

Социальное (ментальное) картографирование: возможности и ограничения метода

В статье обращается внимание на тот факт, что в настоящее время массовые опросы используются как основной метод сбора социологической информации, что оправдано далеко не всегда. Замечается, что междисциплинарные методики могли бы использоваться в социологических исследованиях более широко, и данные, полученные с их помощью, позволили бы повысить достоверность данных, полученных с помощью опросов, и более глубоко осветить изучаемые проблемы.

Социальное и ментальное картографирование рассматривается в контексте новых возможностей, связанных с развитием информационных технологий, созданием интерактивных карт, формированием масштабных баз данных, содержащих как социальную, так и фактологическую информацию и «привязанных» к определенным территориям.

Ключевые слова: методы, ментальные карты, социальное картографирование, мегаопросы, интерактивные карты.

В настоящее время доминирующим методом сбора информации о происходящем в российском обществе остаются массовые опросы. Они регулярно проводятся «большими социологическими машинами» (ФОМ, ВЦИОМ и т. п.). Причем выводы делаются на основании общественного мнения, которое, как известно, далеко не всегда отражает реальное положение дел. Еще один момент обращает на себя внимание – во многих случаях основой для анализа данных выступает так называемая одномерка или простое распределение, во всяком случае, именно такие цифры чаще всего артикулируются в СМИ. Кроме того, социологи-исследователи в ходе реализации подобных эмпирических проектов все

чаще сталкиваются со сложностями, обусловленными усталостью и раздраженностью аудитории.

Автор настоящей статьи отнюдь не предполагает критиковать сам метод массового опроса, тем более что, несмотря на все недостатки, при условии профессионально выполненного «поля» этот метод универсален и практически незаменим. Но опыт показывает, что развитие информационных технологий может дать новую жизнь и развитие другим, незаслуженно отодвинутым на задний план методам, таким, например, как социальное и ментальное картографирование. При всех очевидных различиях социального и ментального картографирования, оба эти метода ориентированы на изучение пространства.

Хочется обратить внимание еще на один существенный методологический момент. Граница между количественными и качественными методами в социологии никогда не была абсолютной, а теперь становится все более проницаемой. Поэтому жестко квалифицировать названные методы как качественные или количественные автор не стал бы. Более того, практика показывает, что обозначения «социальное» или «ментальное» картографирование не имеют жестких границ, хотя некоторые акценты можно расставить.

Первый метод в большей степени ориентирован на то, чтобы изучать объективированное социальное в физическом (географическом) пространстве. Он может базироваться как на данных, полученных с помощью опросов и наблюдений, так и на статистических данных. Социальное картографирование может выступать как самостоятельный исследовательский метод или служить дополнением в рамках комплексных исследовательских стратегий. Социальная карта создается исследователем и содержит, по большей части, некие факты и условно объективные данные.

Ментальная карта создается непосредственно информантом. Традиционно принято понимать ментальную карту как рисуночную методику, позволяющую представить некий образ города, района, квартала, который соответствует представлениям отдельных людей и нагружен эмоционально и ассоциативно. Ментальные карты города отражают человеческий опыт, улавливают оттенки восприятия городского пространства. Этот метод в большей степени ориентирован на пространство образов, представлений, мнений и отношений, дает возможность подойти к изучению ценностно-смысловых структур сознания, жизненных миров. И то, и другое одинаково важно и актуально, поскольку социолог, в первую очередь, заинтересован в изучении социального пространства¹ с его сложнейшей структурой, со всеми его элементами и характеристиками, в том числе и с локациями смыслов и ценностей в физическом пространстве.

