

DOI: [10.14515/monitoring.2025.2.2775](https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2775)

**А. В. Гаврилов, С. В. Львов, Е. Н. Минченко, Е. В. Стулова, В. В. Федоров**

## **ЧЕТЫРЕ РОССИИ: ОПЫТ ЭМПИРИЧЕСКОЙ ПРОВЕРКИ ЭКСПЕРТНОЙ МОДЕЛИ СЕГМЕНТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ АУДИТОРИЙ В КОНТЕКСТЕ СВО**

### **Правильная ссылка на статью:**

Гаврилов А. В., Львов С. В., Минченко Е. Н., Стулова Е. В., Федоров В. В. Четыре России: опыт эмпирической проверки экспертной модели сегментации политических аудиторий в контексте СВО // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 2. С. 212—242. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2775>.

### **For citation:**

Gavrilov A. V., Lvov S. V., Minchenko E. N., Stulova E. V., Fedorov V. V. (2025) The Four Russias: An Empirical Verification of the Expert Model of Segmentation of Political Audiences in the Context of the SMO. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 212–242. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2775>. (In Russ.)

Получено: 25.10.2024. Принято к публикации: 20.03.2025.

## ЧЕТЫРЕ РОССИИ: ОПЫТ ЭМПИРИЧЕСКОЙ ПРОВЕРКИ ЭКСПЕРТНОЙ МОДЕЛИ СЕГМЕНТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ АУДИТОРИЙ В КОНТЕКСТЕ СВО

ГАВРИЛОВ Александр Васильевич — руководитель исследовательских проектов, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Москва, Россия  
E-MAIL: [gavrilov\\_a@wciom.com](mailto:gavrilov_a@wciom.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-0718-3615>

ЛЬВОВ Степан Васильевич — кандидат социологических наук, директор по стратегическому развитию, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Москва, Россия  
E-MAIL: [lvov@wciom.com](mailto:lvov@wciom.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-0482-099X>

МИНЧЕНКО Евгений Николаевич — директор Центра исследований политических элит Института международных исследований, МГИМО МИД России, Москва, Россия  
E-MAIL: [minchenkomgimo@gmail.com](mailto:minchenkomgimo@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-1755-2162>

СТУЛОВА Евгения Владимировна — исполнительный директор, Коммуникационный холдинг «Минченко консалтинг», Москва, Россия  
E-MAIL: [chair1707@yandex.ru](mailto:chair1707@yandex.ru)  
<https://orcid.org/0009-0002-8170-0836>

ФЕДОРОВ Валерий Валерьевич — кандидат политических наук, генеральный директор, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Москва, Россия; профессор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия; декан факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия  
E-MAIL: [fedorov@wciom.com](mailto:fedorov@wciom.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-0749-4475>

## THE FOUR RUSSIAS: AN EMPIRICAL VERIFICATION OF THE EXPERT MODEL OF SEGMENTATION OF POLITICAL AUDIENCES IN THE CONTEXT OF THE SMO

Aleksandr V. GAVRILOV<sup>1</sup> — Head of Research Projects  
E-MAIL: [gavrilov\\_a@wciom.com](mailto:gavrilov_a@wciom.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-0718-3615>

Stepan V. LVOV<sup>1</sup> — Cand. Sci. (Soc.), Director for Strategic Development  
E-MAIL: [lvov@wciom.com](mailto:lvov@wciom.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-0482-099X>

Evgeniy N. MINCHENKO<sup>2</sup> — Director of the Center for the Study of Political Elites of the Institute of International Studies  
E-MAIL: [minchenkomgimo@gmail.com](mailto:minchenkomgimo@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-1755-2162>

Evgenia V. STULOVA<sup>3</sup> — Executive Director  
E-MAIL: [chair1707@yandex.ru](mailto:chair1707@yandex.ru)  
<https://orcid.org/0009-0002-8170-0836>

Valery V. FEDOROV<sup>1,4,5</sup> — Cand. Sci. (Polit.), CEO; Professor; Dean of the Faculty of Social Sciences and Mass Communications  
E-MAIL: [fedorov@wciom.com](mailto:fedorov@wciom.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-0749-4475>

<sup>1</sup> Russian Public Opinion Research Center (VCIOM), Moscow, Russia

<sup>2</sup> MGIMO University, Moscow, Russia

<sup>3</sup> Communications Holding «Minchenko Consulting», Moscow, Russia

<sup>4</sup> HSE University, Moscow, Russia

<sup>5</sup> Financial University, Moscow, Russia

**Аннотация.** Статья посвящена разработке и апробации модели сегментации политической аудитории в контексте влияния на российское общество специальной военной операции России на Украине (СВО). В качестве теоретической основы авторы обращаются к концепциям сегментации в социальных науках, рассматривают факторы социальной дифференциации и предлагают применять экспертную модель сегментации аудитории «Четыре России» (авторы Е. В. Стулова и Е. Н. Минченко), основанную на таких критериях, как отношение к СВО, миграционное поведение, эмоциональное состояние, ценностные установки и материальное положение. Авторы описывают методологию операционализации критериев экспертной модели и проверяют их на данных двух волн всероссийского онлайн-опроса 2023 и 2024 гг. ( $N = 1,6$  тыс. респондентов в каждом случае), конструируя «мягкую» и «жесткую» модели сегментации.

Эмпирические расчеты показывают четыре относительно устойчивых сегмента, которые названы «Россия уехавшая», «Россия столичная», «Россия глубинная» и «Россия воюющая». Представлены подробные социальные портреты этих сегментов, демонстрирующие наличие значительной поляризации по возрасту, типам поселений, моделям медиапотребления, ценностям и эмоциональной оценке СВО. Анализ восприятия СВО с использованием кластерного анализа выявил сложность и многогранность отношения к ней, выходящую за рамки простого одобрения или неодобрения. Авторы подчеркивают практическую ценность сегментации аудиторий для разработки эффективных стратегий политической коммуникации в условиях высокой поляризации мнений. Предложенный подход позволяет учитывать специфику каждой выделенной группы при взаимодействии в коммуникативном пространстве.

**Abstract.** The article is devoted to the development and testing of a model for segmenting a political audience in the context of the influence of Russia's special military operation in Ukraine (SVO) on Russian society. As a theoretical basis, the authors turn to segmentation concepts in the social sciences, consider the factors of social differentiation, and propose to apply the expert model of audience segmentation named «The Four Russias» by Evgenia Stulova and Evgeniy Minchenko. This model is based on such criteria as attitude towards SMO, migration behavior, emotional state, perceived values, and individual financial situation. The authors describe the methodology for operationalizing the criteria of the expert model and test them on the data of two waves of the all-Russian online survey held in 2023 and 2024 ( $N = 1.6$  thousand respondents in each case), constructing soft and hard segmentation models.

Empirical findings show four relatively stable segments, which are named «Departed Russia», «Metropolitan Russia», «Deep Russia», and «Warring Russia». The authors present detailed social portraits of these segments and demonstrate significant polarization across them by age, types of settlements, models of media consumption, values, and emotional assessment of the SVO. At that, cluster analysis of the perception of the SVO revealed the complexity and multifaceted attitude towards it, going beyond simple approval or disapproval. The authors emphasize the practical value of audience segmentation for developing effective political communication strategies in conditions of high polarization of opinions. The proposed approach allows accounting for the specifics of each selected group when interacting in the communicative space.

**Ключевые слова:** специальная военная операция (СВО), сегментация политических аудиторий, эмпирическая проверка модели, модели сегментации, идеологическая поляризация

**Keywords:** Special Military Operation (SMO), political audience segmentation, empirical verification of the model, segmentation models, ideological polarization

## Введение

Политическая коммуникация в России, ее содержание, субъекты и аудитории активно трансформируются под влиянием внутривнутриполитических и геополитических событий, а также обусловленных ими социально-экономических и культурных изменений в обществе. Однако фундаментальных научных работ, посвященных влиянию одного из важнейших событий последних лет — специальной военной операции (далее — СВО) — на массовое сознание и социальное поведение россиян, пока нет. На момент подготовки статьи среди публикаций по теме СВО, основанных на результатах массовых опросов населения, преобладали материалы экспертно-аналитического характера<sup>1</sup>. Научных же публикаций, в которых бы проводился анализ динамики общественного мнения и социальных процессов, вызванных СВО, к концу третьего года ее проведения в российских источниках обнаружено немного.

В целом можно сказать, что научный дискурс по этому направлению формируется вокруг исследования трех сюжетов:

а) динамики социально-психологического статуса населения [Нестик, 2023; Радаев, 2024];

б) поведенческих стратегий в условиях идеологического противостояния с Западом [Тихонова, 2024];

в) социально-экономического самочувствия и потребительских практик в сложившихся условиях [Звоновский, Ходыкин, 2023а; Радаев, 2023].

Отдельные авторы поднимают вопросы консолидации, моральной и идеологической дифференциации, а также динамики общественного мнения [Звоновский, Ходыкин, 2023б, 2023с; Андреев, Андреев, Слободенюк, 2024; Цветкова, 2023; Мерзликин, Иванов, 2022]. В то же время примеров прикладных исследований, авторы которых пытались оценить значимость отношения к СВО как критерия социальной дифференциации (стратификации), пока единицы<sup>2</sup>.

Низкая исследовательская активность в изучении влияния СВО на социальные процессы обусловлена рядом факторов, к которым можно отнести:

— неполноту теоретической рамки — отсутствие концепций, описывающих групповое сознание и поведение в условиях военного времени и рестрикций со стороны ряда государств;

— осторожность исследователей, не решающихся включиться в изучение повестки из-за самоцензуры или возможности цензуры;

<sup>1</sup> См., например: Социодиггер. 2023. Т. 4. № 9 (28). URL: <https://sociodigger.ru/releases/release/obshchestvo-vo-vremena-svo> (дата обращения: 16.04.2025); Социодиггер. 2023. Т. 4. № 10 (29). URL: <https://sociodigger.ru/releases/release/instituty-vo-vremena-svo-1> (дата обращения: 16.04.2025).

<sup>2</sup> См., например: Странники и противники СВО: социальные портреты // Russian Field. 2023. URL: <https://russianfield.com/portrets> (дата обращения: 16.04.2025); Странники, противники, нейтралы: отношение россиян к «военной операции» // Russian Field. 2023. URL: <https://russianfield.com/segmentation> (дата обращения: 16.04.2025).

