

DOI: 10.14515/monitoring.2015.2.02

УДК 303.425.6:338.124.4(470+571)

В. Картавец

МОНИТОРИНГ КРИЗИСА: ОТ «МЕРТВЫХ ЗОН ВООБРАЖЕНИЯ» К «ЗОНАМ НОВЫХ РЕЛЕВАНТНОСТЕЙ»

МОНИТОРИНГ КРИЗИСА: ОТ «МЕРТВЫХ ЗОН ВООБРАЖЕНИЯ» К «ЗОНАМ НОВЫХ РЕЛЕВАНТНОСТЕЙ»

КАРТАВЦЕВ Владимир Владимирович – MA in Sociology (MVShSEN), старший научный сотрудник Лаборатории методологии федеративных исследований Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС при Президенте РФ. E-mail: kartavtsev.vladimir@gmail.com

Аннотация. Данный текст представляет собой реплику в адрес статьи Д. М. Рогозина «Когнитивный анализ восприятия экономического кризиса», опубликованной в настоящем номере «Мониторинга общественного мнения». Указанная работа - попытка методической критики прямой и индикативной модели опросов общественного мнения, доминирующих в практике отечественных полстеров, развернутой на материале данных, полученных в ходе инициативного исследования, проведенного АНО «Социальная Валидация». Предметом нашего рассмотрения стали эти же материалы, однако под несколько иным углом зрения: в первую очередь, нас интересовало то, каким образом могут быть интерпретированы результаты опроса, выполненного в рамках когнитивного подхода, а именно то, за счет чего опросные технологии в состоянии предложить дополнительные возможности по выявлению и интерпретации тех социальных явлений, которые привычно относятся исключительно к сфере экономики. Это дополнительное измерение напрямую связано с изучением мотивов поведения и особенностей повседневных практик людей, без внимания к которым диагностика «страхов», «ожиданий» и

MONITORING CRISIS: FROM “DEAD ZONES OF IMAGINATION TO “ZONES OF NEW RELEVANCES”

KARTAVTSEV Vladimir Vladimirovich – MA in Sociology (MVShSEN), Senior Researcher, Laboratory for Federative Research Methodology, Institute for Social Analysis and Forecasting, Russian Presidential Academy for National Economy and Public Administration. E-mail: kartavtsev.vladimir@gmail.com

Abstract. This work is a response to the D.M. Rogozin`s article titled “Cognitive analysis of the economic crisis perceptions” published in this issue of the Monitoring of Public Opinion. The author gives an attempt of methodic criticism of direct and indicative model of public opinion surveys dominating Russian pollsters; the work is based on the data obtained from the initiative study conducted by the “Social Validation” Autonomous Non-Commercial Organization. The purpose of the work was to study the same data but viewed from another angle: it was important to get to know the way how the results of the survey carried out using the cognitive approach can be interpreted, notably, what additional features the questionnaire tools can offer to reveal and interpret those social phenomena which are related to economic field. This extra measurement has a direct relation to the behavioral motives and peculiarities of everyday practices which cannot be ignored when Russians try to describe their “fears”, “expectations” and “strategies to overcome crisis. Such explanations can be achieved through additional conceptualization of the data; this is why the author refers to certain elements of the theoretical language of D. Graeber and especially A. Schutz. This allows discussing the crisis monitoring using the technique of perceptive mapping of the areas

«стратегий преодоления кризиса» россиянами принципиально неполна, т.к. не дает, на наш взгляд, необходимых объяснений. Объяснения подобного рода могут быть получены в ходе дополнительной концептуализации имеющихся данных, для чего мы обращаемся к отдельным элементам теоретического языка Д. Грэбера и – в основном – А. Щютца. Это, в свою очередь, позволяет перейти к разговору о возможности дополнения процедуры мониторинга кризисной экономики путем обращения к технике перцептивного картирования областей наибольшего беспокойства, описанной в работах Ф. Эндрбса и С. Уити.

