

место в жизни этого человека. Отсюда можно сделать вывод, что ребенок не просто видит, как его родители проводят свободное время, но и сам использует эти предметы чаще всего для развлечения, так как в этом возрасте он не имеет навыков использования и качественного применения цифровых технологий.

В своей работе я нашла подтверждение современных исследований о большом разрыве семейных связей, влияющих на формирование коммуникативной составляющей личности ребенка.

Подводя итоги, можно сделать вывод: цифровая реальность стала неотъемлемой частью жизни каждого человека. На данном этапе развития человечества необходимо разработать не только новые методы обучения детей, но и методы взаимодействия родителей и детей в информационной среде.

Список литературы

1. Халин В.Г., Чернова Г.В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Власть и экономика. 2018. № 10 (118).

2. Marc Prensky, Digital Natives, Digital Immigrants. From On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001).

3. Стрельмах, С. Предприятиям нужно готовиться к цифровой реальности // (<https://www.itweek.ru/digitalization/article/detail.php?ID=202894>).

4. Нечаев В.Д., Дурнева Е.Е. «Цифровое поколение»: психолого-педагогическое исследование проблемы // Педагогика. 2016. № 5. С. 36-45.

Т.В. Пинчук

Самарский университет

МОБИЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В СОЦИОЛОГИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

В статье представлен обзор существующих мобильных методов и стратегий в социологии: жанры, а также основные черты, достоинства и недостатки. Актуальность обзора обусловлена необходимостью рассмотреть возможности применения данных методов в разных

исследовательских координатах с целью выделить перспективы их дальнейшего развития и способов интеграции с другими методами.

Ключевые слова: мобильные методы, go-along, мобильное интервью.

T.V. Pinchuk
Samara University

MOBILE METHODS AND THEIR POSSIBLE USE

The article is a review of popular mobile methods in sociology. There are identified general features, advantages and disadvantages of these methods. The relevance of review is study possibility of using these methods with the purpose to find out their options and discover different ways of integration of this methods.

Keywords: mobile methodologies, go-along, walking interviews, shadowing.

Современный мир изменяется с невероятной быстротой. Технический прогресс дал нам новые технологии, а значит, и новые возможности совершенствования социологического анализа. К сожалению, классические методы социологического исследования в настоящий момент все больше демонстрируют свою ограниченность, а значит, невозможность дать полноценное и исчерпывающее знание о различных феноменах социальной жизни.

Родоначальница мобильных методов М. Кузенбах в начале 2000-х на своем личном опыте прочувствовала остроту данного вопроса. Используя в своем этнографическом исследовании метод интервью и метод включенного наблюдения, исследователь обнаружила, что они не дают полноценного понимания локальных систем смыслов. Продолжая методологический поиск, она много экспериментировала над тем, что ей может помочь в понимании феномена (количество интервью, продолжительность, установление дружеских контактов), пока случайно, прогуливаясь с местными жителями, она не обнаружила решение своей проблемы. Такие совместные перемещения с середины 2000-х получили название мобильных методов [1].

На сегодняшний день все большую популярность набирает использование в социологических исследованиях мобильных методов и стратегий, и с каждым новым опытом исследования находятся все более разнообразные способы их применения. Их популярности способствовало преодоление ограничения статичных методов – возможность исследования жизни в движении. В настоящий момент мобильные методы больше сосредоточены на изучении городской среды.

Под мобильным методом понимается «комбинирование «традиционных» методов получения исследовательской информации (преимущественно качественных и включающих в себя опросные, визуальные, экспериментальные техники) с «мобильной» методикой, при которой исследователь получает информацию последовательно, в процессе перемещений, так или иначе связанных с изучаемым объектом» [с. 80, 2].

Существуют разные виды классификаций данных методов. Какого-то единства в данном вопросе в настоящий момент нет, что можно объяснить новизной подобных способов получения социологической информации. Например, О. Запорожец выделяет следующую классификацию по основанию совместного перемещения: совместная прогулка (go-along) и ее разновидности (биографическая прогулка, совместные поездки (ride-along) велосипедные, автомобильные или поездки в общественном транспорте), «следование тенью» (shadowing) и модальный анализ.