- этическую дилемму — некоторые исследователи считают, что изучение темы СВО связано с моральными компромиссами и непреодолимой сенситивностью;
- умозрительность при выдвижении гипотез — риск формулировки неверифицируемых предположений;
- недостаток аналитических моделей, способных задать методологический импульс исследованиям данной темы.

Тезис о том, что СВО выступает значимым фактором социальной дифференциации, который определяет динамику раскола или консолидации групп в российском обществе, мы считаем не требующим доказательства. Однако при решении практических задач в сфере управления, воздействия и взаимодействия в коммуникативном пространстве простой диагностики линий раскола и измерения объемов групп по объективным показателям (отношение к СВО в целом и ее отдельным событиям) оказывается недостаточно. Здесь на первый план выходят поведенческие и ценностные аспекты, появляется необходимость более комплексного изучения различных групп.

В статье Н. Е. Тихоновой [Тихонова, 2024], на данный момент наиболее заметной из числа тех, что затрагивают вопрос идеологической поляризации в российском обществе в условиях геополитической конфронтации, ключевой демаркационной линией, соответствующей текущему политическому контексту, является отношение к Западу. Четкое разделение на «идеологическое большинство» и «меньшинство», а также их внутренняя дифференциация (ядро/периферия, критики/лояльные) позволило систематизировать сложные социальные процессы. Именно это исследование дало нам возможность обратить внимание на проблемные моменты, которые необходимо преодолеть при построении сегментации общества. Так, автор сводит сложные идеологические воззрения к бинарным оппозициям («государство vs права человека», «Запад vs самобытность»). Однако этот подход игнорирует не только возможность синкретизма взглядов (например, сочетание патриотизма с критикой власти), но и возможность дифференцирования по критериям, не относящимся к одному элементу системы, то есть требующим анализа комбинаций неочевидных параметров.

Спорным выглядит и утверждение о «внутренней непротиворечивости» взглядов большинства. На наш взгляд, таких противоречий достаточно много. Они обусловлены множественностью индивидуальных социальных ролей; распространённостью «неклассической логики обывателя», под которой понимаются особенности мышления, обуславливающие отклонение от рационального подхода под влиянием разнообразных контекстов, культурных установок и когнитивных искажений; потоками коммуникаций, нарушающих автономию личности; вынужденным и часто неразрешимым совмещением этих противоречий. Их выявление может стать самостоятельной аналитической задачей. Кроме того, в работе Н. Е. Тихоновой не были определены и операционализированы некоторые термины, например «западно-ориентированный путь» или «цивилизационная специфика России»; не указано, что именно подразумевается под «западными ценностями». Хотя автор упоминает связь критики власти с «неблагополучным социально-экономическим положением», этот аспект также остался нераскрытым. Наконец, неясно, как экономические трудности взаимодействуют с идеологиче-

скими установками, ведь, например, недовольство уровнем жизни может не коррелировать с поддержкой Запада.

В рамках другого эмпирического исследования — основанной на опросных данных работы Russian Field<sup>3</sup> — для определения групп населения, различающихся отношением к «военной операции», используется трехэтапная сегментация по ответам на несколько ключевых вопросов.

*I этап:* разделение респондентов на сторонников продолжения СВО и сторонников перехода к мирным переговорам. Выделяются кластеры «Голуби» (выбравшие мирные переговоры) и группа тех, кто выбрал продолжение операции, а также «Затруднившиеся» (не смогли определиться или отказались отвечать).

*II этап:* среди тех, кто высказался за продолжение СВО, определяется их отношение к гипотетическому мирному соглашению, подписанному В. Путиным. Выделяются кластеры «Лоялисты» (поддержали бы мирное решение Путина) и «Ястребы» (не поддержали бы или затруднились / отказались ответить).

*III этап:* анализ ответов на открытый вопрос о том, каким должно быть мирное соглашение между Россией и Украиной, чтобы респондент его поддержал. Этот этап проводится отдельно для кластеров «Ястребы», «Лоялисты» и «Голуби».

После кодирования 28 наиболее распространенных вариантов ответов на открытый вопрос<sup>4</sup> проведен двухэтапный кластерный анализ для каждого из названных выше кластеров («Ястребы», «Лоялисты», «Голуби»). Он позволил выделить подкластеры (от трех до пяти в каждом случае), часть из которых впоследствии были объединены для удобства интерпретации. К достоинствам сегментации Russian Field следует отнести то, что ее модель не является чисто эмпирической, то есть она построена на гипотетических допущениях, детально описывающих несколько уровней возможных мотивов и позиций по условиям заключения мира или продолжения СВО. Но даже это условие не позволяет преодолеть или хотя бы снизить влияние объективных ограничений, возникающих при кластеризации в связи с чувствительностью модели к начальным условиям, возможными ошибками в первоначальном числе кластеров и проблемами масштабирования критериев. Кроме этого, первый вопрос, примененный в этой модели сегментирования, задает жесткий выбор: «перейти к мирным переговорам» или «продолжить военную операцию», — не давая возможности выразить промежуточные позиции и нюансы.

Наконец, еще в одном эмпирическом исследовании, реализованном в рамках проекта «Хроники»<sup>5</sup>, не заявлена типологизация или сегментация, но проведена группировка «последовательных сторонников войны» и «сторонников скорейшего завершения войны». Согласно этому источнику, к первым относят респондентов, которые одновременно отвечают следующим критериям: высказываются в поддержку СВО, не поддерживают гипотетическое решение В. Путина вывести войска и начать мирные переговоры без достижения целей операции и считают, что

<sup>3</sup> Отношение россиян к «военной операции»: сегментация опрошенных // Russian Field. 2024. URL: <https://russianfield.com/segmentation2024> (дата обращения: 09.03.2025).

<sup>4</sup> Эти варианты называли от 1 до 8% респондентов, и для проведения дальнейшего анализа они были представлены в виде бинарных переменных.

<sup>5</sup> Хроники 11. За войну меньше россиян, чем против. URL: <https://www.chronicles.report/chapter11> (сайт «Хроники. Медиа» заблокирован решением Роскомнадзора с января 2023 г.).

приоритетом государственных расходов должна быть армия. Сильной стороной этой модели является использование набора из трех вопросов для определения группы. Это позволяет получить более комплексное понимание позиции респондентов по сравнению с единственным вопросом о поддержке СВО. Однако интерпретация ответов все равно вызывает сложности. Например, респондент может не поддерживать вывод войск без достижения целей СВО не потому, что является сторонником войны, а из-за опасений относительно последствий такого решения. Мнение о приоритетности расходов на армию также может быть интерпретировано по-разному: некоторые респонденты могут считать это необходимым в текущей ситуации, даже не будучи убежденными сторонниками продолжения войны в долгосрочной перспективе.

Таким образом, предложенные в литературе модели сегментации, хотя и дают возможность выделения групп людей с различными точками зрения, обладают рядом существенных ограничений. Цель настоящей статьи — представить и валидировать еще одну модель, опирающуюся на более разнообразный набор критериев, определяющих различные аудитории для политических коммуникаций в современной России.

### Научное и практическое значение сегментации

Практическая ценность сегментирования (процедуры) и сегментации (результата) заключается в том, что в дальнейшем они становятся основой для разработки стратегий коммуникации, учитывающих специфику каждой группы. То есть сегментация в данном случае ориентирована прежде всего на практику политической коммуникации. В то же время дефицит инструментов сегментации аудитории в условиях высокой поляризации и неопределенности затрудняет как разработку коммуникационных стратегий, так и общий анализ социальной ситуации. Поиску возможностей преодоления этой ситуации был посвящен стрим по проблемам сегментации секции «Методическая дискуссия» Научного совета ВЦИОМ<sup>6</sup>.

Проведенные в рамках этого стрима дискуссии показали, что социально-демографическая сегментация, долгое время считавшаяся основой анализа, сегодня подвергается критике за свою ограниченность. По мнению их модератора Степана Львова, «поиск универсальных дифференцирующих признаков (таких как возраст, пол, доход) становится заведомо нерешаемой задачей в условиях усложнения социальных структур». Эти параметры не объясняют, почему люди действуют по-разному, что ставит под сомнение их практическую ценность. Ключевым принципом могла бы стать ориентация на методологический индивидуализм: сегментация должна раскрывать мотивы действий, а не просто классифицировать статические группы.

<sup>6</sup> Было проведено три заседания Научного совета ВЦИОМ на эту тему: 1) «Сегментационные основания — 1: эвристичность vs/соп воспроизводимость» (17.08.2023). URL: <https://wciom.ru/prof-conversation/material/zasedanie-nauchnogo-soveta-wciom-sekcija-metodicheskaja-diskussija-segmentacionnye-osnovanija-ehvristichnost-vs-con-voisproizvodimost>; 2) «Сегментационные основания — 2: универсальность vs/соп практичность» (31.08.2023). URL: <https://wciom.ru/prof-conversation/material/zasedanie-nauchnogo-soveta-wciom-sekcija-metodicheskaja-diskussija-segmentacionnye-osnovanija-2-ehvristichnost-vs-con-voisproizvodimost>; 3) «Сегментационные основания — 3: чувствительность vs/соп емкость» (28.09.2023). URL: <https://wciom.ru/prof-conversation/material/zasedanie-nauchnogo-soveta-wciom-sekcija-metodicheskaja-diskussija-segmentacionnye-osnovanija-3-chuvstvitelnost-vs-con-embkost> (дата обращения: 09.03.2025).

Важно признать, что сегментация — это инструмент *ad hoc*, создаваемый под конкретные задачи. Универсальные модели, применимые в любом контексте, — иллюзия. Например, подход, эффективный для анализа потребительских предпочтений, может оказаться бесполезным в изучении политического поведения. Поэтому решение задачи по разработке сегментации требует от исследователей четкой постановки цели и отказа от шаблонных решений.

Начальным этапом должен стать поисковый анализ, выявляющий скрытые паттерны, а не навязывание заданных категорий. Следующий этап — это переход к простым критериям, делающим сегменты понятными для пользователей. Усложнение моделей, скорее всего, будет контрпродуктивно: сегментация призвана упрощать реальность, а не запутывать.

Эффективная сегментация рождается из гипотез, проверяемых эмпирически, а не из догм. При этом избыток предварительных знаний может исказить восприятие данных. Критически важным становится включение анализа повседневного языка и контекстов в процедуру сегментирования. Нельзя игнорировать иррациональность человеческого поведения в некоторых сферах: например, решения в такой сфере, как досуг и развлечения, часто эмоциональны, что требует сегментации по психологическим или ценностным критериям.