Ключевые слова: экономический кризис, когнитивное интервью, поведенческое кодирование, зоны новых релевантностей, мертвые зоны воображения, перцептивное картирование

of the biggest concern described in the works of F. Andrews and S. Withey.

Keywords: economic crisis, cognitive interview, behavior coding, zones of new relevances, dead zones of imagination, perceptive mapping

Опросы общественного мнения, проводимые в периоды экономических кризисов и сфокусированные на особенностях их течения, так или иначе направлены на изучение изменений, фиксируемых в поведении людей. Это суждение вполне можно было бы считать трюизмом, если бы не одно но: зачастую, говоря о рынке массовых опросов в России, приходится видеть, как наблюдение за трансформациями ежедневных практик и установок граждан переводится на язык чисто экономических показателей. В итоге полстеры, заводя речь, например, о «страхах» или «ожиданиях», вынуждены описывать озабоченность респондентов ростом инфляции, перспективами сокращения рынка труда, ситуацией на валютном рынке, падением зарплат и общего уровня жизни, затруднениях в получении кредита и т.д. и т.п. Нет сомнения в том, что люди вполне могут быть озабочены всеми перечисленными вещами, что они вполне могут опасаться определенных изменений в экономической сфере. Однако «озабоченность» и «опасение», сводимые только перечисленному, довольно грубо опрощают образ самого человека, выхолащивая в нем большую часть собственно человеческого.

Примерно с такого рассуждения начинается свою статью Д.М. Рогозин, рассказывая об инициативном проекте АНО «Социальная валидация» по конструированию опросного инструмента, пригодного для оценки субъективного восприятия кризиса. Логика, стоящая за вниманием именно к субъективной стороне поведения респондентов, проста: как и всякий перевод, перевод с языка обыденных представлений о социальной реальности на язык экономических показателей, необходимых для построения соответствующих моделей, возможен и, вероятно, необходим, однако чреват существенными информационными потерями. Эту сторону дела автор описывает следующим образом: «Видят ли они [респонденты] экономический кризис в логике экономических показателей? Согласованы ли их жалобы на сокращение доходов с повседневным поведением, практиками принятия решений в обыденной жизни? Экономические модели не отвечают на эти вопросы. Человек для них — лишь рациональный субъект, оценивающий риск и возможности, и

характеризующийся лишь степенью информированности и компетентности для принятия соответствующих решений».

Таким образом, исследовательская проблема, заключается в том, чтобы выяснить, действительно ли с этими потерями можно мириться или же они невозможны, а значит, последовательно экономистская оптика принципиально неполна и применима в исключительно ограниченном качестве. В свою очередь, проблема неполноты получаемых полстерами данных напрямую связана с особенностями используемого ими опросного инструментария, критике которого посвящена значительная часть цитируемой работы.

В качестве таковых — на методическом уровне — выступает обоснование необходимости обращения к когнитивному подходу в опросной практике, в рамках которого не только преодолеваются недостатки прямой и индикативной моделей, но и проблематизируется сама суть вопрос-ответной коммуникации за счет совмещения техник когнитивного интервью и поведенческого кодирования.

Необходимо отметить, что именно *методическая* сторона дела раскрыта в статье наиболее подробно, однако *содержательные* результаты, к которым приходит автор, подаются так, будто они не требуют дополнительной теоретической интерпретации, а говорят сами за себя.

Мы согласны с тем, что диагностика таких фактов, как непонимание респондентами действий правительства, недоверие к официальным государственным и неофициальным частным и зарубежным СМИ, ощущение сжатия горизонтов планирования до абсолютно несущественных величин, осмысление бизнесом собственного положения в фаталистическом ключе и т.д., — это результаты, потенциально более насыщенные смыслами, нежели наборы макроэкономических показателей, косвенно выводимые из опросов привычного дизайна. Однако, для того чтобы потенциальная насыщенность приобрела действительную актуальность, необходим дополнительный шаг, связанный с их концептуализацией.

