margetts H., Stocker G. “The experimental method: Prospects for laboratory and field studies”, in: *Theory and methods in political science. 3rd edition*, ed. by D. Marsch, G. Stocker. Palgrave Macmillan, 2011, p. 308–324. DOI:10.1007/978-0-230-36664-0_16.
38. Daoust J.F., Nadeau R., Dassonneville R., Lachapelle E., Belanger E.,

- Savoie J., van der Linden C. How to survey citizens' compliance with COVID-19 public health measures: evidence from three survey experiments, *Journal of Experimental Political Science*, 2021, vol. 8, no. 3, p. 310–317. DOI: 10.1017/XPS.2020.25.
39. Faillo M., Ottone S., Sacconi L. Compliance by believing: an experimental exploration on social norms and impartial agreements, *SSRN*, 2008. DOI: 10.2139/ssrn.1151245.
40. Alm J., McKee M. Tax compliance as a coordination game, *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2004, vol. 54, no. 3, p. 297–312. DOI: 10.1016/j.jebo.2003.02.003.
41. Auliya S.F., Wulandari N. The impact of mobility patterns on the spread of the COVID-19 in Indonesia, *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 2021, vol. 7, no. 1, p. 31–41. DOI: 10.20473/jisebi.7.1.31–41.
42. Aguilar-Ruiz J.S., Ruiz R., Giráldez R. Advance Monitoring of COVID-19 Incidence Based on Taxi Mobility: The Infection Ratio Measure, *Healthcare. MDPI*, 2024, vol. 12, no. 5, p. 51–57. DOI: 10.3390/healthcare12050517.
43. McDermott R. Experimental methods in political science, *Annual Review of Political Science*, 2002, vol. 5, no. 1, p. 31–61. DOI: 10.1146/annurev.polisci.5.091001.170657.

Information about the author

Alexandra P. Bocharova

Graduate student, junior Research Fellow, Center for Comprehensive
European and International Studies, National Research HSE University
SPIN-code: 6734-6461
ResearcherID: GSE-6417-2022



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.6

EDN: PRPHTP

ИИ И СОЦИОЛОГИЯ: АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВИРТУАЛЬНЫХ РЕСПОНДЕНТОВ

Пузанова Жанна Васильевна

Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы,
Москва, Россия

Эл. почта: puzanova_zhv@pfur.ru

ORCID: 0000-0002-7405-3303

Кожоридзе Георгий Гочевич

Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы,
Москва, Россия

Эл. почта: george.kozh@mail.ru

ORCID: 0009-0003-7142-0133

Кожоридзе Давид Гочевич

Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы,
Москва, Россия

Эл. почта: davidgk@mail.ru

ORCID: 0009-0001-5343-8917

Для цитирования: Пузанова Ж. В., Кожоридзе Г. Г., Кожоридзе Д. Г. ИИ и социология: анализ технологических возможностей виртуальных респондентов // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 216-246. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.6. EDN: PRPHTP.

В статье представлен анализ использования виртуальных респондентов и моделей большого языка (LLM) в социологических исследованиях, включая обзор отечественных и зарубежных примеров. Рассматриваются технические аспекты симуляции опросов с помощью LLM,

включая выбор моделей, а также практические рекомендации по их применению. Анализируются преимущества данной технологии, такие как возможность быстрого сбора данных и адаптивность, а также недостатки, включая этические риски и ограничения в репрезентативности. На основе двух экспериментальных исследований установлено, что для повышения эффективности виртуального респондента рекомендуется сначала провести пробный опрос с реальными участниками, загрузить результаты в LLM и создать обобщенного виртуального респондента, обученного на реальных ответах, что позволит генерировать более достоверные ответы по интересующим вопросам.

Ключевые слова: виртуальные респонденты, модели большого языка, симуляция опросов, эмпирическое исследование, репрезентативность, искусственный интеллект, нейросеть.

Благодарности: статья подготовлена в рамках ИнНИР РУДН 100939-0-000 «Применение технологий искусственного интеллекта в социологических исследованиях: практика и перспективы».

В последние годы искусственный интеллект (ИИ) стал неотъемлемой частью многих областей науки и практики, включая социологию. Стремительное развитие нейросетей и алгоритмов машинного обучения открывает новые горизонты для анализа социальных явлений, позволяя исследователям более эффективно обрабатывать большие объемы информации. В то же время настолько быстрый темп развития ИИ и его бесконтрольное проникновение в самые разные сферы жизни, от медицины до маркетинга и образования, создает новые вызовы для научного сообщества [1].

«Сквозное» влияние распространения ИИ на бизнес, коммуникации, медиапотребление, человеческие взаимоотношения, политику, геополитику для нас как социологов важно с той точки зрения, что меняются человеческие привычки, паттерны поведения, и именно это чаще всего становится объектом исследовательского интереса ученых [2].

В контексте стремительной эволюции искусственного интеллекта наблюдаются два взаимосвязанных процесса: с одной стороны, происходит *профессиональная специализация* ИИ-систем, с другой — их активная *интеграция в прикладные области*. Однако, как показывает анализ, социология остается той *ключевой научной дисциплиной*, где потенциал искусственного интеллекта реализован лишь фрагментарно, несмотря на очевидную *методологическую востребованность* подобных решений.

В социологии одной из наиболее радикальных и известных инноваций в этой области является внедрение так называемых виртуальных респондентов, которых можно рассматривать по аналогии с «цифровыми двойниками», например, в естественных и технических науках, где они уже получили прочное признание [3]. Эти цифровые симуляторы, созданные нейросетями и способные имитировать человеческое поведение, открывают новые горизонты для социологов, позволяя расширить выборку респондентов и повысить точность сбора данных.

Одним из ярких примеров успешного применения виртуальных респондентов является прогнозирование выборов в США, особенно в контексте президентских выборов 2020 года. В ходе предвыборной кампании исследователи использовали ИИ для создания виртуальных респондентов, которые имитировали различные социальные группы и их электоральные предпочтения. Например, с помощью алгоритмов машинного обучения были смоделированы мнения избирателей на основе данных о демографических характеристиках, исторических голосованиях и социальных медиа. Результаты таких исследований показали высокую степень точности в предсказании исхода выборов: некоторые модели предсказали победу Джо Байдена с точностью до 95% в ключевых штатах, таких как Пенсильвания и Мичиган [4]. Это позволило аналитикам выявить ключевые тренды и настроения избирателей, включая рост поддержки среди молодежи и меньшинств. Это подчеркивает важность дальнейшего

изучения возможностей и ограничений технологии виртуальных респондентов.

Важно помнить, что ИИ включает в себя различные технологии, такие как машинное обучение, обработка естественного языка, нейронные сети и др., которые открывают новые горизонты для социологических исследований. Виртуальные респонденты, созданные с использованием технологий ИИ, в частности, больших языковых моделей или Large Language Models (LLM), представляют собой цифровые (симулированные) субъекты, способные генерировать текстовые ответы, имитируя человеческое поведение и реакции на заданные вопросы. В отличие от традиционных методов опросов, где респонденты являются реальными людьми, виртуальные респонденты предоставляют исследователям возможность получать данные, которые могут быть более разнообразными и менее подверженными влиянию социальных норм и ожиданий (хотя этот вопрос является дискуссионным, с той точки зрения, что сами нейросети во многом являются заложниками ограничений и не только этических. Однако дискуссия по этому вопросу выходит за рамки данной работы). Это открывает новые горизонты для социологических исследований, позволяя проводить опросы в условиях, которые ранее были труднодоступны или невозможны. Использование виртуальных респондентов также значительно сокращает время и затраты на сбор данных. Они могут быть активированы в любое время и в любом месте, что делает процесс опроса более гибким и эффективным.

Примеры использования виртуальных респондентов

В последние годы наблюдается растущий интерес к использованию виртуальных респондентов и больших языковых моделей (LLM) в социологических исследованиях. Катализатором бума генеративных систем искусственного интеллекта в 2020-х гг.

стали улучшения в области нейронных сетей, особенно больших языковых моделей (LLM). К числу таких систем относятся чат-боты (ChatGPT, Copilot, Gemini, LLaMA, DeepSeek, GigaChat и YandexGPT), а также генераторы изображений на основе текста (Stable Diffusion, Midjourney и DALL-E) и генераторы видео на основе текста (Sora). Компании, такие как OpenAI, Anthropic, Microsoft, Google и Baidu наряду с множеством более мелких фирм разработали различные генеративные модели ИИ, что свидетельствует о значительном прогрессе в этой области и открывает новые возможности для применения ИИ в различных сферах, включая социологические исследования и маркетинговые опросы.

В одной из опубликованных работ ученые из Стэнфорда и Университета Нью-Йорка в 2024 году обучили LLM на массиве из 70 опросов жителей США, включавших в себя 105 165 участников [5]. Как утверждают авторы, основная цель обучения заключалась не в прямом прогнозировании результатов, а в моделировании реакций людей из определенных демографических групп. Коэффициент корреляции варьируется от 0 до 1, где 0 указывает на отсутствие связи, а 1 — на полную корреляцию. Искусственный интеллект показал довольно высокий результат — 0,85. При тестировании модели на новых данных, не использованных в процессе обучения, коэффициент корреляции оказался еще выше — 0,9.

Впрочем, в силу новизны этой технологии результаты пока нестабильны. В 2024 году исследователи из Кембриджа провели другое пробное исследование, чтобы оценить точность виртуальных респондентов, использующих LLM, в контексте моделирования общественного мнения [6]. В рамках исследования они применили популярную модель ChatGPT, задавая ей различные характеристики и запрашивая оценки для 11 социополитических групп. Полученные средние оценки от ChatGPT оказались близкими к данным реального опроса, проведенного в рамках Американского национального выборного исследо-

вания (ANES) за 2016–2020 гг. Однако исследование выявило, что выборка, созданная в данном случае ChatGPT, не является надежной для формирования статистически значимых выводов: в ответах наблюдалась меньшая вариативность по сравнению с реальными опросами, а коэффициенты регрессии часто значительно отличались от эквивалентных оценок, полученных на основе данных ANES. Кроме того, исследователи отметили, что распределение ответов виртуальных респондентов изменяется даже при незначительных изменениях в формулировке запросов, и показали, что один и тот же запрос может давать существенно разные результаты в течение продолжительного периода. В целом результаты исследования поднимают серьезные вопросы о качестве, надежности и воспроизводимости синтетических данных опросов, генерируемых LLM. Тем не менее современные нейросети развиваются с небывалой скоростью, и результаты, достигнутые всего год назад, возможно, уже сегодня могут быть легко превзойдены, что активно подчеркивают в мировых СМИ разработчики данных моделей.

Имеются любопытные примеры использования этой технологии и в других смежных областях. В 2023 году в Массачусетском технологическом институте был проведен эксперимент, где использовались LLM в качестве виртуальных респондентов для исследования экономического поведения [7]. Эти модели могут быть наделены различными ресурсами, информацией и предпочтениями, что позволяет исследователям моделировать их поведение в различных сценариях через симуляцию. В ходе эксперимента, были получены результаты, статистически схожие с оригинальными исследованиями. Более того, как утверждает автор, данная технология позволяет исследователям легко варьировать параметры симуляций, что открывает новые возможности для получения свежих научных инсайтов. Однако в данном примере речь шла о том, что виртуальные респонденты могут служить мощным инструментом для предварительного тестирова-

ния гипотез в области социальных наук, а не для эмпирических исследований в реальном мире.

На российском уровне исследований, посвященных применению виртуальных респондентов, пока недостаточно. В Высшей школе экономики (ВШЭ) существует курс «Искусственный интеллект в социальных исследованиях», где на основе российских и зарубежных кейсов изучаются способы применения ИИ в области обработки информации [8]. Однако эмпирических исследований, использующих виртуальных респондентов, в России пока проведено мало.

Технические аспекты симуляции опросов с помощью LLM

Симуляция опросов с использованием больших языковых моделей (LLM) представляет собой многоступенчатый процесс, который включает в себя: 1) выбор подходящей модели; 2) настройку параметров; 3) генерацию ответов и 4) последующий анализ полученных данных. Важно учитывать ряд ключевых технических аспектов, которые могут существенно повлиять на качество и достоверность получаемых данных.

Во-первых, выбор подходящей модели является критически важным этапом. Большие языковые модели (LLM) предлагают различные возможности для генерации текстов. Каждая из этих моделей имеет свои сильные и слабые стороны, и выбор должен основываться на специфике исследования, включая тип вопросов и ожидаемую глубину анализа. Среди LLM, оказавших на сегодняшний день наиболее значительное влияние на различные области, можно выделить следующие:

1. *GPT (Generative Pre-trained Transformer)* — по состоянию на 2025 год наиболее широко известная модель, разработанная американской компанией OpenAI и предназначенная для генерации текстов в формате диалога. ChatGPT демонстрирует высо-

кую степень понимания контекста и может поддерживать беседы на различные темы, что делает ее популярной для использования в чат-ботах и виртуальных помощниках. Модель обучена на обширных текстовых данных и способна генерировать креативные и информативные ответы.

2. *LLaMA (Large Language Model Meta AI)* ориентирована на исследовательские цели. Она предназначена для использования в академических и научных проектах и предлагает высокую производительность при меньших вычислительных затратах. LLaMA поддерживает множество языков и может быть адаптирована для специфических задач, таких как анализ данных и генерация текстов.

3. *Claude* — это языковая модель, разработанная компанией Anthropic, которая акцентирует внимание на безопасности и этичности использования ИИ. Модель обучена с учетом принципов безопасного взаимодействия и минимизации предвзятости, что делает ее подходящей для применения в чувствительных областях, таких как здравоохранение и образование.

4. *Gemini* — модель от Google DeepMind, которая сочетает в себе возможности генерации текста и анализа данных. Она предназначена для выполнения сложных задач, таких как программирование и научные исследования, и может обрабатывать как текстовые, так и визуальные данные, что расширяет ее функциональность.

5. *DeepSeek* — китайский конкурент, работающий без VPN и абсолютно бесплатный. Отличается тем, что выдаёт более четкие и структурированные ответы. Осуществляет генерацию текстов в разных жанрах и объемах, поиск информации в интернете, расшифровку диаграмм и объяснение изображений, написание кода и форматирование программ (поддерживает C++, Go, Java, JavaScript, Python, Rust), режим DeepThink, который позволяет нейросети рассуждать и анализировать информацию на уровне GPT-4. По сути, DeepSeek — это аналог GPT-4 с доступом к

интернету, возможностью обработки изображений и глубоким уровнем мышления.

6. *GigaChat* отличается высокое качество обработки русского языка и понимание российской культуры; текстовая обучаемость на своей базе данных; поддержание контекста разговора; соблюдение заданной роли; за основу здесь берутся данные из российских источников. Но она уступает другим моделям в генерации сложных ответов; ее отличает повышенное количество галлюцинаций и неточности при считывании документов для поиска необходимой информации для ответа.

Эти модели представляют собой лишь часть быстро развивающегося мира больших языковых моделей. Многие страны и компании, такие как США, Китай и ведущие технологические корпорации, инвестируют миллиарды долларов в создание и обучение новых нейросетей, что позволяет им разрабатывать и внедрять новые модели в течение всего нескольких месяцев, что приводит к постоянному обновлению в этой области [9].

После выбора модели необходимо настроить параметры генерации ответов. Ключевыми параметрами являются:

- температура;
- максимальная длина ответа;
- количество генерируемых ответов.

Температура определяет степень случайности в ответах: низкие значения (например, 0.2) приводят к более предсказуемым и консервативным ответам, в то время как высокие значения (например, 0.8) создают более разнообразные и креативные ответы. Установление правильной длины ответа важно для того, чтобы обеспечить достаточную глубину и полноту ответов, соответствующих формату вопроса.

На этапе непосредственной генерации, когда исследователь просит LLM «ответить» на составленные вопросы от лица той или иной социальной группы, важно использовать как открытые, так и закрытые вопросы, чтобы получить разнообразные данные,

отражающие различные аспекты исследуемой темы. При этом генерация может быть автоматизирована с помощью скриптов, которые взаимодействуют с API выбранной модели.

После генерации ответов необходимо, как обычно, провести их обработку и анализ. На данном этапе развития нейросетей принципиально важно провести валидацию полученных данных, сравнив их с реальными сведениями или общедоступной статистикой, чтобы оценить их достоверность и репрезентативность. Многие сторонники нейросетей вспоминают, что на заре своего появления метод выборки также вызывал у социологов определенные сомнения, так как возникали вопросы о том, как можно делать выводы о всей популяции, опрашивая лишь малую ее часть. Тем не менее со временем этот подход был научно обоснован и стал общепринятым в социологических исследованиях. Однако в контексте использования виртуальных респондентов и LLM ситуация остается менее однозначной. Несмотря на перспективность этих технологий, необходимо осуществлять перепроверку данных, полученных от симулированных респондентов, чтобы минимизировать риски искажений и предвзятостей.

Эмпирическое исследование с использованием виртуальных респондентов

В начале 2025 года в рамках исследования кинопредпочтений была проведена фокус-группа, во время которой в тестовом режиме использовалась данная технология. Темой фокус-группы были предпочтения нынешней молодежи в сфере фильмов и сериалов. Неосновной целью данного исследования являлся анализ репрезентативности и эффективности ответов виртуального респондента в сравнении с мнениями реальных участников фокус-группы. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. опросить молодежь в возрасте 18–25 лет об их предпочтениях в кино и сериалах;
2. протестировать возможности технологии виртуального респондента, генерирующего ответы от лица целевой аудитории;
3. сравнить ответы ИИ с мнениями реальных респондентов и оценить степень их совпадения;
4. выявить закономерности и области для улучшения в работе виртуального респондента.

Исследование проводилось в формате фокус-группы, в которой участвовали 7 реальных респондентов и 1 виртуальный респондент. Участники были выбраны из числа молодежи в возрасте 18–25 лет, что соответствует целевой аудитории исследования. Фокус-группа состояла из пяти вопросов, касающихся любимых фильмов и сериалов, предпочтений в жанрах, нежелательных жанров, факторов выбора фильмов и влияния социальных трендов на кинопредпочтения.

В процессе обсуждения модератор, как обычно, задавал вопросы, выслушивал ответы, после чего озвучивал заранее подготовленные ответы, сгенерированные с помощью нейросети ChatGPT. Эти ответы служили в качестве стимульного материала для респондентов. Это позволило нам сравнить мнения реальных участников фокус-группы с данными, полученными от ИИ. При этом реальным участникам фокус-группы была дана возможность обсудить ответ ИИ, сравнивая его с собственными мнениями и оценив степень согласия или несогласия с ними. Таким образом, оценка метода виртуального респондента проводилась как самим исследователем, так и реальными респондентами.

Эффективность виртуального респондента оценивалась по следующим критериям:

1. *совпадение ответов*: оценка степени совпадения ответов ИИ и реальных респондентов по шкале от 1 до 5;

2. *разнообразие ответов*: анализ частоты упоминаний различных жанров и тем в ответах;
3. *качество ответов*: оценка глубины и релевантности ответов ИИ по сравнению с мнениями респондентов.

В качестве примера подсчитывалось, сколько раз каждый жанр был упомянут респондентами и виртуальным респондентом. Реальные респонденты упомянули несколько самых любимых жанров: триллеры (5 упоминаний), детективы (4 упоминания), комедии (3 упоминания). Виртуальный респондент также упомянул триллеры и детективы, что соответствует предпочтениям группы. Что касается нелюбимых жанров, реальные респонденты указали на 4 жанра, которые они не любят (ужасы, мелодрамы, комедии, боди-хорроры). В ответах ИИ не было упомянуто о мюзиклах, что может указывать на недостаток репрезентативности в этом аспекте. В целом в большинстве случаев (около 70–80%) мнения виртуального респондента совпадали с мнениями реальных респондентов, особенно в отношении предпочтений к легким и развлекательным жанрам. Однако некоторые участники также указали на недостатки, такие как отсутствие упоминания о мюзиклах и недостаточная глубина ответов.

Для более формального анализа можно было бы рассмотреть корреляцию между ответами ИИ и респондентов. Однако, поскольку у нас нет количественных оценок (например, оценок фильмов по шкале от 1 до 10), мы будем использовать качественные данные для анализа. Количественные методы, такие как опрос, позволили бы получить статистически значимые данные и сделать анализ с формализованными метриками и графиками, однако мы нарочно выбрали метод фокус-группы, так как он способствует более глубокому обсуждению, что позволяет лучше понять, как и почему респонденты формируют свои мнения, что является важным для оценки работы виртуального респондента.

