

About the authors:

BLOKHINA Marina Valeryevna – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Social Technologies, Tver State Technical University, Tver. E-mail: bmvtsu@mail.ru

BORULENKOVA Polina Alexandrovna – Master's Student, Tver State Technical University, Tver. E-mail: borulenkovapolina@gmail.com

УДК 316.354:378.4:004.738.5

МЕССЕНДЖЕР-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ МЕТОДЫ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ СТУДЕНЧЕСКОЙ АУДИТОРИИ

Д.О. Ворсин

© Ворсин Д.О., 2026

***Аннотация.** Статья посвящена анализу применения мессенджер-ориентированных методов сбора данных в социологических исследованиях студенческой аудитории. Феномен «усталости от опросов» рассмотрен в контексте цифровой трансформации высшего образования. На основе анализа выявлены ключевые преимущества использования чат-ботов в мессенджерах для проведения социологических опросов: повышение вовлеченности респондентов, снижение когнитивной нагрузки, персонализация взаимодействия. Проанализированы методологические ограничения и этические аспекты использования чат-ботов для исследования проблем молодежи. Предложены рекомендации по интеграции мессенджерных технологий в традиционные социологические методы.*

***Ключевые слова:** чат-боты, мессенджеры, социологическое исследование, цифровые методы, студенческая аудитория, инновационные методы.*

Цифровая трансформация высшего образования существенно изменила коммуникативные практики студенческой молодежи, что требует переосмысления традиционных методов социологических исследований. Внедрение чат-ботов в образовательную среду – это одна из наиболее перспективных технологических инноваций последнего десятилетия.

Традиционные инструменты сбора социологических данных, такие как Google Forms и другие веб-платформы, демонстрируют снижающуюся эффективность при работе со студенческой аудиторией. По данным исследования Высшей школы экономики, средний показатель отклика на

онлайн-опросы среди студентов российских вузов в 2023 г. составил всего 11,3 %, что на 34 % ниже показателей 2019 г. [1].

Данная тенденция обусловлена феноменом «усталости от опросов» (survey fatigue), который особенно выражен среди «цифровых аборигенов» – поколения, выросшего в эпоху интернета. Исследователи из МГУ им. М.В. Ломоносова отмечают, что студенты получают в среднем 3–4 приглашения к участию в онлайн-опросах еженедельно, при этом завершают менее 15 % начатых анкет [2].

Концепция «conversational surveys» (диалоговых опросов) была впервые предложена исследователями в 2021 г. Основная идея заключается в переносе социологического инструментария в привычную для респондентов коммуникативную среду – мессенджеры [3].

Теория медиаэкологии М. Маклюэна гласит, что «средство коммуникации есть сообщение». Применительно к социологическим исследованиям это означает, что выбор платформы для опроса влияет не только на количество, но и на качество получаемых данных. Например, Telegram-боты создают ощущение персонализированного диалога, что соответствует современным паттернам цифровой коммуникации молодежи [4].

Проанализируем эмпирические данные различных исследований. Команда исследователей из Казанского федерального университета провела эксперимент, в котором одна и та же анкета распространялась через Google Forms и Telegram-бот среди студентов инженерных специальностей. Результаты показали:

отклик через Telegram-бот составил 47,8 % против 18,2 % в Google Forms;

среднее время заполнения сократилось с 18 мин до 11;

процент полностью заполненных анкет увеличился с 56 до 91 [5].

Аналогичные результаты были получены в Белорусском государственном университете информатики и радиоэлектроники. Исследование вовлеченности студентов в научную деятельность через Telegram-бот позволило собрать данные от 1 247 респондентов за 5 дней, тогда как предыдущий опрос через Google Forms собрал только 312 ответов за две недели [6].

