

---

---

## **НЕФОРМАЛИЗОВАННЫЕ ДАННЫЕ: МЕТОДЫ СБОРА И АНАЛИЗА**

Т.А. Сапрыкина, А.В. Пашкевич  
(Москва)

### **О ПРОЦЕДУРЕ КОДИРОВАНИЯ РИСУНОЧНЫХ ДАННЫХ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ: НА ПРИМЕРЕ ИЗУЧЕНИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПРЕСТИЖНОЙ РАБОТЕ**

В статье дано подробное описание применения рисуночной методики и этапов кодирования рисуночных данных в конкретном полевом исследовании, посвященном изучению социальных представлений о престижной работе. В дополнение к подходам к анализу рисуночных данных, существующим в научно-исследовательской практике, предлагается разработанная процедура интерпретации и «прочтения», а конкретно – кодирования рисуночных социологических данных, которая базируется на 6-векторном анализе изображений, а также формулирует ряд правил, рекомендаций по работе с графическими данными. Статья снабжена большим количеством иллюстраций и методических пояснений к ним.

**Ключевые слова:** рисуночная методика, рисуночные данные, кодирование данных, престиж, престижная работа, социальные представления.

---

**Татьяна Александровна Сапрыкина** – аналитик Центра внутреннего мониторинга Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: [tsaprykina@hse.ru](mailto:tsaprykina@hse.ru).

**Анна Валерьевна Пашкевич** – доцент факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: [apashkevich@hse.ru](mailto:apashkevich@hse.ru).

## ***Введение***

Рисунок – весьма редко встречающаяся, хотя и очень интересная методика невербальной диагностики в социологическом исследовании, относящаяся к категории креативных инструментов научного проекта. Рисунок ценен во многом потому, что позволяет ощутимо снизить вероятность получения социально одобряемых вербальных ответов по социально значимым вопросам, которые обычно относят к классу деликатных (чаще называемых сенситивными), и/или выстаивают вокруг них широкий пояс стереотипов (что делает их содержание многослойным и перегруженным). При этом применение рисунка уместно и в тех случаях, когда тема социологического исследования выстаивается вокруг вопроса, отношение к которому респондентам сложно артикулировать вербально (нужные слова «не находятся», «не подбираются» либо в скудной мере отражают подлинные эмоции и переживания), когда трудно донести свою мысль через слово или нелегко преодолеть коммуникационный барьер между интервьюером и респондентом<sup>1</sup>. При этом ошибочно полагать, что в социологическом исследовании познавательные возможности рисунка будто бы противопоставляются потенциалу вербальных методик: зачастую, напротив,

---

<sup>1</sup> Это могут быть, к примеру, исследования следующей тематической направленности: образ семьи и характер отношений между людьми; характер межличностных отношений в паре (в семье, на работе, на улице), восприятие другого («чужого») человека (или социальной (аут)группы) и ксенофобия; образ страны/региона/города; образ политических/социальных институтов; восприятие старости; восприятие тяжелой хронической болезни; восприятие конкретных брендов и многое другое. Так, интереснейшим примером использования проективного рисунка в социально-политологическом исследовании, посвященном изучению политических брендов Консервативной партии Великобритании, является работа [1].

рисуночную методику рекомендуется применять в гармоничном сочетании с классическими вербальными методиками социологического опроса [2, с. 123; 3, с. 432].

Так, например, довольно известные социологические проекты, проведенные в нашей стране с применением рисуночной методики, касаются изучения с ее помощью социальных представлений о стабильности, о власти (например, каков визуальный образ разных уровней власти), каков образ России, каковы социальные установки по отношению к здоровью, к различным формам разрушительного (девиантного) поведения, к проблеме социальной анонии и к другим важным проблемам [4–10]. В большинстве этих исследований методика рисунка не применяется как самостоятельная и автономная, а подкрепляется использованием методик-дублёров с той или иной степенью приоритетности и конкретизации<sup>1</sup>. В результате применения рисуночной методики достигается возможность получить *многоаспектную репрезентацию социальных представлений*: во всей палитре раскрываются визуальные образы и *картины понимания обсуждаемой темы* в опросе, дополненные вербальными комментариями (реже длинными нарративами) его участников.

Вместе с тем популярность рисуночной методики ограничена. Можно предположить, что такая сдержанность (местами осторожность) в допустимости использования рисунка как методики социологического исследования продиктована тем, что процедуры формализации («прочтения») изображений не так четко зафиксированы в сложившихся научных традициях: нельзя сказать, что анализ визуального материала сопровождается канонически выверенными строгими алгоритмами и едиными правилами так называемой *раскадровки* рисунков. Ввиду того, что рисунок – крайне

---

<sup>1</sup> И здесь важно принять во внимание, что может иметь место изменчивость сюжетов и стилей рисунков наших современников: под влиянием образов коммерческой рекламы, кинематографа, а также новых трендов в области развития технических средств мы нередко от руки пишем всё реже, не говоря уже о рисовании.

неструктурированный, сложный и трудоемкий для интерпретации научно-исследовательский материал, а работа по расшифровке визуальных посланий становится порой столь же творческой, как и сама процедура выполнения заданий респондентами, методике рисунка, наряду с другими методиками невербальной диагностики, чаще всего и отводится второстепенное (вспомогательное) место.

В предлагаемом читателям социологическом исследовании авторы попытались зафиксировать свой опыт применения рисуночной методики при изучении социальных представлений о престижной работе: формализовать и упорядочить правила и процедуры «прочтения», систематизации рисуночных данных. Тема *престижной работы*, как и тема престижа в широком смысле слова – *престижная* профессия, *престижное* потребление, *престижный* образ жизни – относятся к категории тех предметных полей, которые в достаточной мере насыщены полемикой стереотипизирования и крайне вариативны по своему содержанию, подчас непросты и неоднозначны для социологического изучения и толкования.

### *Теоретико-методологические ресурсы данного исследования*

Когда речь заходит о проективных методиках и о методике проективного рисунка в частности, то в первую очередь следует указать на методики, широко используемые в психологии и психодиагностике (например, тест Роршаха, тест Люшера, Тематический апперцептивный тест (ТАТ), тест «Дом–Дерево–Человек» и др.). Проективный подход, лежащий в основе такого рода тестов, направлен на исследование личности, на раскрытие внутреннего мира, мира субъективных мыслей и чувств [11–18]<sup>1</sup>. Как пишет Л. Франк, индивида

---

<sup>1</sup> Эти работы по применению проективных методик в исследовательской диагностике личности, социального поведения и социальных представлений считаются классическими в своей области.

помещают в ситуацию, на которую он реагирует «в зависимости от значения для него данной ситуации, его мыслей и чувств» [19, с. 291]. В таких ситуациях каждое спонтанное проявление, отклик индивида несет на себе отпечаток личности, систему внутреннего мира. С помощью проективных методик, по мнению Г. Линдзи, возможно обнаружить латентные, глубоко коренящиеся, в ряде случаев бессознательные характеристики поведения и переживаний личности [20, с. 45]. Здесь можно в явном виде проследить и тесную связь с определением понятия «проекция». Так, проективные методики в психологическом исследовании считаются приемами *опосредованного* изучения личности, позволяющие «отзеркалить» и поднять на поверхность, актуализировать установки и различные особенности личности и ее жизненного опыта, восприятие тех или иных событий [21, с. 309].

Здесь мы несколько уходим в сторону от психодиагностики личности как таковой, применяя *рисуночную методику* – аналог проективной методики, адаптированной для использования в социологическом исследовании. Если проективная методика, по Л. Франку, базируется на таких канонах, как *неопределенность используемых стимулов, отсутствие ограничений в выборе (формулировании) ответа и отсутствие оценки ответов как «верных» и «ошибочных»* [19, с. 291], то для рисуночной методики характерны **лишь последние два принципа, но не первый**. Это связано с тем, что, применяя рисуночную методику, интервьюер явным образом задает необходимый вектор исследования для получения последующих реакций респондентов. Рисуночная методика также зачастую считается разновидностью метода свободных ассоциаций, но ее отличие, по словам С.А. Белановского, состоит в том, что «в рамках этой (рисуночной. – *Авт.*) техники людей просят выразить свои чувства невербальным способом» [22, с. 65–66]. Иначе говоря, рисуночная методика *не направлена на изучение бессознательных* слоев психики, чем она резко отличается от психологических проективных рисунков. Так, далеко не всякий рисуночный тест может быть причислен к ка-

тегории проективных. В социологическом исследовании рисуночный тест рассматривается как инструмент изучения социального восприятия какого-либо конкретного события, определенного предмета, как средство для фиксации границ и содержания образа некоторой социальной проблемы или явления [23]<sup>1</sup>.

Процедура работы с рисуночными данными в нашем исследовании изначально опирается на ряд важных теоретико-методологических идей, почерпнутых в эмпирических исследованиях С.В. Гуреева, Е.А. Алтынцевой, Т.В. Фоломеевой, О.В. Букреевой и др. Подробно укажем на обобщенные правила работы с графическими данными, систематизировав и выстроив в единую нить принципы анализа рисуночных данных. Здесь мы не будем говорить о каждом исследовании по отдельности (хотя каждое из них по-своему уникально, важно, интересно, но в то же время разрозненно с другими по этапам и процедурам анализа), а попробуем «собрать» вместе их результаты, выделив общий знаменатель и логику (характер и очередность этапов) работы с рисуночными данными. Итак, систематизируя и аналитически обобщая подходы, задействованные разными исследователями, можем выделить следующие правила «прочтения» рисуночных данных – каждое изображение можно рассматривать в ракурсе *б-ти «векторов»* (или *пластов*) анализа, комплементарных по отношению друг к другу и неразрывно связанных.