Для анализа взаимосвязи между ответами виртуального респондента (ИИ) и реальных респондентов, а также для оценки совпадений по шкале оценок от 0 до 5, рассмотрим каждый вопрос и оценим степень совпадения:

Таблица 1

СРАВНЕНИЕ ОТВЕТОВ РЕАЛЬНЫХ И ВИРТУАЛЬНОГО
РЕСПОНДЕНТОВ (ФОКУС-ГРУППА НА ТЕМУ
КИНОПРЕДПОЧТЕНИЙ)

Ответы респондентов	Ответ ИИ	Оценка совпадения
<i>Вопрос 1: Любимые фильмы/сериалы</i>		
Участники упомянули разнообразные фильмы и сериалы, включая как российские, так и зарубежные.	ИИ не предоставил конкретных примеров, но его ответ был обобщенным.	3/5 (Умеренное совпадение, так как ИИ не привел конкретные примеры, но его ответ был в контексте).
<i>Вопрос 2: Предпочитаемые жанры</i>		
Участники упомянули комедии, триллеры, детективы, мелодрамы и другие жанры.	ИИ также упомянул триллеры и детективы, что совпадает с мнением респондентов.	4/5 (Высокое совпадение, так как ИИ выделил те же жанры, что и респонденты).
<i>Вопрос 3: Неприятные жанры</i>		
Участники указали на ужасы, мелодрамы и комедии как нежелательные жанры.	ИИ не упомянул конкретные жанры, которые не нравятся, но отметил, что в ужасах нет сюжета.	2/5 (Низкое совпадение, так как ИИ не привел конкретные примеры, а лишь обобщил).

Окончание табл. 1

Ответы респондентов	Ответ ИИ	Оценка совпадения
<i>Вопрос 4: Выбор фильмов</i>		
Участники выбирают фильмы по популярности, рекомендациям друзей и актерам.	ИИ согласился с тем, что популярность влияет на выбор, но добавил, что рейтинги не всегда являются надежными.	4/5 (Высокое совпадение, так как ИИ подтвердил основные факторы выбора).
<i>Вопрос 5: Влияние социальных трендов на кинопредпочтения</i>		
Участники отметили влияние новой этики, инклюзивности и интереса к истории.	ИИ согласился с тем, что медийные личности влияют на популярность фильмов, но не упомянул экологические тренды.	3/5 (Умеренное совпадение, так как ИИ затронул другие аспекты, но не все совпали).

Средняя оценка совпадения составила 3,2 из 5, что указывает на умеренное совпадение ответов ИИ с мнениями реальных респондентов. Это свидетельствует о том, что ИИ способен генерировать ответы, которые в значительной степени соответствуют мнению целевой аудитории, но есть области, где его ответы могут быть улучшены для более точного отражения предпочтений и мнений. Переходя к детальному разбору, важно рассмотреть как преимущества, так и недостатки виртуальных респондентов, чтобы понять, в каких аспектах они могут эффективно дополнять традиционные методы сбора данных, а в каких случаях их использование может быть ограничено. В данном случае обобщенный виртуальный респондент высту-

пил как стимульный материал для работы самой фокус-группы и одновременно дал возможность оценить, насколько мнение реальной аудитории шире и разнообразнее, чем совокупное мнение обобщенного виртуального респондента. Во втором эксперименте задача ставилась по-другому.

Эксперимент с агрегированием виртуального респондента

В качестве продолжения исследований возможностей для использования ИИ в социологических исследованиях был проведен дополнительный эксперимент на основе данных уже другой фокус-группы, в рамках которой изучалось отношение респондентов к такому современному социальному феномену как «культура отмены» или «канселинг». Целью эксперимента являлся анализ возможностей ИИ по агрегированию и анализу уже полученной в ходе исследования информации для создания на ее основе новых образцов «виртуальных респондентов». Иными словами, если в предыдущем примере нами были заранее созданы ответы виртуального респондента для предстоящей фокус-группы, то в этом примере уже после фокус-группы ответы реальных респондентов использовались для генерации обобщенного виртуального респондента.

В фокус-группе приняли участие 9 реальных респондентов в возрасте 18–25 лет, которым было задано 9 вопросов относительно уровня их осведомленности о рассматриваемом феномене, опыта участия в кампаниях отмены, а также отношения к канселингу.

Транскрипция фокус-группы была загружена в нейросеть ChatGPT, которой было предложено сначала проанализировать полученные данные, а затем сгенерировать виртуального респондента на основе ответов участников исследования. Таким образом ИИ сделала 2 итерации: сначала анализ данных («обобщен-

ный респондент»), затем создание виртуального респондента как представителя определенной возрастной группы («сгенерированный респондент»).

Ниже представлены примеры ответов, сгенерированных виртуальным респондентом.

1. В чём выражается культура отмены? Какие практики ты замечаешь? *«Обычно это игнорирование, отписки, хейт, публичное осуждение. Если это компания — бойкот продукции, отказ от сотрудничества. Если человек, то отмена контрактов, исключение из проектов, иногда блокировки в соцсетях. В России часто добавляется политический аспект, например, признание кого-то иноагентом».*

2. Где проходит грань между справедливым осуждением и травлей? *«Мне кажется, грань очень тонкая. Когда речь идёт о защите других людей от насилия, дискриминации — это оправданно. Но если начинается поток оскорблений, угроз, давление, которое разрушает человека, — это уже травля. Особенно если человек не может защититься. Травля — это когда цель не изменить, а уничтожить».*

3. Как ты относишься к культуре отмены: это позитивное или негативное явление? *«Сложно сказать однозначно. С одной стороны, это инструмент общественного регулирования, сигнал о том, что есть границы допустимого. Но с другой, он часто выходит из-под контроля, превращается в агрессию и может ломать жизни. Думаю, всё зависит от контекста, масштаба и намерений».*

Степень совпадения полученных от ИИ ответов и ответов реальных респондентов была также оценена по шкале от 1 до 5.

Таблица 2

СРАВНЕНИЕ ОТВЕТОВ РЕАЛЬНЫХ И ВИРТУАЛЬНОГО
РЕСПОНДЕНТОВ (ФОКУС-ГРУППА НА ТЕМУ КУЛЬТУРЫ
ОТМЕНЫ)*

Вопрос	Оценка совпадения	Комментарий
Участвовала ли ты в обсуждениях в интернете, связанных с культурой отмены?	4/5	Большинство участников — пассивные наблюдатели. Ответ ИИ отражает эту позицию.
Примеры культуры отмены	5/5	ИИ упоминает кейсы Ивлеевой и Роулинг, что полностью совпадает с обсуждаемыми участниками.
Объекты отмены	5/5	Указание на блогеров, медийных лиц и компании соответствует большинству ответов.
Проявления культуры отмены	5/5	ИИ описывает практики: игнорирование, отписки, срыв контрактов — это совпадает с ответами участников.
Где реализуется	5/5	TikTok, Telegram, офлайн-примеры — полностью в духе обсуждения.
Грань между осуждением и травлей	4/5	ИИ описывает грань, как и участники, но делает это чуть более обобщённо.
За что отменяют	5/5	ИИ называет морально неприемлемые поступки, политические взгляды — это отражает мнение фокус-группы.

Вопрос	Оценка совпадения	Комментарий
Отношение к культуре отмены	5/5	Ответ сбалансирован: признаёт и плюсы, и минусы как большинство участников.

* В столбце 2 первая цифра — «обобщенный респондент», вторая цифра — «сгенерированный респондент».

Таким образом, анализ соответствия собирательного ответа виртуального респондента с эмпирическими данными фокус-группы ожидаемо показал высокий уровень совпадения. По шкале от 1 до 5 итоговая оценка составила 4,75, что свидетельствует о почти полном воспроизведении ключевых позиций и смыслов, озвученных участниками. Ответы ИИ охватывают как наиболее часто упоминаемые примеры и механизмы культуры отмены, так и тонкие различия в восприятии, включая моральные дилеммы, осмысление границ между осуждением и травлей, а также влияние контекста (российского и западного).

Высокие результаты объясняются тем, что в данном примере перед ИИ стояла задача обобщить уже полученные данные из исследования с реальными участниками и сформировать на их основе нового виртуального респондента, выступающего от лица представителя аналогичной социально-демографической группы. В результате собирательный портрет респондента может выступать валидным обобщением качественных данных и быть использован для репрезентации типичной позиции участников.

Таким образом, для повышения эффективности технологии виртуального респондента возможно использовать оба описанных подхода: сперва провести пробный, «пилотажный» опрос или фокус-группу с реальными респондентами, загрузить результаты в нейросеть и, грамотно выставив параметры, агрегировать нового обобщенного виртуального респондента, который уже

будет обучен на ответах реальных людей, а не на информации из интернета, и сможет генерировать более релевантные ответы на вопросы по искомой теме. Конечно, мы отдаем себе отчет в том, что это было лишь началом пробного эксперимента, нового направления разработки для создания агрегированного виртуального респондента (в том числе и для продвижения в технологии фокус-групповых исследованиях).

Преимущества и недостатки виртуальных респондентов

Несмотря на кажущиеся многими очевидные преимущества использования виртуальных респондентов, такие как экономия времени на сбор данных, наш опыт выявил ряд сложностей, связанных с их применением. Одним из главных недостатков является потенциальное искажение данных. Виртуальные респонденты обучаются на основе доступной информации, что может привести к искажению результатов, если данные, на которых они основаны, не являются репрезентативными. Например, если алгоритмы обучаются на данных, собранных из ограниченного числа источников, это может привести к систематическим ошибкам в выводах. Поэтому для многих исследователей сейчас стоит задача созданий «узких» специализированных моделей, «накормленных» своими собственными необходимыми данными, и лишь потом (при необходимости) — обращение к широкому пространству нейросетей по определенным параметрам и с определенными ограничениями.

Например, в 2016 г. на президентских выборах в США анализ постов в социальных сетях, который заменил традиционные опросы для штаба Хиллари Клинтон, продемонстрировал свои недостатки, когда в «колеблющихся штатах» на избирательные участки пришли пассивные в соцсетях сторонники Дональда Трампа. Это подчеркивает важность критического подхода к

данным, полученным из социальных медиа, особенно учитывая, что нейросети обучаются на общедоступной информации, включая посты в социальных сетях. Ведь не все люди активно выражают свои мнения в интернете, и многие из них могут не иметь доступа к интернету вовсе. Например, согласно данным Всемирного банка, в 2021 году уровень проникновения интернета в таких странах, как Нигерия и Индия, составлял всего 50% и 54% соответственно, т. е. значительная часть населения остается вне цифрового пространства [10]. Это создает риск искажения данных, так как нейросеть может не учитывать мнения и предпочтения тех, кто не представлен в онлайн-среде. В результате, использование LLM для генерации ответов от имени таких групп может привести к недостоверным и неполным выводам, что ставит под сомнение репрезентативность получаемых данных. Таким образом, важно учитывать, что качество данных, используемых для обучения виртуальных респондентов, напрямую влияет на достоверность получаемых результатов.

Из этого следует еще один недостаток. Поскольку данные, полученные от виртуальных респондентов, могут быть подвержены искажениям, необходимо проводить тщательную валидацию и проверку полученных результатов. Это может включать в себя сравнение данных, собранных с помощью виртуальных респондентов, с результатами параллельных традиционных опросов или другими источниками информации. Исследования показывают, что без должной валидации результаты, полученные исключительно с помощью виртуальных респондентов, пока могут быть ненадежными и вводить в заблуждение. В связи с этим необходимость валидации данных становится критически важной для обеспечения достоверности исследований.

Отсутствие эмоционального контекста является еще одним недостатком, который следует учитывать при использовании виртуальных респондентов. В отличие от живых респондентов, виртуальные модели не способны учитывать индивидуальные

эмоциональные нюансы и контекст, которые могут существенно влиять на генерируемые ответы. Эмоции играют важную роль в формировании мнений и предпочтений, и их отсутствие может привести к упрощению сложных социальных явлений. Например, исследования показывают, что эмоциональные реакции на события, такие как выборы или социальные протесты, могут значительно изменить общественное мнение, однако виртуальные респонденты пока не могут адекватно отразить эти аспекты. Это создает риск недооценки или искажения значимости определенных факторов, что может негативно сказаться на качестве и глубине анализа.

Например, в 2023 году группа американских ученых разработали количественную методику для анализа мнений, которые якобы отражают LLM, используя для сравнения реальные качественные исследования, и создали набор данных для оценки соответствия мнений LLM с мнениями 60 демографических групп США по таким темам, как аборты и информатизация [11]. Результаты показали значительное несоответствие между взглядами текущих LLM и мнениями соответствующих американских демографических групп. Это несоответствие сохраняется даже при попытках направить LLM на определенные группы, что подтверждает наблюдения о левом уклоне некоторых LLM, настроенных на основе человеческой обратной связи, и выявляет группы в США, мнения которых недостаточно отражены (пожилые люди старше 65 лет и вдовцы).

Кроме того, существует ряд этических и методологических вопросов к технологии виртуальных респондентов. Одним из ключевых аспектов является этичность формирования выводов о мнениях и предпочтениях людей без их непосредственного участия и согласия. Использование данных из социальных медиа и других источников для моделирования общественного мнения может вызывать серьезные опасения по поводу нарушения прав пользователей и их личной информации. Если в будущем иссле-

дователи начнут полагаться на виртуальных респондентов как на основной источник данных, это может привести к отрыву от реальности, поскольку такие подходы не учитывают индивидуальные мнения и контексты, которые могут существенно влиять на общественное мнение. В результате социологи могут оказаться в ситуации, когда их выводы будут основаны на неполных или искаженных данных, что ставит под сомнение их репрезентативность и достоверность. Это подчеркивает необходимость разработки четких этических стандартов и практик, которые обеспечат уважение к правам участников и гарантируют, что исследования будут отражать реальное состояние дел в обществе.

Однако нельзя игнорировать и очевидные преимущества данной технологии. Одним из главных является снижение влияния социально желательных ответов. Традиционные методы опросов часто подвержены искажению данных из-за стремления респондентов предоставить «правильные» или социально одобряемые ответы. Виртуальные респонденты, будучи программными моделями, не характеризуются предвзятым отношением, что позволяет получать более объективные данные. Исследования показывают, что использование виртуальных респондентов может снизить уровень социально желательных ответов на 20–30% по сравнению с традиционными методами. Это позволяет социологам более точно оценивать истинные предпочтения и мнения целевых групп.

Экономия времени и ресурсов является еще одним важным аспектом, способствующим популярности виртуальных респондентов. Традиционные опросы и фокус-группы требуют значительных затрат на организацию, проведение и анализ данных, что может занимать недели или даже месяцы. Виртуальные респонденты, напротив, способны генерировать и обрабатывать данные в реальном времени, что значительно ускоряет процесс исследования. Например, использование алгоритмов машинного обучения позволяет обрабатывать большие объемы информации

за считанные часы, что делает исследования более эффективными и экономически целесообразными. Это особенно актуально в условиях быстро меняющегося социального контекста, когда актуальность данных имеет критическое значение.

Кроме того, традиционные методы опросов часто ограничены географическими и социальными рамками, что может приводить к недостаточной репрезентативности выборки. Виртуальные респонденты могут быть настроены на имитацию самых разных демографических групп, что позволяет исследователям охватывать более широкий спектр мнений и предпочтений. Это особенно важно для изучения маргинализированных и труднодоступных групп, которые могут быть не полностью представлены в традиционных опросах.

Также, в отличие от традиционных методов, которые ограничены максимальным числом респондентов, виртуальные респонденты могут обрабатывать и анализировать данные из множества источников одновременно. Это позволяет не только собирать более обширные выборки, но и выявлять сложные паттерны и взаимосвязи в данных, которые могут быть упущены при использовании традиционных методов. Например, исследования показывают, что анализ больших данных с использованием виртуальных респондентов способствуют выявлению скрытых трендов в общественном мнении, что делает их ценным инструментом для социологов.

Таким образом, на основе пока еще немногочисленных исследований с использованием виртуальных респондентов, а также нашего собственного опытного исследования, выделим основные преимущества и недостатки данного подхода.

Преимущества:

1. Возможное снижение влияния социально желательных ответов при правильной построении технологии. Виртуальные респонденты могут генерировать ответы, которые не подвержены влиянию социальных норм и ожиданий. В идеальном вари-

анте это позволяет избежать искажений, связанных с желанием респондентов представить себя в более положительном свете, что часто наблюдается в традиционных опросах.

2. *Экономия времени и ресурсов.* Использование виртуальных респондентов позволяет миновать этап рекрутинга респондентов и значительно сократить время и затраты на сбор данных. Они могут быть активированы в любое время и в любом месте, что делает процесс опроса более гибким и эффективным.

3. *Расширение доступа к разнообразным группам.* Виртуальные респонденты могут быть настроены для представления различных демографических групп, что способствует получению более репрезентативных данных. Это особенно важно в исследованиях, где доступ к определенным группам респондентов может быть ограничен.

4. *Генерация больших объемов данных.* Виртуальные респонденты могут быстро генерировать ответы на большое количество вопросов, что позволяет исследователям собирать и анализировать данные в больших масштабах.

Недостатки:

1. *Потенциальные искажения данных.* Поскольку нейросети обучаются на существующих данных, они могут унаследовать предвзятости, присутствующие в этих данных. Это может привести к искажению ответов и недостаточной репрезентативности мнений определенных групп населения.

2. *Необходимость валидации данных.* Данные, полученные от виртуальных респондентов, пока требуют тщательной валидации и сопоставления с реальными данными, чтобы обеспечить их достоверность. Это добавляет дополнительный этап в процесс исследования и может увеличить его сложность.

3. *Отсутствие эмоционального контекста.* На сегодняшний день виртуальные респонденты не способны в полной мере передавать эмоциональные нюансы и контекст, которые могут быть важны для понимания человеческого поведения и предпо-

чений, что может привести к упрощению сложных социальных явлений. Но это, как показывает развитие технологии, временный недостаток.

4. *Этические и методологические вопросы.* Использование виртуальных респондентов поднимает ряд этических вопросов, связанных с прозрачностью и информированием участников о методах сбора данных. Необходимость учитывать эти аспекты может усложнить процесс исследования и вызвать сомнения в его надежности.

Таким образом, использование виртуальных респондентов в социологических исследованиях имеет как значительные преимущества, так и серьезные недостатки. Ученым необходимо тщательно взвешивать эти аспекты при планировании и проведении исследований, чтобы обеспечить высокое качество и достоверность получаемых данных.

Перспективы данной технологии в социологических исследованиях обещают быть многообещающими, однако они также требуют внимательного подхода к вопросам этики, методологии и качества данных. Виртуальные респонденты уже продемонстрировали свою способность снижать влияние социально желательных ответов, экономить время и ресурсы, расширять доступ к разнообразным группам и генерировать большие объемы данных. Тем не менее для того чтобы эта технология могла полностью реализовать свой потенциал, необходимо преодолеть ряд существующих недостатков, таких как потенциальные искажения данных, необходимость валидации, отсутствие эмоционального контекста и этические вопросы, связанные с использованием данных.

Сегодня для оптимизации работы технологии виртуального респондента возможно применять оба предложенных нами метода. На первом этапе следует организовать пробный опрос или фокус-группу с участием реальных респондентов, затем загрузить полученные данные в LLM. Установив соответствующую

щие технические параметры (температура, максимальная длина и количество генерируемых ответов), можно создать обобщенного виртуального респондента, который будет обучен не только на информации из интернета, но и на ответах реальных людей. Это позволит исследователям генерировать более достоверные ответы на заданные вопросы по интересующей теме.

Будущее технологии виртуальных респондентов зависит от способности исследователей адаптироваться к новым вызовам и активно работать над улучшением методов и практик. Только так можно обеспечить, чтобы эта инновационная технология служила надежным инструментом для понимания сложных социальных процессов и динамики общественного мнения, оставаясь при этом этически обоснованной и методологически строгой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Using AI for Political Polling // ASH Centrер [сайт]. 07.06.2024. URL: <https://ash.harvard.edu/articles/using-ai-for-political-polling/> (дата обращения: 29.07.2025).
2. Пузанова Ж. В., Тертышников А. Г., Павлова У. О. Технологический дискурс в российских СМИ: основные стратегии в репрезентации искусственного интеллекта // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2024, т. 24, № 3. С. 747-763. DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-3-747-763.
3. Искусственный интеллект в социологии // SocioLogos [сайт]. 23.09.2024. URL: <https://sociologos.ru/blog/iskusstvennyy-intellekt-v-sotsiologii/> (дата обращения: 29.07.2025).
4. AI pollsters are here and here's how they performed in the US election // IndiaAI [сайт]. URL: <https://indiaai.gov.in/article/ai-pollsters-are-here-and-here-s-how-they-performed-in-the-us-election> (дата обращения: 29.07.2025).
5. AI-generated survey responses could make research less accurate – and a lot less interesting // Stanford Report [сайт]. 21.11.2024. URL: <https://news.stanford.edu/stories/2024/11/ai-generated-survey-responses-could-make-research-less-accurate-lot-less-interesting> (дата обращения: 29.07.2025).
6. Bisbee J., Clinton J. D., Dorff C., Kenkel B., Larson J. M. Synthetic Replacements for Human Survey Data? The Perils of Large Language Models // Political Analysis. 2024, vol. 32, № 4. P. 401-416. DOI: 10.1017/pan.2024.5.

