

Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук
Институт социологии РАН

СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРАКТИКИ В СОЦИОЛОГИИ

*Сборник материалов
конференции молодых ученых*

Москва
2017

УДК 316.1
ББК 60.5
С56

Утверждено к печати Ученым советом ФНИСЦ РАН

Редакционная коллегия:

д-р социол. наук, проф. *В. В. Семенова*
канд. социол. наук *А. В. Ваньке*
канд. социол. наук *П. Е. Сушко*

Рецензенты:

д-р филос. наук, проф. *З. Т. Голенкова*
д-р социол. наук, проф. *С. Г. Ивченков*

Современные исследовательские практики в социологии:
С56 сборник материалов конференции молодых ученых
(Москва, 19–20 апреля 2017 г.) / Под общ. ред.
В. В. Семеновой; ФНИСЦ РАН. — Москва: ФНИСЦ РАН,
2017. — 232 с.
ISBN 978-5-89697-292-1

В сборнике представлены материалы выступлений участников конференции «Новые подходы и методы в социологии: современные исследовательские практики», прошедшей 19–20 апреля 2017 г. в Институте социологии РАН. В статьях, вошедших в сборник, рассматривается широкий круг проблем от новой социологической теории до инновативных исследовательских дизайнов и методов, подходящих для изучения феноменов и тенденций, возникающих в современном российском обществе.

Настоящая книга будет интересна социальным ученым, исследователям, студентам гуманитарных специальностей, а также широкому кругу научной общественности.

ISBN 978-5-89697-292-1

УДК 316.1
ББК 60.5

© Авторы статей, 2017
© ФНИСЦ РАН, 2017

Содержание

Предисловие	5
Раздел I. Исследования Интернета и социальных сетей	7
<i>Ирина Чудова, Анастасия Пироцкая.</i> Концепция изучения поколений в Интернете: композиция теоретических идей. Гипотезы и иллюстрации.	9
<i>Анастасия Маракасова, Арюна Раднаева.</i> Значения феномена «онлайн» для «цифровых аборигенов» и «цифровых мигрантов»: повседневность и постсовременность	21
<i>Аделя Кавеева, Константин Гурин.</i> Social network analysis в исследованиях онлайн-сообществ «ВКонтакте»	32
Раздел II. Современные методы социологического исследования.	43
<i>Елизавета Полухина.</i> Дизайн социологического исследования краткий обзор современных практик	45
<i>Анна Стрельникова.</i> Стратегии смешивания методов и вторичный анализ данных: точки пересечения и потенциал в изучении социальной мобильности.	57
<i>Анастасия Андреева.</i> Контент-анализ письменных заявок на конкурс инноваций в образовании.	67
<i>Павел Сушко, Екатерина Митрофанова, Елена Артамонова.</i> Модели миграционных биографий россиян: новые интерпретационные схемы	77
<i>Ксения Гусейнова, Екатерина Вовченко, Елена Шатрова.</i> Результаты апробации методики онлайн-опроса экспертов в контексте диагностики властно-управленческой вертикали	87
<i>Наталья Мاستикова.</i> Факторы влияния на индекс межэтнической напряженности в России	101
Раздел III. Новые социальные группы	113
<i>Нина Коленникова.</i> Консистентность властного статуса занятого населения в современном российском обществе ...	115
<i>Анастасия Каравай.</i> Российские рабочие: специфика и динамика человеческого капитала	128
<i>Алексей Дурнов.</i> Прекаризация труда: новые подходы к социологическому анализу.	141

Раздел IV. Исследования идентичности и телесности	153	
<i>Оксана Михайлова, Карина Еремеева, Виктория Шелепина.</i>		
Что значит быть бодипозитивной? Конструирование идентичности участниц движения «Бодипозитив»	155	
<i>Ксения Аникина.</i> Кризис идентичности у работников творческих профессий: смена занятий и адаптация	172	
<i>Арюна Раднаева.</i> Типизация содержательных наполнений этнической идентичности (на примере бурятской студенческой молодежи)	182	
Раздел V. Новые тенденции в социальной политике	199	
<i>Максим Мальшев.</i> Использование социальных приоритетов Европейского Союза в системе совершенствования социальной защиты ЕврАзЭС		201
<i>Наталья Шульгина.</i> Актуальные проблемы современного школьного образования (по материалам российской и американской периодической печати)	221	
Сведения об авторах	229	

Контент-анализ письменных заявок на конкурс инноваций в образовании¹

Введение

Метод контент-анализа сегодня приобретает все большую актуальность. Мир становится цифровым, возрастают объемы текстовой и визуальной информации, доступной для анализа. Радикальные сторонники метода говорят о том, что в будущем контент-анализ заменит традиционные опросные методы, ведь потребность спрашивать человека о его мнении исчезает, если он сам про себя рассказывает в социальных сетях и на форумах [Neuendorf, 2016: 2].