Кроме этого, сегментационная модель должна учитывать ситуационные факторы. Это хорошо иллюстрируют электоральные опросы, результаты которых могут искажаться из-за смещений выборки или временной динамики (под влиянием скандалов, кризисов). Социальные группы сегодня быстро формируются и распадаются, поэтому статичные типологии устаревают.

Попытки использовать классические политические идеологии как основу для сегментации также проваливаются, так как игнорируют социокультурные особенности и личные интересы. Альтернативой становятся «эвристические методы» (кластерный анализ), выявляющие естественные группы, а не навязывающие категории. Однако и здесь важен баланс: факторный анализ, например, помогает выделить значимые признаки, но интерпретация результатов остается субъективной.

По мнению экспертов — участников стрима Научного совета ВЦИОМ, будущее сегментаций — в конструировании гибких, но в то же время эмпирически обоснованных моделей, которые учитывают многослойность человеческой мотивации, динамику контекста и прагматику задач. Как отметили участники дискуссий, исследователям стоит чаще обращаться к повседневному дискурсу, не включенному в институциональные рамки, проверять гипотезы в поле и помнить, что сегменты — это не «ярлыки», а инструменты для действия. Только тогда они смогут ответить на вызовы быстро меняющегося общества.

Теоретическое обоснование для разработки сегментации политических аудиторий в современной России (с 2022 г.) для анализа социальных настроений и поведения может быть построено на основе нескольких ключевых концепций, представленных в разных источниках. В целом концепция *сегментации* не является лидирующей среди подходов к классификации, уступая место *типологизации*, и рассматривается в социальных науках прежде всего как способ *понимания* дифференциации в обществе. Хотя большинство источников фокусируются преимущественно на экономической (маркетинговой) и индустриальной сегментации, сама идея

разделения общества на отличные друг от друга группы с различными характеристиками применима и к политической аудитории [Clairmont, Apostle, Kreckel, 1983].

Релевантной задачей нашего исследования представляется работа В. Лорвина о «сегментированном плюрализме» [Lorwin, 1971], в которой рассматривается, как общества разделяются на идеологические блоки (например, религиозные и политические), которые, в свою очередь, распространяют свое влияние и принципы самоорганизации на различные социальные слои и группы населения, проникая в разнообразные социальные среды, формируя партийные системы и добровольные ассоциации. В контексте России после 2022 г. можно предположить существование идеологических блоков (например, государственно-патриотического, либерально-оппозиционного, социально ориентированного), которые могли бы служить основой для сегментации политической аудитории.

Выдвигая идею о том, что идеологии являются «открытыми и изменчивыми соревнованиями» за контроль над политическим языком, М. Фриден подчеркивает: понимание того, какие смыслы доминируют в политическом дискурсе каждого сегмента, критически важно для анализа настроений и поведения [Freedon, 2020]. Э. Леман анализирует политическое вовлечение в контексте «перекрестного давления» (*cross-pressure*) — воздействия противоречивых сил, возникающих из множественности и несовместимости индивидуальных позиций, но проявляющихся на коллективном уровне, и указывает на разобщение (*separation*) между экономической и общественной сферами жизни, которое проявляется в ослаблении или разрыве связей между сферой работы и сообществом, представителем которого является индивид [Lehman, 1985]. Сегментация политической аудитории может позволить выявить, какие группы населения в России испытывают подобное «перекрестное давление» и как это влияет на их политическую активность.

Еще один важный фактор дифференциации возникает в исследованиях этнической и социальной сегментации, хотя они и не имеют прямого отношения к анализу политической коммуникации. Так, Х. Эссер полагает, что этническая сегментация — непреднамеренный результат рациональных решений индивидов, обусловленных социальными связями и меняющейся структурой возможностей [Esser, 1985]. Предлагаемая автором модель не относится напрямую к политике, однако демонстрирует, как социальная дифференциация и выборочное взаимодействие могут приводить к формированию устойчивых сегментов общества с различными моделями поведения. Аналогично политические предпочтения и поведение могут быть связаны с другими типами социальной сегментации (например, социально-экономической, региональной, ценностно-идеологической, возрастной). Исследование Р. Хорника и С. Рамирез демонстрирует, как сегментация аудитории по расовым/этническим признакам и восприятию может выявить значительные различия в намерениях и отношении к определенным вопросам [Hornik, Ramirez, 2006]. Это показывает практическую ценность сегментации для понимания и различных реакций на политические и социальные явления.

Опираясь на приведенный обзор, мы допускаем, что сегментация является частным случаем классификации, но без онтологических оснований. Классификацией, в свою очередь, признается типология, которая «описана еще и в терминах какой-либо другой системы признаков, относящихся к данному явлению,

то есть устанавливает в явной форме теоретические связи между различными сторонами изучаемой системы» [Миркин, 1980: 13]. Таким образом, для перехода от практической сегментации к полноценной типологии необходимо предпринять ряд шагов, направленных на повышение эпистемологического статуса сегментации. Этот шаг остается за рамками представленной работы, в которой мы фокусируемся именно на сегментации аудитории.

## Методология исследования

Представленная в этой статье сегментация политической аудитории современной России разработана для осмысления социальных настроений и социального поведения в последние годы, после начала СВО. Дизайн исследования предполагает:

а) описание и анализ возможностей сегментации на базе относительно слабо проработанной и редко применяемой в практике процедуры экспертного моделирования;  
б) операционализацию и эмпирическую проверку предложенной модели сегментации;

в) оценку размеров и описание полученных сегментов: социально-демографического портрета сегментов и их дополнительных характеристик, не предусмотренных экспертной моделью.

В основу экспертной модели легли результаты тренинговых упражнений, в которых участвовали представители политической элиты, региональные депутаты, чиновники, политконсультанты и общественные деятели (общий охват — более 700 человек; число участников тренингов варьировалось от 15 до 70 человек). Тренинги проводились в период с октября 2022 г. по декабрь 2023 г. Участникам предлагалось смоделировать идейно-политическое пространство «с нуля» в игровом формате: игра состояла в проработке гипотетической ситуации, в которой все партии в России запрещаются до момента окончания СВО, а после ее завершения они создаются заново. В процессе деловых игр выкристаллизовались сегменты, различающиеся в позиционировании по отношению к СВО. Качественный анализ материалов состоявшихся дискуссий, наблюдение авторов за процессом формирования идеологий и последующая верификация результатов в ходе повторных тренингов позволили выделить ряд устойчивых шаблонных представлений, которые неизменно воспроизводились в разных аудиториях. Ключевым дифференцирующим фактором стало отношение россиян к СВО, на которое оказывают влияние географические, социально-демографические и ценностные характеристики.

На основе этих наблюдений Е. В. Стулова и Е. Н. Минченко предложили логику сегментации аудиторий, получившую название «Четыре России»<sup>7</sup>. Ее авторы использовали следующий набор сегментирующих признаков, принципы применения которых описаны в таблицах 1 и 2:

<sup>7</sup> Стоит отметить, что подобный подход является типовым приемом описания социологических феноменов. Первым свои «четыре России» предложил В. Шляпентох (который описывал их через разные социальные уклады) [Шляпентох, 1997]. Затем Н. Зубаревич выступила с идеей классификации нескольких России по социально-экономическому принципу (см. Зубаревич Н. Четыре России // Ведомости. 2011. 30 декабря. URL: [https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2011/12/30/chetyre\\_rossii](https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2011/12/30/chetyre_rossii) (дата обращения: 17.04.2025)). В 2016 г. А. Аузан предложил деление на «две России», разделяя их по оси «коллективизм — индивидуализм» (см. А. Аузан. Культурные коды экономики: почему в России существуют две разные страны // Forbes. 2021. 4 ноября. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/443291-kul-turnye-kody-ekonomiki-pocemu-v-rossii-susestvuut-dve-raznye-strany> (дата обращения: 17.04.2025)).

- 1) отношение к СВО (поддерживают / не поддерживают);
- 2) миграционное поведение после начала СВО (уехал из страны / планирует или думает о переезде / остался в стране);
- 3) эмоциональное состояние (признаки так называемой внутренней миграции, проявляющейся в изоляции и увеличении социальной дистанции с окружающими);
- 4) ценностные установки (идейное западничество / ценность суверенитета);
- 5) материальное положение и изменения в нем после начала СВО (улучшили материальное положение благодаря СВО / утратили преимущества, существовавшие до СВО).

На основе описанных критериев было предложено выделять четыре аудитории (см. табл. 1):

- 1) «Россия столичная»: жители мегаполисов, ориентированные на комфорт и приватность, демонстрирующие нейтралитет к СВО;
- 2) «Россия глубинная»: население малых городов и сел, принимающее СВО как неизбежность и фокусирующееся на экономическом выживании;
- 3) «Россия воюющая»: участники СВО, их семьи и идейные сторонники, для которых ключевыми ценностями являются победа и национальная безопасность;
- 4) «Россия уехавшая»: эмигранты (физические или идейные), отвергающие СВО и стремящиеся к интеграции в глобальный контекст.

Таблица 1. **Описание экспертной модели «Четыре России»**

Название группы	Отношение к СВО	Кто и где	Ценности	Стратегия
1. «Россия уехавшая»	Категорическое неприятие.	— Премиальный класс; — люди, включенные в политические, бюрократические, корпоративные, академические, общественные глобальные структуры.	— Идейное западничество; — быть частью глобального мира.	— Дождаться в эмиграции (внешней или внутренней) краха режима; — публичная борьба против режима; — использование критики режима для адаптации во внешнем мире.
2. «Россия столичная»	— Игнорирование; — отстраненность.	— Бенефициары прежнего порядка; — премиальный класс; — жители крупных городов.	— Комфорт; — мир; — безопасность; — частная жизнь.	— Переждать; — уйти в решение своих бытовых вопросов.
3. «Россия глубинная»	— Принятие как неизбежности; — солидарность со своими.	Преимущественно жители малых и средних городов, сел.	— Выживание; — заработок; — страна и суверенитет как ценность.	Использование СВО для улучшения своего материального положения: — получение выплат и преференций от государства; — работа на ВПК.
4. «Россия воюющая»	Поддержка и активное участие.	— Участники СВО и члены их семей; — жители приграничных регионов; — идейные сторонники СВО; — волонтеры.	— Мечь; — победа; — устранение смертельной опасности.	— Личная вовлеченность в СВО в той или иной степени; — карьера через «Донбасс».