7. *Horton J. J.* Large Language Models As Simulated Economic Agents: What Can We Learn from homo Silicus? // National Bureau of Economic Research. 2023, № w31122.

8. Искусственный интеллект в социальных исследованиях // HSE [сайт]. URL: <https://www.hse.ru/edu/dpo/905478596> (дата обращения: 29.07.2025).

9. *Kniazhevich N., Dey E., Popina E.* AI-Fueled Stock Rally Dealt \$1 Trillion Blow by Chinese Upstart DeepSeek // Bloomberg [сайт]. 27.01.2025. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-27/nasdaq-futures-slump-as-china-s-deepseek-sparks-us-tech-concern> (дата обращения: 29.07.2025).

10. World Bank Open Data. World Development Indicators: Internet Users (% of Population) // World Bank Group [сайт]. URL: <https://data.worldbank.org> (дата обращения: 29.07.2025).

11. *Santurkar S., Durmus E., Ladhak F., Lee C., Liang P., Hashimoto T.* Whose Opinions Do Language Models Reflect? // Proceedings of the 40th International Conference on Machine Learning, PMLR. 2023. P. 29971-30004.

Сведения об авторах

Пузанова Жанна Васильевна

Кандидат философских наук, доктор социологических наук,
профессор Российского университета дружбы народов
им. П. Лумумбы, факультет гуманитарных и социальных
наук (ФГСН), кафедра социологии.

Тел.: +7 (495) 433-20-22, доп.: 1223

Scopus Author ID: 57194574281

SPIN-код: 6188-3980

eLibrary ID: 193540

Кожоридзе Георгий Гочевич

Аспирант Российского университета дружбы народов
им. П. Лумумбы, факультет гуманитарных и социальных
наук (ФГСН), кафедра социологии.

Тел.: +7 (916) 388-62-04

Кожоридзе Давид Гочевич

Аспирант Российского университета дружбы народов
им. П. Лумумбы, факультет гуманитарных и социальных
наук (ФГСН), кафедра социологии.

Тел.: +7 (916) 682-91-62

GENERATIVE AI AND SOCIOLOGY: ANALYZING VIRTUAL RESPONDENT TECHNOLOGY

Puzanova Zhanna V.

Peoples' Friendship Unveirsity, Moscow, Russia

puzanova_zhv@pfur.ru

ORCID: 0000-0002-7405-3303

Koshoridze George G.

Peoples' Friendship Unveirsity, Moscow, Russia

george.kozh@mail.ru

ORCID: 0009-0003-7142-0133

Koshoridze David G.

Peoples' Friendship Unveirsity, Moscow, Russia

davidgk@mail.ru

ORCID: 0009-0001-5343-8917

For citation: Puzanova Zh.V., Koshoridze G.G., Koshoridze D.G. Generative AI and Sociology: Analyzing Virtual Respondent Technology. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 216-246. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.6.

Abstract. The article analyzes the use of virtual respondents and large language models (LLM) in sociological research, including a review of domestic and foreign examples. The technical aspects of survey simulation with the help of LLM, including the choice of models, as well as practical recommendations for their application are considered. The advantages of this technology, such as the possibility of rapid data collection and adaptability, as well as disadvantages, including ethical risks and limitations in representativeness, are analyzed. Based on two pilot studies, it is found that to improve the effectiveness of the virtual respondent, it is recommended to first conduct a pilot survey with real participants, upload the results to the

LLM and create a generalized virtual respondent trained on real responses to generate more reliable responses to the questions of interest

Keywords: virtual respondents, large language models, survey simulation, empirical research, representativeness, artificial intelligence, neural network.

Acknowledgments: the article was prepared within the framework of the RUDN University Research Institute 100939-0-000 “Application of artificial intelligence technologies in sociological research: practice and prospects”.

References

1. Using AI for Political Polling, *ASH Center* [site]. 07.06.2024. URL: <https://ash.harvard.edu/articles/using-ai-for-political-polling/> (date of access: 29.07.2025).
2. Puzanova Zh.V., Tertyshnikova A.G., Pavlova U.O. Technological Discourse in the Russian Media: Main Strategies for Representing Artificial Intelligence (in Russian), *RUDN Journal of Sociology*. 2024, vol. 24, no. 3, p. 747-763. DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-3-747-763.
3. Artificial intelligence in sociology (in Russian), *SocioLogos* [site]. 23.09.2024. URL: <https://sociologos.ru/blog/iskusstvennyy-intellekt-v-sotsiologii/> (date of access: 29.07.2025).
4. AI pollsters are here and here's how they performed in the US election, *IndiaAI* [site]. URL: <https://indiaai.gov.in/article/ai-pollsters-are-here-and-here-s-how-they-performed-in-the-us-election> (date of access: 29.07.2025).
5. AI-generated survey responses could make research less accurate – and a lot less interesting, *Stanford Report* [site]. 21.11.2024. URL: <https://news.stanford.edu/stories/2024/11/ai-generated-survey-responses-could-make-research-less-accurate-lot-less-interesting> (date of access: 29.07.2025).
6. Bisbee J., Clinton J.D., Dorff C., Kenkel B., Larson J.M. Synthetic Replacements for Human Survey Data? The Perils of Large Language Models, *Political Analysis*, 2024, vol. 32, no. 4, p. 401-416. DOI: 10.1017/pan.2024.5.
7. Horton J.J. Large Language Models As Simulated Economic Agents: What Can We Learn from homo Silicus? *National Bureau of Economic Research*, 2023, no. w31122.

8. Artificial Intelligence in Social Research (in Russian), *HSE* [site]. URL: <https://www.hse.ru/edu/dpo/905478596> (date of access: 29.07.2025).
9. Kniazhevich N., Dey E., Popina E. AI-Fueled Stock Rally Dealt \$1 Trillion Blow by Chinese Upstart DeepSeek, *Bloomberg* [site]. 27.01.2025. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-01-27/nasdaq-futures-slump-as-china-s-deepseek-sparks-us-tech-concern> (date of access: 29.07.2025).
10. World Bank Open Data. World Development Indicators: Internet Users (% of Population), *World Bank Group* [site]. URL: <https://data.worldbank.org> (date of access: 29.07.2025).
11. Santurkar S., Durmus E., Ladhak F., Lee C., Liang P., Hashimoto T. Whose Opinions Do Language Models Reflect? *Proceedings of the 40th International Conference on Machine Learning, PMLR*, 2023, p. 29971-30004.

Information about the authors

Zhanna V. Puzanova

Candidate of Philosophical Sciences, Doctor of Sociological Sciences,
Professor Peoples' Friendship University, Faculty of Humanities and
Social Sciences (FHSS), Department of Sociology
Scopus Author ID: 57194574281
SPIN-код: 6188-3980
eLibrary ID: 193540

George G. Koshoridze

Postgraduate student of Peoples' Friendship University of Russia, Faculty of
Humanities and Social Sciences (FHSS), Department of Sociology

David G. Koshoridze

Postgraduate student of Peoples' Friendship University of Russia, Faculty of
Humanities and Social Sciences (FHSS), Department of Sociology

МЕТОДИЧЕСКАЯ ДИСКУССИЯ

ОТ РЕДАКЦИИ

Многолетний опыт использования метода фокус-групп в России выявил определенные проблемы в практике его применения. Ряду таких проблем – неоднозначному пониманию используемой терминологии, приводящему к ошибкам в практическом использовании метода, применению метода для решения не свойственных ему задач, собственно определению метода, его разграничению с другими методами (динамическими группами, проективными методиками) и правомерности их сочетания под «зонтичным» названием – посвящена дискуссия, первый раунд которой предлагается вниманию читателей.

Первоначально предполагалось, что дискуссия ограничится важными, но достаточно узкими методическими вопросами. Ее инициатором выступил известный, в том числе, своими учебниками по фокус-групповому и индивидуальному интервью Сергей Александрович Белановский, доклад которого помещается далее в качестве отправной точки для обсуждения. Однако в процессе подготовки материалов к публикации, из откликов коллег и писем самого С. А. Белановского выяснилось, что он, к сожалению, вышел далеко за рамки общепринятых и разделяемых редакцией норм ведения научных диспутов. В частности, в постах своего блога в «Живом журнале» [1] и публичного телеграм-канала [2; 3] Сергей Александрович делает целый ряд провокационных и граничащих с клеветой высказываний, обвиняет редакции журналов «Социологических исследований» и «Социологического журнала», а также лично Г. А. Ключарева, Л. А. Козлову, И. В. Журавлеву, Г. Г. Татарову, О. Т. Мельникову, М. Л. Власову и целый ряд других коллег в препятствовании публикации его статей из личных мотивов, создании «научной мафии», «списывании» и т. п. Между тем, перечисленные жур-

налы и исследователи имеют в научном сообществе превосходную репутацию, заработанную многими годами упорного и честного труда. Поэтому редакция журнала «Социология: 4М» не может оставить эту ситуацию без комментария.

«Переход на личности» в научной дискуссии – это и сам по себе запрещенный этическими нормами прием, но кроме того, он высвечивает слабость позиции дискуссанта, который вместо того, чтобы аргументировать определенные научные положения, пытается скомпрометировать своих оппонентов. Возникает подозрение, что либо сама позиция не защищаема, либо дискуссант просто не дает себе труда убедительно ее сформулировать. Редакция полагает, что в данном случае негативную роль могло сыграть желание С. А. Белановского как можно быстрее решить обозначенные им проблемы, не позволившее ему достаточно глубоко проанализировать каждую из них, а главное предложить убедительную и последовательную аргументацию относительно способов их решения или нивелирования последствий. Например, создается впечатление, что автор недостаточно знаком с работами последних лет, как отечественными, так и зарубежными. Так, С. А. Белановский утверждает: «Насколько я знаю, за все пост-советское тридцатилетие ни один научный журнал не опубликовал ни одной статьи, посвященной методологии и методике фокус-групп» [1]. В то время, как простейший поиск по общедоступной библиотеке отечественных научных статей Elibrary.ru демонстрирует существование множества таких публикаций¹.

Недостаточная научная проработка позиции, вызвавшая неоднократный отказ в публикации статей, вероятно, и привела Сергея Александровича к попытке «продать» эту публикацию внеучеными методами (которые сам он характеризует как «скандал» [2]).

Тем не менее, редакция считает, что доклад С. А. Белановского является назревшей попыткой привлечения внимания

¹ См., например: [4; 5; 6; 7; 8; 9; 10].

социологического сообщества к проблемам фокус-групповой отрасли, его надо рассматривать и оценивать в основном именно в этом смысле. Поэтому мы выражаем надежду на то, что Сергей Александрович вернется к общепринятым нормам научного общения, в том числе принесет извинения несправедливо оскорбленным им коллегам, а свои дальнейшие усилия сосредоточит именно на научной и методической стороне обсуждения, избегая перехода на личности. Мы публикуем доклад в формате дискуссии с тем, чтобы он получил более глубокий анализ и со стороны других авторов. В текущем номере публикуются краткие, но обстоятельные и аргументированные отклики на доклад теоретиков и практиков метода фокус-групп. Но мы надеемся, что в дальнейшем эта проблематика дополнится гораздо более подробным обсуждением.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Белановский С. А.* Борюсь с ветряными мельницами // LiveJournal [сайт]. URL: <https://belan.livejournal.com/364029.html> (дата обращения: 13. 08. 2025).
2. Telegram-канал «Сергей Белановский» [сайт]. URL: https://t.me/Sbelan_52/466 (дата обращения: 13. 08. 2025).
3. Telegram-канал «Сергей Белановский» [сайт]. URL: https://t.me/Sbelan_52/485 (дата обращения: 13. 08. 2025).
4. *Веселкова Н. В.* Фокусированное интервью в отечественной практике // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019, № 4(152). С. 418-426. DOI: 10.14515/monitoring.2019.4.22. EDN: MZRYAM.
5. *Желизнык М. Н.* Онлайн фокус-группы: методическая рефлексия // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2023, т. 15, № 2. С. 51-71. DOI: 10.19181/inter.2023.15.2.3. EDN: MDLPPK.
6. *Лебедев П. А.* Метод онлайн-овых фокус-групп как исследовательский инструмент // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010, № 31. С. 92-114. EDN: MUCUCX.
7. *Оберемко О. А., Терентьева Н. Н.* Фокусированное интервью по Роберту Мертону: особенности и критерии эффективности метода // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018, № 6(148). С. 74-90. DOI: 10.14515/monitoring.2018.6.04. EDN: YZYHYL.

8. Пузанова Ж. В., Ларина Т. И., Гаспаривили А. Т., Радкевич К. В., Захарова С. В. Личностные характеристики участников фокус-группового исследования как фактор повышения качества данных // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021, т. 21, № 10. С. 722-738. DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-4-722-738. EDN: DJEMTE.

9. Фолomeева Т. В. Использование проективных методик для повышения эффективности фокус-групп // Социология: Методология, методы, математические модели. 2003, № 17. С. 83-108. EDN: PEYCTF.

10. Чеховский И. В. Метод фокус-групп: этапы реализации исследования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2012, № 4. С. 145-155. EDN: PDLMDP.



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.7

EDN: GKDXYY

ОБ ОШИБОЧНЫХ ТРАКТОВКАХ МЕТОДОЛОГИИ ФОКУС-ГРУПП

Белановский Сергей Александрович

Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН,

Москва, Россия

Эл. почта: sbelan@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-4993-1944

Для цитирования: Белановский С. А. Об ошибочных трактовках методологии фокус-групп // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 251-277. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.7. EDN: GKDXYY.

Выступление на семинаре им. В.А. Ядова в Институте социологии ФНИСЦ РАН 16 декабря 2024 г.

Ключевые слова: фокус-группа, методология фокус-групп, групповое интервью, проективные методы, групповая динамика, модератор.

Вступление

Уважаемые коллеги!

Цель моего выступления – привлечение внимание социологического сообщества к проблемам фокус-групповой отрасли.

Российская фокус-групповая отрасль возникла с нуля в 90-е годы. За три с половиной десятилетия в ней была создана мощная исследовательская индустрия. Сегодня количество ежегодно проводимых фокус-групп, по моей оценке, составляет десятки тысяч. Заказчиками исследований являются коммерче-

ские структуры, федеральные и региональные власти, политические организации, НКО и др. После начала СВО и в связи с активизацией импортозамещения в стране возник настоящий бум подобных исследований.

Вместе с тем, ситуацию в отрасли нельзя назвать благополучной. Методический хаос, возникший в 90-е годы, сегодня преодолен лишь частично. Среди исследователей нет общего понимания методологии фокус-групп. Хуже того, эти вопросы не обсуждаются. Заказчики исследований ложно предполагают, что приобретают некий стандартный продукт. Однако в действительности каждый модератор проводит группы так, как считает нужным. Методические школы не сформировались. В результате страдает валидность исследований, если не сказать худшего.

Причина такого положения состоит в том, что сфера фокус-групповых исследований не публична. Отчеты, как правило, носят прикладной характер, передаются заказчику и не публикуются. Ведущие исследовательские центры представляют собой закрытые структуры, не взаимодействующие друг с другом. Методические принципы исследований не раскрываются и не обсуждаются, отсутствует площадка для таких обсуждений. Существуют, правда, чаты рисерчеров, но они не приспособлены для глубокого методического анализа.

Для исправления ситуации должна быть организована публичная методическая дискуссия. Необходимо преодолеть «заговор молчания» и вывести обсуждение в публичный план. Организовать обмен мнениями между ведущими игроками фокус-группового рынка и рядовыми его участниками.

Доклад будет иметь следующую структуру. После двух коротких вступительных глав, посвященных истории возникновения метода и определению понятия глубокого интервью, будут подробно описаны методологические заблуждения, возникшие в 90-е - нулевые годы и существующие до сих пор. Разумеется,

речь будет идти о моей личной точке зрения и о том, чему я был свидетелем. В заключение будет дана характеристика сегодняшнего состояния отрасли и обсуждение путей преодоления методического хаоса.

Возникновение метода

Основоположниками метода фокус-групп являются Р. Мертон и его соавторы – М. Фiske и П. Кендалл, опубликовавшие в 1956 г. книгу под названием «Фокусированное интервью». На русском языке книгу издал ВЦИОМ, она имеется на его сайте в открытом доступе [1].

Работа Мертона была посвящена осмыслению методического опыта исследований восприятия фильмов антифашистской направленности, проводившихся в 1942 – 1943 гг. В ней авторы дают сложное определение того, что они называют фокусированным интервью. Этот вопрос не имеет прямого отношения к нашей теме, поэтому я не буду на этом останавливаться.

Но в книге есть глава, называемая «Групповое интервью». Она начинается с двух важных для нас моментов. Во-первых, - пишут авторы, - мы поняли, что интервью не обязательно проводить индивидуально, можно иметь дело с группой. Этот момент важен не только потому, что констатирует возможность группового формата. Формулировка «можно иметь дело с группой» отличается от широко распространенной «групповое интервью». Ниже мы будем говорить о том, что слово «групповое» может дезориентировать. Для простоты мы будем использовать этот термин, но помня об этой оговорке.

Второй важный момент состоит в пояснении авторов, что речь идет об интервью с группой независимо от того, является ли оно фокусированным (в их понимании этого слова). Это обстоятельство следует учитывать при понимании возникшего позднее термина «фокус-группа». Сегодня уже невозможно

установить, как и когда возник этот термин, но очевидно, что он основан на недоразумении [2], поскольку, как отмечают авторы книги, групповое интервью не обязательно является фокусированным. Тем не менее, термин стал общепринятым, и мы не будем это оспаривать.

Коротко остановимся на дальнейшем развитии метода.

На протяжении примерно двух десятилетий групповое интервью не нашло широкого применения в исследовательской практике. Ситуация изменилась в конце 70-х, когда было осознано его удобство для маркетинговых и электоральных исследований. С этого момента в США начался экспоненциальный рост числа фокус-групп. В крупных агломерациях они велись с такой интенсивностью, что к концу 80-х годов популяции респондентов были исчерпаны. Если в конце 70-х стандартным рекрутинговым требованием было условие, что респондент вообще не участвовал ранее в подобных мероприятиях, то к началу 90-х годов требование неучастия сократилось до полугода. Общее число ежегодно проводимых в США фокус-групп стало исчисляться сотнями тысяч.

В последующие годы количество фокус-групп, возможно, несколько сократилось, т.к. в столь широком распространении был элемент моды. Но важно другое: метод институализировался. Сегодня ни одна маркетинговая, инвестиционная или электоральная стратегия не обходится без встроенных в нее фокус-групповых сессий, зачастую по несколько циклов. Фокус-групповые исследования вошли стандарт современного общества.

Что такое групповое глубокое интервью?

Мы выяснили, в первоначальном значении фокус-группа – это групповое интервью, или, точнее, интервью с группой. Для начала рассмотрим вопрос, почему мы используем слово «глубокое»?

Начнем с индивидуальных интервью. Как известно, они делятся на формализованные и неформализованные. Первые не относятся к нашей теме. Задача вторых – обеспечить *полноценное раскрытие темы*, заглубление ее до полного исчерпания (иногда говорят «до дна»). Основным инструментом для решения этой задачи является техника probing, на русский язык это слово переводится как «зондирование». Подробнее о технике зондирования см. мою монографию «Глубокое интервью и фокус-группы» [3].

В современном российском социологическом дискурсе применительно к интервью широко используется слово «глубинное». Слова «глубокое» и «глубинное» выглядят синонимами. Однако последний термин уже занят психологами для обозначения психоаналитических, ассоциативных и других видов интервью, направленных на изучение бессознательного, находящегося в «глубинах» психики.

Во избежание путаницы я предложил оставить термин «глубинное» для психологических интервью, а применительно к технике зондирования использовать слово «глубокое». Однако, как часто бывает, неправильный (с моей точки зрения) термин укоренился и стал общеупотребительным. Тем не менее, в сегодняшнем выступлении я буду использовать слово «глубокое».

Перейдем теперь к групповому формату интервью, или фокус-группе. В западной методической литературе термины «групповое глубокое интервью» и «фокус-группа» используются, как синонимы. В качестве примера можно привести монографию А. Гольдмана, озаглавленную *The group Depth Interview: Principles and Practices* [4].

Часто задают вопрос: неужели результаты исследований методом индивидуальных и групповых интервью ничем не отличаются? Надо признать, что экспериментальных работ по этому вопросу мало, на это сетовал еще Р. Мертон. Тем не менее, Д. Морган упоминает в своей работе эксперимент, авторы которого пришли к выводу, что результаты не имеют значимых отличий [5].

Но к этому вопросу можно подойти и с другой стороны. Предположим, что результаты обоих методов дают значимые *систематические* отличия. Фокус-групповые исследования проводятся в больших масштабах уже более полувека, и невозможно представить, чтобы этот вопрос не сделался предметом серьезного изучения. Неизбежно должны были возникнуть следующие вопросы: в каком направлении происходит смещение результатов? Каковы его причины? Какой результат следует считать валидным? Если бы значимые различия между методами существовали, это не было бы оставлено внимания. Но таких исследований нет, и ни один известный мне автор не ставил вопрос таким образом.

