

«Лаборатория Крыштановской»

«Ментальность российской молодежи: политические ориентиры и кумиры». Организация и методология исследования

Опубликовано в Интернет-журнале «Гефтер» 24.04.2013

Описание исследовательского проекта

С 17 октября 2012-го по 25 января 2013 года АНО «Лаборатория Крыштановской» было проведено Всероссийское качественное социологическое исследование «Ментальность российской молодежи: политические ориентиры и кумиры», задачами которого было: выявление основных трендов в мировосприятии молодежи; типичные способы идентификации себя в социальном пространстве, важнейшие категории, ценности, стереотипы и мифологемы, распространенные в молодежной среде; классификация молодежи по степени удовлетворенности жизнью; по политическим взглядам; склонности к протестным акциям; способам проведения свободного времени, включенности в сообщества и др.

Выборка

География выборки

В выборку были включены крупные города **семи федеральных округов** Российской Федерации: Центрального ФО, Северо-Западного ФО, Уральского ФО, Приволжского ФО, Сибирского ФО, Дальневосточного ФО, Южного ФО. Северо-Кавказский федеральный округ был исключен из выборки в связи со специфической общественно-политической ситуацией в регионе.

Опрос проводился в **крупных городах**, при этом преимущество отдавалось тем, где проходили протестные акции.

1. Астрахань
2. Белгород
3. Благовещенск
4. Владивосток (2)
5. Екатеринбург (2)
6. Иваново
7. Калининград
8. Краснодар
9. Красноярск (2)
10. Курган
11. Липецк

12. Москва и Московский регион (4)
13. Омск
14. Оренбург
15. Пермь
16. Ростов-на-Дону
17. Самара
18. Санкт-Петербург (2)
19. Саратов
20. Северодвинск
21. Ставрополь
22. Тюмень
23. Ульяновск
24. Хабаровск
25. Челябинск

Социальный состав и численность выборки

Выборка квотная, представляющая четыре категории молодежи:

- 1) Студенты технических специальностей
- 2) Студенты гуманитарных специальностей
- 3) Молодые специалисты до 30 лет, работающие в офисах («офисный планктон») и фрилансеры (представители творческих профессий, программисты, IT-шники)
- 4) Квалифицированные рабочие.

Численность выборки: 425 чел.

Метод сбора информации

- 1) Метод фокус-групп по стандартизированному вопроснику
- 2) Метод глубокого формализованного интервью с открытыми вопросами (без наводящих подсказок, нейтральные, мягкого типа).

Метод фокус-групп

Фокусированное групповое интервью (фокус-группы) впервые было описано в социологии в 1944 году в книге Р. Мёртона и П. Кендалла «Фокусированное интервью». Отличительной особенностью этого метода является то, что он является качественным и субъективным, то есть не использует закон больших чисел, статистические методы анализа социологической информации, к нему не применимо понятие случайной статистической выборки и ошибки выборки. Суть метода — глубокое изучение мнения респондентов и котируемой группы в целом, связей между понятийными доменами, анализ внутренних противоречий, распространенных в изучаемой среде мифологем и идеологем. Метод фокус-групп позволяет также проводить классификацию выборочной совокупности по изучаемым

индикаторам, а также проводить контент-анализ лексических структур для выявления скрытых настроений и стереотипов.

В ходе исследования было проведено 31 гомогенная фокус-группа и 1 смешанная по социальному составу, представляющая сообщество волонтеров. Время проведения группового интервью составляло от двух до шести часов. Все интервью записывались на диктофоны и затем были расшифрованы. Контент-анализу подвергались стенограммы фокус-групп и интервью.

В исследовании были задействованы 22 модератора из разных регионов России.

Было проведено 32 фокус-группы.

Интервью с молодежными лидерами

Материал, собранный методом групповых фокусированных интервью, был дополнен личными формализованными глубокими интервью с молодежными лидерами. К категории «молодежных лидеров» мы относили формальных или неформальных лидеров молодежных сообществ — руководителей студенческих советов, волонтеров, диаспор, фанатов, политических сообществ. Интервью с молодежными ЛОМами имели экспертный характер, так как респонденты представляли не лично себя, а выражали мнения и интересы той социальной среды, лидерами которой они являются.

Всего в ходе исследования было проведено 15 глубоких интервью с молодежными лидерами.

Пилотаж

Весь инструментарий исследования проходил стадию пилотажа и последующей доработки. Были проведены две пилотажные фокус-группы (в Москве и Саратове) и два интервью (в Хабаровске и Москве). По результатам пилотажа в анкеты для фокус-групп и интервью были внесены изменения.