К. Глазков и А. Стрельникова предлагают следующую классификацию мобильных методов: «интервью в движении», «исследование как фильм»/ видеоэтнография, картографирование мобильности / дневники мобильности и исследование при помощи мобильных гаджетов, имеющих доступ в Интернет (смартфонов, планшетов) [2].

Одной из разновидностей (или жанром) интервью в движении исследователи также выделяют, названную выше, биографическую прогулку, подразумевающую совместно использование биографического анализа и мобильной техники. Подобное решение также предлагают Н.В. Веселкова, М.Н. Вандышев и Е.В. Прямикова, формируя собственную структуру, включающую 4 жанра мобильных интервью [12, с. 3]. Основу их классификации составляют два критерия: тип самого пространства, которое может

быть открытым или закрытым, а также соотношение личного и безличного (субъективного и объективного). Данные авторы проводили исследования с применением мобильного интервью (go-along) в музее и в городе. В результате они выделили следующие жанры: «биографическое go-along», «экскурсия по городу», «экскурсия по музею (закрытому пространству)» и «антиэкскурсия по музею» [3]. Однако исследователи подчеркивают принципиальное различие между биографической прогулкой (выделенной А. Стрельниковой) и биографическим go-along, отмечая, что в биографической прогулке, в отличие от биографического go-along, пространство играет второстепенную, вспомогательную роль

Среди перечисленных методов мобильного интервью является наиболее популярным. Суть метода заключается в проведении совместной прогулки исследователя с информантом по привычному для него маршруту. «Исследователь может попросить разрешения присоединиться к информанту в его запланированных перемещениях, а может инициировать их» [1].

Интервьюер может проводить свое исследование, полностью сопровождая информанта (или же стать его «тенью»), или пустить в свободное плавание самого информанта, вооружив его блокнотом, специальной аппаратурой или обойтись без нее. Например, так выглядит модальный анализ, представляющий собой сочетание интервью и самонаблюдение информанта, от которого требуется высокая степень рефлексивности. Именно активное участие информанта и высокая степень его включенности являются главной изюминкой данного метода.

Модальный анализ включает в себя два, иногда три этапа. На первом информант получает задание сфокусироваться на предстоящих ему в ближайшее время прогулках: «Пожалуйста, расскажите мне через несколько недель о ваших прогулках, начиная с сегодняшнего дня». Затем проводится беседа о деталях наблюдения. Второй этап включает подробное интервью с информантом, где он делится информацией о своих прогулках. Третий этап не обязателен и существует для уточнения каких-либо данных, когда информант считает нужным сообщить какие-то дополнительные сведения [1]. Данный метод используется нечасто. Основным его недостатком можно выделить трудность

заинтересовать информанта участвовать в таком исследовании, пробудить в нем желание отнестись к нему добросовестно.

Способы фиксирования перемещений постепенно совершенствуются: в настоящий момент уже используются геолокационные технологии, а также мобильные приложения [2]. Второй способ, на мой взгляд, кажется достаточно интересным и может поспособствовать большей включенности и заинтересованности респондента участвовать в исследованиях, если использовать мобильное приложение как элемент геймификации. К. Глазков и А. Стрельникова выделяют такую исследовательскую стратегию, как картографирование мобильности, подразумевающую фиксацию исследователем маршрутов, популярных мест, практик перемещения информантов с помощью рисунков или данных геолокационных приложений, а также анализ комментариев, связанных с ними. Вдобавок они отдельно выделяют такую стратегию, как «исследование при помощи мобильных гаджетов, имеющих доступ к Интернету».

Некоторые интервьюеры больше предпочитают использование блокнота для заметок, чем использование технических устройств [1, с. 46]. Возможно, это позволяет им больше проникнуться окружающей средой и больше прочувствовать ситуацию самому, но, на мой взгляд, одно другому совсем не мешает. Фиксация с помощью памяти и чувств, несомненно, важна, но ведь использование технических устройств позволят углубить анализ, не дав исследователю ничего упустить. Некоторые исследователи, наоборот, рекомендуют использование диктофона [4, с. 30].