Но если результат одинаков, чем объяснить популярность фокус-групп? В западной литературе на первый план выдвигаются экономические мотивы. Фокус-группы дешевле эквивалентного числа индивидуальных интервью и занимают намного меньше времени.

Сравнительную калькуляцию финансовых затрат применительно к современным российским условиям мне дать трудно. Но в отношении затрат времени разница несомненна: три фокус-группы можно провести за один день, тогда как для 30 интервью с учетом организационных сложностей может потребоваться неделя.

Важным преимуществом фокус-групп является возможность показать их заказчику. Кроме того, для проведения большого числа индивидуальных интервью приходится привлекать много интервьюеров, не всегда обладающих нужной квалификацией.

Существуют ли помимо экономических собственно методические отличия? Этот вопрос требует обсуждения.

Я считаю, что фокус-группа при прочих равных условиях может обеспечивать *большую* глубину раскрытия темы благодаря эффекту фасилитации. В результате возрастает количество смысловых обертонов, звучащих в группе. Поэтому при прочих

равных условиях лично я предпочту фокус-группу. Однако принципиального влияния на результат эти эффекты не оказывают [подробнее см. 6].

Существуют два случая, когда выбор в пользу индивидуальных интервью становится безальтернативным. Во-первых, когда обсуждаемая тема сложна и не вписывается в формат фокус-группы. Таковы темы экспертного уровня. Во-вторых, если собрать фокус-группу технически невозможно. В обоих случаях исследователю без колебаний следует использовать индивидуальные интервью.

Появление метода в России

До начала 90-х годов метод фокус-групп не был известен российским социологам. Ситуация изменилась в 1991 г., когда в страну хлынул поток западных маркетинговых заказов на многочисленные импортные продукты, такие как рис Онкл Бенс или кетчуп Хайнц. Одновременно начались электоральные кампании, и быстро распространилась информация, что в них должны проводиться фокус-групповые исследования.

Это было время методического хаоса, подогреваемого большими для того времени и относительно легкими деньгами. О методическом уровне многих исследований «лихих девяностых» можно судить по следующей (реальной) сцене деловых переговоров между политическим консультантом и клиентом.

- **Политический консультант:** *Хороший политик – это самый сильный зверь, который ходит по лесу, бьет себя хвостом по бокам и говорит: «Я вас всех отымею».*
Клиент (закатывая глаза и, видимо, вообразая себя таким зверем): *Ах, как это интересно!*

К нулевым годам ситуация не сказать, что улучшилась, но структурировалась и стала доступна для описания. В фокус-групповом сообществе оформились три сегмента: преподава-

тели ВУЗов, продавцы фокус-групп и модераторы. Методические взгляды, исповедуемые представителями этих групп, имели свою специфику.

Преподаватели ВУЗов: групповая динамика

В связи с тем, что техника probing не была известна российскому социологическому сообществу, преподаватели ВУЗов стали подменять ее знакомыми им предметами: групповой динамикой и теорией малых групп. Эта подмена стала основой для нескольких учебников, включая работы О. Мельниковой и Е. Дмитриевой [7;8].

Остановимся на групповой динамике, как наиболее часто встречающемся заблуждении в отношении фокус-групп. Как известно, этот термин создал психолог К. Левин применительно к своим специфичным экспериментам. Их суть состояла в том, что перед группой ставилась задача, решение которой она должна была найти коллективно. Обсуждение путей решения создавало групповую динамику.

По Левину, групповая динамика включает в себя два аспекта: структурный и когнитивный. Под структурным понимается появление лидеров. Благодаря их влиянию в группе происходит либо консолидация, либо поляризация (возникновение конкурирующих подгрупп). Когнитивная представляет собой изменение мнений участников в ходе обсуждения.

Фокус-группы, очевидно, отличаются от динамических групп Левина. В них не ставится задача поиска коллективного мнения или решения. Напротив, модератор стремится к тому, чтобы каждый участник мог свободно высказать свое личное мнение, не совпадающее с мнением других. Это означает, что фокус-группа не является малой группой в социально-психологическом смысле этого слова. Основные положения теории малых групп к ней не приложимы. В частности, в ней не наблюдаются свойственные

классическим малым группам стадии их развития: формирующая, конфликтная, нормирующая, функциональная.

Структурная групповая динамика, т.е. появление лидеров, во всех работах по методологии фокус-групп считается вредным эффектом, поскольку лидеры начинают конкурировать с модератором за влияние, дезорганизуя работу группы. Поэтому модератор не должен допускать их появления, используя для этого свое право устанавливать очередность высказываний и другие возможности.

В отношении когнитивной динамики вопрос более сложен. Действительно, в процессе группового интервью может наблюдаться определенная динамика мнений. Однако эта динамика не является групповой, поскольку она не ведет к ни консолидации, ни к поляризации. Скорее это сумма индивидуальных динамик. Подобный эффект может наблюдаться и в индивидуальном интервью, например, когда респондент говорит: «Я раньше никогда не думал об этом, но мне кажется...».

Важный момент состоит в том, что когнитивная динамика может быть полезной или вредной, т.е. повышающей или понижающей валидность результатов. Углубленная рефлексия жизненного опыта, несомненно, полезна. Вредны фантазии, которые может продуцировать респондент под давлением интервьюера или модератора. Так, в учебнике Гордена говорится о том, что у каждой темы есть «дно», по достижении которого респондент уже ничего не может добавить к сказанному, но под давлением интервьюера может начать фантазировать [9]. Фантазии, не релевантные целям исследования, могут возникать также под воздействием наводящих вопросов и при других методических ошибках.

Существует также фактор давления группы. Причем, если в динамических группах изменение мнений под действием этого фактора – полезный эффект, повышающий групповую консолидацию, то с маркетинговой точки зрения этот эффект вреден, т.к. он искажает изначальные позиции респондентов и понижает

валидность результатов. Модератор фокус-группы всегда подчеркивает свободы выражения мнений.

Подводя итог, скажем, что групповая динамика в классическом смысле слова в фокус-группах возникать не должна. Если она все же возникает, это означает, что модератор не справился с управлением группой. Индивидуальная когнитивная динамика в фокус-группах возможна, но она может быть полезной или вредной. Полезна рефлексия жизненного опыта респондентов, вредны искажения и фантазии, возникающие под давлением группы или модератора.

Ни в одной западной методической публикации по фокус-группам (монографиях, хрестоматиях или статьях) я не встречал термина «групповая динамика». Единственное исключение, подтверждающее правило, есть в работе Д. Моргана [5]:

- *Включение в фокус-группу семейных пар может привести к возникновению столь сложной групповой динамики, что с ней не справится даже опытный модератор.*

Пример иллюстрирует вредный эффект групповой динамики, если она возникает в фокус-группе.

Продавцы фокус-групп: проективные методы

Продавец любого продукта использует так называемые рекламные преувеличения, которые могут переходить в обман покупателя. Соответственно, можно говорить о том, что в любой ofercie есть реальная и фиктивная составляющие, доли которых могут быть разными. В России в 90-е и нулевые годы доля фиктивной составляющей в offerтах была очень велика. Это касалось рынка в целом, а не только фокус-групп. Сегодня ситуация значительно улучшилась за счет роста профессионализма как продавцов, так и покупателей. К этому вопросу мы вернемся ниже. Остановимся на 90-х и нулевых годах.

Главным инструментом «соблазнения» покупателя при продаже фокус-групповых исследований стали проективные методы. Продавцы договаривались даже до того, что гайд может полностью состоять из таких методов. Продающий мессидж заключался в том, что при обычном интервью респонденты якобы «врут», а использование проективных методов позволят выяснить правду.

Проективные методы действительно широко используются в фокус-групповых исследованиях, но не потому, что респонденты «врут». Ложь энергозатратна, и люди не прибегают к ней без особой необходимости. Подавляющее большинство тем, обсуждаемых в фокус-группах, не создают мотивацию обманывать или что-то скрывать.

Существуют три общеизвестные сферы, в которых респонденты действительно склонны не говорить правду. Это секс, личная гигиена и доходы. В политических и корпоративных исследованиях к ним может добавляться страх преследования. Однако, как отмечает Д. Темплтон, откровенность респондентов даже в закрытых темах часто превосходит самые смелые ожидания. Так, при обсуждении темы вагинальных дезодорантов «разогретые» модератором женщины выразили готовность испытать продукт прямо на фокус-группе, «вызвав оживление по ту сторону полупрозрачного зеркала» [10]. Что же касается признаний типа того, что гипотензивные средства могут вызывать импотенцию, то для фокус-групп это рядовое явление.

В отношении политических фокус-групп в России до последнего времени не было никаких оснований сомневаться в искренности респондентов. Трудно сказать, изменилось ли что-то после начала СВО. Мое мнение, основанное на изучении стенограмм, – обсуждения продолжают быть достаточно свободными. Респонденты открыто затрагивали острые темы примерно в том же ключе, в каком о них пишут в соцсетях так называемые z-военкоры.

Существует мнение, что в индивидуальных интервью респонденты бывают более откровенны, чем в группах. Это ошибка. В группах всегда находится один-два смелых респондента, которые задают стандарт откровенности.

Проективные методы не используются в фокус-группах экспертного уровня. Так, у меня была группа мэров моногородов. Перед началом я попросил раздать фломастеры и бумагу. Немедленно был задан вопрос: собираемся ли мы что-то рисовать? Мой ответ: разумеется, нет. Фломастеры нужны, чтобы сделать бейджи. Этот пример показывает, насколько широко распространены мифы и заблуждения, касающиеся фокус-групп.

Фокус-группы не используются для изучения глубинных бессознательных мотиваций по Фрейду или какой-то другой глубинной психологической концепции [11]. Такие исследования не релевантны практическим задачам, стоящим перед фокус-групповой аналитикой.

Для чего же используются проективные методы? С моей точки зрения, у них две основные функции. Первая – вербализация плохо артикулированных представлений в сознании массовых (неквалифицированных) покупателей и избирателей.

Возьмем в качестве примера дизайн нового автомобиля. Разработчику и маркетологу важно понять, в какой мере их разработка соответствует целевой группе, предусмотренной техническим заданием. В этом им поможет широко известный тест:

- *Предположим, что этот автомобиль превратился в человека. Что это за человек? Это мужчина или женщина? Какого возраста? Какой у него доход? Это спортсмен или «ботаник»? Белый или афроамериканец? Женат/замужем или холост? Есть ли у него дети? Большая ли у него семья? И т.д.*

Эти и другие вопросы позволяют описать социальный портрет потенциального покупателя.

Другая функция проективных методов – повышение мотивации обсуждения. Многие фокус-группы, на которых автору

этих строк доводилось присутствовать в качестве наблюдателя, были попросту скучны. Не все модераторы умеют держать себя в тонусе, использовать технику активного слушания. Этому вопросу в российском социологическом сообществе уделяется крайне мало внимания.

В психологии разработано большое число проективных методов, которые потенциально могут быть использованы в фокус-группах. Все они при должной включенности модератора повышают мотивацию обсуждения. Приведем пример, основанный на использовании метода вымышленных ситуаций. Тема фокус-группы – женская косметика.

- **Модератор.** *Предположим, вы заключили контракт на работу по некоторому проекту. Работать предстоит на необитаемом острове. Вы одна, совершенно одна. Что вы положите в свою косметичку? (обсуждение) А теперь вообразим, что неподалеку от вас работает симпатичный парень со своим проектом. Что вы добавите в свою косметичку? (обсуждение). А теперь представим, что на острове кроме вас работает не парень, а группа людей, мужчин и женщин, примерно Вашего возраста. Что в этом случае вы положите в свою косметичку? (обсуждение).* Далее модератор развивает сюжет, дополняя его новыми обстоятельствами.

Вопрос о косметических предпочтениях мог быть обсужден и без проективной методики, в рациональной форме. Результаты, по нашему мнению, были бы валидны, но менее полны. Вымышленная ситуация значительно повышает тонус обсуждения и выявляет нюансы, которые в скучном обсуждении были бы упущены. Д. Темплтон, автор этого примера, пишет по этому поводу, что она предпочитает не упорядоченные группы, а такие, где царит хаос и участники перебивают друг друга [10].

Подводя итог, сформулируем главное. Применительно к фокус-группам проективные методы являются вспомогатель-

ными. Основную информацию дает рациональное обсуждение, но проективные методы дополняют его важными смысловыми обертонами. Недопустимо сводить фокус-группу исключительно к проективным методам.

Проективные методы в фокус-групповых исследованиях решают две основные задачи: вербализацию слабо артикулированных представлений и повышение мотивации. Возможно, есть и другие функции. Этот вопрос следует обсудить.

Фокус-группы не предназначены для выявления «вранья» и бессознательных глубинных мотиваций. Эти аспекты не релевантны практическим задачам, для которых была создана данная методика. Если продавец фокус-групп обещает выявить некие глубоко скрытые мотивации, это следует считать ложной рекламой.

Продавцы фокус-групп: креатив и инсайт

Другим продающим мессиджем является заявление о том, что фокус-группа якобы способна продуцировать креативные идеи, которые могут быть востребованы при разработке концепции продукта или рекламы.

Этот вопрос разбирает П. Гринбаум в своей методической монографии [12]. Он пишет, что иногда такие идеи в фокус-группах действительно возникают, но редко, и их появление не является гарантированным. Важно, что эти идеи могут высказываться отдельными респондентами, но не являются результатом работы группы. С равной вероятностью они могут высказываться отдельными людьми и вне фокус-группы.

Модераторы не ставят перед населенческими фокус-группами задачу коллективной выработки креативного решения некой проблемы. Если такие группы кто-то проводит, это будут уже динамические группы по Левину. В методической литературе мне не встречались упоминания о таких исследованиях.

Фокус-группа – это инструмент для получения информации, а не брейнсторминг, не группы синектики и не терапевтические группы Роджерса, задачей которых является достижение коллективного инсайта. Цель фокус-групповых исследований можно уподобить стратегической разведке местности, на которой будет разыгрываться маркетинговое сражение [13]. Причем, решения, принимаемые стратегом, учитывают результаты фокус-групп, но – это важно – напрямую не вытекают из них.

Модератор: дискуссия

Есть мало идей, которые принесли российской фокус-групповой индустрии больший вред, чем идея «дискуссии», под которой понимаются прямые взаимодействия респондент-респондент.

Согласно первоначальному смыслу, фокус-группа – это интервью с группой. В названной выше работе Мертона, который часто цитирует фрагменты стенограмм, видно, что респонденты обращают свои ответы к модератору, а не друг к другу. В своих высказываниях они могут учитывать звучавшие ранее мнения и даже ссылаться на них, но примеров прямого обращения к другим участникам в книге нет. Возможно, они были в полной версии стенограмм, но это не преобладающий аспект в работе группы.

В России по каким-то причинам возобладало мнение, что в методической основой фокус-групп является «дискуссия», т.е. прямые транзакции между респондентами. Это имело самые деструктивные последствия для получения осмысленных результатов.

Идея фокус-групповой дискуссии, возникшая в России в 90-е годы и отчасти актуальная до сих пор, парадоксальным образом не имеет методического содержания. По этой причине она превращается в самоцель. Модератор, придерживающийся этой идеи, озабочен не столько получением ответов на вопросы гайда, сколько поддержанием дискуссии, которая в восприя-

тии респондентов утрачивает смысл и не самоподдерживается. Обсуждение приобретает вымученный характер и продолжается лишь под давлением модератора. Контроль над темой утрачивается, обсуждение уходит от вопросов гайда, высказывания перестают быть связанными с обсуждаемой темой.

Когда стенограммы таких дискуссий поступают к аналитику, он не находит (или почти не находит) в них релевантных высказываний, пригодных для создания отчета. Зачастую он вынужден фантазировать и выискивать в стенограммах хоть что-то походящее для выстроенной им концепции. Качество и валидность таких отчетов резко снижаются. Подробнее об этом говорится в моей статье «О роли дискуссии в фокус-групповых исследованиях» [14].

При каких условиях фокус-групповая дискуссия может стать релевантной? В каких случаях она возможна или невозможна? Общего ответа у меня нет. Отмечу три момента, которые кажутся существенными.

1. Дискуссия может возникнуть сама собой при высокой вовлеченности респондентов. Это полезный эффект, в отличие от вымученного обсуждения. Мотивированные респонденты высказываются по существу дела и хорошо «держат» тему. Выше я приводил пример с обсуждением косметики на необитаемом острове. Вот еще один пример, взятый из социальной сети:

- *С удовольствием читаю threads, там нормальные темы, без вашей политики. Измены, сиськи, лишний вес, интриги, скандалы. В общем, реальная жизнь. И вот вижу очередной пост. После родов женщина набрала 40 (!!!) килограммов к имеющимся ста. Муж поэтому пошел изменять. Как вам замес? И кто неправ!? Вот там ДИСКУССИЯ. А не вот это все тут.*

Проблема, однако, состоит в том, что большинство тем, обычно обсуждаемых в фокус-группах, по выражению Темплтон, «низковольтны с точки зрения интереса». Поднять мотивацию

могут проективные методы, особенно вымышленные ситуации [10]. Но придумать релевантный сюжет для предметов повседневного спроса часто бывает непросто. Не все сюжеты оказываются релевантными. Этот момент нуждается в обсуждении.

2. Гольдман в своей монографии [4], в главе «Probing» пишет, что групповой формат интервью предоставляет дополнительные возможности для использования этой техники. Среди прочего он описывает методический прием, который назвал «сравливанием». Суть его в том, что респондентам, придерживающимся противоположных взглядов, предлагают попытаться убедить друг друга. Это частный прием, к которому не сводится вся фокус-группа. У него есть много ограничений. Прежде всего, разногласия должны быть реальными, а не искусственными или вымученными. В фокус-групповой практике сильная поляризация мнений возникает нечасто, толерантность преобладает, особенно при низкой мотивационной вовлеченности. Далее, «сравливание» нужно держать под контролем, поскольку оно может вызвать агрессию и переход на личности. После двух, максимум трех итераций такую дискуссию следует прекращать.

3. В последние годы методические проблемы «дискуссии» перестали быть актуальными в связи с тем, что значительная часть фокус-групп перешла в удаленный формат с использованием Zoom и других аналогичных мессенджеров. Модераторы в целом довольны этим форматом, но трансакции респондент-респондент в них затруднены и практически не используются. Накал методических страстей по данному вопросу перестал быть актуальным.

Ситуация сегодня (2025 г.)

Описанные выше методические заблуждения были характерны в первую очередь для 90-х и нулевых годов. Ситуация сегодня неоднозначна.

С одной стороны, качество исследований и их адекватность значительно возросли. Это относится как к индивидуальному, так и к групповому формату интервью. Основная причина, благодаря которой это произошло, состоит в способности этих методик к самокоррекции. Ее механизмы таковы.

Во-первых, респондент склонен не соглашаться с неадекватно поставленными вопросами и неадекватным стилем ведения интервью, поправляя исследователя и посылая ему корректирующие сигналы. Это способствует самообучению интервьюера и модератора. Во-вторых, как уже говорилось выше, написание отчетов на основе стенограмм с «дискуссиями» проблематично. Этот аспект тоже способствовал подстраиванию методики под решение поставленных задач. Благодаря этому исследователи (или, как они сами себя называют, рисерчеры) стихийно освоили технику probing.

Вместе с тем, пережитки методического хаоса лет не исчезли полностью. Причина состоит в отсутствии методической рефлексии, т.е. отсутствии публикаций, обсуждений и других форм открытой научной дискуссии. Практика фокус-групповых исследований за прошедшие годы сделалась более адекватной, но на уровне теории и методологии этого не произошло. Отсутствие рефлексии особенно пагубно сказывается на обучении студентов, лишая их методических ориентиров.

В сообществе рисерчеров очевиден разрыв между методологией и практикой. Практика, насколько можно судить, сделалась адекватной. Однако в области методологии продолжают существовать все те заблуждения, которые описаны выше.

Разрыв между «теорией» и практикой возник потому, что рисерчеры – люди занятые, им некогда заниматься методологической рефлексией. Гарантированной академической зарплаты они не получают. Ошибочные взгляды существуют в их сообществе потому, что они не продуманы. Это видно по обсуждениям в чате рисерчеров (примеры реальные).

- *Групповая динамика в фокус-группах отсутствует. – Как это? – Если по Левину, то отсутствует. – А, если по Левину, то да, отсутствует.*
- *В фокус-группах не изучаются глубинные мотивации. – Как это? – Если по Фрейду, то не изучаются. – А, если по Фрейду, то да, не изучаются.*

Рисерчеры осваивают технику фокус-групп путем самообразования и, в лучшем случае, благодаря наставничеству. Это древние и эффективные институты, но их возможности ограничены. Подняться на уровень методологии они не могут. Для этого существуют современные образовательные и научные институты. К сожалению, в России они не выполняют своего предназначения. Академическая и ВУЗовская наука ничем не помогла формирующейся фокус-групповой отрасли преодолеть неизбежные болезни роста. За три с половиной постсоветских десятилетия ни один научный журнал не опубликовал ни одной статьи, посвященной методологии фокус-групп. Эту ситуацию нельзя считать нормальной.