Предложенная модель сегментации подтверждается отдельными примерами из публичного дискурса. Так, риторика либеральной оппозиции соответствует «России уехавшей», социальные программы государства адресованы «России глубинной», а коммуникация военных блогеров — «России воюющей». Успешные кейсы, такие как избирательная кампания В. Даванкова на выборах президента России в 2024 г., демонстрируют эффективность таргетирования конкретных сегментов («столичная» и «уехавшая» аудитории).

Наша следующая задача — проверить устойчивость экспертной модели на эмпирическом материале и выяснить, сможет ли она выступить в качестве стартовой гипотезы или базового допущения (presupposition) для более глубокого анализа ситуации. Для этого на первом этапе проверки экспертной модели был проведен анализ критериев описания социальных типов, доступных для измерения в рамках количественного опроса населения. Для каждого типа мы сформировали набор основных и дополнительных, уточняющих границы группы, критериев (см. табл. 2).

Таблица 2. Критерии отнесения респондентов к сегментам

	Основной критерий	Дополнительные критерии
1. «Россия уехавшая»	Эмиграция (внешняя или внутренняя)	— Идеиное западничество; — категорическое неприятие СВО
2. «Россия столичная»	Отстраненность	Бенефициары прежнего порядка (предполагается, что текущий порядок не создает для них преимуществ)
3. «Россия глубинная»	Улучшили материальное положение на фоне СВО	Суверенитет как ценность
4. «Россия воюющая»	Вовлеченность в СВО (участие в боевых действиях лично или участвуют родственники; проживание в приграничных регионах)	Поддержка СВО

На втором шаге операционализирован каждый критерий: в соответствие критерию был поставлен применяемый в массовых опросах населения ВЦИОМ вопрос, оценивающий наличие, отсутствие или выраженность конкретного критерия у респондента. Дополнительно проводилась процедура исключения респондентов с нетипичными для данного сегмента критериями (ценности, паттерны поведения), для получения максимально выраженных по характеристикам групп. Подробное описание критериев и логики формирования групп приведено в таблице 3.

Эмпирическая апробация предложенной сегментации проводилась на данных всероссийского опроса населения России в возрасте от 18 лет, реализованного по вероятностной интернет-панели «ВЦИОМ-Онлайн». Две волны опроса прошли с 15 по 17 декабря 2023 г. (Волна 1) и с 5 по 7 апреля 2024 г. (Волна 2). В каждой из них было опрошено по 1,6 тыс. респондентов. Выборки опроса репрезентируют интернет-пользователей по полу, возрасту, типу населенного пункта и федеральному округу<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Интернет-панель ВЦИОМ включает около 90 тыс. участников, рекрутированных случайным образом из классической вероятностной выборки телефонного опроса. Подробное описание панели ВЦИОМ-онлайн: <https://ok.wciom.ru/research/online-panel> (дата обращения: 16.04.2025).

**Таблица 3. Соответствие критериев формирования сегментов  
вопросам выборочных обследований населения**

Группа	Предложенные критерии	Вопрос анкеты	Учитываемое значение	
1. «Россия уехавшая»	Внешняя эмиграция	<p>После начала специальной военной операции Вы думали о переезде в другую страну на постоянное жительство или на длительный период или нет?</p> <p>Варианты ответа:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Я уже переехал.</li> <li>2. Я уезжал, но вернулся.</li> <li>3. Думаю, строю серьезные планы.</li> <li>4. Думаю, но не строю серьезных планов.</li> </ol>	Выбравшие любой из вариантов 1—4.	
	«Внутренняя эмиграция»	<p>Отметьте все утверждения, с которыми Вы согласны. После начала специальной военной операции я стал(а)...?</p> <p>Варианты ответа:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Меньше интересоваться общественной жизнью.</li> <li>2. Меньше участвовать в общественных мероприятиях.</li> <li>3. Реже выражать свою точку зрения по общественным вопросам.</li> <li>4. Чаще чувствовать, что моя позиция не находит поддержку окружающих.</li> <li>5. Реже хотеть что-то изменить в обществе.</li> <li>6. Чаще ощущать давление со стороны мнения большинства.</li> <li>7. У меня стало меньше желания поддерживать позицию российских властей.</li> <li>8. Мой круг общения значительно сузился.</li> </ol>	Отметившие три или более из вариантов 1—8.	
	Категорическое неприятие СВО		<p>А. Как Вы в целом относитесь к специальной военной операции на Украине?</p> <p>Варианты ответа:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Скорее положительно.</li> <li>2. Скорее отрицательно.</li> <li>3. Скорее безразлично</li> <li>99. Затрудняюсь ответить.</li> </ol>	Любые комбинации вопросов А и Б, кроме: вариант 2 в вопросе А («скорее отрицательно») и варианты 3—4 в вопросе Б («скорее» или «определенно поддержали бы»), а также вариант 99 в вопросе Б («затрудняюсь ответить») и варианта 3, 99 в вопросе А («скорее безразлично», «затрудняюсь ответить»)
			<p>Б. Если бы У Вас была возможность вернуться в прошлое и отменить или поддержать начало специальной военной операции на Украине, Вы бы ее...?</p> <p>Варианты ответа:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определенно отменили.</li> <li>2. Скорее отменили.</li> <li>3. Скорее поддержали.</li> <li>4. Определенно поддержали.</li> <li>99. Затрудняюсь ответить.</li> </ol>	
	Идейное западничество*	Пожалуйста, выберите пять наиболее важных для Вас ценностей (список ценностей приведен в Приложении).	Исключены респонденты, разделяющие нетипичные для этой группы ценности**. Эти ценности выделены на этапе анализа данных.	

Группа	Предложенные критерии	Вопрос анкеты	Учитываемое значение
2. «Россия столичная»	Отстраненность	А. Как Вы в целом относитесь к специальной военной операции на Украине? Варианты ответа см. выше.	Выбравшие вариант 3 («скорее безразлично»).
		Б. Если бы у Вас была возможность вернуться в прошлое и отменить или поддержать начало специальной военной операции на Украине, Вы бы ее...? Варианты ответа см. выше.	Выбравшие вариант 2 («скорее отменили»).
	Бенефициары прежнего порядка	Как за последние 1—2 года изменились следующие аспекты Вашей жизни? Перечень сфер: 1. Уровень дохода Ваш и Вашей семьи. 2. Карьерные перспективы. 3. Бытовые условия места, в котором Вы живете. 4. Перспективы развития сферы, в которой Вы работаете.	Выбравшие варианты 3 («скорее ухудшились») или 4 («сильно ухудшились») в любой из четырех предложенных сфер.
	Умеренные проявления «внутренней эмиграции»	Отметьте все утверждения, с которыми Вы согласны. После начала специальной военной операции я стал(а)...? Варианты ответа см. выше.	Отметившие 1—2 пункта из вариантов 1—8.
3. «Россия глубинная»	Улучшение своего материального положения	Как за последние 1—2 года изменились следующие аспекты Вашей жизни? Перечень сфер см. выше.	Выбравшие варианты 1 («сильно улучшились») или 2 («скорее улучшились») в любой из четырех предложенных сфер.
	Суверенитет как ценность	Пожалуйста, выберите пять наиболее важных для Вас ценностей (список ценностей приведен в Приложении).	Выбравшие ценности: патриотизм, любовь к Родине; самоотверженность, жертвенность.
	Принятие СВО как неизбежности	А. Как Вы в целом относитесь к специальной военной операции на Украине? Варианты ответа см. выше.	Любые комбинации, кроме: вариант 2 в вопросе А («скорее отрицательно») и варианты 3—4 в вопросе Б («скорее» или «определенно поддержали бы»); вариант 3 в вопросе А («скорее безразлично») и затруднения с ответом в вопросе Б; одновременное затруднение с ответом с ответом в вопросах А и Б.
		Б. Если бы у Вас была возможность вернуться в прошлое и отменить или поддержать начало специальной военной операции на Украине, Вы бы ее...? Варианты ответа см. выше.	
Неучастие в СВО (дополнительный критерий)	Вы сами или кто-то из Ваших родственников, близких друзей, знакомых принимает участие в специальной военной операции или нет? Варианты ответа: 1. Я сам принимал или принимаю участие в СВО. 2. Принимали или принимают участие родственники. 3. Принимали или принимают участие близкие друзья. 4. Принимали или принимают участие знакомые. 97. Нет, не принимают. 99. Затрудняюсь ответить.	Выбравшие один из вариантов: вариант 3 (близкие друзья), вариант 4 (знакомые), а также ответившие «нет» или заруднившиеся с ответом.	

Группа	Предложенные критерии	Вопрос анкеты	Учитываемое значение
4. «Россия воюющая»	Проживание в приграничных регионах	В какой области, крае, республике Вы постоянно проживаете? (открытый вопрос)	Проживающие в Белгородской, Брянской или Курской областях.
	Вовлеченность в СВО (личная или членов семьи)	Вы сами или кто-то из Ваших родственников, близких друзей, знакомых принимает участие в специальной военной операции или нет? Варианты ответа см. выше.	Выбравшие варианты 1 или 2.
	Поддержка СВО	А. Как Вы в целом относитесь к специальной военной операции на Украине? Варианты ответа см. выше.	Любые комбинации, кроме: вариант 2 в вопросе А («скорее отрицательно») и варианты 3—4 в вопросе Б («скорее» или «определенно поддержали бы»).
		Б. Если бы У Вас была возможность вернуться в прошлое и отменить или поддержать начало специальной военной операции на Украине, Вы бы ее...? Варианты ответа см. выше.	
Идейные сторонники	Пожалуйста, выберите до десяти характеристик, которые, на Ваш взгляд, лучше подходят для описания специальной военной операции (список характеристик приведен в Приложении).	Выбравшие характеристики: необходимая; способствующая развитию.	

\* Критерий включен на этапе эмпирического анализа для лучшей различимости групп «Россия уехавшая» и «Россия столичная».

\*\* Патриотизм, любовь к Родине; осознание себя гражданином своей страны; служение Отечеству; историческая память и преемственность поколений; единство народов России; защита национальной безопасности России.

### Конструирование сегментов: «мягкая» и «жесткая» модели

Сегментирование было проведено в три этапа на основе описанных в таблице 3 критериев. Результатом двух первых этапов сегментирования стало построение «мягкой» модели, представленной четырьмя сегментами, охватывающими в сумме 74 и 68% по результатам первой и второй волн соответственно, а также пятым сегментом неклассифицированных респондентов. В результате третьего этапа построена «жесткая» модель, в которой неклассифицированные респонденты в соответствии с критериями, с более высокой вероятностью относящими их в тот или иной сегмент, были распределены между четырьмя базовыми сегментами.