Нашим основным станет вопрос о том, с чем же мы имеем дело, когда говорим об изменениях, идущих в сознании респондентов в кризисные времена (такие изменения являются для нас аксиоматическими, поскольку всякий общественный кризис их прямо предполагает), а также вопрос о том, почему именно на динамике этих изменений может и должен быть сфокусирован мониторинг экономического кризиса, разворачивающийся в рамках когнитивного подхода к опросной практике.

Для того, чтобы приступить к работе такого рода, вначале нам потребуется описать суть экономического кризиса в самых общих терминах, отсылающих непосредственно к реальности его восприятия в сфере общественного сознания, а не к специфике его бытования в сфере реальности экономической. Всякий кризис уже на уровне семантики этого слова предполагает резкое изменение течения жизни. Соответственно, мы должны нащупать ту область символического, где резкий переход от одного к другому в принципе возможен. Кроме того, нам потребуется идентифицировать носителя особого рода сознания, для которого этот переход был бы значим и, следовательно, в какой-то степени отрефлексирован.

Наиболее резкие переходы в пространстве символического возможны в том случае, когда речь идет о распаде консистентности самых очевидных, привычных и непроблематизируемых комплексов смыслов, связанных с теми или иными зонами жизненного мира. То, что еще вчера казалось очень простым и самоочевидным, сегодня становится проблемой и вызовом. Это и есть интересующий нас кризисный переход, и

сопровождается он процессом наделения новыми смыслами того, что еще вчера не представляло загадки.

Д. Гребер предлагает описывать эти два состояния, между которыми возможен кризисный переход, как «область намеренного упрощения смыслов» и «область плотности смыслов». Он указывает, что, как правило, исследователей интересует только вторая из них, так как именно она предоставляет возможности для «насыщенного описания» (по К. Гирцу) фактов и явлений социальной действительности. Первая же, если пользоваться терминологией автора, является «мертвой зоной воображения», высказывание о которой крайне затруднено в силу отсутствия ее «ментальной картографии» как у носителя, включенного в определенную мы-группу, так и зачастую у наблюдателя.

Д.М. Рогозин пишет, что случаи, когда интервьюер, ведущий беседу в свободной недирективной манере по разработанному сотрудниками АНО «Социальная валидация» гайду, сталкивался с «краткими, не содержащими каких-либо аргументов, эмоциональных всплесков, комментариями респондентов», следует воспринимать как сбой в вопрос-ответной коммуникации: «Полученные ответы в обрезанной, предельно краткой коммуникации, воспроизводящей классическую бихевиористскую модель «стимул–реакция», не позволяют интерпретировать данные и выносить суждения о содержании высказывания, поэтому в когнитивной модели ответа подобные высказывания выносятся за скобки анализа и считаются шумом, браком опросной технологии».

Согласимся, что, исходя из методических оснований когнитивного подхода, такая реакция респондента вполне может быть рассмотрена именно как сбой, возникший вследствие недоработки интервьюера, несовершенства инструмента, а также тысячи других причин. Однако, если держать в уме тот факт, что кризисный переход подразумевает движение точки символического напряжения из той зоны, где вещи воспринимаются, если пользоваться терминологией А. Шютца, еще «такими-какими-они-мне-являются» на данный момент, к точке проблематизации и видимости (рефлексивности), то малоинформативные и слабоэмоциональные ответы респондентов также обретают смысл и могут быть подвергнуты интерпретации со стороны наблюдателя. Если смотреть на дело с этой стороны, вероятно, можно говорить о том, что инструментарий, встроенный в дизайн когнитивного опроса, не дает сбоев, но, напротив, позволяет внести дополнительное измерение в анализ полученных результатов. Так, массив полученных нарративов получает дополнительную глубину — нам удастся нащупать абрис дорефлексивного содержания сознания респондентов или, во всяком случае, той его области, которая соотносится с неразличенной областью внешнего мира, принимаемой на веру. Об этой области А. Шютц пишет: «Принимаемое на веру считается — до опровержения — просто «данным» и «данным-таким-каким-оно-мне-является», т.е. таким, каким я или другие, кому я доверяю, всегда его переживали и интерпретировали. В этой зоне принимаемого на веру мы и должны обрести свои ориентиры».