1. **Стилевая типизация:** разбиение рисунков на крупные группы (общности) по стилю/почерку каждого изображения: *рисунок как метафора* (доставляющая целостное аллегоричное социальное послание-историю с использованием общепринятых предметов-аллегорий), *рисунок как персонификация* (такое изображение опирается на образ человека или конкретного животного (иногда мифического, волшебного или устрашающего чудища) с присвоенными им и до-

---

<sup>1</sup> Данная работа раскрывает основные принципы применения философии проективных методов в практике социологических исследований.

вольно легко «считываемыми» качествами, свойствами), *рисунок как символизация* (изображение выстроено вокруг какого-то чёткого и однозначно понимаемого всеми символа или набора символов), *рисунок как загадка*, «художественное чернильное пятно» (изображение как размытое, неоднозначное, витиеватое социальное послание без явно используемых аллегорий и символов).

Конкретными *примерами рисунков-метафор* могут быть упомянуты изображения «загрязняющих рук», «сломанного телевизора (не принимающего сигналы извне)», «распухших карманов», «сжатого кулака», «арены цирка с канатоходцем без страховки», «системы канализации и сточных вод», «подушки с наполнителем из нефтепродуктов», «мусорного бака», «баррикады (противостояния) “левых”, “правых” и “сохраняющих нейтралитет” групп людей», «сельской идиллии с цветами, спокойной речкой и размеренным ритмом жизни» и др.

*Примерами рисунков в виде человека или животного* могут быть упомянуты изображения «оленья с большими рогами (рога отождествляют сложное выстраивание иерархии власти, её “ветвистость и разобщенность”. – Авт.)», «ежика в тумане», «лающей собаки», «крепкого медведя», «парящего орла», «мчащегося коня» и др.

В качестве наглядных *примеров, поясняющих рисунки-символы*, можно назвать изображения «короны», «солнца», «флага», «герба», «стен Кремля», «балалайки и шапки-ушанки», «чашечек весов правосудия», «деревя с мощной кроной», «серпа и молота», «кукловода и марионетки», «контролирующего глаза», «пирамиды», «скипетра», «нефтяной вышки», «географической карты страны/мира», «знака “бесконечность”» и др.

И наконец, в качестве *примеров рисунков-«клякс»* могут послужить абстрактные изображения в виде ломаных и/или кривых линий, кругов, стрелок и подобных графических контуров и/или фигур.

2. **Символическая типизация:** выделение в каждом рисунке конкретного (реже нескольких) символа, несущего важную (центральную) смысловую нагрузку. Можно сказать, что здесь многие иссле-

дователи стремятся выделить *символ-якорь*, отвечающий за общую символическую (иносказательную) ориентацию визуального образа, *ассоциацию*. Наряду с этим уделяют особое внимание маркировке отдельных вспомогательных, но принципиально важных атрибутов рисунка, позволяющих ярче оттенить саму интерпретацию и охарактеризовать социальные представления. Так, например, это могут быть вспомогательные изображения-символы: солнце, *но* закрытое тучей; красивый цветок, *но* под каплями дождя; многоэтажные городские дома, *но* совсем безлюдные, как бы «необитаемые»; туман (указывающий на нечеткость видения проблем, наличие коммуникативных проблем), черная повязка на глазах (аналогично); царская (королевская) корона, *но* с кривизной. Отсутствие людей и, напротив, присутствие схематичных обезличенных фигур на рисунке тоже имеют важное значение. При этом сами символы могут быть подвергнуты некоторой классификации (упорядочиванию), к примеру, можно «собирать вместе» природные, сельские, городские, традиционные (стереотипные), официальные и прочие символы.

3. **Тематическая типизация:** отнесение каждого рисунка к конкретному типу в зависимости от нарочито подчеркнутой *тематической доминанты, тематического вектора*, его ключевой сюжетной линии, идеи. Здесь могут быть выделены, к примеру, такие оси тематической классификации: изоляция (отстраненность) и включенность, противоборство и интеграция (сплоченность), раздробленность и единство, разорванность и цельность, сила и слабость, господство и подчинение, горе и радость, нищета и богатство, многое другое.

4. **Эмоционально-экспрессивная типизация:** сортировка рисунков по критерию вариативности используемых цветов или же их монохромности. Здесь важно общее цветовое решение рисунка – в каких тонах оно выполнено: тусклые серые (или черный), коричнево-болотные цвета в противопоставление яркой, сочной, радостной палитре. При этом более важны не столько сами наименования используемых цветов, а тот эмоциональный фон,



который они создают. Так, к примеру, важно выделить в рисунке общее настроение, музыкальную тональность (минор или мажор), эмоцию, наконец, чувства, такие, как разочарованность, тоска, ирония, восторг (восхищение), пренебрежение (презрительность) и многие другие эмоциональные состояния.

**5. Прорисованность изображения:** многие исследователи указывают, что наличие ясных, отчетливых линий на рисунке, скрупулезность, внимание к каждой детали указывают на высокую заинтересованность респондента к обсуждаемой теме, а также свидетельствуют как о цельности самого рисунка, так и о сформированности мнения. И напротив, рисунок, выполненный как «беглый» эскиз, на скорую руку – схематичный, крайне лаконичный, художественно «сдержанный», – чаще свидетельствует об отсутствии такого интереса, а также нередко о неопределенном или колеблющемся мнении.

**6. Стереотипность или эксклюзивность изображения:** отнесение каждого рисунка к одному из двух типов – так называемые шаблонные рисунки, отражающие скорее устоявшееся отношение к обсуждаемой теме/событию, и неординарные рисунки, с высокой степенью индивидуального творчества, – позволяет дополнительно зафиксировать отношение респондентов к обсуждаемой теме и охарактеризовать однородность (или же, напротив, вариативность) социальных представлений.

Этот *6-векторный анализ* изображений был положен в основу работы с рисунками о престижной работе. Также была составлена схема (рис. 1), согласно которой все рисунки подвергались кодированию.

### *Эмпирическая база исследования*

В представляемом эмпирическом исследовании рисуночная методика призвана охарактеризовать социальные представления молодых людей о престижной работе: какими признаками (атрибутами, основными *признаками*) обладает, по их мнению, такая

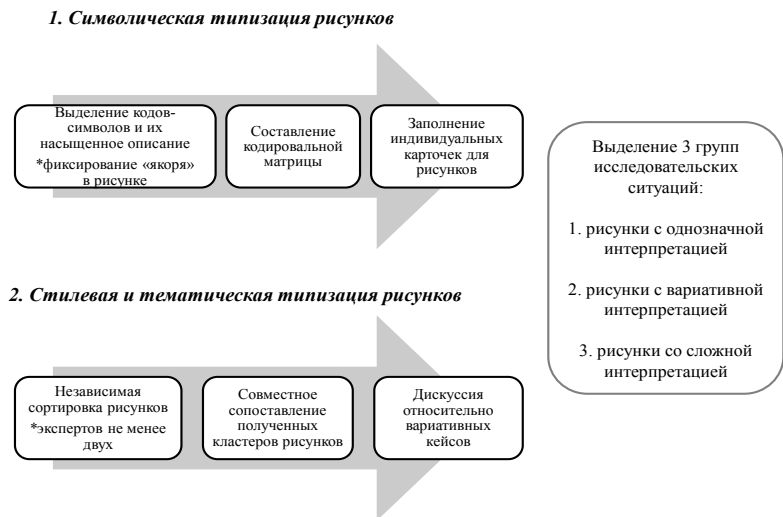


Рис. 1. Схема кодирования рисуночных данных

работа, чем в принципиальной степени отличается от остальных (непрестижных) видов деятельности, каковы типы таких представлений. Во многом потому, что рисунок задает бóльшую свободу выбора при построении композиции своего ответа, свободу аргументации своего мнения и предлагает поле для творчества, для сбора данных была выбрана стратегия сочетания рисунка и интервью. Выборка нашего исследования включала в себя группу молодых людей 18–30 лет (средний возраст – 22 года). Отбор был осуществлен методом «снежного кома» (респонденты давали рекомендации и координаты следующих участников исследования) и методом поиска участников в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook). Всего в исследовании приняли участие 90 респондентов, две трети из них – девушки. Если говорить о занятости опрошенных, то 35 человек (39% в выборке) в настоящее время только учатся, 21 человек (23% в выборке) – только работают, 34 человека (38% в выборке) – совмещают учебу с работой.

Индивидуальные интервью проводились с декабря 2014 по март 2015 г. в Москве и некоторых городах Подмосковья. Продолжительность интервью с одним участником составляла *от 10 до 30 минут*, а непосредственно сам опрос проводился в комфортном для респондентов месте (например, это могло быть учебное/рабочее место респондента, также опрос мог состояться у него дома или на нейтральной территории – в городском кафе, буфете университета). Сама беседа состояла из четырех ступеней, шагов.

**Первая ступень «Знакомство».** В самом начале респондента просили коротко рассказать о себе – только то, что он считает нужным, – имя, возраст, профиль обучения (или специальность, уже полученное образование), профессия в настоящее время, хобби и интересы, опыт участия в социологическом опросе общественного мнения.

**Вторая ступень «Рисунок».** После знакомства в интервью каждый из респондентов получал белый лист бумаги формата А4, ручки, цветные карандаши, фломастеры; далее предлагалась основная формулировка задания: *«Как вы представляете себе престижную работу, её образ? Нарисуйте, пожалуйста»*<sup>1</sup>. Во время выполнения такого задания с респондентом велась краткая беседа: по ходу интервью задавались несколько дополнительных вопросов относительно интерпретации или о прояснении смысла изображаемых символов или объектов, просьба выделить центр («якорь») рисунка, а также пояснить использование конкретных подписей под рисунком («*На каком символе на этом рисунке вы бы сделали свой акцент?*»), «*Что является центром вашего рисунка, вокруг которого всё выстраивается?*»). Получение такого рода вербальных пояснений, комментариев от самих респондентов стало одним из важных правил применения рисуночной методики [2], поскольку это позволяет избежать впоследствии смещенной или же затрудненной интерпретации изображений.

