

Социологические методы определения социального самочувствия населения с помощью новых медиа

Научный руководитель – Гребенюк Александр Александрович

Мануйлова Дарья Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

E-mail: m-d-s-2003@mail.ru

Одним из последствий стремительного развития и трансформации современного российского общества является значительный рост количества социальных противоречий, происходящих по разным причинам: начиная от личностных особенностей и существующих стереотипов в отношении других людей и заканчивая социально-экономическим положением того или иного региона. Зачастую эти противоречия проявляются в виде социальных конфликтов различного масштаба. [2] Чтобы их нивелировать, социологическая наука активно предпринимает попытки эмпирического измерения уровня социальной напряженности, которая является основным показателем социального самочувствия населения.

Понятие «социальное самочувствие» вошло в социологию относительно недавно. До определенного времени оно использовалось преимущественно в социальной психологии, однако сейчас исследуется в большинстве социальных наук. Его содержательная сторона в значительной мере выражалась термином «настроение». [4] Постепенно возникали понятия «социальное настроение», «индивидуальное настроение», «групповое настроение», которые приближали социологию к определению именно социального самочувствия. [5] Для концептуализации данного термина ученые выделяют показатели социального самочувствия. В частности, среди них выделяют индекс общей удовлетворенности жизнью в целом, показатель уверенности в завтрашнем дне, оценку степени личного переживания чувства социального дискомфорта, то есть неустроенности и неуютности в жизни и т.п. [3]

Однако в современной социологии, идущей в ногу с цифровизацией общества, становится особенно важным собрать необходимый эмпирический материал, чтобы на его основе выявить элементы социального самочувствия людей. В связи с этим целью данного исследования является выявление методов социологии (в частности, цифровой), с помощью которых становится возможным оценить социальное самочувствие население и очертить поле социальных проблем в конкретной части общества. [7]

Главным источником социологической информации для в информационном обществе становятся данные, получаемые из социальных медиа (социальные сети, средства массовой информации и др.). [1] Вследствие этого, для проведения исследования необходимо было отобрать методы, с помощью которых становится возможным провести социологический анализ массивов данных из виртуальных СМИ, а также выкладываемого пользователями электронных социальных сетей материала. Так, методами исследования были выбраны ивент-анализ и контент-анализ. [6]

Методология работы включала следующие этапы:

1. Формирование поисковых запросов.
2. Сбор и выгрузка инфоповодов с наибольшими показателями охвата в социальных медиа.
3. Социологический анализ собранного массива данных.

Для определения популярности конкретной темы (упоминаемости людьми конкретной сферы жизни или социальной проблемы) из классификатора и соответствующего поискового запроса использовались следующие критерии:

Индикаторы вовлеченности:

- 1). Аудитория;
 - 2). Количество лайков, комментариев под конкретным постом в социальных сетях;
 - 3). Количество репостов;
 - СМ-индекс.
 4. Создание рейтинга приоритетности тематик на основании полученных статистических данных.
 5. Расширенное описание проблемного поля тематик и подготовка рекомендаций.
- Характеристика каждой социальной проблемы, включала в себя несколько блоков:
1. Краткое описание сути проблемы;
 2. Примеры инцидентов и событий из социальных медиа для демонстрации масштаба и типа проблемы;
 3. Статистические данные.

Таким образом, на основании проведенного исследования был сделан вывод о том, что благодаря методам анализа данных из социальных медиа становится возможным выявить круг социальных проблем в конкретной части общества, дать количественную оценку настроений людей и, как следствие, их социального самочувствия, что позволяет предупредить значительные конфликты и снизить напряженность в обществе.

Источники и литература

- 1) Вахин А.А., Журавлев А.Л. Особенности исследования динамики социальной напряженности по материалам СМИ // Знание. Понимание. Умение. 2004. No. 1. С. 101–108.
- 2) Гребенюк А.А., Максимова А.С., Лемэр Л.Г. Исследование социальной напряженности на основе больших данных социальных сетей // Цифровая социология. 2021. Т. 4, No. 4. С. 4–12.
- 3) Михайлова Л.И. Социальное самочувствие и восприятие будущего россиянами // Социологические исследования. 2010. No. 3. С.45–50.
- 4) Михеев И.В. Понятие социальной напряженности в отечественной и зарубежной социально-гуманитарной науке // Вестник Казанского технологического университета. 2010. No. 5. С. 206–212.
- 5) Толстова Ю.Н. Измерение в социологии: учебное пособие // Ю.Н. Толстова. М., 2007.
- 6) Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М., 2000.