Оба названных подхода имеют практический смысл. «Мягкая» модель обладает более высоким диагностическим потенциалом и отвечает задачам описания характеристик целевых аудиторий. «Жесткая» модель способствует более эффективному решению задач проектирования коммуникационных сигналов и кампаний, поскольку охватывает все население в возрасте от 18 лет.

#### «Мягкая» модель

*Первый этап — отбор по критериям.* Респонденты объединялись в группы на основе критериев, разработанных при операционализации экспертной модели «Четыре России» (см. табл. 3). После первичного распределения часть респондентов не были отнесены ни к одной группе (26% в первой волне, 32% — во второй), другие были отнесены сразу к нескольким группам (5 и 3% соответственно; см. табл. 4). Это потребовало дополнительных шагов для уточнения размеров групп.

*Второй этап — перераспределение пересекающихся групп.* Респонденты, отнесенные к нескольким группам, были перераспределены следующим образом: при пересечении близких групп (1—2 и 3—4) приоритет отдавался крайним группам (1 и 4) как имеющим более строгие критерии. Например, во второй волне:

- 2% респондентов из группы 2 перешли в группу 1;
- 1% из группы 3 — в группу 4;
- 1% из группы 2 — в группу 3 (на основе авторской гипотезы о большей значимости адаптации к ситуации).

По итогам двух названных этапов в выборке опроса населения выделены две большие группы: сегмент «России глубинной» и группа неклассифицированных респондентов — примерно треть (32—33%) респондентов в каждой. Кроме этого, сконструированы три ядерных сегмента примерно одинакового объема: «Россия уехавшая», «Россия столичная» и «Россия воюющая» (от 10 до 14% каждый; см. табл. 4).

При этом если три последних сегмента оказываются устойчивыми и характеризуются выраженной позицией, то в отношении «России глубинной» возникает вопрос: не следует ли ее считать аморфной конструкцией, не обладающей признаками самостоятельной целевой аудитории? Дополнительно мы предполагаем, что при ужесточении модели произойдет лишь небольшой рост сегментов с так называемыми «действующими» позициями, то есть крайних сегментов «уехавших» и «воюющих», а сегменты «глубинной» и «столичной» России вберут большее число пассивных и наблюдающих граждан — так называемой «периферии».

Таблица 4. Объем сегментов «мягкой» модели,  
% от числа респондентов в каждой из волн (по строке)

<b>1. «Россия уехавшая»</b>					
	Задумываются о переезде в другую страну <b>ИЛИ</b> Выраженно настроены на «внутреннюю» эмиграцию	<b>Исключены:</b> Выражают лояльность СВО	<b>Исключены:</b> Разделяют патриотические ценности	Корректировка с учетом пересечения групп (на втором этапе)	Итого
<b>Волна 1</b>	21	16	14		14
<b>Волна 2</b>	21	15	12		12
<b>2. «Россия столичная»</b>					
	Не следят за СВО <b>ИЛИ</b> Безразлично относятся к СВО	<b>Исключены:</b> Материальное положение улучшилось	<b>Исключены:</b> Есть выраженная «внутренняя» эмиграция	Корректировка с учетом пересечения групп (на втором этапе)	Итого
<b>Волна 1</b>	34	20	15	–5	10
<b>Волна 2</b>	31	17	13	–3	10

<b>3. «Россия глубинная»</b>					
	Улучшили материальное положение <b>ИЛИ</b> Разделяют ценности патриотизма и жертвенности	<b>Исключены:</b> Имеют родственников, участвующих в СВО	<b>Исключены:</b> Критикуют СВО	Корректировка с учетом пересечения групп (на втором этапе)	Итого
Волна 1	60	48	38		37
Волна 2	59	44	34		33
<b>4. «Россия воюющая»</b>					
	Сами или родственники участвуют в СВО <b>ИЛИ</b> Живут в приграничных регионах	<b>Исключены:</b> Не считают СВО необходимой или способствующей развитию	<b>Исключены:</b> Критикуют СВО	Корректировка с учетом пересечения групп (на втором этапе)	Итого
Волна 1	21	14	14		14
Волна 2	23	14	13		13
<b>Итого: включенные в сегменты</b>					
Волна 1	74				
Волна 2	68				
<b>Неклассифицированные</b>					
Волна 1	26				
Волна 2	32				

Анализ социально-демографических профилей сегментов, рассчитанных для «мягкой» модели (см. табл. 5), фиксирует ряд важных различий между ними.

Во-первых, мы наблюдаем значительную возрастную дифференциацию. В сегменте «России уехавшей» доминирует молодежь в возрасте до 35 лет, в «России столичной» молодые и более возрастные респонденты представлены примерно в равной степени, а в сегментах России «глубинной» и «воюющей» значительно выше доля респондентов в возрасте от 45 лет. Обращает на себя внимание и высокая доля возрастных респондентов среди неклассифицированных.

Во-вторых, проявляются различия по ценностному профилю. «Россия уехавшая» демонстрирует высокую приверженность правам человека и ценностям справедливости и неприкосновенности человеческой жизни. В максимально далекой от нее группе «России воюющей» аналогичного ригоризма или максимализма мы не наблюдаем: в этом сегменте нет ярко выраженных ценностных ориентиров.

При этом сегменты России «глубинной» и «воюющей» слабо различаются с точки зрения распределения ответов на вопрос о поддержке или неприятии СВО — соотношение радикальных и умеренных сторонников в двух группах практически одинаковое. Выделяется лишь небольшая (11%) доля латентных противников в «России глубинной».

Таблица 5. Сравнение социальных профилей сегментов «мягкой» модели, % по столбцу\*

		1. «Россия уехавшая»	2. «Россия столичная»	3. Россия «глубинная»	4. Россия «воюющая»	Не классифицированы
		(А)	(В)	(С)	(D)	(Е)
	<i>Доля группы</i>	12	10	33	13	32
Возраст	18—34	57 BCDE	36 CDE	17	14	22
	35—44	15	23	21	25	20
	45+	28	40	62 AB	61 AB	58 AB
Пожалуйста, выберите пять наиболее важных для Вас ценностей (до 5 ответов; приведены ценности, которые лучше подчеркивают различия между группами)	Неприкосновенность человеческой жизни	72 BCDE	36 CD	16	15	28 CD
	Человеческое достоинство	56 CDE	42 CD	28	25	37 CD
	Права и свободы человека	93 BCDE	57 CD	24	26	45 CD
	Гуманизм	59 BCDE	15 CD	4	5	11 C
	Справедливость	72 CDE	72 CD	47	44	61 CD
	Историческая память и преемственность поколений	0	19	34 B	42 BE	31 B
	Защита национальной безопасности России	0	23	39 B	35	34 B
	Суверенитет, независимость России	0	21	52 BDE	41 B	40 B
Как Вы в целом относитесь к СВО на Украине? (один ответ)	Радикальные сторонники	0	4	51 BE	56 BE	27 B
	Умеренные сторонники	0	5	25 BE	23 BE	14 B
	Латентные сторонники	0	8	13 E	12	8
	Латентные противники	0	19 DE	11 D	4	10 D
	Противники	100	19	0 <sup>1</sup>	0 <sup>1</sup>	25
	Безразличные	0	44 DE	0 <sup>1</sup>	5	16 D
Как за последние 1—2 года изменились следующие аспекты Вашей жизни? (один ответ, доля ответивших «сильно/скорее улучшилось» по каждому варианту)	Уровень дохода Вас и Вашей семьи	15 B	5	41 ABE	31 ABE	11
	Карьерные перспективы	14	5	24 ABE	21 BE	10
	Бытовые условия места, в котором Вы живете	8	8	36 ABDE	22 ABE	9
	Перспективы развития сферы, в которой Вы работаете	11	13	50 ABDE	29 ABE	11

\* Результаты основаны на двусторонней z-статистике. Уровень значимости для букв верхнего регистра (А, В, С, D, E): 0,05. Критерии скорректированы для всех парных сравнений в строке каждой внутренней подтаблицы при помощи поправки Бонферрони. Пропорции, равные 0 или 1, не используются в сравнениях.

**«Жесткая» модель**

Дальнейшее углубление и распределение неклассифицированных респондентов между сегментами может вызывать сомнения с методологической точки зрения, однако, с нашей точки зрения, имеет практическую значимость. Возможно, часть этих людей в определенных условиях, например при наличии привлекательной идеи, могли бы сформировать пятый сегмент («пятую Россию» в этой модели). Однако на этапах экспертного обсуждения факторов, которые могли бы объединить всех или часть этих людей в отдельный сегмент, найдено не было. Не обнаруживаются эти признаки и в ходе анализа результатов опроса.

В связи с этим *третий этап сегментирования, предполагающий распределение неклассифицированных респондентов по базовым сегментам*, был реализован с применением дополнительных критериев (см. табл. 6). Его результатом стала «жесткая» модель сегментации, в которой выделенные ранее группы выступают в качестве «ядра», а неклассифицированные респонденты могут быть отнесены к «периферии» групп 2 («столичная») и 3 («глубинная») на основе анализа демографических показателей и ответов на некоторые вопросы. В качестве ключевых признаков в данном случае мы рассматривали динамику материального положения (близкую к группам 1—2), ценностный профиль (близкий к группам 3—4), а также основные критерии отнесения (например, для групп 1 и 4) либо дополнительные критерии — более слабые, но содержательно близкие к исходным.

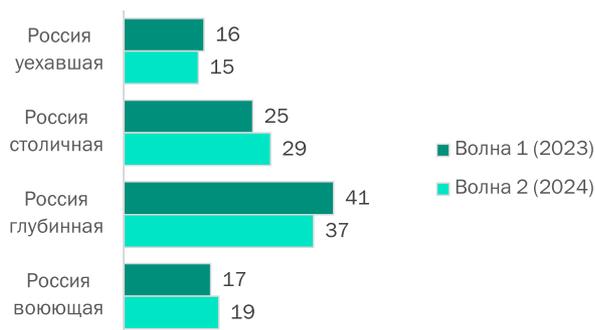
Таблица 6. **Перераспределение неклассифицированных респондентов**

	<b>1. «Россия уехавшая»</b>	<b>2. «Россия столичная»</b>	<b>3. «Россия глубинная»</b>	<b>4. «Россия воюющая»</b>
Критерии отнесения к группе	Задумываются о переезде в другую страну	— Не получили никаких материальных выгод; — разделяют ценности неприкосновенности человеческой жизни и прав и свобод человека; — с безразличием относятся к СВО или являются ее выраженными противниками*.	Не являются выраженными сторонниками, ни выраженными противниками, ни безразличными по отношению к СВО.	Являются выраженными сторонниками СВО**.
Доли перешедших в группы				
<b>Волна 1</b>	2	16	4	3
<b>Волна 2</b>	3	19	4	6

\* Одновременно относятся негативно и уверены, что не начали бы снова, если был бы выбор.