Характерным примером сказанного может выступить следующий отрывок:

Фрагмент 1. Директор по социальным вопросам, Самара.

- 1 **И:** Скажите, а что вы не понимаете и не знаете о текущей ситуации в России?
- 2 **Р:** [долгая пауза] Как понять — «не понимаю»? [долгая пауза] Одна из доходных частей

- 3 Р: нашего бюджета это была нефть, продажа. Сейчас курс изменился, все понятно, что из
- 4 Р: этого вытекает. И то, что происходит реально.
- 5 И: Это понятно, это то, что вы понимаете, но, может быть, есть что-то, что вы не понимаете
- 6 И: что происходит? Не можете, там, для себя это объяснить.
- 7 Р: [долгая пауза] То, что мне нужно, я знаю.
- 8 И: Ага, понятно. А скажите, какие за последний месяц угрозы стали для вашего бизнеса
- 9 И: наиболее вероятными?
- 10 Р: Я их не ощутила.
- 11 И: То есть, никаких угроз нет для вашего бизнеса?
- 12 Р: Я их не ощутила [с нажимом в голосе] на сегодняшний момент! Зарплата выплачивается
- 13 Р: регулярно, социальные льготы имеются на предприятии, плюс благотворительность,
- 14 Р: которая существует, она также делается.
- 15 И: Хорошо, понятно, тогда, может быть, какие-то возможности появились?
- 16 Р: Я вам сказала — благотворительность еще и расширилась!

Нам кажется, что утверждение Д.М. Рогозина о том, будто бы подобные фрагменты иллюстрируют лишь факт принадлежности опрошенного руководителя к такой административной позиции, где он «не принимает самостоятельных решений», а действует по указке, вполне вероятно может быть верным, однако не является в достаточной мере продуктивным.

Такого рода фрагменты сами по себе не плохи и не хороши с точки зрения интерпретатора, но они, вероятно, необходимы для целей анализа, если под процедурной частью последнего понимать фиксацию и диагностику символического мира респондентов не в синхронном, но в диахронном ключе. Кризис — это движение, и всякий срез кризисного сознания может быть рассмотрен либо как плоский набор ответов, признающихся содержательными, либо в качестве пространства движения от одного специфического состояния сознания члена мы-группы к другому.

Методическая проблематика получает здесь новые акценты: как возможно, во-первых, конструирование инструмента, позволяющего выявить это движение в рамках нарратива одного респондента, и во-вторых, каким образом можно анализировать перемещение фокуса символического напряжения от одной зоны к другой при сопоставлении нарративов, проистекающих из разных источников? Мы не ставим, однако перед собой задачи дать ответы на эти вопросы здесь и сейчас, удовлетворившись тем фактом, что пилотный проект, выполненный АНО «Социальная валидация», позволил их поставить.

Тем не менее мы в состоянии продемонстрировать, что представляет собой нарратив, относящийся к противоположному краю спектра, т.е. нарративу, обратному «области упрощения смыслов»:

Фрагмент 2. Директор ивент-агентства, Москва.