О методических инновациях

Еще одно часто высказываемое заблуждение относительно метода фокус-групп в том, что со времен Мертона метод якобы непрерывно развивался, и ныне уже не похож на описанное им интервью с группой.

Этот вопрос следует рассмотреть в более широком контексте. В учебниках по технологическим инновациям общим местом является тезис о том, что любая технология поначалу развивается по экспоненте, а затем по достижении определенного уровня совершенства выходит на «плато» [15]. С моей точки зрения, этой закономерности подчинено и развитие метода группового интервью.

Нет сомнения, что с 80-х годов прошлого века по настоящее время в практике фокус-групповых исследований произошли

значительные изменения, связанные в первую очередь с использованием компьютерных технологий. Это видно на примере демонстрации стимульных материалов. В 80-е годы респондентам показывали стенды, на которых были размещены образцы продукта или упаковки, рисунки и текстовые пояснения. В 90-е и нулевые их заменили компьютерные презентации, а сегодня им на смену пришли анимации. Другой пример: очный формат групп значительной мере сменился дистанционным. Но эти и другие изменения не оказали влияния на методику глубокого интервьюирования.

Для правильного понимания вопроса о технологическом развитии фокус-групп нужно иметь в виду, что практика их использования делится на два сегмента, практически не взаимодействующих друг с другом.

Прикладной сегмент в методическом плане консервативен. Ресерчеры не склонны отказываться от зарекомендовавших себя методов. Кроме того, у них есть обязательства перед заказчиками, и они не вправе менять апробированную методику на некие рискованные эксперименты.

В академическом секторе ситуация прямо противоположная. Основным критерием оценки работы ученого является научная новизна. Для написания статей и диссертаций многие исследователи выбирают более удобную для них новизну методическую. В результате возникают самые невероятные идеи и эксперименты, которые трактуются, как «развитие» методологии. Однако в действительности они используются лишь для написания статей и диссертаций, практическая польза от которых сомнительна.

Инновационная методика не может быть значима сама по себе, исключительно в силу своей новизны. Она должна решать определенные задачи, прикладные или фундаментальные. Новизна не является самодостаточным аргументом. Иллюстрацией может служить цитата из популярной книги про изобретения.

- *Не всякая новизна является изобретением. Предположим, мы изобрели велосипед с квадратными колесами. Правда, ездить на нем будет затруднительно. Ничего, зато новое!* [16].

Пример методической инновации с неясной релевантностью может быть взят из работы Д. Моргана, предложившего методу самоуправляющихся фокус-групп [5].

- *Многие описания фокус-групп создают впечатление, будто групповые дискуссии невозможны без активного участия модератора. Подход, который предпочитаю я - создание ненаправленной фокус-группы, которую я называю самоуправляющейся. ... Я описываю некоторые методы, обеспечивающие решение методических проблем не посредством усиления воздействия модератора, а посредством общения и самоуправляемости. Модератор в начале заседания объявляет тему обсуждения, а затем как бы устраняется и занимается только записями.*

Далее Морган подробно объясняет, какими методами можно перевести группу в режим самоуправляемости. Не объясняет он только одного: для решения каких задач, прикладных или фундаментальных, предназначены эти группы? В чем состоит их валидность по сравнению с обычными?

Из сказанного необходимо сделать два вывода. Первый касается анализа зарубежного методического опыта. Часто предполагается, что при его изучении необходимо обращать внимание только на самые последние публикации. Применительно к фокус-группам это может оказаться ошибкой. Дело в том, что количество академических публикаций намного превосходит количество прикладных, и выходят они гораздо чаще. Опора на них может повести фокус-групповое сообщество по ложному фантазийному пути. Изучать следует работы, описывающие базовые основы метода и основанные на длительном модераторском опыте. Экзотические экспериментальные работы следует оставить на потом.

Второй вывод касается направления академических исследований. Неконструктивно придумывать некие «инновационные» методики, которые неприменимы на практике и не имеют отчетливых областей релевантности. Гораздо конструктивнее было бы изучать практический опыт работы модераторов.

Любая технология включает в себя значительный элемент неартикулированного знания, не описанного в учебниках и методических разработках [17]. Это особенно относится к фокус-группам. Квалификация модератора в значительной мере формируется на основе индивидуального опыта. Кроме того, на его работу накладывают отпечаток личностные черты. Это приводит к тому, что персональные стили модерирования могут существенно различаться как в положительную, так и в отрицательную стороны. В России этот вопрос не только не изучался, но даже не был поставлен.

Трудность состоит в том, модераторы – крайние индивидуалисты. Обсуждение методических вопросов в их сообществе либо отсутствует, либо превращается в войну амбиций, как это в свое время произошло с сайтом «Форум ГФК» (сегодня он закрыт). Однако для полноценного развития отрасли обмен мнениями необходим. В этом вопросе академическая наука могла бы принести большую пользу, выступив нейтральным посредником, опрашивая модераторов и обобщая их опыт.

Заключение: нужна профессиональная дискуссия

Для успешного развития российской фокус-групповой индустрии необходимо устранить существующий в ней методический произвол, который выражается в отсутствии оформившихся профессиональных взглядов на методологию исследований. Представления участников отрасли о принципах их работы воплощаются в персональных стилях модерирования

и являются сугубо индивидуальными даже в пределах одной организации. На это накладываются описанные выше широко распространенные заблуждения.

Работа отрасли непрозрачна. Крупные институциональные игроки не раскрывают принципов своей работы и не взаимодействуют друг с другом. Между индивидуальными исследователями также отсутствует коммуникация. Не сложились профессиональные школы, которые могли бы осуществлять осмысление и передачу методического опыта.

Для исправления ситуации нужна профессиональная дискуссия. Для начала должны быть описаны и выведены в публичное пространство описания индивидуальных стилей модерирования. Это положит начало дальнейшему обсуждению.

Выше говорилось про разрыв между методологией и практикой в фокус-групповой индустрии. На практике большинство модераторов, по-видимому, научилось действовать адекватно, но на уровне «теории» продолжает придерживаться ошибочных представлений. Этот разрыв небезобиден. Ложные представления, скорее всего, все-таки попадают в практику модерирования и осложняют профессиональную социализацию исследователей. Этот вопрос требует изучения. С другой стороны, в сообществе не осмысляются и не передаются элементы позитивного опыта.

Для организации профессиональной дискуссии нужна площадка. Было бы естественно, если бы эту роль взяли на себя академические институты и научные социологические журналы. К сожалению, они полностью устранились из этого процесса и неясно, захотят ли взять на себя эту функцию. В случае отказа заняться организацией дискуссии придется будет сообществу рисерчеров.

В любом случае необходимость в организации профессиональной дискуссии в фокус-групповой отрасли давно назрела. Сложилась абсолютно ненормальная ситуация, когда успешно

работающая отрасль не может преодолеть методический хаос. Надеюсь, что данная статья поможет осознать проблему и положит начало для поиска путей ее решения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мертон Р., Фиске М., Кендалл П. Фокусированное интервью / Пер. с англ. Т.Н. Федоровской. М.: ВЦИОМ, 2021. 91 с.
2. Merton R. K. The focused interview and focus groups: continuities and discontinuities // *The Public Opinion Quarterly*. 1987, vol. 51, № 4. P. 550–556.
3. Белановский С. А. Глубокое интервью и фокус-группы. М.: Директ-Медиа, 2022. 456 с. EDN: ICGNRZ. ISBN: 978-5-4499-3109-2.
4. Goldman A. E., McDonald S. S. The group depth interview: Principles and practices cliffs. NJ: Prentice-Hall, 2007. 192 p. ISBN: 9780133654042.
5. Morgan D. L. Focus Groups as Qualitative Research. Newbury Park: Sage Publications, 2002. 85 p.
6. Белановский С. А., Никольская А. В. Методология качественных исследований. М.: ВЦИОМ, 2024. 109 с. EDN: CHQTCU. ISBN: 978-5-906345-53-0.
7. Мельникова О. Т. Фокус-группы. Метода, методология, модерирование. М.: Аспект пресс, 2007. 320 с. EDN: RAZOAN. ISBN: 978-5-7567-0449-5.
8. Дмитриева Е. Фокус-группы в маркетинге и социологии. М.: Центр, 1998. 144 с. EDN: DSGGHU. ISBN: 5-88860-03903.
9. Gorden L. R. Interviewing: Strategy, Techniques and Tactics. Chicago: The Dorsey press, 1997. 554 p.
10. Templeton J. F. Focus Groups: A Guide for Marketing and Advertising Professionals. Chicago: Probus, 2010. 323 p. ISBN: 978-1557381118.
11. Brotherson M. J., Goldstein B. L. Quality design of focus groups in early childhood special education research // *Journal of Early Intervention*. 2012, vol. 16, № 4. P. 334—342. DOI: 10.1177/105381519201600404.
12. Greenbaum T. The practical handbook and guide to focus group research. Txington, MA: D. C. Heath and Company, 1998. 191 p.
13. Траут Д., Райс Э. Маркетинговые войны. М.: Питер, 2024. 304 с. ISBN: 978-5-459-01652-9.
14. Белановский С. А. О роли дискуссии в фокус-групповых исследованиях. Не опубликовано.
15. Tuckman B. Developmental Sequence in Small Groups // *Psychological Bulletin*. 1965, № 63(6). P. 384—399. DOI:10.1037/h0022100.
16. Барр К., Уильямс С. История изобретений. М.: Самокат, 2023. 40 с. ISBN: 978-5-91759-980-9.

17. Полани М. Личностное знание / Пер. с англ. М.Б. Гнедовский, Н.М. Смирнова, М.Б. Гнедовский, Б.А. Старостин. М.: Прогресс, 1985. 344 с.

Сведения об авторе

Белановский Сергей Александрович

Кандидат экономических наук, ведущий инженер Института
народнохозяйственного прогнозирования РАН.

Тел.: +7(962) 952 25 25

RSCI Author ID: 73431

ON ERRONEOUS INTERPRETATIONS OF FOCUS GROUP METHODOLOGY

Belanovsky Sergey A.

Institute of Economic Forecasting RAS,
Moscow, Russia
sbelan@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-4993-1944

For citation: Belanovsky S.A. On erroneous interpretations of focus group methodology. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 251-277. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.7

Speech at the seminar named after V.A. Yadov at the Institute of Sociology of the Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences December 16, 2024.

Keywords: focus group, focus group methodology, group interview, projective methods, group dynamics, moderator.

References

1. Merton R.K., Fiske M., Kendall P.L. *The focused interview* (transl., in Russian). Moscow: VTsIOM, 2021. 91 p.
2. Merton R.K. The focused interview and focus groups: continuities and discontinuities, *The Public Opinion Quarterly*, 1987, vol. 51, no. 4, p. 550–556.
3. Belanovsky S.A. *Deep interviews and focus groups* (in Russian). Moscow: Direct-Media, 2022. 456 p. ISBN: 978-5-4499-3109-2.
4. Goldman A.E., McDonald S.S. *The group depth interview: Principles and practices cliffs*. NJ: Prentice-Hall, 2007. 192 p. ISBN: 9780133654042.
5. Morgan D.L. *Focus Groups as Qualitative Research*. Newbury Park: Sage Publications, 2002. 85 p.

6. Belanovskiy S.A., Nikolskaya A.V. *Methodology of qualitative research* (in Russian). Moscow: VTsIOM, 2024. 109 p. ISBN: 978-5-906345-53-0.
7. Melnikova O.T. *Focus groups. Method, methodology, moderation* (in Russian). Moscow: Aspect press, 2007. 320 p. ISBN: 978-5-7567-0449-5.
8. Dmitrieva E.V. *Focus-groups in marketing and sociology* (in Russian). Moscow: Center, 1998. 144 p. ISBN: 5-88860-03903.
9. Gorden L.R. *Interviewing: Strategy, Techniques and Tactics*. Chicago: The Dorsey press, 1997. 554 p.
10. Templeton J.F. *Focus Groups: A Guide for Marketing and Advertising Professionals*. Chicago: Probus, 2010. 323 p. ISBN: 978-1557381118.
11. Brotherson M.J., Goldstein B.L. Quality design of focus groups in early childhood special education research, *Journal of Early Intervention*, 2012, vol. 16, no. 4, p. 334-342. DOI: 10.1177/105381519201600404.
12. Greenbaum T. *The practical handbook and guide to focus group research*. Txington, MA: D. C. Heath and Company, 1998. 191 p.
13. Trout J., Ries Al. *Marketing Warfare* (in Russian). Moscow: Piter, 2024. 304 p. ISBN: 978-5-459-01652-9.
14. Belanovsky S.A. *On the role of discussion in focus group studies* (in Russian). Unpublished.
15. Tuckman B. Developmental Sequence in Small Groups, *Psychological Bulletin*, 1965, no. 63(6), p. 384—399. DOI:10.1037/h0022100.
16. Barr K., Williams S. *The Story of Inventions* (in Russian). Moscow: Samokat, 2023. 40 p. ISBN: 978-5-91759-980-9.
17. Polanyi M. *Personal knowledge* (transl., in Russian). Moscow: Progress, 1985. 344 p.

Information about the author

Sergey A. Belanovsky

Candidate of Economics, Leading Engineer, Institute of Economic
Forecasting RAS.
RSCI Author ID:73431



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.8

EDN: CUNVUE

ОТКЛИК НА ДОКЛАД С. А. БЕЛАНОВСКОГО

Нестерова Екатерина Михайловна

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,

Москва, Россия

Эл. почта: nesterovaem@my.msu.ru

ORCID: 0000-0003-1215-0949

Для цитирования: Нестерова Е. М. Отклик на доклад С. А. Белановского // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 278-294. DOI:10.19181/4m.2025.34.1.8. EDN: CUNVUE

Обзор к докладу С.А. Белановского (2025) на семинаре Ядова.

Ключевые слова: метод фокус-групп, групповая дискуссия, групповая динамика, качественные методы, С.А. Белановский.

Качественные методы исследования представляют собой доказательные способы психологического познания, направленные на определение значений и смыслов, которые отдельный человек или группа людей придают окружающей жизни. Разделяют методы сбора качественных данных и методы качественного анализа. Метод фокус-групп относится к методам сбора качественных данных [1]. На сегодняшний день метод фокус-групп широко распространен в прикладных социально-психологических, маркетинговых, политических исследованиях и т.п. Активно применяются фокус-группы в таких областях как образование, здравоохранение и психологическая экспертиза различных социальных программ. *Фокус-группа* - это групповая

форма интервью, фокусированного на определенном предмете или теме. Общей целью группового фокусированного интервьюирования является реконструкция точек зрения на предмет, характерных для ее участников [2]. Метод фокус-групп позволяет дать не описательный, а объяснительный анализ наблюдаемых явлений, выявить глубинные механизмы их действия [3].

Целью выступления С.А. Белановского является привлечение внимания социологического сообщества к проблемам фокус-групповой отрасли. Безусловно, публичная методическая дискуссия представляется целесообразной и особо актуальной в силу необходимости методологической рефлексии проводимых академических исследований, а также в силу стремительно возрастающей сложности практических задач, поставленных перед общественными науками. Еще Л.С. Выготский в своей работе «Исторический смысл психологического кризиса» отмечает, что «практика входит в глубочайшие основы научной операции и перестраивает ее с начала до конца; практика выдвигает постановку задач и служит верховным судом теории, критерием истины» [4].

В выступлении С.А. Белановского нами были выделены следующие дискуссионные вопросы, которые раскрываются в данной статье в социально-психологическом ракурсе от общего к частному: специфика метода фокус-группового интервью, роль групповой динамики в фокус-группе, модерация в фокус-группой дискуссии, проективные методики в фокус-групповых интервью.

Специфика метода фокус-группового интервью

Популярность фокус-групп как исследовательского метода привела к тому, что термин «фокус-группы» стал употребляться во всех случаях, когда подразумевается групповой опрос [5]. Тем не менее, сущность фокус-групп гораздо глубже, сложнее и

специфичнее. В фокус-группе «моделируются процессы, происходящие в обществе: как и в реальном социальном пространстве в группе оказывается представлено множество «голосов», вступающих друг с другом в конфронтацию, достигающих согласия и т.п.» [2].

Специфика метода фокус-группы зачастую анализируется в сопоставлении с интервью. Интервью представляет собой целенаправленный, ассиметричный разговор, в котором исследователь задает вопросы, а респондент отвечает. Как отмечает О. Т. Мельникова, индивидуальное интервью по сравнению с фокус-группами являются более трудоемкими, но при этом в некоторых случаях их проведение более обосновано [5]. Мы согласны с С.А. Белановским в том, что выбор в пользу индивидуальных интервью целесообразен, когда обсуждаемая тема сложна и не вписывается в формат фокус-группы (темы экспертного уровня), а также когда собрать фокус-группу технически невозможно. При этом следует добавить, что деликатная тема обсуждения и вероятность группового давления при обсуждении вопроса также являются условиями, при которых предпочтительнее использование глубинных индивидуальных интервью.

Автор доклада указывает на то, «что фокус-группа при прочих равных условиях может обеспечивать большую глубину раскрытия темы благодаря эффекту фасилитации. В результате возрастает количество смысловых обертонов, звучащих в группе. Поэтому при прочих равных условиях лично я предпочитаю фокус-группу. Однако принципиального влияния на результат эти эффекты не оказывают». Действительно, «по сравнению с индивидуальным интервью, проведение фокус-группы более экономично с точки зрения затрачиваемого времени: она длится обычно столько же, сколько и индивидуальное интервью (от 1 до 2 часов), но при этом позволяет собрать мнения сразу нескольких респондентов» [2, с.174]. Однако следует учитывать, что по сравнению с методом фокус-групп, «метод глубинного интервью не

дает модератору преимуществ от взаимодействия между участниками в процессе фокус-групповой работы, тогда как одним из наиболее ценных преимуществ фокус-групп является наличие динамики при обсуждении» [5].

Роль групповой динамики в фокус-группе

С.А. Белановский полагает, что «в связи с тем, что техника probing не была известна российскому социологическому сообществу, преподаватели ВУЗов стали подменять ее знакомыми им предметами: групповой динамикой и теорией малых групп». Зондирующие методики (probing techniques) известны специалистам в области фокус-групп. Эти техники, наряду с техниками проекции, речь о которых пойдет ниже, играют важную роль в обеспечении полноценного диалога в группе, стимулировании участников к более открытым высказываниям, выражению своих чувств по отношению к предмету обсуждения [6]. Малые группы и групповые динамические процессы в ней не подменяют анализ техник, так как являются контекстом в котором эти техники реализуются.

Автор доклада утверждает, что фокус-группа не является малой группой в социально-психологическом смысле этого слова и основные положения теории малых групп к ней не применимы. Малая группа - это группа, в которой общественные отношения выступают в форме непосредственных личных контактов [7]. С точки зрения размера фокус-группы делятся на полные группы (от 8 до 10-12 человек) и на мини-группы (от 4 до 6 человек) [5]. В этом контексте следует сделать ремарку о различиях социологического и социально-психологического анализа группы: если в социологии группы анализируются с точки зрения объективного критерия их различия, то главной задачей социально-психологического анализа является изучение тех процессов, которые происходят в жизни группы. Таким образом, при

планировании и проведении фокус-группы необходимо учитывать динамические процессы, характерные для малой группы, но отличающиеся своей спецификой определяемой особенностями фокус-групп. С.А. Белановский полагает, что «групповая динамика в классическом смысле слова в фокус-группах возникать не должна». С учетом вышесказанного, мы не можем согласиться с данным утверждением, поскольку для малой группы свойственны и динамические процессы. Сам термин «групповая динамика» употребляется в трех значениях [7]:

1) «групповая динамика» как направление исследования малых групп в социальной психологии (школа К. Левина);

2) «групповая динамика» как особый вид лабораторного эксперимента, специально предназначенного для изучения групповых процессов (методики изучения малых групп, разработанные в школе К. Левина);

3) «групповая динамика» как совокупность динамических процессов, которые одновременно происходят в группе в какой-то период ее существования.

В контексте фокус-групп групповая динамика рассматривается в третьем значении. К динамическим групповым процессам относится процесс образования малых групп, феномен группового давления, процессы групповой сплоченности, лидерства, принятие групповых решений, вопросы эффективности группы. В фокус-группе действуют те же психологические законы, что и в малой группе, однако существуют и свои особенности, связанные, во-первых, с небольшой по времени длительностью фокус-группы и, во-вторых - с ее специфической задачей. Поэтому нельзя сделать однозначный перенос всех закономерностей функционирования малых групп на фокус-группы, где существуют свои особенности протекания группового процесса [5].