Однако контент-анализ все еще менее популярен, чем традиционные опросные методы. Отчасти это связано с тем, что отсутствует систематическое изложение требований и рекомендаций относительно того, как организовать исследование таким образом, чтобы процедура приводила к достоверным результатам. В случае контент-анализа этап анализа данных фактически неотделим от их сбора — этап обработки предполагает большое количество таких решений, которые в итоге могут привести к разным данным, а следовательно, и к разным результатам.

* Андреева Анастасия Александровна, студентка 4 курса департамента социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ). nastiaandr1771@gmail.com.

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 17–03–00837. Автор работы признателен научным руководителям Д. О. Королевой и Т. Е. Хавенсон за идейное вдохновение, помощь и комментарии на всех этапах проведения исследования.

Данная статья посвящена разбору методологических решений, предпринятых в рамках контент-анализа письменных заявок на Конкурс инноваций в образование (далее — КИВО). Представляется, что детальное описание процедуры и рефлексивное осмысление угловых методологических решений, а также трудностей, возникших в ходе проекта, может стать руководством для будущих исследований. Во-первых, в данной работе показано, как выбор в пользу той или иной процедуры обуславливается исследовательским запросом и характером доступных эмпирических данных. Во-вторых, изложены методологические детали каждого из этапов. Процедуру анализа можно разделить на три этапа в зависимости от того, какая первостепенная задача стоит перед исследователями. На первом этапе необходимо выделить концепты, а также наполнить их категориями. Второй этап сфокусирован на разработке схемы кодирования (на описании критериев и алгоритма кодирования данных), а также — на выстраивании администрирования процесса. И, наконец, третий этап включает в себя собственно процесс придания кодовых значений переменным.

Эмпирическая база исследования и тип процедуры

Конкурс инноваций в образовании (далее — КИВО) проводится институтом образования НИУ ВШЭ начиная с 2014 г. Цель конкурса — привлечь в сферу образования новые идеи и людей, способных эти идеи воплотить. Спонсоры и партнеры конкурса осуществляют финансовую поддержку, экспертизу, помощь в продвижении и PR инновационных проектов. На первом этапе осуществляется сбор онлайн-заявок, в которых участникам предлагается ответить на ряд закрытых и открытых вопросов относительно проекта, подаваемого на конкурс¹. В 2015 г. на КИВО поступило 687 заявок, которые и составили эмпирическую базу нашего исследования. Следует отметить ряд особенностей этой базы данных, что непосредственно отразилось на принятии решений относительно процедуры кодирования.

¹ Более подробно об условиях конкурса см.: URL: <http://kivo.hse.ru> (дата обращения: 24.07.2017).

Во-первых, анкетные вопросы в заявках были разработаны с целью отбора участников, а не с исследовательскими целями. Исследовательские вопросы были разработаны позднее на основе уже существующей базы заявок. Это определяет специфику анализа: выделение концептов и их операционализация происходили на основе уже имеющихся «сырых» данных, а именно ответов участников, которые были представлены в заявках. Здесь мы следовали индуктивной стратегии исследования [Potter, Levine-Donnerstein, 1999: 269–271].

Во-вторых, говоря о структуре заявки, нужно пояснить, что она состоит из 10 тематических блоков, которые включают в себя 26 полей с вопросами закрытого и открытого типов. Открытые вопросы можно условно разделить на две группы: вопросы, для ответа на которые необходимо было вставить несколько слов или дать краткий ответ, и вопросы, которые располагали к расширенному ответу нарративного характера. К открытым вопросам относятся «основная идея проекта» и «преимущества и ресурсы команды», ограничение по которым было сравнительно большим — 150 слов. Вследствие того, что данные вопросы являются достаточно широкими, они задают только некоторую фокусировку, но о чем писать и какую формулировку использовать — во многом остается на усмотрение самого отвечающего. Обычно это руководитель проекта, если проект командный, или сам автор, если проект предполагает одного участника. Поэтому, с одной стороны, было достаточно сложно написать четкую инструкцию, где и какую информацию «ловить», с другой стороны — такие вопросы представляют возможность респондентам поделиться важной для них информацией. Вопросы, включенные в заявку, предполагают «на выходе» и числовую, и текстовую информацию, ведь в связи с желанием сопоставить эту информацию между собой, появляется задача привести ее к одному виду. В этом случае оказывается полезен контент-анализ как метод преобразования качественных данных в числовые коды [Тичер и др., 2009: 89].