---

<sup>1</sup> При этом воспользоваться цветными карандашами и/или фломастерами респонденты могли по своему желанию.

**Третья ступень «Совместное прочтение».** После завершения работы над рисунком с участниками проводилось небольшое полуструктурированное интервью. Гайд этого *post*-интервью включал в себя следующие вопросы.

1. Почему вы решили изобразить на своем рисунке именно эти символы?

2. Что олицетворяют эти символы в вашем рисунке, что именно вы понимаете под тем или иным атрибутом/объектом на своем рисунке?

3. Почему вы выбрали именно эти цвета? Имело ли с самого начала для вас значение, в какой вообще цветовой палитре выполнять свой рисунок?

4. При выполнении задания испытывали ли вы сложности? Если да, то какие это были сложности?

Ответы респондентов на каждый из этих вопросов фиксировались в блокнот с заранее заданным рубрикаторм (чек-лист), и впоследствии, на этапе анализа данных, эти сведения становились ценной, неотъемлемой частью эмпирического материала при интерпретации результатов [24, с. 27; 25, с. 128], помогали нивелировать риск субъективного, в отдельных случаях вольного, «прочтения» данных.

**Четвертая ступень «Вербальные ассоциации: методика неоконченного предложения».** Помимо изображения своих собственных представлений о престижной работе в виде рисунка, каждому респонденту также предлагалось письменно заполнить краткую анкету (карточку), где вопрос был нацелен на фиксацию им своих вербальных ассоциаций со словосочетанием «престижная работа» [26]<sup>1</sup>. Это помогало в дальнейшем повысить вероятность корректного «прочтения» рисунка – уточнить его смысловую интерпретацию.

---

<sup>1</sup> В этой работе можно подробнее прочитать о методах завершения ситуации и, в частности, завершения предложения.

### *Процедура кодирования рисуночных данных*

Анализ данных, полученных с использованием рисуночной методики, был проведен последовательно и в несколько этапов. **На начальном этапе (символическая типизация рисунков)** авторы исследования выделяли все возможные коды-символы и составляли так называемую *паспортничку кодов*, а именно таблицу с названиями, краткими описаниями и примерами кодов (табл. 1). Эта процедура проводилась двумя исследователями *самостоятельно, независимо друг от друга*; финальная таблица с описаниями кодов была составлена после совместного обсуждения полученных индивидуальных решений. Важно отметить, что при описании кодов во внимание могли приниматься вербальные пояснения самих участников исследования (в том числе рисуночные подписи) тех или иных используемых символов.

Далее, учитывая табл. 1, исследователи осуществляли кодировку каждого отдельного рисунка: фиксировалось, присутствует ли на нем определенный код или нет. При этом факт присутствия кода на рисунке мог быть выражен двумя способами в зависимости от *акцентуации* на данном символе. Так, выделялся центр сюжета, так называемый *якорь* каждого рисунка, отражающий его стержневую основу. Для удобного и наглядного размещения всей информации была составлена **кодировочная матрица**: по столбцам размещены названия выделенных кодов; по строкам – номер каждого отдельного рисунка; в ячейках располагалось число от 0 до 2, отражающее *«вес» (практическую значимость)* кода-символа, где «0» – «код отсутствует», «1» – «код имеет второстепенное значение», «2» – «код имеет первостепенное значение и служит “якорем” рисунка». Таким образом, каждый элемент рисунка был формализован и зафиксирован.

Такого рода «расщепление» изображений на коды позволило, с одной стороны, произвести в дальнейшем *отнесение* того или иного рисунка в *определенную группу* (поскольку в результате ко-

Таблица 1

ТАБЛИЦА КОДОВ: СИМВОЛИЧЕСКАЯ ТИПИЗАЦИЯ РИСУНКОВ

Оси престижной работы	Краткое описание
<p>Авторитет (уважение и власть; власть как обладание эксклюзивными способностями)</p>	<p>Признание за определенными профессиями выдающихся достижений, сфер влияния и компетенций, их совокупной значимости для человечества, доверие к знаниям, доверие к мнению. Изображение представителей профессий «<i>Ядро-3</i>» (<i>фундаментальные</i>, «<i>the core-3</i>»), которые традиционно вызывают уважение и связаны с событиями первостепенной важности в жизни людей. Можно сказать, что речь здесь идет о профессиях, востребованных в первую очередь, на чем базируется <i>любое</i> общество. И в рисунках здесь подчеркивается не материальный статус как аспект престижа, а наличие власти (<i>по Адлеру</i>) – как вызов обществу «я могу с этим справиться, могу понести этот риск, мне это <i>под силу</i>».</p> <p><i>Коды-символы: фигуры людей в соответствующей униформе (экипировке): пред- ставители профессии военнослужащего (защитника Отечества)/ полицейского (хранителя правопорядка), врача, учителя, и основные атрибуты их профессиональной деятельности – военная техника, оружие инспекторов правопорядка, светотвор с ярко прорисованными цветами (зеленый–желтый–красный), стетоскоп, шприц для инъекций, красный (медицинский) крест, школьная указка, школьная доска, очки, книга</i></p>

Продолжение табл. 1

Оси престижной работы	Краткое описание
Самоотдача (жертвенность, трудолюбие)	<p>Присутствие в рисунках таких аллегорий, которые указывают на служение обществу, <i>энергоснабжающую</i> деятельность: когда человек готов принять вызов и пожертвовать собой во благо других людей, во имя или <i>большой идеи</i>, или <i>научно-технического прогресса</i>. Изображение защиты и обеспечения безопасности других или «<i>испытываемого</i>» в научных экспериментах, исследованиях, для достижения прорывных идей, результатов, открытий</p> <p><i>Коды-символы: аббревиатура МЧС, спасатель, парашютист, военная техника по защите/спасению (самолет, вертолет, корабль), врач, машина скорой помощи, космонавт в космической ракете, уставший ученый в своей лаборатории, босс-трудяга, босс-«осьминог»</i>, отвечающий за 1001 дело и наделенный вместо двух рук – «руками» осьминога</p> <p>Как правило, эти аллегории тесно переплетаются с первым вектором символов (см. в табл. 1 выше) – «<i>Авторитет</i>» (<i>уважение и власть; власть как обладание эксклюзивными способностями</i>). И нередко с группой символов «<i>Благодарность</i>» (<i>награда, признание, поощрение</i>), см. в табл. 1 далее</p>
Знание (компетентность, интеллект, эрудиция, качества эксперта, экспертная власть, начитанность)	<p>Изображение предметов, традиционно олицетворяющих интеллект, высокую квалификацию, обладание <i>специальными</i> навыками (в некотором смысле – «<i>недосыаемыми</i>» для большинства других), информированность, знание, компетентность. Особый акцент сделан на профессионализме, на основании которого во многом и осуществляется <i>социальная стратификация</i></p> <p><i>Коды-символы: книги, конффератка, мантия, дипломат, формулы, микросхемы, компьютеры, химические приборы, трибуна (кафедра) ученого / спикера (докладчика), лаборатория, гриф «совершенно секретно» или «посторонним вход воспрещен», фигура судьи, чаши весов правосудия – «да» или «нет», «наказание» или «помилование»</i></p> <p>Нередко эти аллегории тесно переплетаются с группой символов «<i>Известность</i>» (<i>публичность, поиск славы</i>), см. в табл. 1 далее</p>

Продолжение табл. 1

Оси престижной работы	Краткое описание
<p>Благодарность (награда, признание, поощрение)</p>	<p>Сюжетная линия признательности или благодарности, выраженная в форме подарков, наград, разных почестей  <i>Коды-символы: рукопожатие, коробка с подарком, букет цветов, деньги как подарок, «преклоненное» колени, «сердечки», аплодисменты, салют (фейерверк), медаль (звезда) за заслуги</i></p>
<p>Богатство (деньги)</p>	<p>Идея материального достатка, финансовой состоятельности, раскрепощенности. Подразумевается безграничное богатство («оно не заканчивается»), свобода в обращении с деньгами, сребролюбие, возможность широкого потребления  <i>Коды-символы: золотой дождь, отдельные купюры, валюта, саквоязе (или мешок) с деньгами (чаще отмеченных символом \$), монеты, кредитная карта, дорогие ювелирные украшения и аксессуары (кольцо, перстень, ожерелье с драгоценными камнями), «биссейн» с золотыми монетами (по аналогии с известными мультипликационными фильмами «Скруэж Макдак» / «Утиные истории», «Золотая антилопа»)</i></p>
<p>Безопасность (защищенность, стабильность)</p>	<p>Идея безопасного здания, каменной стены, башни-крепости, форпоста, некоего ковета – там, где внешняя среда не страшна (и представляет меньшую угрозу), если ты внутри, а не снаружи                      Защищенность понимается как принадлежность к какой-либо большой и влиятельной бизнес-корпорации, влиятельному социальному институту, большому и мощному агрегату, объекту-калангу», которые во многом задают правила и нормы существования во внешней среде. Это в свою очередь дает определенную свободу мнения и действия тем, кто является частью таких корпораций  <i>Коды-символы: на рисунке названия крупных корпораций (Газпром, Роснефть, Сбербанк, Unilever и др.), социальных институтов (Госдума, Центробанк, министерство и др.), именной пропуск для входа в такую организацию-«атланти», бейдж сотрудника организации-«атланта»</i>                      Как правило, такие организации изображались на рисунке крупным планом или же во весь лист</p>