Анализ существующих исследований позволяет выделить несколько ключевых преимуществ использования чат-ботов в мессенджерах для социологических опросов:

применяется принцип «микродозирования» информации, когда вопросы подаются последовательно в диалоговом режиме;

чат-боты позволяют реализовывать сложную адаптивную логику опроса, когда последующие вопросы зависят от предыдущих ответов;

молодежная аудитория воспринимает общение через мессенджеры как более естественное и менее формальное. Диалоговый интерфейс

создает иллюзию общения с реальным интервьюером. Порядка 73 % респондентов отметили, что опрос через бот воспринимается как «более личный» [7]. Вопросы подаются порционно, что снижает когнитивную нагрузку на респондента. Google Forms показывает всю анкету сразу, и это может демотивировать участника опроса;

существует мгновенная обратная связь. Боты могут реагировать на ответы, благодарить, показывать прогресс, что повышает вовлеченность. Использование адаптивной логики ветвления позволяет персонализировать опрос. Это повышает качество ответов на открытые вопросы [8].

По данным исследования цифровых практик российской молодежи, проведенного ВЦИОМ, 89 % молодых людей в возрасте 18–24 лет используют мессенджеры ежедневно, при этом среднее время ответа на сообщение составляет менее 5 мин [9].

Результаты исследования об использовании российских мессенджеров в опросах студентов приведены в таблице.

Сравнительная характеристика методов онлайн-опроса студентов [7]

Характеристика	Веб-формы	E-mail	Чат-боты
Средний отклик	10–20 %	5–15 %	30–50 %
Когнитивная нагрузка	Высокая	Средняя	Низкая
Персонализация	Ограниченная	Минимальная	Высокая
Стоимость реализации	Низкая	Низкая	Средняя
Техническая сложность	Низкая	Низкая	Высокая

Несмотря на очевидные преимущества, применение чат-ботов в социологических исследованиях сопряжено с рядом методологических и этических проблем:

1. Проблема репрезентативности. Использование конкретного мессенджера автоматически исключает из выборки тех, кто не пользуется данной платформой. Это создает систематическое смещение выборки.

2. Конфиденциальность данных. Использование сторонних платформ для сбора данных ставит вопросы безопасности личных данных. Исследователи должны учитывать политику конфиденциальности

платформы и информировать респондентов о возможных рисках, обязательно соблюдать закон «О персональных данных».

3. Технические барьеры. Создание качественного исследовательского бота требует технических компетенций. Не все профессиональные социологи имеют навыки программирования, достаточные для самостоятельной разработки чат-ботов [10].

Таким образом, использование чат-ботов в социологических опросах представляет собой перспективный инструмент для проведения социологических исследований в студенческой аудитории. Однако чат-боты должны не полностью заменять традиционные методы, а дополнять их в рамках mixed-mode дизайна. Сначала необходимо провести пилотажное тестирование. Перед основным исследованием необходимо выполнить пилотаж на небольшой выборке для выявления технических и методологических проблем. Респонденты должны быть проинформированы о характере исследования, использовании их данных и возможности отказа от участия. Выбор платформы должен соответствовать характеристикам целевой аудитории и задачам исследования.

Мессенджер-ориентированные методы представляют собой перспективное направление развития социологического инструментария, особенно актуальное для исследования молодежной аудитории. Чат-боты и аналогичные технологии позволяют преодолеть проблему «усталости от опросов» и повысить качество получаемых данных за счет создания более естественной коммуникативной среды.

Тем не менее внедрение данных технологий требует тщательного методологического обоснования и учета этических аспектов. Будущие исследования должны быть направлены на разработку стандартизированных протоколов использования чат-ботов в социологии, валидизацию получаемых данных и создание этических руководств для исследователей.

В контексте изучения проблем студенческой молодежи мессенджер-ориентированные методы открывают новые возможности для регулярного мониторинга студенческих настроений, оценки эффективности образовательных инноваций и вовлечения студентов в образовательные и воспитательные процессы. Дальнейшее развитие данного направления будет способствовать повышению качества социологических исследований в сфере высшего образования.

