



Санкт-Петербургский государственный университет
Социологическое общество им. М.М. Ковалевского
Социологический институт Российской академии наук

Материалы

Всероссийской научной конференции
XI КОВАЛЕВСКИЕ ЧТЕНИЯ

**Глобальные социальные
трансформации XX – начала XXI вв.
(к 100-летию Русской революции)**

9-11 ноября 2017 года



г. Санкт-Петербург
Ул. Смольного д. 1/3, подъезд 9



ББК 60.5
УДК 316
Г54

Редакционная коллегия:

Н.Г. Скворцов
А.О. Бороноев
Ю.В. Веселов
А.Н. Сошнев
А.А. Козлов
А.В. Резаев
В.И. Дудина
С.Д. Савин
В.Н. Келасьев
В.В. Козловский
А.И. Куропятник
Ю.В. Асочаков
Д.В. Иванов
Н.А. Пруель
А.А. Флягин

Г54 Глобальные социальные трансформации XX – начала XXI вв. (к 100-летию Русской революции) / Материалы научной конференции XI Ковалевские чтения 9-11 ноября 2017 года. / Отв. редактор: Ю.В. Асочаков. СПб.: Скифия-принт, 2017. – 1568 с.

ISBN 978-5-98620-274-7

© Ю.В. Асочаков, 2017

© Коллектив авторов, 2017

Издательство «Скифия-принт».
Санкт-Петербург, ул. Большая Пушкарская, д. 10
www.skifia-print.ru

Сизова И.Л., Хусяинов Т.М. (Санкт-Петербург) Практики самоактивизации в поиске работы в профессиональных сообществах социальной сети “В Контакте”	699
Тараненко А.С. (Санкт-Петербург) Влияние материального вознаграждения участникам социологического онлайн-исследования на его качество	701
Фирсуткина М.С. (Москва) Актуальность изучения влияния социальных медиа на потребительские практики населения	703
Фобьянчук А.А. (Москва) Социологические онлайн–исследования в системе здравоохранения, на примере ГБУ города Москвы «ССиНМП имени А.С. Пучкова».	704
Юдина Д.И. (Санкт-Петербург) Измерение массовой культуры при помощи открытых данных национального корпуса русского языка (на примере российской поп-музыки).....	706
Ярмак О.В., Дерюгин П.П., Сивоконь М.В. (Севастополь) Онлайн-исследования корпоративных ценностей: достоинства и трудности	706
Секция 7: Социальные трансформации и информационное пространство: взаимодействие и результаты.....	708
Ардельянова Я.А. (Москва) Влияние современных М2М технологий на трансформацию социальных процессов.....	708
Баланцева Е.М. (Волгоград) Возможности внедрения геймификационных структур в качестве стимулирующих элементов.....	709
Баруздин И.А. (Санкт-Петербург) Методики диагностики и моделирования ценностей в корпоративной культуре.....	711
Басимов М.М. (Москва) Социально-политические оценки в нелинейной сложной реальности	713
Беда А.Н. (Иваново) Трансформация представлений о счастье в социологии	716
Бобылева Н.Ю., Проказина Н.В. (Орёл) Динамика российско-германских отношений в СМИ.	718
Борисова О.В. (Санкт-Петербург) Манипуляции общественным сознанием через интернет и социальные сети	720
Бугаева М.М., Шубина Т.Ф. (Архангельск) Готовности педагогов высшей школы к инновационным изменениям в трудовой деятельности. (На примере Северного Арктического федерального университета им. М.В. Ломоносова)	722
Буланова М.А. (Воскресенск) Влияние информационных технологий на трансформацию процесса потребления.....	724
Бурмыкина О.Н. (Санкт-Петербург) Проблемы измерения социальных трансформаций (на примере семьи и межпоколенных отношений).....	726
Буровцева Е.С. (Ульяновск) Роль интернета в развитии социальных связей между политическими партиями и населением	728
Васильева Л.Н., Васильев В.В. (Москва) Системообразующая роль техно-коммуникативных факторов в социальных процессах	729
Видясова Л.А. (Санкт-Петербург) Исследование сплоченности пользователей старшего возраста: на примере онлайн сообществ ВКонтакте	731
Воронкова О.А. (Москва) Перспективы трансформации публичной сферы в России.....	733
Вялых Н.А. (Ростов-на-Дону) Модели поведения потребителей медицинской помощи в контексте трансформации здравоохранения России	736