Продолжение табл. 1

Оси престижной работы	Краткое описание
Демонстративность (имидж, внешность, статус)	<p>Изображение предметов, олицетворяющих высокий статус, <i>имиджевое (внешнее, демонстративное)</i> потребление. Нередко (но не всегда) это может быть расточительная «игра на публику», когда значимая роль отводится «языку брендов», подчеркивающих социальное положение владельца таких предметов потребления, привлекающих внимание окружающих и <i>доказывающих обладание богатствами («я могу себе это позволить»)</i></p> <p><i>Коды-символы:</i> предметы потребления высокого социально-экономического статуса – <b>яхта класса люкс, личный вертолет, раритетный или модный автомобиль, целый «автомобиль», villa на берегу моря, личный водитель, путешествовать на острове, этикетки брендов дорожной одежды и украшений, наличие прислуги, работа в престижной фирме (названия крупных корпораций, чьи имена у всех на слуху)</b></p>
Известность (публичность, искание славы)	<p>Изображение славы и популярности, возможности не затеряться в «толпе», но быть на виду у всех, либо подчеркнутая принадлежность (сопричастность) к крупным заметным организациям, чьи имена хорошо известны, на слуху. Человек находится в центре значимых событий, считает себя вправе нести слово публике, его узнают на улице, он <i>по внешним меркам и признакам</i> знаменит</p> <p><i>Коды-символы:</i> <b>экран телеэкватора, трибуна в большом зале (полном внимания зрителей зрителей), микрофон, чтение рубрики «Новости», названия корпораций и социальных институтов (Газпром, Лукойл, Роснефть, Государственная Дума и др.)</b></p>
Лидерство (амбициозность, преодоление)	<p>Идея целодостижения, первенства, активности, <i>поединка со временем</i>, конкуренции, спортивной олимпиады, напряжения сил, соперничества (по отношению как к внешней среде, так и к себе), идея внутренней или внешней борьбы, противостояния («я сделал это; ура!», «всё выше, выше и выше!»). Стремление к достижениям, проявление высоких амбиций и упорства для того, чтобы «<i>обогнать</i>», стать лучшим (или доказать себе собственные способности, силу, могущество, статус и др.)</p> <p><i>Коды-символы:</i> <b>пьедестал, стрела, ступени, лестница, звезда, флаг/лента чемпиона, приз, корона, медаль, кубок, погоны (и на них – количество звезд), вершина горы, обгон (есть первые и отстающие), мишень, прыжок, старт и финиш, «первые в космосе» (космический корабль)</b></p>

Продолжение табл. 1

Оси престижной работы	Краткое описание
<p>Власть надсмотра, возможность встретить подчинение приказу)</p>	<p>Власть обретают через преодоление (прохождение) последовательности ступеней, должностную иерархию: руководитель обладает большими (в ряде случаев абсолютными) полномочиями и осуществляет контроль деятельности своих сотрудников, которые подчиняются его распоряжениям. Начальник изображается, скорее, как <i>(сгучающий) администратор-надсмотрщик, но не как творческий, профессиональный или идейный лидер или авторитет</i></p> <p><i>Коды-символы: «ступени» карьерной лестницы, вальяжная крупная фигура руководителя (босса) с ногами в ботинках на столе, (мельче) фигуры послушников, отдельный кабинет директора на самом верхнем этаже, стеклянный пол, собственный бизнес-центр (плаза) в виде небоскреба (для контраста используется изображение дерева – его размеры несопоставимо меньше размеров самого здания) с вертикальной площадкой, фигуры всевозможной прислуги, секретарей, помощников</i></p>
<p>Удовольствие (комфорт)</p>	<p>Изображение жизни в свое удовольствие, приятной и комфортной атмосферы без каких-либо насущных проблем, без суеты: так называемый мир «Баунти» (слоганы рекламных кампаний Bounty – «Райское наслаждение», или слоган рекламной кампании Danone – «И пусть весь мир подождет»). Еще один аспект престижа заключается в возможности построить течение собственной жизни по заданному ритму – достаточно размеренному и неторопливому</p> <p><i>Коды-символы: «смайлы», солнце, пальмы, пляж, чайки, море, часы со стрелками «без пяти минут шесть» (подчеркивается нормированный график работы), чемоданы для путешествий, панамы, купальник или шорты, шезлонг или гамак, корзина с фруктами, зонтик от солнца</i></p>

Окончание табл. 1

Оси престижной работы	Краткое описание
<p>Свой мир (дом, независимость, свобода)</p>	<p>Наличие свободы в принятии решений и в распоряжении своим временем, когда не нужно подстраиваться под окружающий мир. В этом контексте свобода, независимость понимаются как <i>абсолютная, подлинная роскошь: «я творец (хозяйин) своей жизни»</i></p> <p>Акцент на семейном счастье как <i>тихой гавани</i> в бурном житейском море, семейном благополучии как важной ценности человеческой жизни. Создание уюта в доме и вокруг него. <i>Бегство из мира</i>. Престижна та работа, которая <i>позволяет это осуществить</i></p> <p><i>Коды-символы: дом</i> (как особняк; реке – в деревенском стиле – с треугольной крышей и окошками; с трубой, откуда идет дымок, – в доме телло), <i>фигуры взрослых и детей, нарисадник, дворик, песочница, качели, красивый пейзаж – горы, лес, деревья, сад, цветы, река, лужайка; иногда извилистая дорога к дому</i> («затерявшегося на лоне природы»), <i>забор</i> (часто как символ отстраненности, затвора от той, другой, жизни)</p> <p>В отдельных случаях эти аллегории связаны с группой символов «<i>Богатство</i>» (<i>деньги</i>), «<i>Удовольствие</i>» (<i>комфорт</i>) и/или «<i>Безопасность</i>» (<i>защищенность, стабильность</i>) – см. в табл. 1 выше</p>

дирования был зафиксирован его центр или же выявлено смещение центра рисунка, или отмечены второстепенные коды, которые меняют, уточняют «историю» каждого рисунка); с другой стороны, полноценная работа с кодами позволила сконструировать теорию о дифференциации социальных представлений (конкретно в данном исследовании были сконструированы **оси престижа**, в системе координат которых разместились в дальнейшем выделенные типы представлений о престижной работе).

Довольно много рисунков содержали в себе несколько совершенно разных символов одновременно и вызывали дискуссию между авторами исследования о наличии **полиаспектности** в структуре представлений о престижной работе. В таких случаях различие между тем, выделять ли код как первостепенный или второстепенный, проводилось на основе соотнесения изображенных символов с вербальными пояснениями респондентов, полученных в ходе ответов на вопросы пост-интервью (в частности, «На каком символе в этом рисунке вы бы сделали свой акцент?» и «Что является центром вашего рисунка, вокруг которого всё выстраивается?»), и предпочтение отдавалось именно полученным ответам. Стоит отметить, что во всем массиве изображений присутствовало небольшое количество рисунков без «якоря» [в 13 из 90], что подтверждают реплики самих респондентов (например, «здесь не могу выделить центр, всё взаимосвязано» или «каждая часть рисунка одинаково значима, и нельзя выделить главное»). Кроме того, встречались и такие символы, которые сходу не поддавались интерпретации (так называемые *неоднозначные символы-аллегории*); в этой ситуации также обращались к вербальным комментариям.

Дополнительные векторы анализа изображений (**эмоционально-экспрессивная типизация рисунков, прорисованность, стереотипность или эксклюзивность изображения**) нашли свое отражение в формализованной карточке следующего образца, которая была заполнена для каждого из рисунков (табл. 2).

Таблица 2

СХЕМАТИЧНЫЙ ПРИМЕР ШАБЛОНА КАРТОЧКИ ДЛЯ  
РИСУНКОВ И ПРИМЕРЫ ЗАПОЛНЕННЫХ КАРТОЧЕК

<b>Код рисунка</b>	<b>Код рисунка Т-Р-41</b>
<b>Тематическая группа №</b>	<b>Тематическая группа № 2</b>
<b>Предварительное название</b>	<b>Предварительное название</b> «Я большой и заметный»
<b>Атрибуты/коды-символы</b>	<b>Атрибуты/коды-символы</b>
1.	1. «Банк»
2.	2. «Нефтевышка»
...	3. «Всемирная паутина (Web)»
<b>Общее настроение рисунка</b>	<b>Общее настроение рисунка</b>
	Выполнен в серо-синих тонах, тщательно прорисован и достаточно строг по своей композиции. Каждая деталь несет свою смысловую нагрузку. Скорее отражает стереотипные представления

<b>Код рисунка Р-Т-86</b>
<b>Тематическая группа № 3</b>
<b>Предварительное название</b> «Радетели безграничного богатства»
<b>Атрибуты/коды-символы</b>
1. «Купюры с \$»
2. «Лопата»
3. Деловой костюм, шляпа
<b>Общее настроение рисунка</b>
Выполнен цветными карандашами в радостной палитре. Оригинальный (но не эксклюзивный) сюжет, вызывающий интерес

<b>Код рисунка Р-Т-49</b>
<b>Тематическая группа № 5</b>
<b>Предварительное название</b> «В поиске роскошной жизни»
<b>Атрибуты/коды-символы</b>
1. «Автомобиль»
2. «Личный водитель»
3. «Красная дорожка»
<b>Общее настроение рисунка</b>
Присутствуют яркие цвета (красный, зеленый, синий), у персонажей – улыбки на лицах. Изображение по настроению можно считать позитивным. Каждый символ прорисован не схематично, а очень детально

**На втором этапе (стилевая и тематическая типизация рисунков)** исследователи автономно друг от друга распределяли все рисунки на несколько групп, принимая за основу общую сюжетную линию каждого из них, учитывая результаты символической классификации и кодирования (осуществленные на начальном этапе), а также информацию, зафиксированную в протокольных карточках (см. табл. 2), аллегория каждого визуального послания<sup>1</sup>. Такая независимая сортировка заняла у каждого эксперта в общей сложности две недели, а каждый рисунок был промаркирован. Далее последовали: а) совместное сопоставление полученных кластеров рисунков и б) дискуссия относительно изображений с размытой или же вариативной интерпретацией. Ряд таких спорных рисунков теснейшим образом соотносился с вербальными пояснениями самих участников исследования (их ответы на вопросы «Что олицетворяют изображенные символы?», «Что именно вы понимаете под тем или иным атрибутом/объектом на своем рисунке?»), и уже на основе комментариев респондентов рисунок был отнесен к тому или иному кластеру как к наиболее адекватному. На практике выстроенная типология представлений (табл. 3) о престижной работе оказалась разнообразнее, чем изначально, после изучения соответствующих источников с опросами общественного мнения о престижных профессиях и видах деятельности [28; 29; 30; 31; 32; 33]<sup>2</sup>.

