

Секция «Социологическое исследование современности: теории, методы, результаты»

Оценка эффективности техники извлечения метафор (ZMET)

Научный руководитель – Соловьев Сергей Сергеевич

Дмитриева Мария Михайловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail: dmm548@yandex.ru

Достижения последних лет в компьютерных технологиях, программировании, создании микропроцессорных устройств носят революционный характер. Для социологов это хороший знак. С одной стороны, прямо сейчас, в реальном времени меняются старые, возникают новые взаимоотношения в обществе. Все эти изменения ждут осмысления и всестороннего социологического изучения. С другой стороны, сами новые информационные технологии предоставляют социологам возможность создавать и применять новые методы исследования, сбора и обработки информации и применять их с невиданной ранее эффективностью и охватом. С третьей стороны, с помощью новых технологий генерируется гигантский объем информации - видео- и аудио-сообщения, траектории перемещений в пространстве, социальные структуры виртуальных сетей и т.д. Таким образом, у социолога сегодня есть все: новые темы исследования, большое количество информации и эффективные методы.

Данная работа посвящена углубленному изучению метода ZMET - Техники Извлечения Метафор Джеральда Зальтмана (Zaltman Metaphor Elicitation Technique, ZMET). Хотя этот метод и имеет уже более чем 20-летнюю историю, он становится все более востребованным. Это связано с тем, что в основе метода лежит анализ видео- и фото-материалов, количество которых растет сейчас в геометрической прогрессии.

Специфика данного исследования такова, что основная часть работы находится в глубоко теоретической области. В декабре 2017 года проводилось мини-исследование в качестве примера применения метода ZMET. Для этого была собрана визуальная информация от московских и иностранных студентов Московского государственного лингвистического университета. Эта информация состоит из ряда фотографий, которые, по мнению респондентов, наиболее точно характеризуют Москву.

Главная цель анализа - выявить структуру образов, которые влияют на подсознательное восприятие представленного респондентам продукта. Совокупность образов, объединенных в структуру, отражает основные неосознаваемые ориентиры и ключевые ценности людей на разные стимулы и информацию, связанную с определенным продуктом/явлением.

Метафоры являются главным объектом анализа в методе ZMET. Метафора - это описание одного предмета через элементы или черты другого. Выявленные в процессе исследования образы сводятся к 7 основным метафорам: Balance (Баланс), Transformation (Преобразование), Journey (Путешествие), Container (Хранилище), Connection (Взаимодействие), Resource (Ресурс), Control (Контроль).

Рабочей гипотезой этого мини-исследования является предположение, что ZMET позволяет выполнить компаративный анализ в отношении местных жителей и иностранцев к Москве. Дополнительная гипотеза предполагает, что известные достопримечательности Москвы одинаково воспринимаются иностранцами и москвичами.

Мини-исследование состоит из двух основных этапов. Сначала предъявленным респондентами фотографиям присваивается соответствие тем или иным метафорам. Присвоение

происходит методом экспертной оценки. Далее, данные по метафорам усредняются по группам и сравниваются.

Обнаруженное распределение метафор совпало с теоретическим предсказанием. У иностранцев чаще выявляются метафоры Контроль, Путешествие, Хранилище. У фотографий местных студентов отмечаются метафоры Баланс, Преобразование, Ресурс. Метафора Взаимодействие фиксировалась в равных пропорциях. Таким образом, показано, что действительно существуют отличия в восприятии Москвы иностранцами и местными жителями. И, хотя метафорические наборы незначительно отличаются от фотографии к фотографии, при обработке большого массива эти отличия накапливаются и становятся заметными.

Доказано отличие в восприятии Москвы между иностранцами и местными жителями. Иностранцы, даже длительное время проживающие в Москве, находятся в состоянии некоторого беспокойства. Это объясняется удаленностью их родного края, местными обычаями и традициями. Иностранцы смотрят на город глазами путешественника, замечая порою малозначительные для москвича вещи. Они открыты для нового, необычного. Также они воспринимают и сохраняют в памяти большие потоки новой информации. Иностранцы, находясь в окружении местных жителей, испытывают некоторый дискомфорт, и у них возникает естественное желание держать под контролем общение. Все выше перечисленное способствует преобладанию таких метафор, как: Контроль, Путешествие, Хранилище. Местные жители находятся в комфортных для общения условиях. Соответственно, они больше внимания уделяют непосредственно деятельности - карьере, добыче благ и т.д. Их фотографии чаще всего связаны с такими метафорами, как: Баланс, Преобразование, Ресурс.

Статистическая обработка результатов позволяет оценить достоверность обнаруженного явления в 2 сигмы. Для получения более высоких значений достоверности следует увеличить количество анализируемых данных. Однако достижение такой высокой достоверности не являлось целью данного исследования. При существующем исходном наборе удалось наглядно продемонстрировать работоспособность изучаемого метода ZMET.

Данную работу можно характеризовать как имеющую большую практическую значимость. Во-первых, было показано, что даже на небольшой эмпирической базе, ZMET помог уверенно выявить отличия в восприятии явлений разными группами респондентов. Итоговая положительная оценка эффективности способствует дальнейшему распространению метода. Во-вторых, обнаруженные в ходе применения метода недостатки - такие, как использование экспертных оценок при разложении фотографий по базису метафор, могут послужить толчком к усовершенствованию метода и его дополнению и/или творческой переработке. Например, устранить субъективность оценок при присвоении метафор сможет созданная с использованием машинного обучения программа.

Таким образом, данная работа вносит вклад в развитие современных социологических методов сбора и обработки информации.

Источники и литература

- 1) Zaltman G., Zaltman L. Marketing metaphoria: What deep metaphors reveal about the minds of consumers. — Harvard Business Press, 2008. — 230 p.
- 2) Романюха С. Метаморфная модель Зальтмана ZMET — история и суть методологии. — Журнал «Бизнес-психология», — 2010., с. 45-51
- 3) Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. — М.: Логос, 2007. — 168 с.