

**Чурина Елена Николаевна**

аспирант

ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет  
технологий управления и экономики»

г. Санкт-Петербург

эксперт Научно-экспертного совета рабочей группы

Совета Федераций Федерального Собрания РФ

Научный руководитель

**Покровская Надежда Николаевна**

д-р социол. наук, профессор

ФГБОУ ВО «Российский государственный

педагогический университет им. А.И. Герцена»

г. Санкт-Петербург

## **ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ СБОРА МАТЕРИАЛА ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЙ СОЦИАЛЬНОГО ДИАЛОГА**

*Аннотация: цифровой формат ведения социального диалога между участниками обсуждений в XXI стал привычным образом деятельности. Проблематика дистанционной, полу- или полностью автоматизированной процедуры сбора информации и материалов, заявленная в статье, является актуальной для развития методов социологии управления в социально-экономических условиях цифровизации деятельности государства, общества и гражданина.*

*Ключевые слова: сбор материала, социальный диалог, социология управления, цифровая среда.*

Одна из перспектив развития современных исследовательских методов социологии непосредственно связана с процессами информатизации и цифровизации деятельности человека как субъекта, так и объекта социального диалога. Методология проведения социального исследования [4] в условиях цифровой среды

требует от исследователя понимания как проблем, так и возникающих возможностей при дистанционной, полу- или полностью автоматизированной процедуре сбора материала.

Современное общество активно использует цифровой формат для ведения диалога между отдельными субъектами, для полисубъектных коммуникаций, а также при общении между субъектом и объектом, как социальным институтом, например, при обращении гражданина в учреждение, организацию. Для выявления проблем сбора материала социологического исследования социальный диалог, происходящий в цифровой среде, рассматривается авторами статьи в упрощенном формате как конкретное действие коммуникативного характера, имеющее место между индивидуальным участником опроса и коллективным, действующим от лица социального института.

В научных исследованиях социологии управления при коммуникации субъекта и объекта управление диалогом рассматривается как директивное действие объекта для достижения его цели, в то время как человек выступает субъектом, на которого оказывается влияние для координации направления по теме обсуждения. Объект как социальный институт выстраивает субъект-объектные отношения в процессе диалога без учета ценностей, понимания и интересов субъекта. Отсюда вытекает одна из возможностей, которая недостаточно изучена в управлении при коллективных обсуждениях: идентификация и учет субъективных представлений о мироустройстве каждого отдельно взятого участника социального диалога. В то же время, это создает и проблему, так как уровень знаний, статус и реакции на происходящее у субъекта не являются статичными, так как формируются под воздействием внешней среды, которые могут быть вызваны причинами от событий, происходящих как внутри, так и снаружи, вне тематики социального диалога.

Научно-исследовательская задача социолога состоит в постановке задачи и обязательном сборе материала для его обработки, анализа и выводов на основании исследования. В ситуации изменений социально-экономических условий деятельности проявляются и проблемы привычных теоретико-методологических

принципов или предпосылок исследовательской работы социолога. Рассмотрим в качестве примера сбора материала для исследований путем проведения диалог в формате телефонного опроса, проведенного от коллективного лица такого как социальный институт «Аналитический центр Юрия Левады», далее Левада-центр.

Левада-Центр, который принудительно признан инноагентом, в апреле 2022 года собирал данные путем телефонного опроса для ответа на вопрос: «Какие группы населения в настоящий момент чаще соглашаются принять участие в телефонных опросах: есть ли разница в достижимости потенциальных респондентов в зависимости от их пола, возраста, образования, размера населенного пункта, в котором они проживают», при начальной выборке исследования (N = 6995) [1]. Данные показали высокий уровень отказа, вступать в диалог среди молодежи 18–24 лет и женщин 25–39 лет, а в основном отвечали респонденты в возрасте 40–54 лет с высшим образованием и больше всего москвичей, которые отвечали на звонок и реже других отказывались от участия в диалоге. При сборе данных фиксировались социально-демографические характеристики: география; пол; возраст; образование. Экспериментаторы два дня в разное время устанавливали связь с отобранными респондентами (не менее четырех попыток звонка). Если респондент участвовал ранее в опросах и до него не удалось дозвониться или он отказался участвовать в опросе, то используя предыдущие социально-демографические характеристики о респонденте, его данные учитывались при определении уровня отказа. Согласно методике AAPOR [3] коэффициенты были рассчитаны для уровня достижимости (RR1) как доля успешных интервью – 30% абонентов, коэффициент отказов (REF1) как доля отказов составил 44% (ответил и прервал интервью сразу или через несколько вопросов) и коэффициент контактов (CON1) как доля абонентов, по которым удалось поговорить 74%, то есть 5176 человек, оставшиеся 26% составляют неудавшуюся телефонную связь, то есть 1819 человек.