Далее представим читателю некоторые рисунки. Атрибуты (в том числе рисуночные подписи), которые были приняты во внимание при интерпретации рисунков, отмечены на них ромбом с символом «восклицательный знак»; спорные символы, которые вызывали сомнения при «прочтении» рисунков, выделены ромбом

---

<sup>1</sup> При этом надо отметить, что абстрактных, совсем непонятных рисунков – «клякс» в массиве не было вовсе.

<sup>2</sup> Развернутое описание выстроенной типологии представлений о престижной работе, портретов каждого из типов см. [26].

Таблица 3

ТИПОЛОГИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПРЕСТИЖНОЙ РАБОТЕ:  
ТЕМАТИЧЕСКАЯ ТИПИЗАЦИЯ РИСУНКОВ

Типы представлений	Краткое описание тематической группы
«Я большой и заметный»	<p>К этой категории рисунков относятся те изображения, где подчеркнута фигурируют названия крупнейших корпораций и организаций-«аглантов», которые у всех на слуху. При этих обстоятельствах индивид воспринимает себя как значимую персону и одновременно чувствует себя защищенным, поскольку он – часть большой, устойчивой корпорации. Спектр выполняемых профессиональных обязанностей в этом контексте имеет уже второстепенное (и куда менее важное) значение по сравнению с тем, где <i>(а не кем)</i> ты работаешь</p>
«Обладатели экспертной власти»	<p>В рисунках этой категории особо подчеркивается, что престиж работы связан с обладанием особым знанием, высокой квалификацией. Человек на рабочем месте – это в первую очередь эксперт-профессионал, интеллектуал, знаток своего дела, мастерски знающий свое ремесло</p>
«Радетели безграничного богатства»	<p>В рисунках данного типа наблюдается фетиш денег и финансового достатка. Акцентуация в рисунках – богатство без границ. Престижна та работа, где материальный достаток неисчерпаем, когда присутствует абсолютная, ничем не стесненная свобода в деньгах, перераспределяющая, по убеждению людей, вариативность жизненных возможностей</p>
«Сопричастники великой миссии»	<p>Престижная работа неизбежно связана с сопричастностью к чему-то великому, значимому, предполагает грандиозные свершения или масштабные идеи. Это во многом всё то, что связано с жертвенностью или готовностью принять вызов. Нередко это сюжетная линия в рисунках соприкасается с идеей лидерства</p>

Продолжение табл. 3

Типы представлений	Краткое описание тематической группы
«В поиске роскошной жизни»	<p>Престижная работа олицетворяется с возможностью приобретения крайне дорогих материальных ценностей, обладание которыми подчеркивает высокий экономический статус владельца. Иными словами, люди, имеющие престижную работу, стремятся подтвердить, продемонстрировать высокий статус, который могут «прочитать» все окружающие. Такая работа открывает широкие возможности имиджевого потребления, часто только для того чтобы транслировать о себе представление как об успешном («состоявшемся») человеке, который может многое позволить</p>
«Когда я хозяйн своей жизни и она “полная чаша”»	<p>Красной нитью в рисунках этой категории проходит социальное послание о том, что престижная работа позволяет <i>строить</i> свою жизнь <i>независимо</i> от событий окружающего мира, задавать атмосферу вокруг себя в гармоничном наполнении, причем по своему усмотрению. Благополучие и свобода, неограниченность в тратах денег, материальный достаток в этих рисунках – комплементарные (и крайне важные) инструменты построения «собственного земного счастья»</p>
«Я привилегированный руководитель»	<p>Престижна та работа, которая предполагает достижение вершины в иерархии (<i>по классическому типу организации-треугольника</i>), по существу, такая работа предполагает выстроенную <i>должностную</i> лестницу: есть начальник (администратор, поручитель, работодатель) и есть подчиненный-исполнитель; есть тот, кто командует и контролирует, и тот (те), кем командуют, с кого спрашивается. Выстроена <i>вертикаль власти</i> над другими людьми, есть четкая <i>регламентированная субординация</i>. Об оправданности такой модели управления и о профессионализме в этой группе рисунков, как правило, речь не идет</p>
«В гонке достижений/на пьедестале лидерства»	<p>Престижная работа – когда неизбежны <i>скорость, адреналин, динамика, жажда добиться большего, стремление опередить, неудовлетворенность статичным положением вещей</i>. У стремящихся к достижениям вдохновение приносит перспектива победы и покорение «своей вершины» («я лидер!»)</p>



Окончание табл. 3

Типы представлений	Краткое описание тематической группы
«Когда работа без «переработы»»	<p>Престижная работа приносит независимость, а именно: наличие свободного времени, которое можно тратить на отдых, расслабление от суеты и в каком-то смысле бегство «в безмятежность». Сама престижная работа не должна быть обременительной и изнуряющей. Важно, чтобы всегда находилось время для отдыха</p>
«Когда ты знаменит, «звезда экрана»»	<p>Представления о престижной работе отражают такие категории, как внешняя слава, публичность, популярность, возможность быть на виду, <i>в центре внимания</i>, и пользоваться широкой известностью</p>
«Когда люди мне благодарны»	<p>Рисунки данной категории иллюстрируют проявления социальной признательности за проделанную работу и благодарности за выполнение какой-либо просьбы, поручения. Престижная работа <i>не останется незамеченной</i>, «<i>в тени</i>», <i>без внимания</i>, но, напротив, награждается, оказывается нужной, важной. Она неизбежно приносит поощрение (нередко — награждается материально, а не только символически и эмоционально)</p>
«Деятельный босс «как белка в колесе»»	<p>Престижная работа неизбежно предполагает высокой административный и экономический статус (вы — начальник, руководитель, идейный, творческий лидер, состоятельный человек) и одновременно <i>высокую зону ответственности, множество</i> проектов, <i>обязательств</i>, планов, замечок, пунктов для реализации. Власть не сводится к структуре отношений «господство/подчинение», но предписывает большой вклад, труд, усилия. Один день из жизни человека, находящегося на таком престижном месте, — это своего рода организатор со множеством записей и протоколов для исполнения</p>

с символом «вопросительный знак». В итоге были зафиксированы 3 группы *исследовательских ситуаций*, с которыми мы столкнулись при обработке рисунков.

1. *Рисунки с однозначной интерпретацией* – «прочтение» таких рисунков не вызывало затруднений, поскольку чаще всего в них содержалось не более 2-х кодов и сюжет был интуитивно понятен. Стоит заметить, что при интерпретации принимались во внимание не только сами символы, но и размер, прорисованность, детализация и композиция разных частей рисунков. Важность данного замечания можно пронаблюдать при изучении *рис. 3б*: изображение отдельно стоящей фигуры человека (вынесенной за общие рамки иерархической лестницы, и явно большего размера по сравнению с фигурой генерального директора) с портфелем «Финансы» может свидетельствовать о том, что это, скорее, персона руководителя, который контролирует все финансовые потоки, и занимает в любой фирме (организации) особое, «неприкосновенное» положение, отчего его работа и считается престижной (*рис. 2–4*).