Библиографический список

1. Мониторинг эффективности онлайн-исследований в российских вузах: аналитический доклад / НИУ ВШЭ; под ред. И.А. Груздева. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2024. 89 с.

2. Радаев В.В., Косарева У.А. Феномен усталости от опросов в студенческой среде: причины и последствия // Социологические исследования. 2023. № 11. С. 67–78.

3. Algorithmic Management Reimagined for Workers and by Workers: Centering Worker Well-being in Gig Work / A. Zhang [et al.] // Proceedings of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 2022. P. 1–20.

4. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М.: Кучково поле, 2018. 464 с.

5. Галимова Э.Г., Захарова И.В. Сравнительный анализ эффективности цифровых инструментов социологических опросов в инженерном образовании // Инженерное образование. 2024. № 35. С. 142–153.

6. Батура Т.В., Копылова Н.С. Применение чат-ботов для исследования научной активности студентов технических специальностей // Программная инженерия. 2023. Т. 14. № 7. С. 321–329.

7. Замятина О.М., Мозгалева П.И. Усовершенствование системы мониторинга образовательной деятельности с помощью мессенджер-технологий // Высшее образование в России. 2024. Т. 33. № 2. С. 89–102.

8. Сандлер Д.Г., Зорина А.Д. Адаптивные опросы как инструмент повышения качества обратной связи в вузе // Образование и наука. 2023. Т. 25. № 9. С. 112–135.

9. Исследование аудитории российских мессенджеров. 2023. URL: <https://vk.com/company/ru/press/releases/12023/> (дата обращения: 10.01.2025).

10. Цифровая социология: направления исследований: коллективная монография / под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: РГГУ, 2024. 412 с.

MESSENGER-ORIENTED METHODS IN SOCIOLOGICAL RESEARCH OF STUDENT AUDIENCE

D.O. Vorsin

Abstract. The article is devoted to analysis of messenger-oriented data collection methods application in sociological research of student audience. The phenomenon of «survey fatigue» is considered in the context of digital transformation of higher education. Based on the analysis key advantages of using chatbots in messengers for conducting sociological surveys are identified: increasing respondent engagement, reducing cognitive load, personalizing interaction. Methodological limitations and ethical aspects of using chatbots youth problems research are analyzed. Recommendations for integrating messenger technologies into traditional sociological methods are proposed.

Keywords: chatbots, messengers, sociological research, digital methods, student audience, innovations methods.

Об авторе:

ВОРСИН Дмитрий Олегович – аспирант, ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», Тверь. E-mail: guccimogucci666@gmail.com

Научный руководитель – БЛОХИНА Марина Валерьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий, ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», Тверь. E-mail: bmvstu@mail.ru

About the author:

VORSIN Dmitry Olegovich – Postgraduate Student, Tver State Technical University, Tver. E-mail: guccimogucci666@gmail.com

Research supervisor – BLOKHINA Marina Valerievna, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Social Technologies, Tver State Technical University, Tver. E-mail: bmvstu@mail.ru

УДК 316.334.56

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ КАЧЕСТВА ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ Г. ПЕРМИ)

А.С. Ларионова

© Ларионова А.С., 2026

Аннотация. В статье рассмотрены современные методы оценки качества городской среды с точки зрения социологии на примере г. Перми. Исследованы различные объекты благоустройства с позиции удовлетворенности населения их качеством. Приведены и проанализированы данные анкетирования жителей.

Ключевые слова: городская среда, оценка, благоустройство, качество.

Тема городского пространства многогранна и изучается многими науками, такими как урбанистика, экология, экономика, социология. До XX века город как объект исследования редко привлекал внимание ученых и не занимал ключевого места в их работах, но в начале XX века ученые Чикагской школы начали анализировать этот феномен [3]. Один из основателей Чикагской школы, Роберт Парк, ввел понятие «социальная среда» и рассматривал поведение людей в городском пространстве в