Инструментарий

Вопросник для фокус-групп

1. Чем Вы занимаетесь? Расскажите немного о себе. (*Модератору: Участие в фокус-группе анонимное, поэтому нас интересует не фамилия человека, а только имя, возраст, чем он занимается.*)
2. Удовлетворены ли в целом Вы своей жизнью? Счастливы ли Вы? Что мешает Вам стать счастливым? (*Модератору: делайте упор на то, насколько человек жизнерадостен, оптимистичен или напротив — уныл, жалуется, у него много проблем, на то, связывает ли респондент улучшение условий своей жизни со своими усилиями или считает, что виновато государство, общество.*)
3. Есть ли у Вас возможности для самореализации? Чего не хватает для этого? Видите ли Вы перспективу для своей карьеры здесь, где Вы живете? Если нет, собираетесь ли уехать? (*Модератору: уточните куда? в другой город? в какой? в другую страну? в какую? Чем там собирается заниматься? Был ли он раньше там, куда хочет эмигрировать? Реалистичны ли его планы?*)

4. Много ли времени проводите в Интернете? Пользуетесь ли социальными сетями? Какими? А смотрите ли телевизор? Что для Вас важнее — ТВ или Интернет?
5. Интересуетесь ли политикой? Если да, то каких политических взглядов придерживаетесь? *(Модератору: приветствуются простые клишированные ответы, типа я либерал, или коммунист, или фашист, националист. Пожалуйста, не оказывайте давление на отвечающего, не подсказывайте ему.)*
6. Нравится ли Вам кто-то из нынешних политиков? А есть ли политическая партия, которая выражает Ваши интересы? *(Модератору: проявляйте полный нейтралитет, никаким образом не показывайте, нравится ли вам выбор респондента или нет.)*
7. Кого Вы уважаете из молодежной среды? Есть ли у Вас кумиры? Авторитеты?
8. А как Вы видите Россию? Какая это страна? Есть ли у нее перспективы или мы катимся в пропасть? Хорошо ли живут здесь люди?
9. Каковы, на Ваш взгляд, самые серьезные проблемы России на сегодняшний день? Как их можно преодолеть? А чем мы можем гордиться? Что зависит лично от Вас, от Ваших усилий?
10. Считаете ли Вы возможной революцию в России? Протесты оппозиции — это серьезно или рассосется, так как оппозиция слаба и разрозненна?
11. Принимали ли Вы лично участие в протестных акциях? Каких? Почему? А члены Вашей семьи? Поддерживает ли Ваша семья ваши политические взгляды?
12. Принимали ли Вы участие в волонтерских мероприятиях? Вообще, нравится ли Вам помогать людям? Или считаете, что работа должна быть оплачена всегда?
13. И последний вопрос: Считаете ли Вы себя россиянином? Или русским (татариним, казахом и проч.)? *(Важно выявить национальную идентичность, не подсказывайте, пожалуйста, ответ, пусть человек выскажется так, как хочет.)*
Поблагодарите участников за интересную беседу!

Вопросник для лидеров общественного мнения в молодежной среде

14. Расскажите немного о себе.
15. Как Вы думаете, что сейчас происходит в России? (Мы на грани революционных перемен, социального взрыва? Или все спокойно, страна развивается? Есть ли у страны перспективы?)
16. Что бы Вы лично хотели изменить в российской политике, экономике или социальной сфере?
17. Как бы Вы охарактеризовали свои политические взгляды? Как Вы относитесь к либералам? Националистам? Коммунистам?
18. Есть ли партии, которые выражают Ваши интересы?
19. Есть ли политики, которые являются для Вас авторитетом? Кого Вы уважаете?

20. Как Вы оцениваете государственную молодежную политику?
21. А какие основные проблемы у нашей молодежи? Работа, заработок? Жилье? А может быть свобода?
22. Чего не хватает молодежи, чтобы чувствовать себя уверенно здесь?
23. Многие из Ваших знакомых уехали или хотят уехать из Вашего города?
24. Вы лидер сообщества. Охарактеризуйте взгляды и настроения тех людей, с которыми Вы постоянно общаетесь.
25. Что вас объединяет? Давно существует ваше сообщество?
26. Взаимодействует ли группа, к которой Вы принадлежите, с государственными органами или оппозиционными объединениями? Почему? Как?
27. Участвовали ли Вы и Ваши знакомые в протестных акциях?
28. Занимаются ли Ваши знакомые волонтерством? Каким именно?
29. Оказывает ли влияние на настроение молодых ребят Интернет, социальные сети? Какое?
30. И последний вопрос: Считаете ли вы себя россиянином? Или русским (татариним, казахом и проч.)?

Методы анализа данных

Впервые данные всероссийского социологического качественного исследования подвергались психологическому анализу.

Социологическими методами анализа стали:

- Перекрестный анализ сопоставимых вопросов групповых и личных интервью
- Классификация респондентов по заданным критериям
- Контент-анализ частот использования смысловых категорий (доменов) в собранном лексическом материале с применением программы VAAL (разработчик — В.И. Шалак).

Использовались психологические методы анализа данных, а именно:

- Элементы Тематического апперцептивного теста (ТАТ) Генри Мюррея
- Элементы тестов изучения потребностей высшего уровня Дэвида Макклелланда — мотивы власти, успеха (достижений), афилляции, причастности
- Теория психологического поля Курта Левина (категории позитивной и негативной валентности)

— Теория фрустрационной агрессии Джона Долларда (связь между уровнем фрустрации и возникающей агрессией).

**Оригинал опубликован в Интернет-журнале «ГЕФТЕР» gefter.ru
<http://gefter.ru/archive/8464>**