В-третьих, хотелось бы отметить большой объем доступной информации. Количество участников конкурса превысило 650, что сделало анализ затратным по времени и ресурсам. В-четвертых, если воспользоваться упрощенной классификацией текстов из теории семантики, можно отметить, что также, как и транскрипты

интервью, письменные заявки на конкурс являются некоторым промежуточным случаем между риторическими и стилистическими текстами. С одной стороны, их формулировки включают ответы на одни и те же вопросы, причем, более ожидаемым является строгое и понятное, нежели метафоричное и художественное изложение. С другой стороны, ответы участников конкурса далеки, например, от научных текстов, которые используют ограниченный круг терминов и понятий со строго определенными формулировками [Олейник, 2009: 69]. Фактически это означает, что легитимным является применение как ручного кодирования, так и автоматизированных процедур контент-анализа.

Исследовательские вопросы и тип процедуры

В рамках исследования стояла цель описать содержание инновационных предложений, формирующих новую социальную нишу. База заявок конкурса инноваций в образовании представляет уникальную «концентрацию» проектов, действующих или запланированных к реализации в поле низовых инноваций современного российского образования. В условиях полного отсутствия информации о низовых инновациях в образовании в России описание проектов участников конкурса позволит прояснить ситуацию.

Выбор индуктивной логики исследования обуславливается несколькими соображениями. Во-первых, слабой разработанностью темы, что выражается в том, что исследования в области инноваций, как правило, лежат за пределами сферы образования. Во-вторых, с содержательной точки зрения, а именно, что исследование направлено на разведывательное описание социального феномена инновационной активности через выявление сути инновационных проектов, скорее предполагает построение «укоренной в данных» теории, нежели проверку содержательных гипотез. В этом смысле наше исследование ближе к качественному подходу. Но необходимость при этом выделить типичные характеристики инноваций в образовательной сфере в современной России предполагает использование элементов количественной логики исследования. Роль исследователей достаточно велика как в процессе построения схемы кодирования, так и ее применения, что опять же классифи-

цирует наше исследование как качественное. Однако то, что интерпретация не сводится к герменевтическому кругу, но, по сути, представляет собой измерение, отсылает нас к количественной логике. Все это в совокупности позволяет определить наше исследование как «смешанное» [Teddlie, Tashakkori, 2015: 15].

В процессе выбора между ручным кодированием и автоматической процедурой (САТА) принимались во внимание следующие моменты. Во-первых, задача не сводилась к фиксации упоминаний, т.е. так называемого манифестного контента. Предполагалось вычлениить из текста латентный смысл, поэтому ручное кодирование оказалось более привлекательным.

Во-вторых, вручную мы можем захватить характеристику, выраженную не только конкретным кодом, но и другими словами, имеющими такой же смысл. Напомним, что участие в конкурсе принимали люди разных возрастов, профессиональной принадлежности, географии проживания и т.д., что приводит нас к предположению о том, что лексика, которую они используют, разнится от случая к случаю. В этом смысле, использование автоматического кодирования связано с потерей значительного количества информации.

В-третьих, в процессе анализа у кодировщиков есть возможность обратиться к внешней информации. В качестве примера поясним, как происходил процесс придания кода для концепта «аналоги». Здесь мы не только фиксировали декларацию наличия аналогов, предшественников и конкурентов, но и разделяли их на иностранные и локальные. В случае, если какие-то конкуренты были упомянуты, мы проверяли в поисковой системе страну их регистрации. Так как отдельной базы по всем организациям не существует, можно представить, насколько сложно запрограммировать процесс ее поиска.

С другой стороны, в сравнении с САТА наш анализ более трудоемок. Выбор в пользу ручного кодирования связан с привлечением дополнительных человеческих ресурсов, расширение команды поднимает такие новые вопросы, как необходимость администрирования, эффективность коммуникации, мотивирование участников и т.д. Здесь же нужно отметить тот факт, что ручное кодирование более затратное по времени, однако сроки нашего проекта позволяли уместить в себя такую процедуру. При этом то,

что релевантность «смысла» коду оказывается на усмотрении самого исследователя, неизбежно поднимает вопрос валидности исследования [Krippendorff, 2013: 266].