- 1 И: Скажи, а вот это непонимание, оно как-то влияет на тебя, на твою работу?
- 2 Р: А, ты знаешь, наверное, нет, мы живем как бы текущим моментом, т.е. эээээ... буквально
- 3 Р: полгода назад мы ни в коем случае не могли подумать, что мы будем на данный момент
- 4 Р: поднимать цены ровно в два раза на декор-услуги. Вот, а сейчас мы живем по нынешнему
- 5 Р: курсу доллара и евро, так как у нас все закупки, так получилось, что все закупки в долларах и
- 6 Р: евро. Вот, и, значит, живем на сегодняшний момент вот так вот. Просто предупреждаем
- 7 Р: всех клиентов, которые долгосрочные, какие-то договора, мы предупреждаем, что цены
- 8 Р: не окончательные и могут быть изменены.
- 9 И: То есть это такое серьезное изменение ввиду текущей экономической ситуации?
- 10 Р: Да, да. У нас нет таких серьезных изменений в организации мероприятий, ну, в том числе,
- 11 Р: работа ведущих, работа музыкантов, потому что они не так сильно зависят от этого.
- 12 Р: Некоторые, наоборот, даже снижают цены, для того чтобы быть более востребованным
- 13 Р: сейчас на рынке. Вот, но что касается декора, закупки цветов, потому что они идут из
- 14 Р: Европы; закупка шаров, потому что он тоже там — Бельгия, Испания, Италия. И те же самые
- 15 Р: ткани — у нас поставщик из Индии.

Этот фрагмент позволяет прочувствовать, что представляет собой мышление, динамика которого заключается в подключении новых зон релевантностей к собственному жизненному миру. То, что еще вчера не выступало в качестве значимой области референции, сегодня стало таковой. Кризис в этом смысле — это вызов имеющейся системе собственных интересов человека: «Именно наш наличный интерес мотивирует все наше мышление, проектирование, действие, а вместе с тем устанавливает проблемы, которые должны быть решены нашим мышлением, и цели, которые должны быть достигнуты нашими действиями. Иначе говоря, именно наш интерес разбивает непроблематичную область изначально известного на зоны, имеющие разную релевантность в отношении данного интереса, каждая из них требует разной степени точности знания».

Динамика, присущая индивидуальной системе релевантностей человека, обнаружившего себя, свою деятельность, свои цели и свои проекты в условиях кризисного перехода, и должна, таким образом, восприниматься в качестве объекта анализа. Тем не менее на этом пути нас ждет два существенных ограничения, на которые указывает Шютц: во-первых, «нет такой вещи, как обособленный наличный интерес» и, во-вторых, «области разной релевантности и отчетливости переплетены друг с другом, демонстрируя бесчисленные взаимопроникновения и анклав».

Первое ограничение предполагает, что, изучая кризис, понятый в качестве движения фокуса символической напряженности от тех зон сознания, которые соотносятся с «принимаемым на веру», к тем из них, которые «релевантны наличному интересу», мы вряд ли можем уверенно идти по пути изучения изолированных кейсов, встречающихся нам в совокупности собранных нарративов.

Второе ограничение еще более усложняет картину, подталкивая нас к восприятию зон или регионов разной релевантности не в качестве замкнутых сфер, имеющих непроницаемые границы, но в качестве областей взаимоналожения и взаимопересечения. Для описания этой мыслительной картины Шютц использует метафору карты: «Если бы нам пришлось нарисовать карту, образно изображающую такое распределение, она бы была похожа не на политическую карту, показывающую разные страны с их четко установленными границами, а, скорее, на топографическую, представляющую очертания горной гряды с помощью обычных контурных линий, соединяющих точки, соответствующие равной высоте над уровнем моря [...] Система релевантностей гораздо более похожа на такую систему изогипс, нежели на координатную систему, выстроенную из центра *O* и допускающую измерение с помощью равномерно расчерченной сетки».

В когнитивном дизайне исследования субъективного восприятия экономического кризиса, описанном в статье Д.М. Рогозина, первое из ограничений обходится путем изменения единицы измерения: «Мизерный объем выборки в исследовании компенсируется изменением единицы наблюдения — вместо респондента мы рассматриваем обсуждаемые темы, тем самым анализируя нарратив, а не дискретные ответы. Для валидации предложенного подхода требуется расширить число респондентов до 100–150 человек, не более, поскольку и это число может дать несколько тысяч строк в итоговой матрице данных и вполне достаточно для идентификации кризисной ситуации в разных стратах целевой группы. Сейчас преждевременно и не корректно поднимать вопрос о репрезентативности того или иного населенческого среза, но о репрезентации внутренних представлений о кризисных явлениях говорить вполне оправданно».