Не представляется целесообразным делать подробный экскурс в историю метода социального картографирования. Отметим лишь, что еще в 80-е годы XIX в. Ч. Бут выделял разными цветами на карте Лондона районы расселения жителей с высокими и низкими доходами. Позже данный метод активно разрабатывался Чикагской школой (Э. Берджесс, Р. Парк). Очевидно, что актуализация метода была вызвана «социальными обстоятельствами» (экономический кризис, волны миграции, этнические конфликты и пр.) Картографирование же социальных проблем позволило увидеть, как социальные отношения материализуются в физическом пространстве города. Маркирование карты, обозначение «мест» в соответствии с их социальными характеристиками производилось на основании серии опросов и наблюдений. Оказалось, что изучение городского пространства с точки зрения расселения различных категорий жителей, концентрации этносов, миграционных схем, и пр. дает возможность прояснить социальную структуру, измерить социальные дистанции. Таким образом, «метод социального картографирования позволяет преобразовывать социальные данные в наглядную картографическую форму, создавать карты социальных явлений и процессов, существующих в социально-территориальной общности»².

Заметим, что «социальные обстоятельства» современной России также нельзя назвать благополучными. Составить целостное представление о происходящих процессах, сформировать социальную картину российского мира чрезвычайно сложно. Общество практически непрозрачно для исследователя. Большой интерес с этой точки зрения вызывает проект ФОМ «Георейтинг»³, который представляет своего рода мониторинг, проводящийся с помощью мегаопросов с тщательно просчитанной выборкой, позволяющей «привязывать» полученные данные к территориям. Объем этой выборки многократно превышает стандартный и может составлять несколько десятков тысяч единиц. ФОМ проводит опросы такого типа с июля 2003 г. Как правило, опросы проводятся в 62–69 субъектах РФ, где одновременно опрашиваются по 500 респондентов по репрезентативным региональным выборкам. На основании данных этих опросов уже созданы и постоянно создаются сотни социографических карт России, которые с таким же успехом могут называться ментальными, поскольку отражают представления, мнения и ценностные ориентации всего населения страны.

Так, в своей статье «Мегаопросы населения России (проект “Георейтинг”）」 А. Ослон пишет о том, что такого рода карты дают возможность составить представление о том, насколько те или иные

настроения могут способствовать или препятствовать сохранению, ни много ни мало, целостности страны.

Удержание «целостности» в социальной реальности становится возможным, если это понятие, во-первых, наделяется ценностными смыслами, переживается как что-то значимое... и, во-вторых, содержит в себе образ пространства, на котором все государственные, политические, экономические, военные, социальные, информационные и прочие процессы когерентны, структурно подобны и при всем различии имеют общий скелет. Другими словами, целостность может быть реальной, если она реальна в воображении миллионов людей⁴.

В качестве примера можно привести ментальную (социальную) карту, представленную на рис. 1.



Рис. 1. Распределение мнений о «правильном» или «неправильном» развитии страны (на основании данных проекта «Георейтинг» за 2006 г.)

На карте совершенно четко прослеживается, в каких из обследованных регионов жители положительно воспринимают развитие страны. Аналогичные карты были составлены и по другим основаниям — оценка жителями положения дел в своем регионе, оценка деятельности местных, областных и региональных руководителей, протестные настроения⁵. Кроме того, на основании данных

«Георейтинга» были успешно проанализированы и описаны такие аспекты межнациональных отношений в регионах, как ксенофобия и толерантность⁶, и «аномалии» моделей поведения в столичном регионе⁷. Представляется, что подобная картографическая интерпретация опросных данных существенно обогащает возможности анализа социологической информации.

В настоящее время социальные карты могут создаваться с применением современных информационных технологий. Примером могут служить геоинформационные системы (ГИС), в которых сосредоточены колоссальные объемы информации различного свойства, которые систематизированы по различным основаниям. В настоящее время подобные системы широко представлены в информационном пространстве Интернет. Например, система GeoSystemsPro⁸, или портал СОВЗОНД⁹, который разрабатывает геоинформационные системы для органов власти федерального, регионального и муниципального уровня. В них содержится информация самого различного свойства – демографическая, экологическая, экономическая, по уровню преступности или по лекарственному обеспечению населения и т. д. Подобные системы (базы данных) фактически универсальны и при этом пространственно структурированы, визуализированы, привязаны к территориям. Это позволяет эффективно использовать их при решении задач, направленных как на принятие практических, в том числе управленческих решений, так и на создание прогнозных и управленческих моделей.