\*\* Одновременно относятся позитивно и уверены, что начали бы снова, если был бы выбор.

В результате трех шагов — первичного расчета групп на основе выделенных критериев отнесения, перераспределения респондентов, попавших более чем в одну группу, и перераспределения тех, кто не попал ни в одну из групп, — рассчитана итоговая оценка объема каждого из четырех сегментов «жесткой» модели в двух волнах опроса (см. рис. 1).

Рис. 1. Оценки объема четырех сегментов «жесткой» модели<sup>9</sup>

Полученные оценки размеров сегментов оказываются устойчивыми: все группы, рассчитанные на данных первой волны, воспроизведены во второй; объемы групп в двух волнах опроса сопоставимы, различия в них не превышают 4 п. п. Большую устойчивость демонстрируют полярные группы: противники СВО («Россия уехавшая») и вовлеченные сторонники («Россия воюющая»); различия в размерах этих групп между двумя замерами статистически незначимы.

Более выражена и статистически значима динамика в «средних» группах: произошло перераспределение из группы «Россия глубинная» в группу «Россия столичная». Данное изменение, вероятно, связано, с одной стороны, с небольшим снижением доли отмечающих улучшение материального положения, а с другой — с незначительным ростом доли «безразличных» по отношению к СВО. Две указанные тенденции, будучи сами по себе слабовыраженными, создали наблюдаемую динамику в объемах групп.

## Портрет сегментов модели «Четыре России»<sup>10</sup>

### Демографический профиль

Ключевые демографические различия между сегментами «жесткой» модели касаются возраста и места проживания. В сегменте «России уехавшей» доминирует молодежь от 18 до 34 лет (55%), в сегментах России «глубинной» и «воюющей» — люди старше 45 лет (62% и 66% соответственно). Сегмент «России столичной» является промежуточным с точки зрения возрастной структуры: в нем все еще высока доля молодежи (28%), но почти половину составляют люди 45 лет и старше (49%). В сегменте «России уехавшей» почти каждый второй (47%) проживает в городах с населением более 500 тыс. жителей, а в полярном сегменте «России воюющей» этот показатель составляет только 22%. Кроме того, последний сегмент выделяется высокой долей жителей сел — 37%.

С учетом описанных возрастных различий в сегменте «России уехавшей» ожидается выше доля студентов (15% против 5% в сегменте «России воюющей») и работающих (59% против 42% соответственно). Среди представителей России «воюю-

<sup>9</sup> Изменения в группах «Россия столичная» и «Россия глубинная» статистически значимы на уровне  $p=0,05$  (z-тест для независимых выборок).

<sup>10</sup> Здесь и далее в тексте описаны основные статистически значимые различия между группами «жесткой» модели.

щей» и «глубинной» значительно выше доля пенсионеров (41% против 17% в сегменте «России уехавшей»). В «России столичной» обращает на себя внимание более высокая доля людей трудоспособного возраста, не имеющих работу — находящихся в декрете или отпуске по уходу за ребенком или временно безработных (13%).

Наконец, между сегментами нет существенных различий по типу организаций, в которых работают респонденты. Исключение — «Россия уехавшая», среди представителей которой выше доля работников коммерческой сферы. Также обращает на себя внимание, что в сегменте «России столичной» — одной из групп, критично относящихся к СВО, — доля работников бюджетной сферы не ниже, чем в лояльных сегментах.

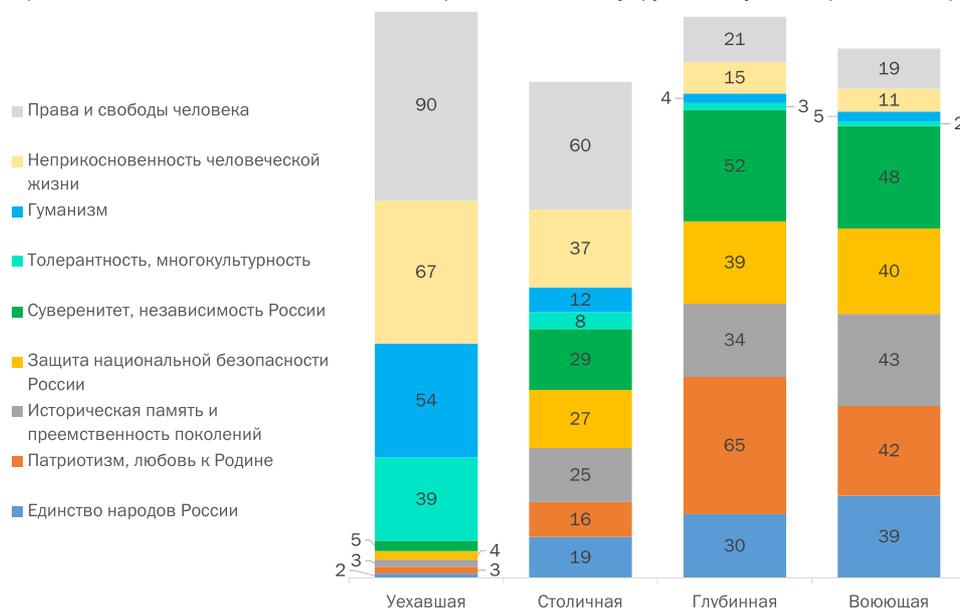
### Телесмотрение

Сегменты существенно различаются по уровню телесмотрения. Показатели ежедневного телесмотрения максимальны среди представителей «России воюющей», минимальны — среди представителей «России уехавшей» (61% и 14% соответственно). Частично эти различия объясняются возрастными диспропорциями.

### Ценностный профиль

Наиболее яркое различие между сегментами фиксируется в ценностных ориентациях.

Рис. 2. Распределение в сегментах по важным ценностям (выделены ценности с наиболее сильными различиями между группами, сумма не равна 100%)



Для представителей России «уехавшей» и «столичной» значительно выше значимость либеральных ценностей, таких как права и свободы человека, неприкос-

новенность человеческой жизни, гуманизм и толерантность. Для представителей России «глубинной» и «воюющей», напротив, более важны ценности, которые мы условно отнесли к патриотическим: суверенитет, национальная безопасность, историческая память, патриотизм и единство народов России. Важно отметить высокую поляризацию ценностных профилей сегментов, хорошо видную на рисунке 2. Обращает на себя внимание также выраженное различие между профилями двух соседних сегментов — России «уехавшей» и «столичной», тогда как между «Россией глубинной» и «Россией воюющей» различия несущественны.

### *Общественно-политические установки*

Общественно-политические установки представителей групп также существенно различаются. Наиболее критически настроена «Россия уехавшая»: в ней большинство не доверяют Владимиру Путину (89 % против 8 % в сегменте «России воюющей»), а также считают, что российское общество устроено несправедливо (96 % против 45 % в сегменте «России воюющей») <sup>11</sup>, и полагают, что СВО усиливает несправедливость в обществе <sup>12</sup> (74 % против 2 % в сегменте «России воюющей»). Эти установки поддерживает часть респондентов, включенных в сегмент «Россия столичная», однако преобладают в нем все же позитивные или нейтральные позиции: 62 % декларируют доверие В. Путину, 65 % не могут определить характер влияния СВО на справедливость российского общества.

При этом во всех сегментах большая или значительная часть респондентов считают российское общество несправедливым. В этом вопросе позиции представителей всех сегментов близки. В то же время оценки того, как СВО влияет на справедливость, расходятся: большинство представителей «глубинной» и «воюющей» России считают, что СВО повышает справедливость, в то время как представители других групп либо полагают, что СВО снижает справедливость («Россия уехавшая»), либо не могут оценить влияние или считают, что его нет («Россия столичная»).

### *Отношение к СВО*

Отношение к СВО выступает одним из ключевых оснований для выделения сегментов в рамках предложенной в этой работе экспертной модели. Ожидаемо, что сформированные сегменты существенно различаются по декларируемому отношению к СВО: практически все представители «России уехавшей» — ее непримиримые противники (90 %), в то время как в России «воюющей» большинство составляют «радикальные сторонники» (69 %).

Изучение образа СВО позволило преодолеть ограничения, накладываемые рамкой дихотомии «одобрение — неодобрение», и описать отношение групп к СВО более объемно. Сегментационная модель продуктивна для анализа данных, в том числе полученных при применении типологий и классификаций. Ниже мы приводим пример анализа эмоциональных характеристик события (СВО). В одном из вопросов респондентам предлагался набор прилагательных, из которых они могли выбрать те, которые, на их взгляд, лучше описывают СВО (см. варианты от-

<sup>11</sup> По данным первой волны опроса (декабрь 2023 г.), во второй волне два этих вопроса не задавались.

<sup>12</sup> По данным второй волны опроса (апрель 2024 г.).

вета на вопрос: «Пожалуйста, выберите до десяти характеристик, которые, на Ваш взгляд, лучше подходят для описания СВО» — в Приложении). Полученные ответы затем были проанализированы с использованием кластерного анализа методом *k*-средних. Метод кластеризации и число кластеров выбраны на основе сравнения наполненности кластеров, устойчивости и интерпретируемости результатов применения трех видов кластерного анализа: иерархического, метод Уорда; иерархического, метод внутригрупповой связи; метод *k*-средних. Тестировалось различное количество кластеров — от трех до шести. Нашей целью была минимизация стандартного отклонения размера кластеров как показателя их равной наполненности. При этом предпочтение отдавалось решению с большим количеством кластеров, как содержащим больше информации. Устойчивость решений к изменению порядка включения наблюдений в анализ тестировалась методом сортировки наблюдений и пересечения первого и второго решений. Наконец, проверка на интерпретируемость подразумевала возможность содержательного описания особенностей кластера по основе исходной переменной. Выбранное в результате такого отбора решение включает пять кластеров, представленных в таблице 7.