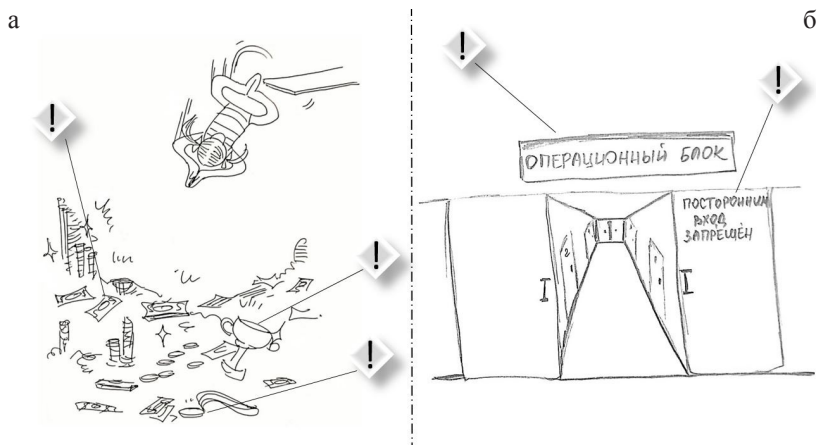


Рис. 2. Примеры рисунков с однозначной интерпретацией

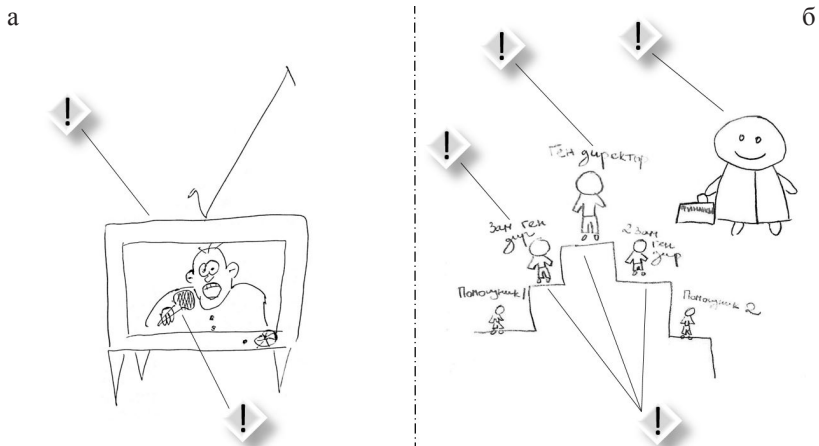


Рис. 3. Примеры рисунков с однозначной интерпретацией

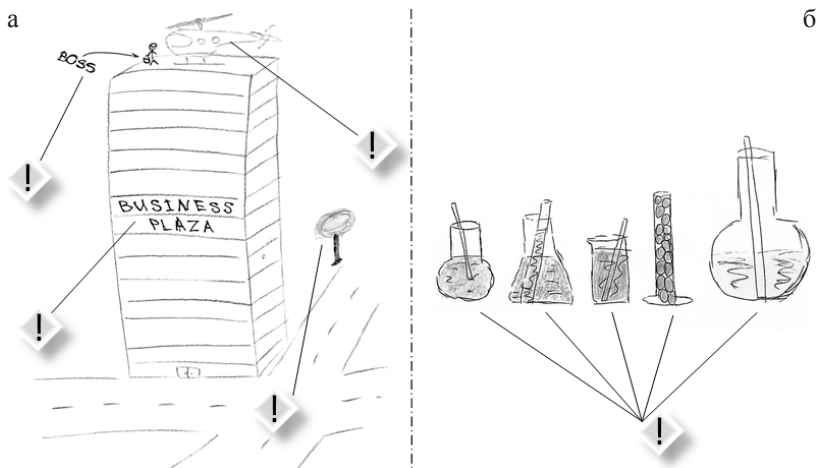


Рис. 4. Примеры рисунков с однозначной интерпретацией

2. **Рисунки с вариативной интерпретацией** – «прочтение» рисунков этой группы затрудняется наличием нескольких (порой довольно разрозненных по смыслу) атрибутов-символов, и, чтобы избежать смещенной интерпретации символов и ошибочного причис-

ления рисунка к тому или иному типу представлений, исследователи обращались к вербальным пояснениям, высказанным участниками в ходе пост-интервью (рис. 5–7). Так, например, информантам задавались вопросы о выделении центра (рис. 5–6), спрашивали, какой смысл несет каждый из изображенных символов и как данные символы соотносятся с представлением о престижной работе (рис. 7). Так, например, к рис. 7 были получены следующие вербальные пояснения соответственно: «Такая работа должна помочь человеку стать успешным, при этом он занимается тем, что ему интересно. Лист “клевера” как раз и означает успех в жизни, удачу». «Возможность помогать обществу. Например, принимать справедливые решения в спорах или быть авторитетом. То, что человек принимает решения, значит, что он нужен обществу, без него и без его работы людям было бы тяжело. Ко мнению этого человека обращаются в сложных ситуациях, символы означают мудрость, рациональность, справедливость. Красный цвет – символ власти. Еще он привлекает внимание» (рис. 7б).

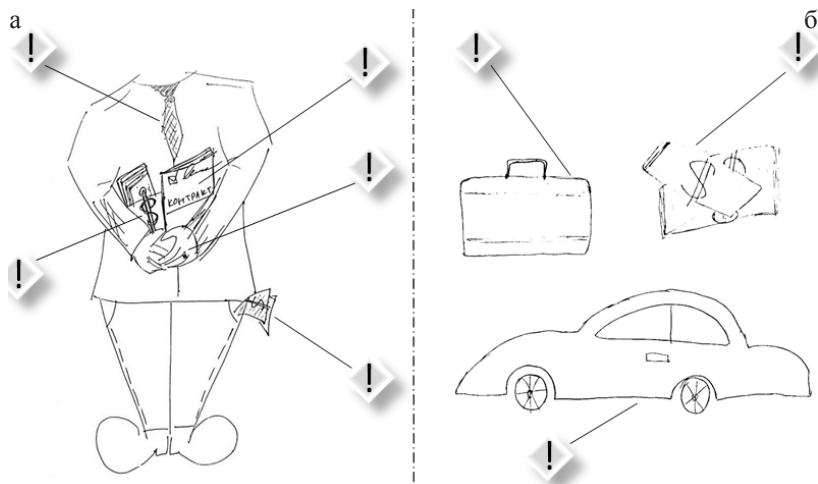


Рис. 5. Примеры рисунков с вариативной интерпретацией

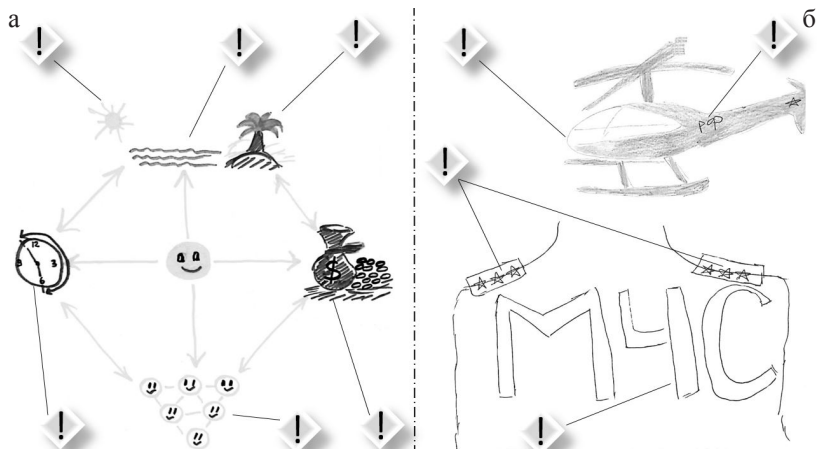


Рис. 6. Примеры рисунков с вариативной интерпретацией

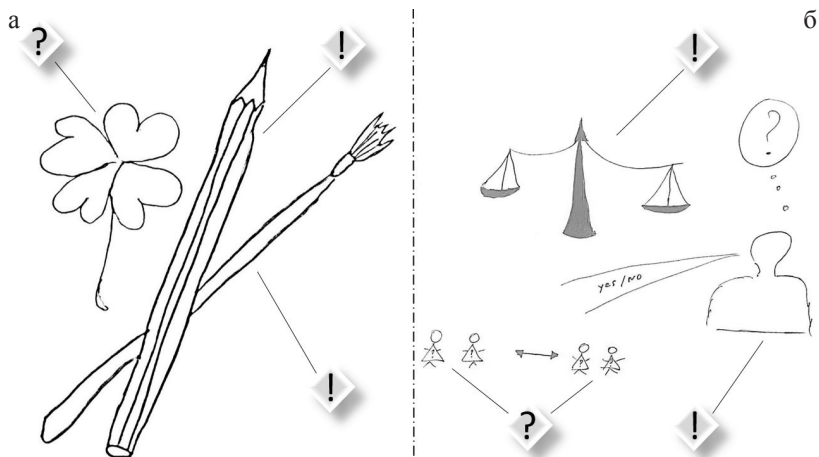


Рис. 7. Примеры рисунков с вариативной интерпретацией

3. **Рисунки со сложной интерпретацией фактически повторяют текст ниже.** Мы называем их труднообъяснимыми, поскольку неясно, что здесь конкретно изображено и как это соотносится с представлениями о престижной работе. В этом случае без обращения к вербальным комментариям авторов рисунков

исследователь не способен причислить такие изображения к какому-либо тематическому сюжету, выделить коды и их первостепенность; такие рисунки вызвали более длительное обсуждение, нежели остальные. В некоторых случаях вербальные пояснения/интерпретации самих респондентов не были целиком уверенными (такая ситуация наблюдалась с рис. 8б). Мы столкнулись с затрудненной интерпретацией некоторых рисунков (например, рис. 9), и были необходимы вербальные разъяснения их авторов. Способами преодоления такого рода трудностей может стать проведение корректного интервью или написание четкой инструкции к выполнению задания для участников исследования.

Так, к рис. 8а были получены следующие вербальные пояснения: *«Престижная работа – это когда связана с наукой, с интеллектуальной деятельностью, с разработкой чего-то нового. Процесс мыслительный приводит к рождению новых идей. Это дано не каждому, поэтому люди такие – особенные. Здесь мозг человека заполняется знаниями, фактами. Причем постепенно. И потом приходит озарение...»*. *«М-м... я не знаю. Человеку должно просто нравиться его дело, должно быть комфортно на работе. Это просто мирное небо над головой, дом/работа, у человека всё хорошо... Трудно описать»* (к рис. 8б). *«Ну, это означает, что человек – начальник, у него свой автомобиль, работает в офисе. Мне кажется, нет центра здесь, в рисунке. Все три части связаны и равны»* (рис. 9а). *«Здесь одна фигура. Она и есть главная. Видите, он в костюме и с дипломатом, с серьезным лицом. Руководитель какого-то бизнес-проекта или фирмы»* (к рис. 9б).