После того как инструмент мониторинга произвел сбор и первичный анализ данных, определяются численные индикаторы, наиболее важные для определения состояния исследуемого предметного поля. При этом фиксируются данные про авторов/источников текста (демография посетителей, вовлеченность, влияние), а также для социальных сетей реакцию пользователей на публикацию (количество лайков, комментариев, охват аудитории, обратной связи).

При всем многообразии используемых платформ все они дают на выходе данный стандартный набор данных, а также набор тегов, характеризующих собранные записи из социальных сетей.

В развитие данного подхода предлагается использовать методы Data Mining для обнаружения взаимосвязей, «скрытых» скрытых в больших объемах исходных «сырых» данных о выделенных тегах, а также их визуализации. С их помощью можно выявить ранее неизвестные нетривиальные практически полезные знания, доступные для интерпретации.

Данную методологию планируется применить для целостного изучения отдельного случая (case study) формирования сетевого общественного мнения локального городского сообщества к спорному решению властей о передаче Исакиевского собора в Санкт-Петербурге Русской Православной церкви, которые привели к изменению позиции городских властей и общественности по этому вопросу.

ПРАКТИКИ САМОАКТИВИЗАЦИИ В ПОИСКЕ РАБОТЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «В КОНТАКТЕ»

Сизова И.Л., Хусяинов Т.М. (Санкт-Петербург)

Статья подготовлена в рамках поддержанного РФФИ (отделение гуманитарных и общественных наук) научного проекта №17-03-00074 «Самостоятельная интернет-занятость: между прекаризацией и нормальностью» 2017-2018 гг.

Аннотация. Анализ поведения лиц, включенных в профессиональные сообщества в социальной сети «В Контакте», показал наличие активных действий по саморекламе и самопрезентации в поиске работы в виртуальном пространстве. Исследование проведено в 2017 г. на базе социальной сети «В Контакте».

Во время совершенствования и активного распространения информационных технологий (в том числе интернет-технологий) прежняя схема занятости становится всё менее применима. В новых условиях речь идёт о перераспределении безработицы в условиях неполной занятости [1]. В контексте перемен атипичные формы занятости становятся неизбежными, в том числе и в виртуальном (интернет) пространстве. Такие формы занятости являются намного более гибкими, что нередко приводит к чередованию работ, комбинированной занятости, смене периодов работы и безработицы.

Изучение новых форм занятости занимает важное место в социологии труда и занятости. Ч. Хэнди предложил для рассмотрения новых трудовых отношений концепцию «Портфель работ», в которой утверждается, что у каждого с течением времени образуется значимый набор видов деятельности (портфель), в котором учитывается трудовая деятельность, получение образования, неоплачиваемая работа (например, прохождение практики или выполнение домашних обязанностей) [3]. Правильно собранный «портфель» позволяет, с одной стороны, увеличивать индивидуальную конкурентоспособность на рынке труда и предлагать свои услуги по более высокой цене (в лучших условиях), а, с другой – удобно регулировать рабочее и нерабочее время.

Так понимаемое управление своей личной трудовой биографией характерно для лиц, стремящихся к поиску работы в интернете. Для них привычной является ситуация занятости в проектах, заключение временных контрактов с тем или иным работодателем. Их профессиональный опыт суммируется в индивидуальном портфолио, которое становится основой для ведения трудовой деятельности и нахождения баланса между различными интересами (например, профессиональными и личными). Такая своеобразная замена традиционной «трудовой книжки» особенно удобна в условиях информатизации и активного использования срочных соглашений, гражданско-правовых договоров или неформальных сделок. Условием конкурентоспособности в виртуальном мире труда является собранное портфолио, которое подразумевает наличие не столько формальных преимуществ (образование, записи в трудовой книжке, информация в резюме, рекомендательные письма), а, прежде всего, содержание и

качество выполненной работы, оцениваемое на основании рейтинга, выставленного клиентами на профессиональных сайтах или виртуальных рынках труда (специализированных платформах).