Другой пример применения информационных технологий в картографировании – это возникшие в последнее десятилетие интерактивные карты. Они позволяют осуществлять поиск практически любых объектов. Интерактивные карты широко представлены в Интернете и представляют собой визуализированные фактографические данные, которые зафиксированы и отражены пространственно (территориально) и несут в себе социальную информацию. Такие карты дают возможность обратной связи. Это позволяет вносить дополнительные данные, комментарии, которые могут оказаться интересны и полезны другим пользователям. С помощью мобильных приложений эти действия могут осуществляться в режиме реального времени, при этом может осуществляться коммуникация пользователей. В качестве примера можно привести общеизвестный Интернет-сервис Яндекс, который предлагает не только «узнать о пробках», но и «создавать актуальную карту вместе с Яндексом».

В настоящее время набирает популярность картографический сервис «OpenStreetMap»¹⁰. Эта карта позволяет увидеть в подробностях практически любую точку планеты, содержит точные

детализированные данные о домах и переулках, магазинах, кафе, аптеках, банках, школах, предприятиях и других объектах, при этом постоянно пополняется пользователями в режиме реального времени и дает представление не только о том, где и какой объект находится, но и о том, каковы мнения и оценки пользователей.

В заключение хочется сказать, что развитие информационных технологий, в том числе технологий, связанных с Интернетом, дает широкие возможности для использования картографических методов в социологических исследованиях как локального, так и глобального свойства. В настоящее время ограничения для данного метода связаны с возможностями верификации данных, представленных в соответствующих информационных базах. Тем не менее эта новая, модифицированная версия «старого» метода позволяет получить пространственное отображение различных аспектов современного социума и имеет существенный гносеологический ресурс.

Примечания

- ¹ В рамках данной статьи автор не намерен останавливаться на содержательных интерпретациях понятия «социальное пространство» различными авторами (Г. Зиммель, И. Гофман, Э. Гидденс, Я. Морено, М. Фуко, М. Кастельс и др.), заметим лишь, что интерпретация П. Бурдьё была апробирована автором в эмпирических социологических исследованиях, связанных с изучением специфических социальных пространств (храм, спортивный зал, учебное заведение).
- ² Стрельникова А.В. Социальное картографирование: Эволюция метода // Вестник РГГУ. 2013. № 2 (103). Серия «Социологические науки». С. 214.
- ³ ФОМ. Георейтинг – конструкция выборки. [Электронный ресурс] URL: <https://bd.fom.ru/report/map/georating/> (дата обращения: 11.11.2017).
- ⁴ Ослон А.А. Мегаяпросы населения России (проект «Георейтинг») // Полис. Политические исследования. 2006. № 6. С. 16.
- ⁵ Там же. С. 19.
- ⁶ Бавин П.С. Социальная география ксенофобии и толерантности // Там же. С. 42.
- ⁷ Кертман Г.П. Московские аномалии: экскурсия по георейтингу // Там же. С. 24–36.
- ⁸ Информационный портал GeoSystemsPro. [Электронный ресурс] URL: <http://geosys.by/>, см. также: <http://www.gisa.ru/assoc.html>, <http://geosys.by/blog/item/9-gis-intro> (дата обращения: 10.11.2017).
- ⁹ Информационный портал СОВЗОНД. [Электронный ресурс] URL: <https://sovzond.ru/services/gis/ogv/> (дата обращения: 15.11.2017).
- ¹⁰ Картографический сервис OpenStreetMap. [Электронный ресурс] URL: <http://www.openstreetmap.org/> (дата обращения: 16.11.2017).