Общая схема процедуры

Команда проекта имела трехуровневую структуру. Исследователи-аналитики осуществляли процесс кодирования. Исследователи-супервайзеры администрировали процесс, сводили оценки кодировщиков. Исследователи-руководители осуществляли мониторинг исследования, оставляя за собой право принятия ключевых решений.

На *первом этапе* было необходимо выделить концепты на основе имеющихся «сырых» данных. Задача сводилась к тому, чтобы сначала охватить кодированием максимальное количество информации, а потом аналитически выделить типические конструкты. Для этого мы изучили первые 10 заявок, на основе которых была составлена предварительная схема кодирования. То есть из данных были выделены коды и подкоды, отражающие то или иное интересующие нас явление. Далее, если какая-то информация не укладывалась в выделенные на первом этапе категории, мы добавляли новые, до достижения «насыщенности». «Насыщенность» выражалась в том, что сформированные коды покрывали максимально возможную часть информации, содержащуюся в заявках, а, значит, не было необходимости добавлять новые коды. Вплоть до завершения анализа мы кодировали «с открытыми глазами», т.е. оставляли возможность добавления категорий, тем самым не опасаясь, что какой-то важный концепт упущен только потому, что оказался в последних заявках в базе данных. С другой стороны, часть переменных в процессе кодирования были исключены. В ряде случаев становилось очевидным, что распределение респондентов по некоторым переменным крайне неравномерное, т.к. информация, которая подтолкнула нас к созданию этих кодов, является настолько уникальной, что не представляет интереса в рамках обобщенного анализа.

Одним из требований осуществления валидного анализа является осуществление кодирования участниками проекта, которые не были вовлечены в разработку программы исследования и схемы

кодирования [Lacy et al., 2015: 802]. Поэтому в проект были вовлечены студенты первого и второго курсов нескольких факультетов НИУ ВШЭ. И задача *второго этапа* выражалась в необходимости разработать схему кодирования, было необходимо создать алгоритм, который позволял бы принимать решение о назначении кода. Мы разделили переменные в зависимости от того, манифестное или латентное значение они предполагают, и установили критерии, следуя логике этой классификации [Potter, Levine Donnerstein, 1999: 258].

Алгоритм кодирования манифестных переменных сводился к фиксации упоминания смысловых значений, которые однозначно определены, или к занесению информации, которая легко считывается (например, количество участников или язык названия проекта). В случае латентных переменных алгоритм кодирования представляет собой операционализацию понятия, которая поясняет, какие индикаторы могут помочь кодировщику в соотнесении характеристик проекта с паттернами. В данном случае мы пытались передать саму «идею» паттерна, которую сложно выразить конкретными инструкциями, т.к. она латентна, но это возможно осуществить через пояснение логики на конкретных примерах [Potter, Levine Donnerstein, 1999: 259].

При этом для того, чтобы исследователи-аналитики интерпретировали логику схемы кодирования, было решено, что исследователи-супервайзеры, которые разрабатывали схему кодирования и в этом смысле являются экспертами, комментировали эталонное значение кода в случае расхождения. Кроме того, исследователи-аналитики могли обратиться к ним с любыми возникшими вопросами.

Третий этап представлял собой непосредственно процесс осуществления кодирования. Был составлен график: весь процесс мы разделили на 14 приблизительно равных по времени подэтапа, которые назывались волнами, при этом в ходе исследования количество текстов для кодирования на одного человека увеличивалось от волны к волне. Так, мы начали с трех заявок на человека и достигли уровня 25 заявок во время последней волны. Это связано с тем, что в процессе обучения кодировщики тратили все меньше и меньше времени на одну заявку, поэтому могли справиться с относительно большим объемом.

Проверка согласованности оценок возможна только в случае как минимум двух независимых оценок [Krippendorff, 2003: 326]. Поэтому каждая заявка кодировалась двумя исследователями-аналитиками, при этом пары составлялись случайным образом и информация о том, кто работает в паре, была относительно закрыта. Затем результаты кодирования сводились и перепроверялись исследователями-супервайзерами на предмет расхождений. Поскольку проект был достаточно «растянут» во времени, надежность кодирования могла изменяться, а, значит, недостаточным представляется единичная проверка на этапе пилотажа, поэтому мы осуществляли перепроверку на протяжении всего проекта [Peter, Lauf, 2002: 815].