Подобная регуляция или саморегуляция занятости имеет существенные последствия. Одним из них является постепенный отказ от обычной занятости и, соответственно, радикальная смена условий, выдвигаемых работодателем к найму работников. В массе, работники, стремящиеся к занятости в интернете, представляются как независимые профессионалы (самозанятые), их число значительно превышает количество тех, кто стремится воспроизводить нормальные отношения найма, то есть и в интернете иметь постоянную работу (таких всего около 10%) [2].

Для работников, пытающихся связать свою трудовую деятельность с новыми формами труда и занятости (в интернете), важную роль играет профессиональное общение в сети. Развитие такого направления профессиональной солидарности связано с высокой степенью виртуализации и автономизации труда, отсутствием традиционных связей и сетей поддержки в трудовом коллективе. Само профессиональное общение также трансформируется, повышается значение новых средств коммуникации, например, через образование профессиональных сообществ в социальных сетях, мессенджерах, развитие форумов и имиджбордов (это что такое?), и т.д. Лишь небольшая группа самозанятых в интернете продолжают «живое» общение. Наиболее характерно это для работающих в коворкинг-центрах (организации, предоставляющие отдельные рабочие места самозанятым работникам в офисных пространствах, наполненных всем необходимым оборудованием) или теледомах (объединение самозанятых интернет-работников, работающих и живущих в общем доме, коттедже, квартире).

Изучение практик самоактивизации лиц в поиске работы в сети интернет на базе профессиональных сообществ социальной сети “В Контакте” производилось с учетом того, что здесь сконцентрированы наиболее крупные русскоязычные профессиональные сообщества. Были собраны текстовые сообщения пяти специализированных групп, в которых суммарная численность пользователей составляет свыше 450000 человек. В качестве данных были использованы сообщения за январь 2016 г. в количестве 3677 сообщений, которые систематизировались по ключевым словам и содержательно интерпретировались.

В контексте поиска работы, сообщения содержат скрытую или явную саморекламу/самопрезентацию исполнителей и заказчиков.

Все сообщения делятся на две большие группы. Во-первых, часть размещается на “Стене” сообщества. Они исключительно посвящены поиску заказов или исполнителей. Данный раздел виден зашедшему пользователю в первую очередь, поэтому он пополняется новой информацией наиболее динамично. Во-вторых, выделяются сообщения, которые размещаются в разделе “Обсуждения”. Тематически сформированный раздел содержит разнообразные темы, в которых формируются отдельные ветки. Самыми популярными являются сообщения о предложении профессиональных услуг, объявления о вакансиях, а также знакомства, которые можно назвать созданием профессиональных контактов и обсуждения профессиональных вопросов. Отметим, что поиск заказов и исполнителей в данных сообществах доминирует (содержат наибольшее число сообщений, постоянно обновляется и т.д.).

Налаживание профессиональных контактов у пользователей также часто происходит в целях саморекламы и самопрезентации. Среди самих участников сообществ, выделяются две подгруппы: «новички» и «опытные». Если «новички» в большей степени открыты к знакомству, общению, поддержке, то «опытные» здесь преследуют исключительно цели поиска работы или исполнителей.

Формы самопрезентации или саморекламы у пользователей различны. Достаточно часто сообщения снабжаются ссылками на портфолио или на примеры уже выполненных работ (графических, аудио и видео). Наряду с представлениями доказательств своей профессиональной компетенции, используется часто такая форма саморекламы, как визуальное и смысловое выделение своих сообщений на фоне других (например, при помощи цветовых решений или так называемых «продающих» фраз - ярких выражений, обращенных к целевой аудитории).