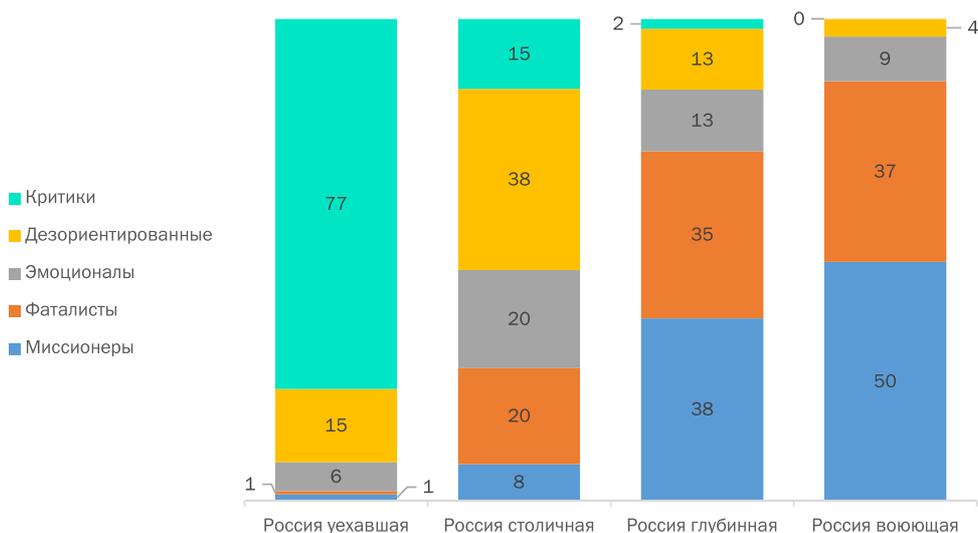
Таблица 7. Описание кластеров, выделенных на основе анализа восприятия СВО

Название кластера	Описание кластера	Доля кластера	Типичные эпитеты
«Критики»	Акцент на утверждении бессмысленности и неоправданности СВО	16%	Разрушительная, бессмысленная, жестокая, ненужная
«Дезориентированные»	Не имеют сложившегося образа СВО, называют ее непонятной, значительная часть в принципе затруднилась с ответом на этот вопрос	19%	Непонятная, бессмысленная, плохо организованная; затруднившиеся с ответом
«Эмоционалы»	Чаще выбирают эмоциональные характеристики	13%	Разрушительная, пугающая, жестокая, жертвенная
«Фаталисты»	Чаще называли характеристики, подчеркивающие вынужденный характер СВО	26%	Вынужденная, необходимая, навязанная
«Миссионеры»	Акцентируют внимание на позитивных характеристиках СВО, ее объединяющей функции	26%	Справедливая, необходимая, народная, спасительная, историческая

Результаты анализа позволяют выдвинуть гипотезу о сложном восприятии СВО, которое не сводится к одобрению или неодобрению. Возможно, само одобрение является грубой аппроксимацией более естественных настроений — страха, ощущения неизбежности, поиска личной выгоды или ощущения историчности момента.

Эти кластеры логично представлены в выделенных ранее сегментах. Так, в сегменте «России уехавшей» большинство относятся к кластеру «критики», в сегменте «России столичной» выше доля «дезорientированных» и «эмоционалов». «Миссионеры» преобладают в сегментах «глубинной» и «воющей» России.

Рис. 3. Структура сегментов экспертной модели «Четыре России» по кластерам, выделенным на основе восприятия СВО, %



Говоря о соотношении образа и оценок СВО, следует упомянуть еще один момент: часть ее сторонников представляют скорее негативный образ СВО, например, критически отзываюся о ней, считая ее «плохо организованной», «дорогой» или «несвоевременной». В выборке доля этой группы составляет 15 %, а среди радикальных или умеренных сторонников СВО — 29 %.

## Заключение

Исследование оставляет открытым для дискуссии вопрос выбора между эмпирическими методами сегментации (прежде всего — кластерного анализа), способными выявить «естественные» группы, и противопоставляемым им эвристическим подходом (в том числе методологии, опирающейся на экспертную модель), а также вопрос о целесообразности и валидности каждого из них. Можно отметить высокую ценность первой группы методов для поиска теоретических выводов и объяснений при условии рационального подхода к редукции и отказа от поиска универсальных признаков дифференциации.

Исходная экспертная модель «Четыре России», которая лежит в основе этой статьи, не содержит типобразующих признаков в явном виде, а значит, можно предположить, что на теоретическом уровне «пространство свойств» [Lazarsfeld, 1962] не было задано априори. Здесь сыграло роль качественное описание групп. В подобных случаях П. Лазарсфельд [Lazarsfeld, Barton, 1951] предлагал использовать операцию субстракции, предполагающую «восстановление» пространства свойств и типобразующих признаков на основе какой-либо существующей типологии. «Пространство свойств», в котором находятся описываемые сегменты, многомерно, что затрудняет его представление в наглядной форме, например в виде кросс-таблицы, из-за чего возникают трудности при выделении конкретных типов.

Для преодоления данного ограничения с целью сокращения пространства свойств был использован метод редукции произвольного и отчасти прагматического типа (в терминах П. Лазарсфельда).

Для решения практических задач, в том числе оперативной диагностики, более ценным представляется эвристический подход. Его основное преимущество состоит в верификации наблюдаемых мотивов действий и отказе от классификации ради классификации. Подвергать эмпирической проверке каждую экспертную модель невозможно, но и необязательно. С нашей точки зрения, данное исследование позволило обосновать применимость модели через ее эвристическую способность. Дополнение модели вторичными переменными, такими как результаты типологизации или кластеризации (выявление пяти образов СВО или анализ ценностей), не ослабило, а, напротив, усилило эвристический потенциал предложенного подхода.

Некоторые из критериев для выделения сегментов в рамках экспертной модели «Четыре России» не исключают друг друга, что предполагает возможность наложения периферии этих групп. Из-за этого возникают некоторые частные «отклонения» от типического портрета сегмента, и они допустимы при условии, что такие отклонения остаются исключительными, редкими случаями для сегмента. Это может быть проверено эмпирическим путем.

Главная ценность предложенного в работе подхода видится в том, что использование полученной сегментации при разработке коммуникационных стратегий позволит учитывать важное обстоятельство: поддержка или неприятие СВО не являются монолитными и могут сопровождаться различными эмоциональными и рациональными оценками.

В качестве перспектив развития предложенной сегментационной модели следует рассмотреть возможность развития моделей с учетом факторов, оказывающих влияние на качественные характеристики и содержание социального взаимодействия. Б. Глейзер и А. Стросс [Glazer, Strauss, 1964] подчеркивали значение «контекстов осведомленности» (awareness contexts) в социальных взаимодействиях: различные сегменты аудитории могут обладать разными уровнями и типами осведомленности о политических событиях, что будет влиять на их интерпретацию ситуации и реакции.

Развитие эффективной сегментации политических аудиторий в современной России (после 2022 г.) с целью анализа социальных настроений и поведения предполагает:

- определение ключевых идеологических блоков в логике концепции В. Лорвина, существующих в российском обществе, а также анализ того, как эти блоки проникают в различные социальные группы (профессиональные, региональные, возрастные и т. д.);
- исследование политического языка и доминирующих нарративов внутри каждого сегмента, в том числе с целью эффективного использования метафор не только для обозначения сегментов, но и для формулирования основных и вспомогательных гипотез при анализе данных;
- выявление других значимых оснований для социальной сегментации, которые могут быть связаны с политическими предпочтениями;

— учет факторов, влияющих на политическое вовлечение и создающих потенциальное «перекрестное давление»;

— анализ различных «контекстов осведомленности» о политической ситуации среди разных групп населения.

Применение этих теоретических и методологических положений позволит составить более детализированную характеристику политических аудиторий в России, что, в свою очередь, повысит точность анализа социальных настроений и прогнозирования политического поведения в конкретный период. Важно отметить, что, поскольку не все источники фокусируются конкретно на России, предложенное обоснование требует дополнительной эмпирической проверки и адаптации к российскому контексту.

## Список литературы

1. Андреев А. Л., Андреев И. А., Слободенюк Е. Д. Размежевание и консолидация в российском обществе в контексте СВО // Полис. Политические исследования. 2024. № 1. С. 104—119. <https://doi.org/10.17976/jpps/2024.01.08>. Andreyev A. L., Andreev I. A., Slobodenyuk E. D. (2024) Division and Consolidation in Russian Society Resulting from the Russian Special Military Operation. *Polis. Political Studies*. No. 1. P. 104—119. (In Russ.) <https://doi.org/10.17976/jpps/2024.01.08>.
2. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Восприятие российским общественным мнением экономических изменений после начала российско-украинского конфликта // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023а. № 4. С. 3—29. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.4.2372>. Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2023a) Perception of Economic Changes during the Special Military Operation in Russian Public Opinion. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 3—29. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.4.2372>. (In Russ.)
3. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Восприятие россиянами конфликта с Украиной: проверка гипотезы «спирали молчания» // Социологические исследования. 2023б. № 11. С. 38—50. <https://doi.org/10.31857/S013216250028531-7>. Zvonovskiy V. B., Khodykin A. V. (2023b) Russians' Perception of the Conflict with Ukraine: Testing the “Spiral of Silence” Hypothesis. *Sociological Studies*. No. 11. P. 38—50. <https://doi.org/10.31857/S013216250028531-7>. (In Russ.)
4. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Стратегии адаптации сторонников и противников спецоперации к жизни в ее условиях (на примере жителей Самарской области) // Социологический журнал. 2023с. Т. 29. № 1. С. 8—35. <https://doi.org/10.19181/socjour.2023.29.1.1>. Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2023c) Adaptation Strategies of Opponents and Supporters of the Special Military Operation to the Current Situation (Based on Residents of Samara Region). *Sociological Journal*. Vol. 29. No. 1. P. 8—35. <https://doi.org/10.19181/socjour.2023.29.1.1>. (In Russ.)