Каждая из названных выше групп исследовательских ситуаций была сопоставлена с теми типами социальных представлений, которые были выделены на начальном этапе. Так, оказалось, что в двух типах – *«Когда я хозяин своей жизни и она “полная чаша”»* и *«Деятельный босс “как белка в колесе”»* – не было ни одного рисунка с однозначной интерпретацией; при этом доля рисунков с однозначной интерпретацией значительно превышала долю всех

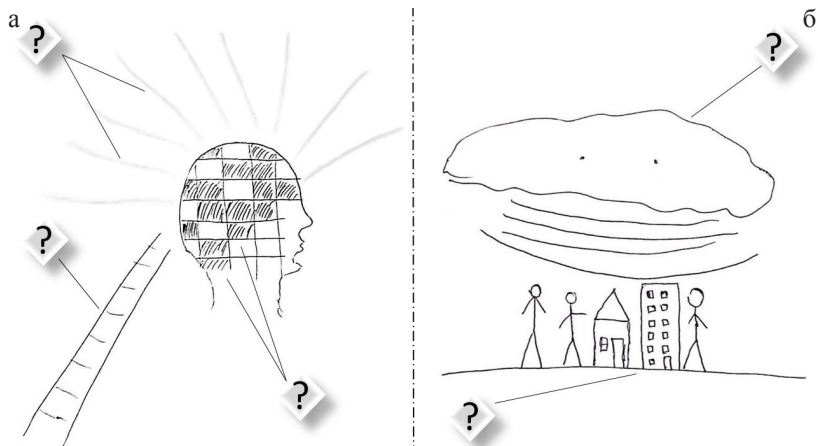


Рис. 8. Примеры рисунков со сложной интерпретацией

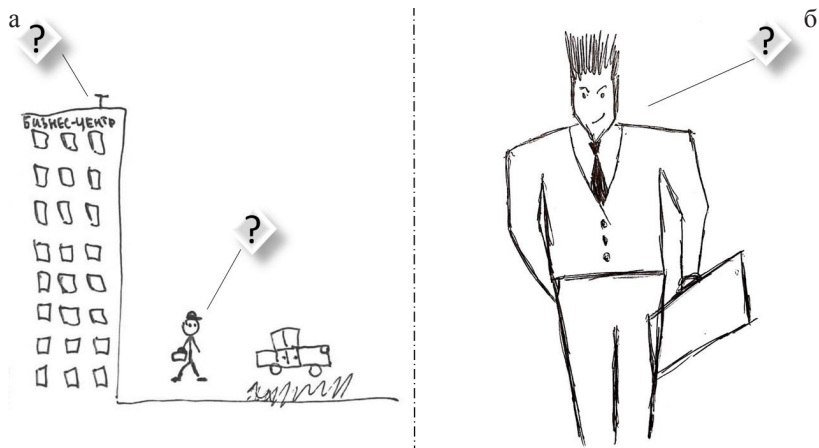


Рис. 9. Примеры рисунков со сложной интерпретацией

остальных изображений в типах представлений «Обладатели экспертной власти» и «Радетели безграничного богатства». Типы «В поиске роскошной жизни», «Я большой и заметный» и «Когда я хозяин своей жизни и она “полная чаша”» отличаются

преимущественно вариативной интерпретацией рисунков. Изображения со сложной в той или иной степени интерпретацией встречались практически в каждом из выделенных типов социальных представлений, кроме трех («*В поиске роскошной жизни*», «*В гонке достижений/на пьедестале лидерства*», «*Когда работа без “переработы”*»).

### ***Заключение***

По итогам проведенного исследования можно изложить некоторое видение правил «прочтения» рисуночных данных, которые можно выразить в форме *методической последовательности*. Такого рода рекомендации позволят, на наш взгляд, избежать трудностей в работе с рисуночной методикой, в кодировании данных и проводить эффективный анализ рисунков в будущих исследованиях. Вариант рекомендаций, выстроенный в последовательном порядке, может выглядеть следующим образом:

– значимым методическим инструментом должен стать ***гайд для проведения полужормализованного интервью***; вопросы могут задаваться как по ходу интервью – когда участники исследования выполняют рисунок, так и после; именно вербальные комментарии помогают избежать субъективного или смещенного прочтения смысла рисунков и могут служить основой для более детальной (а не упрощенной) интерпретации изображений;

– если в исследовании предполагается использование не только рисуночной методики, но и какой-либо другой (например, письменного вербального вопроса), то *в первую очередь* следует размещать задание на рисунок, и уже после – всё остальное; такой порядок расположения позволит респондентам сконцентрироваться именно на осмысленном изображении образа, символов, атрибутов, а не на прорисовке ранее сформулированных текстовых ответов;

– по ходу выполнения рисунка интервьюеру *крайне важно* постоянно напоминать респонденту, что в данном случае ***не оце-***



*ниваются его художественные способности*, не проблема, если человек «не умеет рисовать», и не вокруг этого выстраивается сама идея задания;

– хорошо, если рисуночные данные анализируют *несколько (не менее двух)* экспертов, причем им следует проводить сегментацию массива рисунков сначала *независимо*, ни о чем не сговариваясь друг с другом и не обсуждая; аналогичным образом (т.е. каждый эксперт индивидуально) предполагается и проведение процедуры по составлению списка кодов, интерпретации сюжетных линий в рисунках; только после этого этапа можно переходить к *коллегиальному сопоставлению* полученных результатов; стоит заметить, что такая процедура совместного обсуждения может быть *длительной и нередко цикличной*;

– при процедуре обработки рисунков следует строго фиксировать *стержневую линию сюжета*, вокруг которой выстраивается вся *история* отдельно взятого рисунка; далее каждый из атрибутов (символов) должен быть формализован: например, это может быть матричная таблица кодов;

– помимо формализованной таблицы с кодами нельзя забывать и о *насыщенном описании* таких символов-кодов; описание может быть составлено на основе как вербальных разъяснений участников исследования, так и коллегиальной дискуссии экспертов.

Предложенная процедура кодирования рисунков несколько отлична от тех, что предлагают авторы существующих исследований по применению рисуночной методики. Основное *отличие* (или дополнение) заключается в логичной связке *всех 6 векторов анализа изображений*, что позволяет проводить более детальную, насыщенную и при этом, немаловажно, последовательную работу с рисунками. На выходе исследователи приходят к полноценному видению картины изучаемого феномена и способны сформулировать ряд гипотез для дальнейших исследований.

Зачастую считается, что анализ рисуночных данных – субъективен, основан на интуитивных предположениях или зависит

от квалификации исследователя, но это связано с отсутствием общих, стандартизованных способов обработки таких данных, они канонически не заданы. Один из способов преодоления названной субъективности может заключаться в **получении интервьюером интерпретаций, разъяснений от самих респондентов** в процессе и/или после изображения рисунка. Такие поясняющие суждения позволяют как *расшифровать смысл* некоторых отдельных элементов, так и *выделить основные темы*, важные значения и образы в контексте изучаемого феномена, *сузить* область понимания рисунка.

В рисуночных данных все визуальные образы содержат в себе какую-либо историю, различные символы, каждый из которых нагружен определенным смыслом, и именно эти второстепенные (для респондента), не всегда сознательно изображаемые атрибуты могут стать определяющими при подведении итогов исследования. Так, мы подчеркиваем значимость многогранного рассмотрения основного концепта социологического исследования, достижение которого, безусловно, является ценным.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Pich C., Armannsdottir G., Dean D.* The Elicitation Capabilities of Qualitative Projective Techniques in Political Brand Image Research // *International Journal of Market Research*. 2015. No. 3(57). С. 357–394
2. *Гуреев С.В.* Проективные методики в социологических исследованиях: особенности использования графических данных (рисунков респондентов) в методе групповых дискуссий [Электронный документ]. URL: <http://www.sociologos.ru/upload/File/Gureev.pdf> (дата обращения: 5.10.2015).
3. *Bond D., Ramsey E.* The Role of Information and Communication Technologies in Using Projective Techniques as Survey Tools to Meet the Challenges of Bounded Rationality // *Qualitative Market Research: An International Journal*. 2010. No. 4(13). P. 430–440.
4. *Паутова Л.А.* Комплексный подход к исследованию социального представления о стабильности // *Социология: методология, методы, математическое моделирование*. 2004. № 19. С. 32–65.
5. *Алтынцева Е.А.* Визуальные представления российских интеллектуалов о власти // *Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология*. 2012. № 1(9). С. 103–108.

6. Моисеева И.В. Образ законодательной власти в сознании граждан современной России: постановка проблемы // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. № 3(23). С. 14–20.
7. Букреева О.В. Визуальный аспект восприятия политической власти в современной России // Грамота. 2012. № 5(19). Ч. II. С. 35–39.
8. Гуреев С.В. Анализ рисунков в социологических исследованиях // Социологические исследования. 2007. № 10. С. 132–139.
9. Мельникова О.Т., Шайдуллина Ю.А. Методика психологического рисунка в качественном исследовании социальных установок // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2005. № 21. С. 108–127.
10. Фоломеева Т.В. Использование проективных методик для повышения эффективности фокус-групп // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2003. № 17. С. 83–108.
11. Rabin A.I. *Projective Techniques in Personality Assessment: A Modern Introduction*. New York: Springer Publishing Company, 1968.
12. Heimann R.A., Rothney J.W.M. *Development and Applications of Projective Techniques* // *Review of Educational Research*. 1959. P. 73–83.
13. Francis-Williams J. *Rorschach with Children. A Comparative Study of the Contribution Made by the Rorschach and Other Projective Techniques to Clinical Diagnosis in Work with Children*. Место издания: Pergamon Press, 1966
14. Boddy C.R. *Projective Techniques in Market Research: Valueless Subjectivity or Insightful Reality?* // *International Journal of Market Research*. 2005. No. 3(47). P. 239–254.
15. Ramsey E., Ibbotson P., Bell J., Brendan G. *A Projective Perspective of International 'e'-services* // *Qualitative Market Research: An International Journal*. 2004. No. 1(7). P. 34–47.
16. Dykens E., Schwenk K., Maxwell M., Myatt B. *The Sentence Completion and Three Wishes Tasks: Windows into the Inner Lives of People with Intellectual Disabilities* // *Journal of Intellectual Disability Research*. 2007. No. 8(51). P. 588–597.
17. Levin-Rozalis M. *Using Projective Techniques in the Evaluation of Groups for Children of Rehabilitating Drug Addicts* // *Issues in Mental Health Nursing*, 2006. No. 5(27). P. 519–535.
18. Barbour R. *Doing Focus Groups*. London: Sage Publications Ltd., 2007
19. Frank L.K. *Projective Methods for the Study of Personality* // *The Journal of Psychology*. 1939. No. 2(8). P. 389–413.
20. Lindzey G. *Projective Techniques and Cross-cultural Research*. New York: Appleton, 1961.
21. Бурлачук Л.Ф. *Психодиагностика*. СПб.: Питер, 2011.
22. Белановский С.А. *Метод фокус-групп*. М.: Магистраль, 1996.
23. Rose A.W. *Projective Techniques in Sociological Research* // *Social Forces*. 1949. No. 28. P. 175–183.