Доминирование самопрезентации и саморекламы при поиске работы в границах профессиональных сообществ может быть связано с высокими экономическими рисками и надеждами, которым подчинены самозанятые в сети интернет. Эти риски и надежды связаны, прежде всего, с высокой конкуренцией среди ищущих работу, не ограниченной (как в обычных случаях) локальными условиями. У самозанятых интернет-работников больше шансов стать уникальным специалистом или опередить конкурента в отсутствие территориальной сегментации

рынка труда. Сеть стирает подобные правила, позволяя искать подходящие заказы без ограничений, но, одновременно, делает конкуренцию глобальной, а выбор работника – случайным, при массовом равенстве квалификаций и способностей. Из-за этого повышается значимость различных способов саморекламы и самопрезентации. Такая неоплачиваемая никем деятельность становится частью занятости, даже в то время, когда есть текущая работа. В противном случае, сразу после окончания проекта, человек оказывается автоматически безработным.

Анализ сообщений показывает, что работники понимают и осознают свое положение, поэтому каждому заинтересованному в поиске работы или исполнителя приходится регулярно обновлять свой «профиль/портфель». Однако данная стратегия, видимо, не слишком эффективна, поскольку с течением времени активность пользователей снижается.

Вероятно, низкая эффективность средств самопоиска работы стимулирует развитие посреднической деятельности в профессиональных сообществах. Так, в сети формируется новая профессиональная деятельность – специалист по поиску клиентов. Если в обычном мире этим занимаются службы занятости и кадровые агентства, то сетевом рынке труда действуют независимые агенты. Оплата услуг агента составляет фиксированную сумму или определенный процент от осуществленной сделки. Часто самозанятые обращаются сразу к нескольким агентам, поскольку таким образом надеются обеспечить быстрый поиск заказов или исполнителей, кроме того, таким образом обеспечивается возможность в подборе более дорогостоящих заказов или менее дорогостоящих исполнителей.

Практики самопрезентации и самоактивизации ищущих работу в сети интернет, видимо, являются эффективными, поскольку в изученных профессиональных сообществах, их число велико (как по поиску исполнителей, так и по предложению услуг). Однако, высокое число заказчиков и исполнителей существенно обостряет конкурентную борьбу в этом рынке.

1. Beck U. *Kapitalismus ohne Arbeit*^ Ulrich Beck über Mythen der Politik, globale Wirtschaft und die Zukunft der Demokratie // DER SPIEGEL. 1996. №20. pp. 140-146.
2. Хусяинов Т.М. Идентичность самозанятых интернет-работников // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2017. №1(45). С. 127-131.
3. Хэнди Ч. *Время безрассудства. Искусство управления в организации будущего*. СПб., 2001. URL: http://corp.delovoir.kz/books/Vremya_bezrassudstva.pdf

ВЛИЯНИЕ МАТЕРИАЛЬНОГО ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ УЧАСТНИКАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОНЛАЙН-ИССЛЕДОВАНИЯ НА ЕГО КАЧЕСТВО

Тараненко А.С. (Санкт-Петербург)

Использование вознаграждений в социологических исследованиях стало особенно популярным с появлением интернет-панелей — базы данных потенциальных респондентов. Размер вознаграждения чаще всего определяется темой опроса, однако бывает, что обоснованием размера служит длина вопросника и технические сложности при его заполнении. Недостатком применения вознаграждений в интернет-опросах является то, что это увеличивает вероятность повторного участия респондента в исследовании [3]. Эту проблему можно решить, выплачивая вознаграждение через почтовые, а не электронные переводы. Тогда респонденту необходимо будет показать паспорт перед выдачей денег, а значит, получить вознаграждение дважды ему не удастся [2]. Однако, вероятно, ввиду сложности процесса выдачи оплаты, она привлечет меньшее количество респондентов, чем при электронном переводе.

В ситуации, когда плата за участие в исследовании стала устоявшейся практикой не только в частных, но и в академических и правительственных исследованиях, встает вопрос о том, насколько эффективна такая стимуляция, как она влияет на качество исследования и насколько этично ее применение. При подготовке текста в основном использовались оффлайн-исследования, однако на основании них допустимо делать выводы и об онлайн-исследованиях.

Основной причиной использования материального вознаграждения является стремление ускорить и упростить процесс рекрутинга за счет уменьшения количества отказов от участия. Наибольший эффект оплата имеет в тех исследованиях, в которых частота согласия без вознаграждения была низкой. Это означает, что вознаграждения особенно необходимы, когда