5. Мерзликин Н. В., Иванов А. В. Социальная консолидация в контексте специальной военной операции (экспертная оценка) // Наука. Культура. Общество. 2022. Т. 28. № 4. С. 85—96. <https://doi.org/10.19181/nko.2022.28.4.7>.  
Merzlikin N. V., Ivanov A. V. (2022) Social Consolidation in the Context of a Special Military Operation (Expert Assessment). *Science. Culture. Society*. Vol. 28. No 4. P. 85—96. <https://doi.org/10.19181/nko.2022.28.4.7>. (In Russ.)
6. Миркин Б. Г. Анализ качественных признаков и структур. М.: Статистика, 1980.  
Mirkin B. G. (1980) *Analysis of Qualitative Attitudes and Structures*. Moscow: Statistika. (In Russ.)
7. Нестик Т. А. Социальный оптимизм россиян в условиях кризиса: результаты лонгитюдного исследования // Психологический журнал. 2023. Т. 44. № 3. С. 5—17. <https://doi.org/10.31857/S020595920026152-3>.  
Nestik T. A. (2023) Social Optimism of Russians in a Crisis: Results of a Longitudinal Study. *Psychological Journal*. Vol. 44. No. 3. P. 5—17. <https://doi.org/10.31857/S020595920026152-3>. (In Russ.)
8. Радаев В. В. Эмоционально нагруженное потребление в современной России. Часть вторая: эмпирические оценки особенностей, факторов и финансовых последствий // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 6. С. 17—34. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.6.2501>.  
Radaev V. V. (2023) Emotionally Loaded Consumption in Contemporary Russia: Specific Features, Main Factors and Financial Consequences. Part 2: Empirical Estimates. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 17—34. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2023.6.2501>. (In Russ.)
9. Радаев В. В. Психологические стрессы в современной России: общий уровень, более уязвимые группы и способы совладания // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 6. С. 52—74. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2643>.  
Radaev V. V. (2024) Psychological Stresses in the Contemporary Russia: General Level, More Vulnerable Groups and Coping Strategies. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 52—74. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2643>. (In Russ.)
10. Тихонова Н. Е. Идеологическая сегментация массовых слоев населения в условиях обострения конфронтации с Западом (опыт эмпирического анализа) // Полис. Политические исследования. 2024. № 5. С. 136—153. <https://doi.org/10.17976/jpps/2024.05.09>.  
Tikhonova N. E. (2024) Ideological Segmentation of Mass Strata of the Population Under Conditions of Aggravated Confrontation with the West (Empirical Analysis). *Polis. Political Studies*. No. 5. P. 136—153. <https://doi.org/10.17976/jpps/2024.05.09>. (In Russ.)
11. Цветкова Г. А. Россияне в условиях специальной военной операции // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2023. № 4. С. 111—120. <https://doi.org/10.28995/2073-6401-2023-4-111-120>.

- Tsvetkova G. A. (2023) Russians in a Special Military Operation Situation. *RSUH/ RGGU Bulletin. "Philosophy. Sociology. Art Studies" Series*. No. 4. P. 111—120. <https://doi.org/10.28995/2073-6401-2023-4-111-120>. (In Russ.)
12. Шляпентох В. Э. Многослойное общество: «антисистемный» взгляд на современную Россию // Социологический журнал. 1997. № 4. С. 5—21. URL: <https://www.journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/396> (дата обращения: 17.04.2025).  
Shlapentokh V. E. (1997) Multi-Layer Society: "Anti-systemic" View on Contemporary Russia. *Sociological Journal*. No. 4. P. 5—21. URL: <https://www.journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/396> (accessed: 17.04.2025).
  13. Clairmont D., Apostle R., Kreckel R. (1983) The Segmentation Perspective as a Middle-Range Conceptualization in Sociology. *The Canadian Journal of Sociology*. Vol. 8. No. 3. P. 245—271. <https://doi.org/10.2307/3340105>.
  14. Esser H. (1985) Soziale Differenzierung als ungeplante Folge absichtsvollen Handelns: Der Fall der ethnischen Segmentation. *Zeitschrift für Soziologie*. Vol. 14. No. 6. P. 435—449. <https://doi.org/10.1515/zfsoz-1985-0602>.
  15. Freedon M. A. (2020) A New Ideological Era. *RSA Journal*. Vol. 165. No. 4. P. 22—27.
  16. Glaser B. G., Strauss A. L. (1964) Awareness Contexts and Social Interaction. *American Sociological Review*. Vol. 29. No. 5. P. 669—679. <https://doi.org/10.2307/2091417>.
  17. Hornik R. C., Ramirez S. (2006) Racial/Ethnic Disparities and Segmentation in Communication Campaigns. *American Behavioral Scientist*. Vol. 49 No. 6. P. 868—884. <https://doi.org/10.1177/0002764205283806>.
  18. Lazarsfeld P. F., Barton A. H. (1951) Qualitative Measurement in the Social Sciences. Classification, Typologies, and Indices. In: Lerner D., Lasswell. H. (eds.) *The Policy Sciences*. Stanford, CA: Stanford University Press. P. 155—192.
  19. Lazarsfeld P. (1962) Philosophy of Science and Empirical Social Research. In: Nagel E., Suppes P., Tarski A. (eds.) *Logic, methodology and philosophy of science*. Stanford, CA: Stanford University Press. P. 463—473.
  20. Lehman E. W. (1985) Cross Pressures Revisited: A Macrosociological Approach to Anomalies in Contemporary Political Involvement. *Journal of Political & Military Sociology*. Vol. 13. No. 1. P. 1—16.
  21. Lorwin V. R. (1971) Segmented Pluralism: Ideological Cleavages and Political Cohesion in the Smaller European Democracies. *Comparative Politics*. Vol. 3. No. 2. P. 141—175. <https://doi.org/10.2307/421297>.

**Приложение.****Распределение ответов представителей групп  
и статистическая значимость различий между ними<sup>13</sup>**

		1. «Россия уехавшая»	2. «Россия столичная»	3. «Россия глубинная»	4. «Россия воюющая»
		(A)	(B)	(C)	(D)
		15	29	37	19
Возраст, лет	18—34	55 B C D	28 C D	17	12
	35—44	16	23	21	22
	45 и старше	29	49 A	62 A B	66 A B
Тип населенного пункта проживания	Города с населением более 500 тыс. жителей	47 B C D	34 D	31 D	22
	Города с населением менее 500 тыс. жителей	38	44	43	42
	Села	15	22	26 A	37 A B C
Основной вид деятельности	Пенсионеры	17	31 A	41 A B	41 A
	Студенты	15 C D	9 C	4	5
	Неработающие	7	13 C	6	9
	Работающие по найму	42	36	34	37
	Бизнесмены	17 B D	8	12	7
Укажите, пожалуйста, смотрите ли Вы телевизор или нет? Если смотрите, то как часто?	Ежедневно	14	35 A	53 A B	61 A B
	Несколько раз в неделю	9	18 A	19 A	19 A
	Несколько раз в месяц или реже	26 C D	23 C D	13	11
	Не смотрю	51 B C D	25 C D	15	9

<sup>13</sup> Результаты основаны на двусторонней z-статистике. Уровень значимости для букв верхнего регистра (A, B, C, D, E): 0,05. Статистики скорректированы для всех парных сравнений в строке каждой внутренней подтаблицы при помощи поправки Бонферрони. Пропорции, равные 0 или 1, не используются в сравнениях.

		1. «Россия уехавшая»	2. «Россия столичная»	3. «Россия глубинная»	4. «Россия воюющая»
		(A)	(B)	(C)	(D)
		15	29	37	19
Поговорим о другом. Пожалуйста, выберите пять наиболее важных для Вас ценностей	Права и свободы человека	90 B C D	60 C D	21	19
	Справедливость	70 C D	65 C D	49	47
	Неприкосновенность человеческой жизни	67 B C D	37 C D	15	11
	Гуманизм	54 B C D	12 C D	4	5
	Человеческое достоинство	52 B C D	40 C D	28	29
	Толерантность, многокультурность	39 B C D	8 C D	3	2
	Суверенитет, независимость России	5	29 A	52 A B	48 A B
	Защита национальной безопасности России	4	27 A	39 A B	40 A B
	Историческая память и преемственность поколений	3	25 A	34 A B	43 A B
	Патриотизм, любовь к Родине	3	16 A	65 A B D	42 A B
	Единство народов России	2	19 A	30 A B	39 A B
	Взаимопомощь и взаимоуважение	42	41 D	36	31
	Крепкая семья	25	57 A	64 A	68 A B
	Милосердие	16	16	11	16
	Осознание себя гражданином своей страны	4	7	10 A	19 A B C
	Коллективизм	3	4	4	4
	Самоотверженность, жертвенность	1	0	3 B	3 B
	Служение Отечеству	1	5 A	14 A B	13 A B
	Другое	2	1	1	3 B
Затрудняюсь ответить	0	2	0	0	
Отношение к СВО	Радикальные сторонники	0	13 A	45 A B	69 A B C
	Умеренные сторонники	1	10 A	28 A B D	16 A B
	Латентные сторонники	2	7	15 A B	9 A
	Латентные противники	5	11 D	13 A D	3
	Противники	90 B	28	0	0
	Безразличные	1	32 A D	0	3

		1. «Россия уехавшая»	2. «Россия столичная»	3. «Россия глубинная»	4. «Россия воюющая»
		(A)	(B)	(C)	(D)
		15	29	37	19
Пожалуйста, выберите до десяти характеристик, которые, на Ваш взгляд, лучше подходят для описания СВО	Справедливая	2	15 A	55 AB	67 ABC
	Необходимая	1	34 A	71 AB	89 ABC
	Спасительная	2	12 A	45 AB	57 ABC
	Вынужденная	6	52 A	77 AB	80 AB
	Желанная	1	1	3	4 B
	Народная, общая	2	12 A	44 AB	55 ABC
	Способствующая развитию	2	5	14 AB	23 ABC
	Жертвенная	24	27 C	20	21
	Близкая	1	4	4	10 ABC
	Навязанная	30	23	26	21
	Непонятная	50 BCD	28 CD	9 D	4
	Жестокая	72 BCD	30 CD	17	11
	Историческая	5	22 A	47 AB	59 ABC
	Ненужная	76 BCD	16 CD	1	2
	Пугающая	58 BCD	30 CD	13	9
	Бессмысленная	78 BCD	19 CD	3 D	0
	Разрушительная	81 BCD	35 CD	16	12
	Бесчеловечная	67 BCD	20 CD	5 D	1
	Аморальная	55 BC	8 C	0	01
	Разобщающая	55 BCD	19 CD	7	4
	Несвоевременная	11 D	10 D	6 D	1
	Дорогая	50 BCD	27 CD	19	16
	Плохо продуманная, неорганизованная	50 BCD	30 CD	23	19
Не подходит ничего из перечисленного	01	0	0	01	
Другое (укажите, какая именно)	4	3	2	2	
Затрудняюсь ответить	2	9 ACD	3	1	