Второе ограничение Шютца, связанное с установлением удельного веса каждой подключаемой во время кризиса зон релевантностей (отнесенность к действиям правительства, обеспокоенность сжатием горизонтов планирования, доверие к сообщениям СМИ и т.д.), остается непроясненным. Другими словами, мы можем судить о сдвиге системы релевантностей по той совокупности единиц измерения, которая была избрана в качестве значимой, однако не в состоянии этот сдвиг картировать и по-настоящему детализировать, держа в уме необходимость учета взаимоналожений и взаимопересечений интересующих нас зон.

Для исследователя, занимающегося мониторингом кризиса в рамке когнитивного подхода к опросной технике, все же остается некоторое количество допустимых ходов. Один из них связан с переопределением смысла того, что мы именуем, вслед за А. Шютцем, зонами подключаемых релевантностей. Не будет большой ошибкой сказать, что такие зоны представляют собой (в условиях кризиса) сферы *обеспокоенности*. Логика здесь проста — если я в какой-то момент протекания кризиса соотношу свои (в той мере, в какой это возможно) наличные интересы с, например, действиями правительства, я неизбежно буду обеспокоен этими действиями, полагая, что какие-то из них приведут к реализации моих интересов и проектов, а какие-то будут препятствовать этому. Учитывая особо, что даже эксперты-

экономисты не уверены в конечном результате таких действий, моя обеспокоенность более чем оправданна.

В то же время учет, обобщение и в итоге картирование областей наибольшего беспокойства, фиксируемых в общественном сознании, — методический ход, небезызвестный индустрии опросов. Мы сошлемся здесь на опыт построения социальных индикаторов благосостояния, описанный в книге Френка Эндрюса и Стивена Уити. Не вдаваясь в пересказ объемной книги мичиганских полстеров, скажем лишь, что их основной задачей на одном из этапов проектирования пригодного для построения индексов социального благополучия инструментария было проведение пилотного замера, позволившего нащупать и визуализировать карту основных обеспокоенностей американцев, а уже затем, на основании этого шага, выстроить финальную модель исследования.

Результатом такой визуализации стали многочисленные и в разной степени детализированные «перцептивные карты», выполненные вполне в духе того, о чем писал Шютц. Вот пример одной из них, на которой в обобщенном виде представлена структура взаимопересечений регионов (сфер) обеспокоенности (релевантностей).

EXHIBIT 2.3. Three-Dimensional Perceptual Map Showing the General Structure of Concerns