24. Гурджи И.А. Проективные методики в качественных исследованиях // Практический маркетинг. 2000. № 1. С. 25–32.

25. Мельникова О.Т. Фокус-группы в маркетинговом исследовании: методология и техники качественных исследований в социальной психологии. М.: Академия, 2003.

26. Скворцова Е.В. Качественные исследования в маркетинге, или прямой способ добычи первичной информации // Маркетинг: идеи и технологии. 2012. № 8(48). С. 32–38.

27. Пашкевич А.В., Сапрыкина Т.А. Какая она, престижная работа? (реконструкция социальных представлений на основе прочтения рисуночных данных) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 5. С. 74–91.

28. Данные Всероссийского центра изучения общественного мнения от 16.09.2012. URL: [http://wciom.ru/zh/print\\_q.php?s\\_id=868&q\\_id=60673&date=16.09.2012](http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=868&q_id=60673&date=16.09.2012) (дата обращения: 7.05.2015)

29. Пресс-выпуск ВЦИОМ от 1.10.2012: «Я в юристы бы пошел... пусть меня научат!» URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=113109> (дата обращения: 5.10.2015).

30. Пресс-выпуск ВЦИОМ от 2.10.2014: «Карьера в России: желания и возможности». URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=115001> (дата обращения: 7.05.2015).

31. Пресс-выпуск ВЦИОМ от 11.01.2016: «Рабочие, учителя, военные, или рейтинг доверия профессиональным группам». URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115542> (дата обращения: 5.10.2015).

32. Пресс-выпуск ФОМ от 22.04.2015: «Место работы в нашей жизни». URL: <http://fom.ru/Rabota-i-dom/12130> (дата обращения: 5.10.2015).

33. Самые престижные профессии 2015 года в России. Рейтинг исследовательского центра международного кадрового портала HeadHunter. URL: <http://basetop.ru/samyie-prestizhnyie-professii-2015-goda-v-rossii/> (дата обращения: 5.10.2015).

***Saprykina Tatyana***

*National Research University Higher School of Economics (NRU HSE),  
Moscow, tsaprykina@hse.ru*

***Pashkevich Anna***

*National Research University Higher School of Economics (NRU HSE),  
Moscow, apashkevich@hse.ru*

**On the procedure of encoding pictorial data in sociological research:  
A case study of the prestigious work perceptions**

This paper is devoted to the detailed description of pictorial technique and steps of pictorial data coding in the empirical study of social representations of prestigious job. The procedure of interpreting images, specifically, the procedure of pictorial sociological data interpretation is proposed in addition to the existing approaches to the pictorial data analysis. This procedure is based on the 6-vector image analysis, and also contains a number of rules and recommendations for working with pictorial data. The paper provides a reader with several illustrative examples which are accompanied by necessary methodological explanations.

*Key words:* pictorial technique, pictorial data, data coding, prestige, prestigious job, social representations.

**References**

1. Pich C., Armannsdottir G., Dean D. The elicitation capabilities of qualitative projective techniques in political brand image research, *International Journal of Market Research*, 2015, 3 (57), 357–394.
2. Gureev S.V. *Proektivnyye metodiki v sociologicheskikh issledovaniyah: osobennosti ispol'zovaniya graficheskikh dannykh (risunkov respondentov) v metode gruppovykh diskussij* (in Russian). URL: <http://www.sociologos.ru/upload/File/Gureev.pdf> (date of access: 5.10.2015)
3. Bond D., Ramsey E. The role of information and communication technologies in using projective techniques as survey tools to meet the challenges of bounded rationality, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2010, 4 (13), 430–440.
4. Pautova L.A. Kompleksnyj podhod k issledovaniyu social'nogo predstavleniya o stabil'nosti (in Russian), *Sotsiologiya 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2004, 19, 32–65.

5. Altynceva E.A. Vizual'nye predstavleniya rossijskih intellektualov o vlasti (in Russian), *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psihologiya. Sociologiya*. 2012, 1 (9), 103–108.
6. Moiseeva I.V. Obraz zakonodatel'noj vlasti v soznanii grazhdan sovremennoj Rossii: postanovka problemy (in Russian), *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sociologiya. Politologiya*, 2013, 3 (23), 14–20.
7. Bukreeva O.V. Vizual'nyj aspekt vospriyatiya politicheskoy vlasti v sovremennoj Rossii (in Russian), *Gramota*, 2012, 5 (19), part II, 35–39.
8. Gureev S.V. Analiz risunkov v sociologicheskikh issledovaniyah (in Russian), *Sotsiologicheskie issledovaniya (Sociological Studies)*, 2007, 10, 132–139.
9. Mel'nikova O.T., Shajdullina Yu.A. Metodika psihologicheskogo risunka v kachestvennom issledovanii social'nyh ustanovok (in Russian), *Sociologiya: 4M*, 2005, 21, 108–127.
10. Folomeeva T.V. Ispol'zovanie proektivnyh metodik dlya povysheniya jeffektivnosti fokus-grupp (in Russian), *Sotsiologiya 4M (Sociology: methodology, methods, mathematical modeling)*, 2003, 17, 83–108.
11. Rabin A.I. *Projective Techniques in Personality Assessment: A Modern Introduction*. New York: Springer Publishing Company, 1968.
12. Heimann R.A., Rothney J.W.M. Development and Applications of Projective Techniques, *Review of Educational Research*, 1959, 73–83.
13. Francis-Williams J. *Rorschach with Children. A Comparative Study of the Contribution Made by the Rorschach and Other Projective Techniques to Clinical Diagnosis in Work with Children*. Pergamon Press, 1966
14. Boddy C.R. Projective techniques in market research: valueless subjectivity or insightful reality? *International Journal of Market Research*, 2005, 3 (47), 239–254.
15. Ramsey E., Ibbotson P., Bell J., Brendan G. A projective perspective of international 'e'-services, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2004, 1 (7), 34–47.
16. Dykens E., Schwenk K., Maxwell M., Myatt B. The sentence completion and three wishes tasks: windows into the inner lives of people with intellectual disabilities, *Journal of Intellectual Disability Research*, 2007, 8 (51), 588–597.
17. Levin-Rozalis M. Using projective techniques in *the evaluation of groups for children of rehabilitating drug addicts*, *Issues in Mental Health Nursing*, 2006, 5 (27), 519–535.

18. Barbour R. *Doing Focus Groups*. London: Sage Publications Ltd. 2007
19. Frank L.K. Projective Methods for the Study of Personality, *The Journal of psychology*, 1939, 2 (8), 389-413.
20. Lindzey G. *Projective Techniques and Cross-cultural Research*. New York: Appleton, 1961.
21. Burlachuk L.F. *Psihodiagnostika* (in Russian). SPb.: Piter, 2011.
22. Belanovskij S.A. *Metod fokus-grupp* (in Russian). M.: Magistr, 1996.
23. Rose A.W. Projective Techniques in Sociological Research, *Social Forces*, 1949, 28, 175-183.
24. Gurdzhi I.A. Proektivnye metodiki v kachestvennyh issledovaniyah (in Russian), *Prakticheskij marketing (Practical marketing)*, 2000, 1, 25-32.
25. Mel'nikova O.T. *Fokus-gruppy v marketingovom issledovanii: Metodologiya i tehniki kachestvennyh issledovaniy v social'noj psihologii* (in Russian). M.: Akademiya, 2003.
26. Skvorcova E.V. Kachestvennye issledovaniya v marketinge, ili pryamoj sposob dobychi pervichnoj informacii (in Russian), *Marketing: idei i tehnologii (Marketing: ideas and technologies)*, 2012. № 8 (48). S. 32-38.
27. Pashkevich A.V., Saprykina T.A. Kakaya ona, prestizhnaya rabota? (rekonstrukciya social'nyh predstavlenij na osnove prochteniya risunochnyh dannyh) (in Russian), *Monitoring obshhestvennogo mneniya: jekonomicheskie i social'nye peremeny (The monitoring of public opinion: economic and social changes journal)*, 2015, 5, 74-91.
28. *WCIOM data, 16.09.2012* (in Russian). URL: [http://wciom.ru/zh/print\\_q.php?s\\_id=868&q\\_id=60673&date=16.09.2012](http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=868&q_id=60673&date=16.09.2012) (date of access: 7.05.2015)
29. *Press-release WCIOM, 1.10.2012*: «Ya v yuristy by poshel... pust' menya nauchat!» (in Russian). URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=113109> (date of access: 5.10.2015)
30. *Press-release WCIOM, 2.10.2014*: «Kar'era v Rossii: zhelaniya i vozmozhnosti» (in Russian). URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=115001> (date of access: 7.05.2015)
31. *Press-release WCIOM, 11.01.2016*: «Rabochie, uchitelya, voennye, ili rejting doveriya professional'nyh gruppam» (in Russian). URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115542> (date of access: 5.10.2015)
32. *Press-release FOM, 22.04.2015*: «Mesto raboty v nashej zhizni» (in Russian). URL: <http://fom.ru/Rabota-i-dom/12130> (date of access: 5.10.2015).

33. *Samye prestizhnye professii 2015 goda v Rossii. Rejting issledovatel'skogo centra mezhdunarodnogo kadrovogo portala HeadHunter* (in Russian). URL: <http://basetop.ru/samyie-prestizhnyie-professii-2015-goda-v-rossii/> (date of access: 5.10.2015)