Данный пример сбора материала для исследования демонстрирует наличие проблем, связанных с объемом выборки и ее перекосом в сторону Москвы по

сравнению с другими населенными пунктами РФ, с возрастным перекосом в сторону второго периода среднего возраста, согласно классификация Академии педагогических наук СССР принятой в 1965 году, и гендерным – в сторону мужчин.

Интернет-опрос как метод социологического исследования используется активно в настоящее время [3]. Объем выборки может быть кратно увеличен при сборе материала через новые каналы коммуникаций: digital-площадки, мессенджеры и социальные сети. Например, аудитория Telegram в РФ выросла с апреля 2022 года за счёт отключения Facebook (принадлежит признанной в России экстремистской Meta) и Instagram (принадлежит признанной в России экстремистской Meta) от российского сегмента. Перспективы развития эффективной коммуникации в цифровой среде на 2022 года показывают, что блог Дмитрия Медведева председателя партии «Единая Россия» на первом месте по рейтингу Медиалогии и по просмотрам составляет аудиторию 894,9 тысяч человек при среднем количестве просмотров одного поста 2 450,0 тысяч человек, за период сентября 2022 года. Расчет рейтинга на 05.10.2022 [2]. Блог Вячеслава Володина на втором месте по и по просмотрам составляет аудиторию 614,1 тысяч человек при среднем количестве просмотров одного поста 1 607,1 тысяч человек. Необходимо отметить, что в январском рейтинге 2022 года блог Вячеслава Володина стоял на третьем месте и по просмотрам составлял аудиторию 184,9 тысяч человек при среднем количестве просмотров одного поста 227,2 тысяч человек.

Возьмем блог Вячеслава Володина примером цифрового социального диалога и использования нового формата digital-площадки для сбора материала при принятии решений от лица коллективного участника, действующего как социальный институт, а именно от лица Председателя Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации восьмого созыва.

В опросе «О Болонской системе» приняли участие 413 тысяч человек, из которых 90% за изменения нынешней системы высшего образования.

Данный опрос являет пример как наличия актуального социального цифрового диалога, так и демонстрирует значительный охват аудитории, расширение

объема выборки до 413 тысяч человек по сравнению с привычным телефонным опросом, например, в 6,995 тысяч абонентов как было описано выше. Необходимо подчеркнуть, что в настоящий момент для собранного материала с digital-площадки невозможно согласно методике AAPOR рассчитать коэффициенты достижимости.

Проблемы сбора материала для исследований на основании приведенных примеров демонстрируют, во-первых, наличие или отсутствие возможности идентификации субъекта, с которым ведется диалог со стороны коллективного участника, действующего как социальный институт. Во-вторых, возможность автоматизированной процедуры сбора материалов при больших объемах выборки и анализа собранной информации. Решение данных проблем предоставляется актуальным направлением для развития новых методов социологии управления, для дальнейшего анализа и обоснованных выводов в результате исследований.

### *Список литературы*

1. Агапеева К.А. Готовность участвовать в опросах: результаты эксперимента / К.А. Агапеева, Д.В. Волков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2022/06/14/gotovnost-uchastvovat-v-oprosah-rezultaty-eksperimenta/>
2. Володин В.В. Блог в Телеграмм канале / В.В. Володин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/telegram/11526/>
3. Кед А.П. Интернет-опрос как метод социологического исследования / А.П. Кед, П.М. Агаева // Проблемы современной экономики. – 2015. – №27 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-opros-kak-metod-sotsiologicheskogo-issledovaniya> (дата обращения: 18.11.2022).
4. Методология и методы социального исследования: учебник / под ред. В.И. Дудиной, Е.Э. Смирновой; С.-Петербург. Гос. универ. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2014. – 388 с.

5. The leading association of public opinion and survey research professionals [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aapor.org/Education-Resources/For-Researchers/Poll-Survey-FAQ/Response-Rates-An-Overview.aspx>