К. Глазков и А. Стрельникова выделяют видеоэтнографию как отдельную смешанную стратегию, которая может сочетать в себе наблюдение, интервью с участниками, визуальные методы, анализ текстов и т.д. Использовать такую стратегию авторы предлагают при исследовании социального активизма, молодежных субкультур и других ситуаций, в которых исследователь не может получить хороший результат, являясь «не мобильным» [2, с. 80].

О. Запорожец считает, что отказ от геолокационных и интернет- технологий может быть связан с тем, что исследователи не всегда понимают, как с этим работать [1, с. 40]. Видимо, здесь стоит поставить вопрос о разработке специальных информационных материалов, облегчающих работу с такими устройствами.

Рассмотрим еще один мобильный метод исследования – «следование тенью», который отличается от мобильного интервью использованием в большей степени метода наблюдения. Изначально данный метод был связан с исследованиями организаций и потребления и только недавно стал использоваться для исследования города и повседневной мобильности. Отмечается, что этот метод лучше использовать как основу для количественных исследований [5]. Основная идея метода – сопровождение информанта в течение определенного времени. По продолжительности такое исследование может длиться от 30 минут до нескольких недель и месяцев – все зависит от целей и задач исследования. А главная цель такого сопровождения – получить знание о повседневных практиках информанта, чтобы «реконструировать образуемые ими процессы (логики работы организации, принципы использования городских пространств и др.)» [1]. В процессе исследования возможно применение не только бумажных методов фиксации, но и технических. Например, проведение фото или видеосъемки [6]. На мой взгляд, данный метод также может использоваться в маркетинговых исследованиях с целью выявления потребительских предпочтений.

Таким образом, можно выделить следующие достоинства мобильных методов: возможность преодоления недостатков классических методов социологического исследования (в особенности интервью), более углубленный способ изучения социальной реальности, позволяющий изучить явление в его динамике, возможность совмещения с другими методами, техническими устройствами.

Среди ограничений данных методов О. Запорожец выделяет недостаточность чувствительности исследователя к самой мобильности: исследование может закончиться сухим, статичным описанием пространств и практик. Другим недостатком автор назвала «средовой редукционизм», что означает исключение (намеренное или случайное) недостатков окружающей среды. Следующий недостаток связан только с фиксацией момента настоящего и игнорированием будущего и прошлого. Также недостатком является недостаточность саморефлексии исследователя [1]. Данный минус, пожалуй, можно отнести к недостаткам любого метода исследования.

В качестве недостатка конкретно мобильного интервью (go-along) исследователями отмечается специфичность его применения. Данный метод подходит для проведения исследований в рамках социологии города/села, но недостаточно репрезентативен для изучения большинства социальных проблем [4, с. 23].

Рискну предположить, что мобильные методы и стратегии могут быть полезны не только в сфере социологии города, но и в сфере маркетинговых исследований. Например, в рамках изучения потребительских практик в торговых центрах. Или, к примеру, если данный метод позволяет фиксировать чувства и эмоции информанта, то, возможно, он сможет помочь в исследовании эмоций в рамках социологии эмоций.

Таким образом, несмотря на популярность, мобильные методы имеют недостатки. Но, тем не менее, с каждым новым опытом исследователи показывают все новые грани этих методов, создают разнообразные стратегии, комбинирование которых способствует изучению и пониманию проблем так быстро развивающегося общества.

Список литературы

1. Запорожец О.Н. «Мобильные методы»: исследование жизни в движении // Социология: методология, методы, математическое моделирование (4М), 2017. № 44. С. 37-72.

2. Глазков К.П., Стрельникова А. В. Мобильные методы: движение как часть исследовательской стратегии // ИНТЕР, 2015. Т. 1. № 10. С.79-90.

3. Веселкова Н.В., Вандышев М.Н., Прямикова Е. В. Пешеходное интервью: структура и жанры // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. №4. С.4-21.

4. Ларина Т.И., Ильина А.А. Реконструкция социальных представлений о городе: опыт использования метода GO-ALONG //Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 3. С.20-32.

5. Shadowing. URL: <https://think.design/user-design-research/shadowing/> (дата обращения: 14.09.19).

6. Büscher M. Mobile Methods // Mobile Lives Forum. URL: <http://en.forumviesmobiles.org/marks/mobile-methods-697> (date of access: 14.09.19).