Спорные моменты, которые вызывали затруднения в интерпретации, разрешались в результате консенсуса на общих обсуждениях. Речь здесь идет об «экстремальных» случаях, которые являются скорее исключением, нежели правилом. В целом это не противоречит требованию независимости оценок еще и потому, что обсуждения происходили уже после того, как индивидуальные оценки были сделаны.

По итогам квантификации, выделено более 50 понятий, основные из них:

1. Тип инновации — степень новизны идеи: изменение или улучшение существующих в системе образования продуктов или услуг, или создание принципиально нового.
2. Целевая аудитория проекта — основные пользователи услуги или продукта, создаваемых в рамках инновационного проекта.
3. Сфера образования, в рамках которой реализуется инновационный проект (например, дошкольное образование или высшее образование).
4. Основные задачи, на которые направлен инновационный проект: воспитание, улучшение жизни людей, мотивация, повышение эффективности организации.
5. Результат проекта — продукт, который планируется получить на «выходе», форма реализации инновации.
6. Ряд переменных, раскрывающих преимущества и ресурсы команды «инноваторов» — опыт в области системы образования, реализации бизнес проектов, работы с IT-технологиями, поддержка со стороны государства или профессионального сообщества, компетентность участников и др.

Данная работа нацелена на описание методологических решений исследования, а не содержательных результатов, поэтому мы ограничимся лишь таким кратким описанием полученных концептов. Отметим лишь, что полученные переменные позволили нам в будущем агрегировать информацию о том, какое содержание имеют инновационные проекты в области образования и рассмотреть различные типы инноваций.

Заключение

В целом нам удалось предложить стратегию квантификации качественной текстовой информации, которая приводила бы к данным, пригодным для количественного анализа. Мы разработали схему кодирования, исходя из информации, содержащейся в большинстве заявок. Коды и подкоды корректировались до наступления момента «насыщения», когда информация, которую содержали последующие заявки, «укладывалась» в выделенные категории. Каждая заявка была проанализирована парой кодировщиков независимо друг от друга. Далее результаты анализа сводились, расхождения и «сложные» места рассматривались повторно, что повышало согласованность и надежность результатов.

В вопросах выбора в пользу конкретной процедуры контент-анализа следует исходить из содержательных соображений и характера данных. Так, нам было необходимо проанализировать большой объем информации, которая представляла собой как ответы на вопросы множественного выбора, так и тексты ответов на открытые вопросы. Желание ухватить суть проектов может быть реализовано в рамках качественной логики исследования, но необходимость при этом выделить типичные характеристики инноваций предполагает использование элементов количественной логики исследования, что отсылает нас к использованию «смешанной» стратегии. Так как нам было необходимо захватить характеристику, выраженную не только конкретным кодом, но и другими словами, имеющими тот же смысл, более релевантной оказалась процедура ручного кодирования, что делало наш анализ более трудоемким, но позволяло получить латентную информацию.

Представляется, что вышеописанная процедура квантификации может быть востребована как социологами, так и учеными из смежных областей. Сегодня саморепрезентация себя в виртуальной реальности становится повседневной активностью все большего числа людей, что представляет собой обширное поле для социальных исследований. Кроме того, с переходом к электронной документации, метод контент-анализа представляется актуальным для проектов в сфере социологии медицины, организаций, управления и государственной службы.

Библиографический список

- Олейник А. Н.* Триангуляция в контент-анализе. вопросы методологии и эмпирическая проверка // Социологические исследования. 2009. № 2. С. 65–79.
- Тичер С., Мейер М., Водак Р., Вемтер Е.* Методы анализа текста и дискурса / Пер. с англ. А. А. Киселевой. Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2009. 356 с.
- Krippendorff K.* Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 2013. 456 p.
- Lacy S., Watson B. R., Riffe D., Lovejoy J.* Issues and Best Practices in Content Analysis // Journalism & Mass Communication Quarterly. 2015. Vol. 92. № 4. P. 791–811.
- Neuendorf K. A.* The Content Analysis Guidebook Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 2016. 456 p.
- Peter J., Lauf E.* Reliability in Cross-National Content Analysis // Journalism & Mass Communication Quarterly. 2002. Vol. 79. № 4. P. 815–832.
- Potter W. J., Levine-Donnerstein D.* Rethinking Validity and Reliability in Content Analysis // Journal of Applied Communication Research. 1999. Vol. 27. № 3. P. 258–284.
- Teddle C., Tashakkori A.* A General Typology of Research Designs Featuring Mixed Methods // Research in the Schools. 2006. Vol. 13. № 1. P. 12–28.