С.А. Белановский высказывает мнение о том, что если возникает групповая динамика, то «это означает, что модератор не справился с управлением группой. Индивидуальная коллектив-

ная динамика в фокус-группах возможна, но она может быть полезной или вредной. Полезна рефлексия жизненного опыта респондентов, вредны искажения и фантазии, возникающие под давлением группы». Как мы уже отметили, динамические процессы в малой группе не могут не возникать. Что касается «искажений и фантазий под давлением группы», то для нивелирования данных фактов при работе с методов фокус-групп следует не отказываться о понятия «групповая динамика», а напротив, уделить внимание анализу динамических процессов группы, одним из которых является *феномен группового давления*. Феномен группового давления в социальной психологии обозначается как феномен конформности и констатируется «там и тогда, где и когда фиксируется наличие конфликта между мнением индивида и мнением группы и преодоление этого конфликта осуществляется в пользу группы» [7]. При этом важно учитывать, что при проведении фокус-групп исследователь может столкнуться с так называемой «конформностью наизнанку», которая проявляется в том, что человек пытается любыми способами противостоять мнению группы. В этом случае мы снова имеем дело с зависимостью человека от группы, так как он «привязан к групповому мнению, но лишь с обратным знаком» [7, с. 204].

Другим важным динамическим процессом, который необходимо принимать во внимание при планировании и проведении фокус-групп является *групповая дискуссия*. Автор доклада высказывает следующее мнение: «есть мало идей, которые принесли российской фокус-групповой индустрии вред, чем идея «дискуссии», под которой понимаются прямые взаимодействия респондент-респондент». Мы не разделяем эту позицию, так как групповая дискуссия - это базовый динамический процесс, который лежит в основе фокус-групп. Такая дискуссия специфична тем, что посредством нее не только осуществляется сбор информации, но и моделируются процессы, происходящие в обществе. Анализ групповой дискуссии позволяет проследить за тем, как

участники взаимодействуют друг с другом, обсуждая определенный вопрос, а также исследовать то, как участники приходят к общей точке зрения [2].

С.А. Белановский утверждает, что в фокус-группе «не наблюдаются свойственные классическим малым группам стадии развития: формирующая, конфликтная, нормирующая, функциональная». Применительно к фокус-группам, с учетом вышеизложенной специфики, целесообразно рассмотрение стадий развития группы через призму *этапов групповой дискуссии*: (1) ориентация; (2) оценка, сопоставление и конфронтация идей; (3) консолидация мнений [8]. Особенности каждого из этих этапов необходимо принимать во внимание при составлении гайда к фокус-группе.

Автор доклада отмечает, что «в последние годы методические проблемы “дискуссии” перестали быть актуальными в связи с тем, что значительная часть фокус-групп перешла в удаленный формат с использованием Zoom и других аналогичных мессенджеров. Модераторы в целом довольны этим форматом, но транзакции респондент-респондент в них затруднены и практически не используются. Накал методических страстей по данному вопросу перестал быть актуальным». Онлайн фокус-группы начали применяться в конце XX века [9] и действительно к настоящему времени активно используются в исследовательской практике. При этом, для адаптации классических фокус-групп к онлайн-формату необходимо сфокусироваться на ценности взаимодействия между участниками групповой дискуссии [10]. В связи с этим методические проблемы «дискуссии» не только не перестали быть актуальными, но и раскрылись с других сторон, в рамках которых возникли которые ставят новые исследовательские задачи. В этом направлении нами было проведено исследование с целью выявления особенностей групповой дискуссии в очных и онлайн фокус-группах. В результате выявлены различия очных и онлайн фокус-групп по направленности участников

на себя и на других, а также по эффекту групповой дискуссии. Выявлено, что в очных фокус-группах направленность на себя наблюдается только в начале дискуссии, а в онлайн — преобладает на протяжении всей дискуссии. Установлено, что в очных фокус-группах направленность участников на других выражается в частом взаимодействии и в обращении с вопросами друг к другу, а в онлайн — в предоставлении участникам возможности высказать свое мнение и в проявлении внимания к другим мнениям. Также выявлено, что эффект групповой дискуссии в очных фокус-группах заключается в стремлении участников достигнуть единого мнения по обсуждаемому вопросу, а в онлайн — в углублении обсуждения темы. Также выявлено, что в онлайн фокус-группах, в отличие от очных фокус-групп, у участников не наблюдается психологическая общность членов группы [11].

Таким образом, динамические процессы в фокус-группе играют важную роль для обеспечения эффективного использования данного метода и получения валидных результатов исследования. Сбор информации в процессе групповой дискуссии происходит в ходе постоянного взаимодействия респондентов, где участники влияют друг на друга, и анализ данных и интерпретация результатов осуществляются с учетом данного влияния. При проведении фокус-группы модератору необходимо знать и учитывать все аспекты протекания групповых процессов.

Модерация в фокус-групповой дискуссии

Процедура традиционной фокус-группы сводится к вопросам модератора и ответам участников группы [3]. Все типы фокус-группового интервью проводятся хорошо подготовленным модератором, функции которого заключаются в управлении дискуссией и стимулировании активности ее участников. В процессе проведения фокус-группы перед модератором стоит двоякая цель: с одной стороны, он должен вовлекать всех участников в группо-

вую дискуссию и собирать искренние мнения в соответствии с целями исследования, а с другой - управлять групповым процессом, нейтрализовать влияние деструктивных участников [3].

С.А. Белановский пишет: «Идея фокус-групповой дискуссии, возникшая в России в 90-е годы и отчасти актуальная до сих пор, парадоксальным образом не имеет методического содержания. По этой причине она превращается в самоцель. Модератор, придерживающийся этой идеи, озабочен не столько получением ответов на вопросы гайда, сколько поддержанием дискуссии, которая в восприятии респондентов утрачивает смысл и не самоподдерживается. Обсуждение приобретает вымученный характер и продолжается лишь под давлением модератора. Контроль над темой утрачивается, обсуждение уходит от вопросов гайда, высказывания перестают быть связанными с обсуждаемой темой». Осуществляя контроль над темой, модератор применяет прием фокусирования на теме и постоянно поддерживает нужный контекст дискуссии. В случае отклонения от темы модератор возвращает участников в обсуждению вопросов гайда фокус-группы, а при переходе к новому блоку гайда, модератор суммирует высказанные мнения и вводит новый вопрос [2]. Таким образом, важной задачей модератора при проведении фокус-группы является работа с динамикой и формой групповой дискуссии, но эта работа не должна распространяться на содержание высказываний респондентов: участники должны уйти с фокус-группы с тем же мнением, что и пришли. Таким образом, управление фокус-группой требует хорошо развитой способности справляться с проблемами, возникающими в процессе групповой динамики [5].

С.А. Белановский отмечает, что «в действительности каждый модератор проводит группы так, как считает нужным», а также что «рисерчеры осваивают технику фокус-групп путем самообучения и, в лучшем случае, благодаря наставничеству». Такое положение дел в практике проведения фокус-групп дей-

ствительно может существенно снижать достоверность получаемых результатов. Стиль поведения модератора может быть тем негативным фактором, который приводит к искажению результатов фокус-группы. Управляя группой, модератор принимает на себя роль лидера и одной из его задач является выстраивание эффективного взаимодействия между членами группы, сведение к минимуму ограничений групповой динамики, направление и контролирование дискуссии без оказания давления на участников и без принуждения к высказыванию. Краеугольной задачей модератора является создание безопасной, открытой и поддерживающей обстановки на протяжении всего процесса фокус-группы, так как дискуссия принимает продуктивный характер в том случае, если участники в процессе высказывания своего мнения чувствуют себя безопасно и комфортно [2]. В связи с этим необходима комплексная подготовка модераторов фокус-групп, которая в том числе включает в себя освоение социальной психологии малых групп и особенно динамических процессов, которые имеют место в малых группах.

Кроме методов прямого расспрашивания нередко в процесс фокус-группового интервью вводятся различные упражнения и проективные техники для получения более глубокой и достоверной информации.

Проективные методики в фокус-групповых интервью

Проективные методы - это группа приемов, используемая в фокус-группах, которая условно разделяется на два класса: вербальные и невербальные [12].

Мы согласны с С.А. Белановским в том, что «применительно к фокус-группам проективные методы являются вспомогательными», а также в недопустимости «сводить фокус-группу исключительно к проективным методам». Проективные методики в

фокус-групповых интервью стимулируют участников к более открытым высказываниям и выражению своих чувств по отношению к предмету обсуждения по сравнению с обычным вопросником или традиционными методиками модерирования [12]. Тем не менее, составление гайда фокус-группы исключительно из проективных методик представляется нецелесообразным. Автор доклада выделяет две основные задачи проективных методик в фокус-групповых исследованиях: «вербализация слабо артикулированных представлений и повышение мотивации». К этим задачам следует добавить то, что проективные методики в фокус-группах позволяют изучать как воспринимаются те или иные социальные объекты, «причем воспринимаются на иных, более глубоких по сравнению с сознанием уровнях психики» [2, с. 184]. В невербальных техниках, например, сбор данных осуществляется в виде рисунков, коллажей и т.д. «Невербальная информация затрагивает наиболее глубокие бессознательные слои психики респондентов, что, на наш взгляд, позволяет получить достоверные сведения об отношениях, чувствах к изучаемым объектам. Такие методики обращаются не к логическим формам мышления, а непосредственно к образному содержанию, смыслу изображения, в котором в слитной форме представлены и образ, и отношение к миру, и личный опыт, и переживания субъекта. Тем самым позволяют посредством создания определенных ситуаций или стимулов вызвать реакции, рассматриваемые как проявления внутреннего мира респондента» [6, с. 22-23].

Вопрос о том, как техники фокус-группового интервью, которые рассматриваются в академических работах реализуются в настоящее время практических и прикладных исследованиях, представляется интересным и перспективным для изучения. Более того, актуальность этого направления исследования обусловлена внедрением переводом фокус-групповых интервью в онлайн-формат и внедрение дистанционных технологий в исследовательский процесс. В этом контексте мы поддерживаем идею

С.А. Белановского о том, что академическая наука могла бы принести пользу, выступив нейтральным посредником, опрашивая модераторов и обобщая их опыт. Интересным методическим решением было бы провести фокус-группы, участниками которой будут модераторы с обширным опытом проведения фокус-групповых интервью в академических, прикладных и практических исследованиях.

Автор доклада высказывает мнение о том, что «для успешного развития российской фокус-групповой индустрии необходимо устранить существующий в ней методический произвол, который выражается в отсутствии оформившихся профессиональных взглядов на методологию исследований». В социальной психологии методология исследований фокус-групп развивается в русле исследований О.Т. Мельниковой, которая первая в нашей стране стала проводить фокус-группы, и стала признанным мастером этого метода. Разработки в этом направлении нашли свое отражение в книгах: «Фокус-группы в маркетинговом исследовании: методология и техники качественных исследований в социальной психологии» (2003) и «Фокус-группы: методы, методология, модерирование» (2007). В рамках социально-психологического направления изучения фокус-групп О.Т. Мельникова совместно со своими учениками изучала психологические критерии типологии участников фокус-групп, психодиагностический потенциал проективных метод, используемых в фокус-группах, социально-психологические характеристики участников фокус-группы и продуктивность проективных методик. В последние годы направление исследования, с учетом процессов цифровизации и возникающих в этом контексте социально-психологических задач, сместилось в сторону изучения цифровой повседневности и вопросов проведения фокус-групп в онлайн-формате. В настоящее время эти вопросы продолжают разрабатываться учениками Ольги Тимофеевны, с опорой на созданный ей методологический базис.

Нам представляется эффективным направить научную дискуссию в сторону обсуждения общности и различий социально-психологического и социологического подхода к анализу фокус-групп. Сложившаяся ситуация в некоторой степени напоминает эксперимент, проведенный по предложению Т. Ньюкома в одном из университетов США в 1954 году: курс социальной психологии читался половине студентов одного курса в первом семестре лектором-социологом, а второй половине во втором семестре — лектором-психологом. После окончания курсов студентам было предложено провести дискуссию по проблемам социальной психологии, но она не получилась, так как студенты были в полной уверенности, что прослушали курсы по совершенно различным дисциплинам [7]. Для успешного развития российской фокус-групповой индустрии необходимо найти точки соприкосновения, специфические черты социологического и социально-психологического подхода, а также наметить общие зоны роста, поставить задачи для развития метода фокус-групп и обеспечить последовательное осмысление непрерывно накапливающегося практического опыта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хорошилов Д. А. О вкладе О. Т. Мельниковой в развитие качественной методологии и методов в российской психологии (к 75-летию со дня рождения) // Новые психологические исследования. 2024, т. 4, № 4. С. 12–43. EDN: TNSSDR. DOI: 10.51217/npsyresearch_2024_04_04_01.
2. Бусыгина Н. П. Качественные и количественные методы исследований в психологии: учебник для бакалавриата и магистратуры. М.: Изд-во Юрайт, 2019. 423 с. ISBN: 978-5-534-03063-1.
3. Мельникова О. Т. Фокус-группы: Методы, методология, модерирование: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2007. 320 с. EDN: RAZOAN. ISBN: 978-5-7567-0449-5.
4. Выготский Л. С. Исторический смысл психологического кризиса // Собрание сочинений в 6 т. Т.1. / Под ред. А. В. Запорожеца. М.: Педагогика, 1982. 488 с.
5. Мельникова О. Т. Фокус-группы в социально-психологическом иссле-

довании: методология и техники : автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. доктор. наук: 19.00.05. Москва, 2003. 45 с.

6. Мельникова О. Т. Методики и техники фокус-группового исследования // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2007, № 24. С. 7-28. EDN: KVKJAJ.

7. Андреева Г. М. Социальная психология. М.: АспектПресс, 2017. 363 с. ISBN 978-5-7567-0827-1.

8. Богомолова Н. Н., Фоломеева Т. В. Фокус-группы как метод социально-психологического исследования. Москва: Магистр, 1997. 80 с. ISBN: 5-89317-050-4.

9. Gaiser T. J. Conducting on-line focus groups: a methodological discussion // Social Science Computer Review. 1997, № 15(2). P. 135–144. DOI: 10.1177/089443939701500202.

10. Morgan D. L., Lobe B. Online Focus Groups // The Handbook of Emergent Technologies in Social Research / Ed. by S. N. Hesse-Biber. Oxford: Oxford Univ. Press, 2011. P. 199–230.

11. Мельникова О. Т., Нестерова Е. М. Особенности групповой дискуссии в очных и онлайн фокус-группах // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2024, т. 47, № 1. С. 184-206. EDN: RMUJCC. DOI: 10.11621/LPJ-24-08.

12. Мельникова О. Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: Методология и техники качественных исследований в социальной психологии. М.: Издательский центр «Академия», 2003. 265 с. ISBN: 5-7695-0950-3.

Сведения об авторе

Нестерова Екатерина Михайловна

Аспирант Московского государственного университета

имени М. В. Ломоносова

Тел.: 89164214305

RESPONSE TO THE REPORT OF S.A. BELANOVSKY

Nesterova Ekaterina Mikhailovna

Moscow State University named after M.V. Lomonosov,

Moscow, Russia

nesterovaem@my.msu.ru

ORCID: 0000-0003-1215-0949

For citation: Nesterova E.M. Response to the report of S.A. Belanovsky. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 278-294. DOI:10.19181/4m.2025.34.1.8

Review of the report by S.A. Belanovsky (2025) at the Yadov seminar.

Keywords: focus group method, group discussion, group dynamics, qualitative methods, S. A. Belanovsky.

References

1. Khoroshilov D.A. On the contribution of O.T. Melnikova to the development of qualitative methodology and methods in Russian psychology (on the 75th anniversary of her birth) (in Russian), *New Psychological Research*, 2024, vol. 4, no. 4, p. 12–43. DOI: 10.51217/npsyresearch_2024_04_01.
2. Busygina N.P. *Kachestvennye i kolichestvennye metody issledovaniĭ v psihologii: uchebnik dlya bakalavriata i magistratury* [Qualitative and quantitative research methods in psychology: a textbook for bachelor's and master's degrees] (in Russian). Moscow: URAIT, 2019. 423 p. ISBN: 978-5-534-03063-1.
3. Melnikova O.T. *Fokus-gruppy: Metody, metodologiya, moderirovanie: uchebnoe posobie* [Focus groups: Methods, methodology, moderation: A manual] (in Russian). Moscow: AspektPress, 2007. 320 p. ISBN: 978-5-7567-0449-5.
4. Vygotsky L.S. "Istoricheskij smysl psihologicheskogo krizisa" [Historical meaning of psychological crisis] (in Russian), in: *Collected*

- works in 6 volumes. Vol.1, ed. by A.V. Zaporozhets. Moscow: Pedagogika, 1982. 488 p.
5. Melnikova O.T. *Fokus-gruppy v social'no-psihologicheskom issledovanii: metodologiya i tekhniki: avtoreferat dis. na soisk. uch st. kand. doktor. nauk: 19. 00. 05 a i tekhniki: avtoreferat* [Focus groups in social-psychological research: methodology and techniques: abstract of dis. for a PhD candidate of sciences: 19.00.05] (in Russian). Moscow, 2003. 45 p.
 6. Melnikova O.T. Focus group research methods and techniques (in Russian), *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2007, no. 24, p. 7-28.
 7. Andreeva G.M. *Social'naya psihologiya* [Social Psychology] (in Russian). Moscow: AspektPress, 2017. 363 p. ISBN 978-5-7567-0827-1.
 8. Bogomolova H.N., Folomeeva T.V. *Focus groups as a method of socio-psychological research* (in Russian). Moscow: Master, 1997. 80 p. ISBN: 5-89317-050-4.
 9. Gaiser T.J. Conducting on-line focus groups: a methodological discussion, *Social Science Computer Review*, 1997, no. 15(2), p. 135–144. DOI: 10.1177/089443939701500202.
 10. Morgan D.L., Lobe B. “Online Focus Groups”, in: *The Handbook of Emergent Technologies in Social Research*, ed. by S. N. Hesse-Biber. Oxford: Oxford Univ. Press, 2011. P. 199–230.
 11. Melnikova O.T., Nesterova E.M. Features of group discussion in in-person and online focus groups (in Russian), *The Lomonosov Psychology Journal. Series 14. Psychology*, 2024, vol. 47, no. 1, p. 184-206. DOI: 10.11621/LPJ-24-08.
 12. Melnikova O.T. *Fokus-gruppy v marketingovom issledovanii: Metodologiya i tekhniki kachestvennyh issledovaniy v social'noj psihologii* [Focus groups in marketing research: Methodology and techniques of qualitative research in social psychology] (in Russian). Moscow: Publishing center “Academy”, 2003. 265 p. ISBN: 5-7695-0950-3.

Information about the author

Nesterova Ekaterina Mikhailovna

Graduate student of Moscow State University
named after M.V. Lomonosov



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.9

EDN: IDFHBJ

К ДИСКУССИИ ПОСЛЕ ДОКЛАДА С.А. БЕЛАНОВСКОГО «ОБ ОШИБОЧНЫХ ТРАКТОВКАХ МЕТОДОЛОГИИ ФОКУС-ГРУПП»

Ларина Татьяна Игоревна

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы,
Москва, Россия

Эл. почта: larina_ti@pfur.ru

ORCID: 0000-0003-1331-1302

Для цитирования: Ларина Т. И. К дискуссии после доклада С. А. Белановского «Об ошибочных трактовках методологии фокус-групп» // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 295-300. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.9. EDN: IDFHBJ

Комментарий к докладу С.А. Белановского (2025) на семинаре В.А. Ядова.

Ключевые слова: фокус-групповое интервью, С.А. Белановский, групповая динамика, междисциплинарных исследований, фокус-группа.

С.А. Белановский поднял важную для социологического сообщества проблему, которая «назревала» довольно долго. Действительно, научному сообществу требуется достичь определенного консенсуса для определения фокус-группы и соотношения терминов, в первую очередь, «фокус-группа» и «фокус-групповое интервью» («групповое глубокое интервью» все же встречается намного реже). На мой взгляд, в синонимичном употреблении этих терминов нет проблемы, если соблюдаются основные правила метода. Консенсус может быть достигнут

путем создания отраслевого стандарта проведения фокус-групп, о котором, в частности, недавно написал В.В. Иванов, предлагая ввести совокупность норм, охватывающих основные этапы фокус-группового исследования [1]. В своей модели В.В. Иванов специально не ставит акцента на проведении фокус-группы и модерирования, указывая на то, что снижение качества данных может возникать на этапах, предшествующих непосредственно фокус-группе. Однако, с моей точки зрения, стандарт должен включить в себя и особенности модерирования, поэтому речь здесь идет не только о стилях, на которые указывает С.А. Белановский.