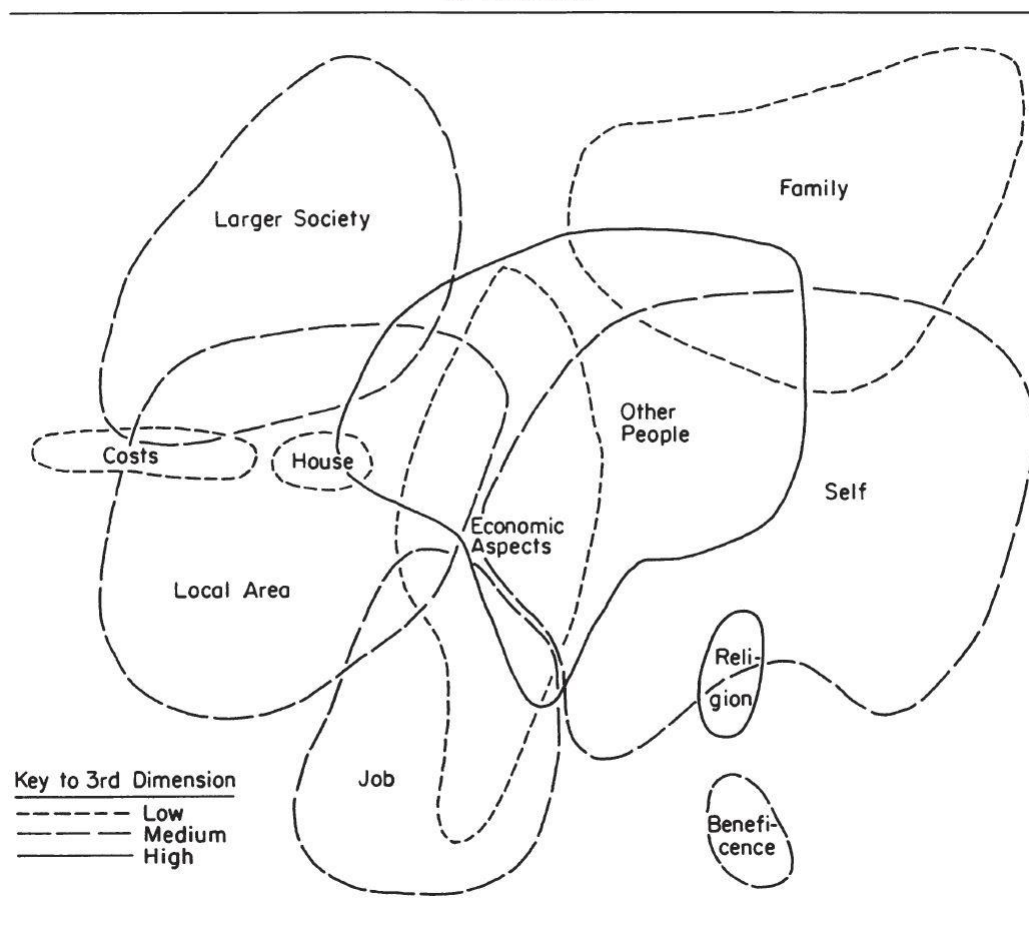


Рисунок 1 - Трехмерная перцептивная карта общей структуры обеспокоенностей

Учитывая, что техники визуализации шагнули с конца 1970-х гг. далеко вперед, критически переработанный подход Эндрюса и Уити по конструированию перцептивных карт

мог бы послужить значимым инструментом для отображения (и анализа) динамики восприятия экономического кризиса.

* * *

Пилотажное исследование течения кризиса, проведенное командой АНО «Социальная валидация», на данном этапе представляет собой убедительную демонстрацию того, каким образом опросные технологии в состоянии предложить дополнительные возможности для интерпретации тех социальных явлений, которые привычно относятся исключительно к сфере экономики. Это дополнительное измерение напрямую связано с изучением мотивов поведения и особенностей повседневных практик людей, без внимания к которым диагностика «страхов», «ожиданий» и «стратегий преодоления кризиса» россиянами принципиально неполна, так как не дает необходимых объяснений. Сам по себе дизайн пилотажа достаточно гибок, чтобы предполагать внесение исправлений и дополнений, однако предпосылкой такого рода «редактуры» служит конструктивная критика. Данный текст, с одной стороны, призван быть элементом этой критики, а с другой — приглашает к ней.

Литература

- 1 Andrews Frank M., Stephen B. Withey. *Social Indicators of Well-being: Americans' Perceptions of Life Quality*. New York: Plenum Press, 1976.
- 2 Graeber D. Dead Zones of the Imagination. On Violence, Bureaucracy, and Interpretive Labor// *Journal of Ethnographic Theory*. 2012. (2):105–128.
- 3 Wilson T. The Cognitive Approach to Information-seeking Behaviour and Information Use// *Social Science Information Studies*. 1984. 4(2–3):197–204.
- 4 Игнатъев, А. Недирективное интервью // Мнети: Социальные обследования. 2015. 7 февраля. URL: <http://mneti.org/Article/89> [Дата обращения: 19.03.2015].
- 5 Рогозин Д. М. Когнитивный анализ восприятия экономического кризиса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. №2.
- 6 Шютц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004.