К вопросу о том, что считать фокус-группой, сейчас нужно подходить как с позиции классических трудов, которые были переведены на русский, так и с точки зрения требований современности и модернизации метода, потому что те же онлайн фокус-группы, которые не вызывают у С.А. Белановского нареканий, зачастую превращаются в обычное групповое интервью по какой-то теме. Взаимодействие «респондент–респондент» является уникальным эффектом фокус-группы, которого невозможно достигнуть при других видах интервью. Об этом, в частности, пишет Д.Китцингер [2]. Речь не о превращении фокус-групп в критикуемую С.А.Белановским дискуссию, а о комплементарном включении транзакций между участниками в процесс обсуждения. Эти транзакции являются результатом динамики, которая не образуется между интервьюером и интервьюируемым в других форматах интервью. А то, насколько релевантны целям исследования будут высказывания в отчете, во многом зависит от мастерства модератора. Термин «групповая динамика» нередко встречается на страницах западных методических публикаций о фокус-группах (см. Д. Китцингер [3], Д. Стюарт [4; 5] и др.). Действительно, эти процессы не стоит сводить к исследовательской традиции К. Левина, но и отрицать их существование не стоит.

По моим наблюдениям, в среде социологов не так часто встречаются ошибочные трактовки метода, связанные с попытками привести группу к консолидации и консенсусу. Такая позиция чаще характерна для «смежников», которые поверхностно знакомы с методом, именно для этой группы исследователей должен создаваться стандарт.

Я полностью согласна с позицией С. А. Белановского относительно трактовки проективных методов, в которых нет необходимости в каждом исследовании и которые в основном используются для стимулирования обсуждения. Однако следует отметить, что, сейчас довольно высока популярность междисциплинарных исследований, и если в команде есть профессионал в сфере психологии, то почему данные проективных методов не могут быть проанализированы профессионалом и дополнять отчеты по фокус-группе?

Вместе с тем, нельзя не отметить необходимость модернизации метода при сохранении базовых требований: 1) цель фокус-группы, которая заключается в получении разброса искренних мнений участников по исследуемой теме; 2) гомогенность участников по важным для исследования критериям; 3) фокусировка; 4) использование зондирования; 5) умелое модерирование, поощряющее взаимодействие «респондент–респондент».

Стандартизация фокус-групп — это не догматизация, а создание «рамочных условий», которые позволят сохранить методологическую строгость в эпоху цифровых трансформаций и междисциплинарных коллабораций. Ключевые принципы стандартизации должны, с одной стороны, закреплять базовые критерии метода, а с другой — допускать вариативность инструментария и гибкость модерации, необходимых для эффективного применения метода в специфических исследовательских контекстах.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Иванов В. В.* Проект отраслевого стандарта фокус-групповых исследований // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2024, № 58. С. 41-65. EDN: HYYJWEC. DOI: 10.19181/4m.2024.33.1.2.
2. *Kitzinger J.* The methodology of focus groups: the importance of interactions between research participants // Sociology of Health and Illness. 1994, № 16(1). P. 103-121. DOI: 10.1111/1467-9566.ep11347023.
3. *Kitzinger J.* Focus group research: using group dynamics to explore perceptions, experiences and understandings // Qualitative research in health care. 2005. P. 56-70.
4. *Stewart D. W., Shamdasani P. N.* Focus Groups: Theory and Practice. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1990. 160 p.
5. *Smithson J.* Using focus groups in social research // Handbook of Social Research Methods / Ed. by P. Alasuurtari., L. Bickman., J. Brannen. Thousand Oaks: Sage, 2008. P. 357-430.

Сведения об авторе

Ларина Татьяна Игоревна

Кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии
Российского университета дружбы народов имени Патриса
Лумумбы

Тел.: +79268222151

SPIN-код: 4607-6817

Elibrary Author ID: 701812

DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.9

**TO THE DISCUSSION AFTER THE REPORT OF
S.A. BELANOVSKY “ON ERRONEOUS INTERPRETATIONS
OF FOCUS GROUP METHODOLOGY”**

Larina Tatiana I.

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba,
Moscow, Russia

larina_ti@pfur.ru

ORCID: 0000-0003-1331-1302

For citation: Larina T.I. To the discussion after the report of S. A. Belanovsky “On erroneous interpretations of focus group methodology”. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 295-300. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.9

Commentary on the report of S.A. Belanovsky (2025) at the seminar of V.A. Yadov.

Keywords: focus group interview, S.A. Belanovsky, group dynamics, interdisciplinary research, focus group.

References

1. Ivanov V.V. Draft Industry Standard for Focus Group Research (in Russian), *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2024, no. 58, p. 41-65. DOI: 10.19181/4m.2024.33.1.2.
2. Kitzinger J. The methodology of focus groups: the importance of interactions between research participants, *Sociology of Health and Illness*, 1994, no. 16(1), p. 103-121. DOI: 10.1111/1467-9566.ep11347023.
3. Kitzinger J. Focus group research: using group dynamics to explore perceptions, experiences and understandings, *Qualitative research in health care*, 2005, p. 56-70.
4. Stewart D.W., Shamdasani P.N. *Focus Groups: Theory and Practice*. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1990. 160 p.

5. Smithson J. "Using focus groups in social research", in: *Handbook of Social Research Methods*, ed.by P. Alasuurtari., L. Bickman., J. Brannen. Thousand Oaks: Sage, 2008, p. 357-430.

Information about the author

Tatiana I. Larina

Candidate of Sciences in Sociology, Associate Professor of the Department
of Sociology at the Peoples' Friendship University of Russia named after
Patrice Lumumba

SPIN-code: 4607-6817

Elibrary autor ID: 701812



DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.10

EDN: JDQCBH

О МЕТОДИЧЕСКИХ ВОПРОСАХ ПРОВЕДЕНИЯ ФОКУС-ГРУПП

(на основе личного опыта)

Желизнык Мария Николаевна

Лаборатория исследования социокультурной активности молодежи

СИ РАН — филиал ФНИСЦ РАН,

Москва, Россия

Эл. почта: marzhel@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-8481-2123

Для цитирования: Желизнык М. Н. О методических вопросах проведения фокус-групп // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 301-307. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.10. EDN: JDQCBH

Обзор к докладу С.А. Белановского (2025) на семинаре В. А. Ядова.

Ключевые слова: фокус-группа, модератор, Сергей Белановский, групповая динамика, маркетинговые исследования.

Дискуссия, инициированная Сергеем Александровичем Белановским, представляется важной как для научного сообщества, так и для игроков рынка маркетинга. Вне зависимости от того, будет ли достигнут консенсус, придут ли к общему знаменателю теоретики и исследователи-практики относительно метода фокус-групп, полученный в ходе дискуссии материал будет иметь научно-методическую ценность. К нему можно будет обращаться в рамках семинарских занятий со студентами, он будет полезен начинающим исследователям, его можно рекомендовать в качестве обучающих материалов.

Интересны интервью с модераторами фокус-групп, опубликованные в Telegram-канале «Сергей Белановский» [1], в которых автор уточняет понятия «фокус-группа», «групповая динамика» и др. В целом научная дискуссия как жанр представляется чрезвычайно продуктивной.

Не буду характеризовать российскую фокус-групповую отрасль в целом, так как работаю в области социально-экономических, общественно-политических и электоральных исследований и не касаюсь товаров и услуг. Сегодня, пожалуй, наибольшее количество фокус-групп проводится в рамках маркетинговых исследований, поэтому общую ситуацию лучше прокомментируют представители этой индустрии.

Остановлюсь на нескольких тезисах, выдвинутых Сергеем Александровичем. Во-первых, деструктивные последствия групповой динамики и внутригрупповой дискуссии для получения «осмысленных результатов» в рамках фокус-группового исследования [2]. Читая интервью с модераторами фокус-групп [1], не могу не отметить, что устоявшейся трактовки термина групповой динамики в отечественном социологическом дискурсе нет: автор каждый раз уточняет, что понимается под групповой динамикой конкретным модератором. Поэтому для понятийной прозрачности вынуждена привести собственную интерпретацию данного термина. Под групповой динамикой я всегда понимала два фактора: формирование группы из разрозненных индивидов, то есть формирование нового социального субъекта, и изменение мнений в ходе проведения фокус-группы. Первый фактор считаю однозначно положительным. Более того, для меня это сущностная характеристика фокус-группы как метода. В данном вопросе я солидарна с Алексеем Левинсоном [3; 4] и категорически расхожусь с Сергеем Белановским. Принципиальное отличие фокус-группы как метода от глубинных интервью именно в том, что в ходе фокус-группы образуется внутригрупповое взаимодействие, то есть непринужденное общение участников исследу-

дования на заданную тему, которое позволяет получить искомую информацию. И здесь, с моей точки зрения, главная задача модератора — направлять дискуссию и не мешать сформировавшемуся взаимодействию между участниками, не рушить его. Мой опыт показывает, что в ходе такого взаимодействия содержательной информации, как правило, больше, чем при преобладании транзакций «модератор–респондент».

Вопрос второй (относительно изменения мнений) является более сложным. Однозначного ответа на него у меня нет. В модераторской практике были ситуации, когда мнения участников фокус-группы менялись кардинально, с «минуса» на «плюс». Когнитивная динамика, как правило, была обусловлена появлением авторитета, более компетентного по сравнению с остальными участниками исследования человека. Назвать это ошибкой рекрутинга не всегда возможно, по изначально заданным параметрам группы были гомогенными. В отчете о таких ситуациях фиксировалось изначальное мнение группы и факторы, повлиявшие на его трансформацию. Поэтому групповая динамика в части изменения мнений для меня остается открытым методическим вопросом. Задачи солидаризировать группу или поляризовать ее никогда не было. Техника «сравливания» — это всего лишь одна из техник, которая может применяться при необходимости. Более того, общаясь с коллегами-модераторами, я никогда не встречала позиции, чтобы кто-то намеренно пытался по какой-то теме добиться консенсуса в фокус-группе или поляризовать ее.

В вопросе относительно проективных методик я разделяю тезис Сергея Александровича. На мой взгляд, проективный метод — это инструмент, который должен применяться по показаниям, а не потому что это модно и так делают многие. Любой применяемый метод или техника должны работать на результат — решать конкретную задачу фокус-группового исследования. И это главный постулат в моей работе. Если применяется техника «сравливания», то здесь и сейчас она обоснована. Если исполь-

зуется, например, ассоциативный метод, то это необходимо либо для целей исследования, либо для поддержания тонуса в группе.

Вопрос продаж меня не очень касается, так как я не занимаюсь продажей исследований. Из опыта коллег знаю, что проективные методы используются как драйвер продаж фокус-групповых исследований. Как к этому относиться? На мой взгляд, как к черте времени. Если проективные методы продаются, то через них будут стимулировать продажи вне зависимости от мнения научного сообщества.

Третий аспект, обозначенный автором доклада, — это дезинформация относительно инсайтов и креативов в фокус-групповом исследовании. По данному вопросу я разделяю точку зрения Сергея Александровича. Если понимать инсайт как возникшее в ходе дискуссии слово, суждение, которое обладает «смысловой энергией» [4, с. 224], то есть емко, может быть, метафорично выражает коллективное отношение к ситуации, предмету, то это, безусловно, находка для модератора и заказчиков. Но это не гарантированный результат фокус-группы, не на каждой группе удастся получить такие «сгустки» культурных смыслов. Если под инсайтом понимать озарение, решение какой-то задачи, то, на мой взгляд, для этих целей необходимо использовать другой метод, но не фокус-группу. Фокус-группа направлена на получение информации, а не на решение творческих задач.

Я намеренно не касалась теоретической стороны вопроса, так как классические работы по фокус-группам всем известны. В данной ситуации мне представляется более полезным обсудить практический опыт, подходы к проведению фокус-групп. В моем случае парадокс в том, что вести фокус-группы я училась по книге Сергея Белановского, но с базовым положением о групповой дискуссии категорически расхожусь с ее автором.

В заключение хотелось бы поблагодарить автора доклада за инициирование дискуссии и редакцию журнала за ее организацию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Telegram-канал «Сергей Белановский» [сайт]. URL: https://web.telegram.org/k/#@Sbelan_52 (дата обращения: 03.07.2025).
2. *Белановский С. А.* Об ошибочных трактовках методологии фокус-групп // Выступление на семинаре В. А. Ядова в Институте социологии ФНИСЦ РАН 16 декабря 2024 г.
3. *Левинсон А.* Интервью с модераторами фокус-групп // Telegram-канал «Сергей Белановский» [сайт]. URL: https://web.telegram.org/k/#@Sbelan_52 (дата обращения: 03.07.2025).
4. *Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А.* Качественные методы. Полевые социологические исследования. СПб.: Алетейя, 2014. 352 с. ISBN: 978-5-91419-185-3.

Сведения об авторе:

Желизнык Мария Николаевна

Руководитель Лаборатории исследования социокультурной активности молодежи СИ РАН – филиала ФНИСЦ РАН;
старший специалист по исследованиям отдела по работе с Ленинградской областью АНО «Диалог Регионы»

Тел.: +7 921 369 08 87

SPIN-код: 7275-8880

ResearcherID: GLN-7951-2022

Elibrary autor ID: 1154344

**ON METHODOLOGICAL ISSUES OF CONDUCTING
FOCUS GROUPS
(based on personal experience)**

Zheliznyk Maria N.

Laboratory for the Study of Sociocultural Activity of Youth of the Siberian
Branch of the Russian Academy of Sciences – branch of the Federal
Scientific Research Center of the Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russia
marzhel@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-8481-2123

For citation: Zheliznyk M.N. On methodological issues of conducting focus groups. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 301-307. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.10

Overview of the report of S.A. Belanovsky (2025) at the seminar of V.A. Yadov.

Keywords: focus group, moderator, Sergey Belanovsky, group dynamics, marketing research.

References

1. *Telegram channel «Sergey Belanovsky»* [site]. URL: https://web.telegram.org/k/#@Sbelan_52 (date of access: 03.07.2025).
2. Belanovsky S.A. Ob oshibochnyh traktovkah metodologii fokus-grupp [On Misinterpretations of Focus Group Methodology] (in Russian), *Vystuplenie na seminare V. A. Yadova v Institute sociologii FNIS RAN 16 dekabrya 2024 g.* [Speech at the seminar of V. A. Yadov at the Institute of Sociology of the Federal Research Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences on December 16, 2024.]
3. Levinson A. Interv'y'u s moderatorami fokus-grupp [Interviews with focus group moderators] (in Russian), *Telegram channel «Sergey Belanovsky»* [site]. URL: https://web.telegram.org/k/#@Sbelan_52 (date of access: 03.07.2025).

4. Steinberg I., Shanin T., Kovalev E., Levinson A. *Qualitative methods. Field sociological research* (in Russian). St. Petersburg: Aleteya, 2014. 352 p. ISBN: 978-5-91419-185-3.

Information about the author

Maria N. Zheliznyk

Head of the Laboratory for the Study of Sociocultural Activity of Youth,
SI RAS – branch of the Federal Research Center of the Russian Academy
of Sciences; Senior Research Specialist, Department for Work with the
Leningrad Region, ANO Dialogue Regions

SPIN-code: 7275-8880

ResearcherID: GLN-7951-2022

Elibrary Author ID: 1154344



НЕИЗБЕЖНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ: КОММЕНТАРИЙ К ДОКЛАДУ С.А. БЕЛАНОВСКОГО «ОБ ОШИБОЧНЫХ ТРАКТОВКАХ МЕТОДОЛОГИИ ФОКУС-ГРУПП»

Григорьев Дмитрий Сергеевич

Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики»,

Москва, Россия

Эл. почта: dgrigoryev@hse.ru

ORCID: 0000-0003-4511-7942

Для цитирования: Григорьев Д. С. Неизбежность взаимодействия: комментарий к докладу С. А. Белановского «Об ошибочных трактовках методологии фокус-групп» // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2025. № 60. С. 308-316. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.11. EDN: JGONPE

Комментарий к докладу С.А. Белановского (2025) на семинаре В.А. Ядова.

Ключевые слова: структурная динамика, фокус-группа, групповая динамика, индивидуальные интервью, модерация, малая группа.

Введение

Текст С.А. Белановского, прозвучавший на семинаре В.А. Ядова, представляет собой редкий пример профессионального, критически выверенного размышления о внутренней структуре социологической методологии. Это выступление ценно не только как рефлексия над историей российской индустрии фокус-групп, но

и как заявка на возвращение к строгому, концептуально последовательному пониманию метода. Однако одновременно с этим возникает необходимость сопоставить предложенную интерпретацию с международной методологической традицией, чтобы уточнить пределы ее обоснованности и продуктивности, а также потенциальные направления развития метода в условиях, когда требования к *исследовательской прозрачности* (реплицируемости и воспроизводимости) и *качеству данных* (надежности и валидности) ужесточаются как внутри академического сообщества, так и в прикладной среде.

1. Групповая динамика: нормативный артефакт или аналитический ресурс

В одной из центральных частей доклада С.А. Белановский отрицает релевантность понятий «групповая динамика» и «малая группа» по отношению к фокус-группам, утверждая, что их применение заимствовано из психологии и не имеет оснований в социологической методологии. Он различает *структурную динамику* (лидерство, стадийность, консолидация) и *когнитивную динамику* (изменение мнений), считая первую патологичной, а вторую — допустимой, но вторичной. Подобная дистинкция заслуживает как поддержки, так и уточнения. Современные авторы подчеркивают, что в фокус-группах не просто регистрируются мнения, но и наблюдается процесс их формирования, что делает групповое взаимодействие не шумом, а частью аналитического объекта [напр., 1]. Более того, *микродинамика власти в группе* (напр., стихийное лидерство, доминирование, конфронтация) воспроизводит те же процессы, что и в социальных полях (согласно Бурдьё), к которым принадлежат участники [2]. Таким образом, в некоторых случаях, полный отказ от анализа групповой динамики может обеднять интерпретацию данных.

Однако С.А. Белановский прав в том, что бесконтрольное разыгрывание групповых сценариев способно искажать цели исследования, особенно когда фокус-группа сводится к «дискуссии ради дискуссии». Его критика работает против экспрессивной, медиацентричной формы фокус-групп, где содержание подменяется формой. В этом смысле его позиция может быть прочитана как требование различать аналитически продуктивную интеракцию и структурную динамику, мешающую высказыванию. Важно, однако, не отбрасывать сам феномен взаимодействия, а вместо этого развивать методики его *аналитической регистрации и интерпретации*. Например, можно адаптировать аналитические подходы к взаимодействию на микроуровне (включая собственно микросоциологические техники, такие как *этнометодология*, а также совместимые с ними подходы *дискурсивного позиционирования и анализа фреймов*), чтобы учитывать, как люди сами структурируют обсуждение: не просто как участники дискуссии, но как носители социальных позиций, отражающих структурные различия и властную асимметрию.

2. Фокус-группы и индивидуальные интервью: функциональные эквиваленты или эпистемологически разные методы

Один из тезисов С.А. Белановского заключается в том, что при сопоставимых темах и правильной организации фокус-группа и индивидуальное интервью дают схожие данные. Он ссылается на Мертон и Моргана, утверждая, что экспериментальных подтверждений существенным различиям между двумя методами не найдено. Действительно, в темах средней чувствительности и при наличии опытного модератора различие между индивидуальным и групповым интервью в плане

тем и смыслов может быть минимальным [3]. Однако этот тезис нельзя абсолютизировать. Современные исследователи подчеркивают, что фокус-группа позволяет *наблюдать артикуляцию социальных норм и механизмов согласования*, которые недоступны в диаде [4].

Особенно это важно при исследовательской работе со сложными социальными конструктами (например, идентичность, харассмент). Эти конструкты производятся в коммуникативном взаимодействии, и поэтому формат, позволяющий видеть этот процесс, не может быть редуцирован к интервью. Фокус-группы здесь — это средство доступа к языку, посредством которого социальные конструкты обретают значимость. Следовательно, различие между фокус-группой и индивидуальным интервью имеет не только организационный, но и эпистемологический статус: оно касается самой природы знания, получаемого в условиях взаимодействия. Фокус-группа — это не просто «экономичный» способ сбора мнений, а зачастую *социальный акт создания знания*, и при этом акт коллективный. Таким образом, взаимодействие в фокус-группах следует трактовать как неотъемлемый элемент процесса социального конструирования — своего рода «общество в миниатюре», в котором можно наблюдать, как социальные смыслы производятся, модифицируются и нормируются. Именно фокус-группы способны выявить нюансы коллективной интерпретации социально чувствительных понятий. Речь идет не столько о прямых ответах, сколько о том, как люди обсуждают некоторые вопросы, тем самым конструируя допустимые рамки их осмысления. В фокус-группах создается естественная ситуация публичности, в которой участники сами регулируют степень откровенности, что позволяет наблюдать культурные барьеры в обсуждении деликатных вопросов.

3. Роль модератора: между директивностью и фасилитацией

Изложение роли модератора у С.А. Белановского несколько контрастирует с традицией *минимальной модерации*, характерной для подходов, а также школ, основанных на участии и минимальном вмешательстве [5; 6]. Он аргументирует необходимость модераторского контроля через два фактора: (а) важность обеспечения валидности данных, особенно при слабой мотивации участников; (б) предотвращение смещения тем и реплик под воздействием экспрессивных участников. Эти соображения особенно актуальны для исследовательских условий, в которых фокус-группы формируются из наемных респондентов, не всегда мотивированных к честному и осмысленному участию.

Тем не менее международная литература признает и многогранную роль модератора. Иногда модератор не просто задает вопросы, но и поддерживает эпистемическую рамку разговора: фиксирует уровень откровенности, устанавливает правила допустимых позиций, конституирует ролевое поле взаимодействия [7]. Отказ от обсуждения этой фасилитирующей роли ведет к сужению понимания того, какие именно смыслы производятся в фокус-группе и в какой мере они обусловлены еще и взаимодействием. Конструктивным решением может быть не отрицание фасилитации, а *разработка типологии модераторских стилей* [6]. Такая типология могла бы соединять директивность и гибкость, ориентируясь на цели конкретного исследования: от направленного выявления причин и факторов до открытого изучения субъективного опыта и смыслов.

Заклочение

Позиция С.А. Белановского представляет собой осмысленную и в чем-то стратегически необходимую попытку отстоять строгость фокус-групповой методологии в условиях методического произвола. Его критика релевантна и своевременна, особенно в контексте российской исследовательской практики, где популярны экспрессивные, но методически слабо обоснованные формы фокус-групп. Однако вместе с этим полезно признать, что фокус-группа как метод изначально включает в себя социальное взаимодействие как значимый и неизбежный элемент производства данных. Находясь вместе, люди даже биологически ведут себя иначе: перестраивается нейронная активность, возрастает чувствительность к социальным сигналам, модифицируется тонус регуляторных систем организма. Эти изменения затрагивают не только поведенческий уровень, но и более глубокие слои физиологической организации. Поэтому стандартизация данного метода должна идти не по пути борьбы за исключение взаимодействия, а по пути его аналитического осмысления и контекстуального контроля.

Таким образом, задача современного исследования — не отвергнуть фасилитацию и групповую динамику, а ***переосмыслить их место в аналитической архитектуре исследования***. Взаимодействие участников полезно рассматривать не как источник искажений, а как одно из условий формирования знания — фактор, конституирующий рамки высказывания, и вместе с тем поле, в котором вырабатываются и нормируются социальные смыслы. В этом отношении методологическая программа С.А. Белановского может быть продолжена как программа теоретического обогащения и практической рационализации фокус-групп в отечественной социологии с учетом не только требований к строгости, но и современных представлений о социальной природе высказывания и совместного производства смыслов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Jung H., Ro E.* Validating common experiences through focus group interaction // *Journal of Pragmatics*. 2019, vol. 143. P. 169–184. DOI:10.1016/j.pragma.2019.02.019.
2. *Ayrton R.* The micro-dynamics of power and performance in focus groups // *Qualitative Research*. 2019, vol. 19, № 3. P. 323–339. DOI: 10.1177/1468794118757102.
3. *Guest G., Namey E., Taylor J.* Comparing focus groups and individual interviews: Findings from a randomized study // *International Journal of Social Research Methodology*. 2017, vol. 20, № 6. P. 693–708. DOI: 10.1080/13645579.2017.1281601.
4. *Lauri M. A.* WASP (Write a Scientific Paper): Collecting qualitative data using focus groups // *Early Human Development*. 2019, vol. 133. P. 65–68. DOI: 10.1016/j.earlhumdev.2019.03.015.
5. *Hennink M.* Focus Group Discussions. Oxford: Oxford University Press, 2014. 230 p. ISBN 978-0-19-985616-9.
6. *Krueger R. A., Casey M. A.* Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research. 5th ed. Thousand Oaks: Sage, 2014. 280 p. ISBN 978-1-4833-6524-4.
7. *Bloor M., Frankland J., Thomas M., Robson K.* Focus Groups in Social Research. London: Sage, 2001. 110 p. ISBN 978-0-7619-5742-3. DOI: 10.4135/9781849209175.

Сведения об авторе

Григорьев Дмитрий Сергеевич

Научный сотрудник Центра социокультурных исследований,
кандидат психологических наук, национальный
исследовательский университет «Высшая школа экономики».
Тел.: +7 (495) 772-95-90
ResearcherID: K-3338-2015
Scopus AuthorID: 57191706675
РИНЦ SPIN-код: 1807-9739,
AuthorID: 707957
Google Scholar: M7BPHUsAAAAJ

DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.11

**INEVITABILITY OF INTERACTION: COMMENTARY ON
THE REPORT OF S.A. BELANOVSKY “ON ERRONEOUS
INTERPRETATIONS OF FOCUS GROUP METHODOLOGY”**

Grigoryev Dmitry S.

National Research University Higher School of Economics,
Moscow, Russia

dgrigoryev@hse.ru

ORCID: 0000-0003-4511-7942

For citation: Grigoryev D.S. Inevitability of interaction: commentary on the report of S.A. Belanovsky “On erroneous interpretations of focus group methodology”. *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2025, no. 60, p. 308-316. DOI: 10.19181/4m.2025.34.1.11

Commentary on the report of S.A. Belanovsky (2025) at the seminar of V.A. Yadov.

Keywords: structural dynamics, focus group, group dynamics, final interview, moderation, small group.

References

1. Jung H., Ro E. Validating common experiences through focus group interaction, *Journal of Pragmatics*, 2019, vol. 143, p. 169–184. DOI:10.1016/j.pragma.2019.02.019.
2. Ayrton R. The micro-dynamics of power and performance in focus groups, *Qualitative Research*, 2019, vol. 19, no. 3, p. 323–339. DOI: 10.1177/1468794118757102.
3. Guest G., Namey E., Taylor J. Comparing focus groups and individual interviews: Findings from a randomized study, *International Journal of Social Research Methodology*, 2017, vol. 20, no. 6, p. 693–708. DOI: 10.1080/13645579.2017.1281601.
4. Lauri M.A. WASP (Write a Scientific Paper): Collecting qualitative data using focus groups, *Early Human Development*, 2019, vol. 133, p. 65–68. DOI: 10.1016/j.earlhumdev.2019.03.015.

5. Hennink M. *Focus Group Discussions*. Oxford: Oxford University Press, 2014. 230 p. ISBN 978-0-19-985616-9.
6. Krueger R.A., Casey M.A. *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. 5th ed. Thousand Oaks: Sage, 2014. 280 p. ISBN 978-1-4833-6524-4.
7. Bloor M., Frankland J., Thomas M., Robson K. *Focus Groups in Social Research*. London: Sage, 2001. 110 p. ISBN 978-0-7619-5742-3. DOI: 10.4135/9781849209175.

Information about the author

Grigoryev Dmitry S.

PhD in Psychology, National Research University Higher School of
Economics

ResearcherID: K-3338-2015

Scopus AuthorID: 57191706675

SPIN-code: 1807-9739

AuthorID: 707957

Google Scholar: M7BPHUsAAAAJ

К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

О журнале

«Социология: методология, методы и математическое моделирование» (Социология: 4М) – специализированное издание, посвященное проблемам методологии и методов социологических исследований, вопросам сбора, измерения и анализа социологических данных, построению математических моделей социальных процессов.

Редакция журнала отдает предпочтение статьям, которые вносят вклад в развитие социологической методологии, проясняя существующие в этой области проблемы и предлагая новые решения. Одновременно в журнале публикуются аналитические обзоры по социологическим методам, статьи, в которых делается акцент на опыте применения методов сбора и анализа данных для решения актуальных социологических задач.

Основные рубрики журнала:

- общие вопросы методологии и методики исследований;
- методологические проблемы социологической теории;
- статистические методы и анализ данных;
- теория и методы измерения, теория и история методов;
- процедуры сбора данных;
- качество социологических данных, онлайн-опросы;
- качественные методы в социологии;
- методический эксперимент.

Критерии соответствия рукописей тематике журнала не являются жесткими, вопрос о целесообразности публикации статьи решается в каждом случае индивидуально.

Периодичность выхода и доступность номеров

Журнал выходит два раза в год. Полнотекстовые версии статей размещаются в свободном доступе на официальном сайте журнала после выхода номера.

Порядок рассмотрения и рецензирования

После получения рукописи статьи редакция принимает решение о соответствии её содержания профилю журнала и о целесообразности передачи рукописи рецензентам. Причины отрицательного решения могут включать в себя в том числе отсутствие результатов проверки математических моделей на оригинальных эмпирических данных, недостаточное или вызывающее сомнение в их достоверности описание источников эмпирических данных, несоответствие современному состоянию исследований по проблеме, а также отсутствие научной новизны. В случае положительного решения статья передается на рецензирование. Решающим для принятия или отклонения рукописи становятся отзывы независимых рецензентов, назначаемых редакцией. Все статьи, направляемые в адрес редакции, проходят обязательную процедуру рецензирования одним экспертом. В случае необходимости редакция назначает второго рецензента.

Процедура рецензирования анонимна и для авторов, и для рецензентов. Рецензент получает рукопись статьи без указания имени и аффилиации авторов. Редакция не сообщает авторам статей фамилии рецензентов и не обсуждает их квалификацию. Рецензенты отбираются из числа специалистов в данной тематической области. Редакция сообщает о результатах рецензирования автору статьи посредством электронной почты в течение трех месяцев после ее получения; в случае отсутствия отзывов к этому моменту редакция сообщает о новых сроках рассмотрения.

Редакция журнала предоставляет авторам право ответить на замечания рецензента по существу и прояснить собственную позицию.

Журнал публикует оригинальные исследовательские работы, которые не публиковались прежде (за исключением электронных препринтов и тезисов). Передавая в редакцию рукопись, автор принимает на себя обязательство не публиковать ее ни полностью, ни частично в каком бы то ни было ином издании без согласования с редакцией журнала.

Плата за публикацию рукописей не взимается.

Оформление статьи

Редакция журнала принимает статьи любого объема. Для отправки рукописи необходимо перейти на сайт Электронной редакции <https://www.manuscript.fnisc.ru/soc4M>.

Текст, включая примечания и библиографический список, должен соответствовать стандартам.

- Шрифт – Times New Roman
- Размер шрифта – 12
- Межстрочный интервал – 1,5
- Выравнивание – по ширине
- Поля страницы: 2 см со всех сторон

Рисунки, схемы и таблицы должны быть такого же формата, что и текст, и снабжаться сквозной нумерацией.

Формулы и обозначения должны быть набраны в редакторе формул *Microsoft Equation*.

Комплект статьи включает, кроме основного текста, аннотацию, 8–10 ключевых слов с пометкой «Ключевые слова», справку об авторе (авторах) с указанием фамилии, имени и отчества, места работы, должности, ученой степени и звания, полного почтового домашнего адреса, номеров телефонов и адреса электронной почты.

Сопроводительное письмо к рукописи должно содержать описание научной новизны и краткое обоснование, почему статья может представлять интерес для читателей «Социологии: 4М».

Также в этом письме автор должен подтвердить, что представленная статья носит характер оригинального исследования, которое прежде не публиковалось нигде (кроме препринтов и тезисов конференций) и не находится на рассмотрении ни в каком другом издании.

Требования академической этики

Редакционная политика журнала предполагает соблюдение всеми сторонами, участвующим в процессе подготовки статей (авторами, рецензентами и редакцией), требований публикационной этики, обеспе-

чивающих беспристрастную и конфиденциальную оценку рукописей, отсутствие плагиата или незаконного присвоения результатов. Редакция выражает готовность публиковать сообщения о найденных ошибках и о фактах нарушения авторами рукописей публикационной этики.

Сведения в статье на английском языке

Статья может быть принята к публикации только при наличии следующей информации на английском языке: автор, заглавие, данные об аффилиациях автора (наименования организаций, электронный адрес автора, ответственного за корреспонденцию), аннотация, ключевые слова. В качестве английских наименований организаций рекомендуется использовать названия, индексируемые в зарубежных базах научного цитирования (например, *Web of Science* или *Scopus*).

Аннотация на английском языке может быть расширенной, т.е. более полной по сравнению с аннотацией на русском языке. Аннотация должна укладываться в объем от 100 до 250 слов.

Список использованных источников

Все источники, упомянутые в тексте, должны сопровождаться библиографическими ссылками. Автор обязан указать источники всех приводимых в статье цитат, цифр и иной информации. За точность (правильность) цитат в статье, а также цифр и иной информации, ответственность несет автор.

Ссылки на источники оформляются в виде пристатейного библиографического списка и нумеруются в порядке следования с указанием по тексту в квадратных скобках порядкового номера ссылки цифрой: [1], [7]. Одновременная ссылка на несколько номеров дается в одних скобках: [3; 7; 11; 12; 13], [3, с. 5; 7, с. 8–14]. Ссылка на неопубликованные работы не допускается. Библиографические описания изданий оформляются в соответствии с государственным стандартом и примерами, приведенными ниже.

При оформлении библиографических описаний обязательно указание DOI и EDN (при их наличии). Для монографий требуется указание ISBN.

Примеры библиографических описаний:

1. Дюркгейм Э. Моральное воспитание / Пер. с фр. А.Б. Гофмана. М.: НИУ ВШЭ, 2021. 456 с. ISBN 978-5-7598-2530-2. DOI: 10.17323/978-5-7598-2530-2. EDN: QOJUNL.

2. Климова А. М., Артамонов Ф. А., Ммель К. Ш. Измерение политического знания: разработка и апробация шкалы в России // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2021, № 52. С. 61–94. DOI: 10.19181/4m.2021.52.3. EDN: ARWFHV.

3. Сорокин П.А. Дальняя дорога: автобиография. М.: Терра, 1992. 303 с. ISBN 5-239-01378-0.

4. Inglehart R., Baker W.E. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values // American sociological review. 2000. Vol. 65, № 1. P. 19–51. DOI: 10.2307/2657288. EDN: GSHGFR.

5. Glänzel W., Schubert A. Analysing scientific networks through co-authorship // Handbook of quantitative science and technology research. Springer: Dordrecht, 2004. P. 257–276. ISBN 978-1-4020-2702-4. DOI: 10.1007/1-4020-2755-9_12.

Использованные источники в романском алфавите (кириллице)

В случае принятия рукописи к публикации авторы по запросу редакции обязаны предоставить транслитерированный в латинице полный список литературы к своей статье.

Основные требования:

- названия цитируемых русскоязычных публикаций следует давать в виде перевода на английский с пометкой в скобках, что речь идет о работе на русском языке (in Russian);
- для переводных работ указывается исходное название источника на языке публикации, выходные данные – в транслитерированном виде;
- названия источников (журналов), а также фамилии авторов желательно давать в том виде, в каком они индексируются в зарубежных базах научного цитирования (например, *Web of Science* или *Scopus*);

- название источника может сопровождаться его переводом на английский язык, например: Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling);
- при составлении списка источников недопустимо использовать российский ГОСТ, в частности запрещено в качестве разделительных знаков использовать «//» и «–»;
- название источника выделяется курсивом;
- указывается DOI источника (при наличии), но не указывается ISBN и EDN.

Примеры библиографических описаний на английском языке:

1. Durkheim É. *L'éducation morale* (transl., in Russian). Moscow: HSE University, 2021. 456 p. DOI: 10.17323/978-5-7598-2530-2.
2. Klimova A., Artamonov G., Chmel K. Measuring political knowledge: development and testing the scale in Russia (in Russian), *Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2021, no. 52, p. 61–94. DOI: 10.19181/4m.2021.52.3.
3. Sorokin P. *A long journey* (transl., in Russian). Moscow: Terra, 1992. 303 p.
4. Inglehart R., Baker W.E. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values, *American sociological review*, 2000, vol. 65, no. 1, p. 19–51. DOI: 10.2307/2657288.
5. Glänzel W., Schubert A. “Analysing scientific networks through co-authorship”, in: *Handbook of quantitative science and technology Research*, ed. by H.F. Moed, W. Glänzel, U. Schmoch. Springer, Dordrecht, 2004, p. 257–276. DOI: 10.1007/1-4020-2755-9_12.

INFORMATION FOR AUTHORS

About the journal

“*Sociology: Methodology, Methods, Mathematical Modeling*” (*Sociology: 4M*) is a peer-reviewed scholarly journal presenting pioneering work on problems of methodology and methods of sociological research, on the collection, measurement and analysis of social science data, on building mathematical models of social processes.

Sociology: 4M publishes articles that contribute to the development of sociological methodology, clarify the existing problems in this area and offer new solutions. In addition, it publishes analytical reviews of sociological methods.

Main topics:

- general issues of methodology and research methods;
- statistical methods and data analysis;
- theory and methods of measurement, theory and history of methods;
- data collection procedures;
- the quality of social science data, online surveys;
- qualitative methods in sociology;
- social science experiments.

The research topics are not limited by this list; the decision on publication is made in each case individually.

Publication frequency and access

The journal is published twice a year. Full-text versions of articles are available for open access on the journal's website.

The review procedure

All papers submitted to *Sociology: 4M* are screened by the editors for general suitability. The reasons for the negative decision may include the absence of mathematical models verification based on original empirical data, insufficient description of the empirical data sources, inconsistency with

current state of research on the problem, and the lack of scientific novelty. If the decision is positive the article is sent to formal review. The results of this review are crucial to the acceptance or rejection of the manuscripts. All papers meeting basic editorial criteria are reviewed at least by one expert. If necessary, editors appoint a second reviewer for the paper.

The review procedure of is anonymous for both authors and reviewers. The experts receive manuscripts without any indication of the name and affiliation of the authors. Editors do not reveal the reviewers' names to authors and not discuss their qualification. Reviewers are selected from experts in the subject area. The editorial team will contact the authors by email with the results of peer-review within three months after submission; if the reviews have not been received by this date, a new target date is announced.

The editorial team provides authors the right to respond to comments of the reviewers and to clarify their own position.

The journal publishes only original research papers which have not been published before (except for electronic preprints and theses). By submitting a manuscript the author agrees not to publish it in whole or in part in any form without the editors' permission.

There are no publication fees in Sociology: 4M.

Article design

The editorial board accepts articles of any length. To send a manuscript, please go to the Electronic Editorial Board website <https://www.manuscript.fnisc.ru/soc4M>.

The text, including notes and bibliography, must comply with the standards.

- Font – Times New Roman;
- Font size – 12;
- Line spacing – 1.5;
- Justified text alignment;
- Page margins: 2 cm on all sides.

Formulas and symbols should be typed in *Microsoft Equation*.

The author should also provide an abstract, 8-10 keywords, author's name, affiliation and position, contact information.

The cover letter accompanying the manuscript should contain a description of scientific novelty and a brief justification of why the article may be of interest to «Sociology: 4M» readers.

In this letter the author must confirm that the article is based on an original study, has not been published anywhere before (except as a preprint or in conference abstracts) and is not under consideration in any other journal.

Publication ethics statement

The editorial policy requires compliance with the requirements of publication ethics by all parties involved in the preparation of the article (authors, reviewers and editors), that provides the confidential review of manuscripts, absence of plagiarism or misappropriation of the results. The editorial board expresses its readiness to publish error reports and information about violations of publication ethics by authors.

Information about the article in English

Authors should provide the following information in English: authors' names, titles, authors' affiliation (names of organizations, e-mail of the author responsible for correspondence), abstract and keywords. We recommend using the English organizations' names from such citation indexes as Web of Science and Scopus.

We also recommend supplying an extended English abstract (up to 250 words).

List of references

Authors should provide references to all sources mentioned in the text. The author must indicate sources of all citations, numbers, and other information. Authors are responsible for the accuracy of quotes as well as numbers and other information.

References to unpublished works are not permitted. Bibliographic descriptions of publications should be made in accordance with Russian state technical standards (GOST).

Transliteration of references

If the manuscript is accepted the authors must provide transliterated references within two weeks upon acceptance for publication. Basic requirements are as follows:

- publication titles should be given in English with a note that it is a work in Russian;
- for translated works (originally published in one of Romance languages) the title should be given in original language, the source – in transliterated form;
- we recommend to provide the author names and source titles (journals) in the form they are indexed in such citation databases as Web of Science and Scopus.
- the source title may be accompanied by a translation into English, for example: Sotsiologiya: 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling);
- source titles should be given in italics.

**Социология: методология, методы,
математическое моделирование**

Сетевое научное издание

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере
связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
(Роскомнадзор) Эл № ФС77-85872 от 4 сентября 2023 г.

ISSN 2949-463X

Учредители

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук (ФНИСЦ РАН)
Адрес: 117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35
Сайт: <https://www.fnisc.ru>. Телефон: 8 499 125-00-79

Общественная организация «Российское общество социологов»
Адрес: 117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35
Сайт: <https://www.ssa-rss.ru>. Телефон: 8 499 719-09-71

Главный редактор – Бабич Н. С.

Журнал «Социология: методология, методы, математическое
моделирование» включен в базу РИНЦ, перечень ВАК

Журнал открытого доступа. Доступ к контенту журнала бесплатный.
Плата за публикацию с авторов не взимается

Адрес редакции: 117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35
Электронная почта редакции: sociology.4m@gmail.com
Телефон редакции: +7 (993) 957-91-75
Официальный сайт журнала: <https://www.soc4m.ru>

2025. № 60. Дата выхода в свет 20.08.2025