

Ефимов Евгений Геннадиевич

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СЕТЕЙ В РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ (ОПЫТ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА)

В работе анализируется образ социальных сетей на российских телеканалах через контент-анализ новостных сообщений. Исследование позволило увидеть роль культуры в формировании ключевых проблем развития сетей (формирование уникальных "страхов", ассоциации определенных проблем с конкретными сетями), выявить главную опасность их развития в российской культуре (политические акции) и факторы формирования структуры новостных сообщений при их освещении (социально значимые события).

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2013/1-2/19.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 1 (27): в 2-х ч. Ч. II. С. 83-87. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2013/1-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 316.472.4

Социологические науки

В работе анализируется образ социальных сетей на российских телеканалах через контент-анализ новостных сообщений. Исследование позволило увидеть роль культуры в формировании ключевых проблем развития сетей (формирование уникальных «страхов», ассоциации определенных проблем с конкретными сетями), выявить главную опасность их развития в российской культуре (политические акции) и факторы формирования структуры новостных сообщений при их освещении (социально значимые события).

Ключевые слова и фразы: социальные сети; «ВКонтакте»; «Одноклассники»; телевидение; социальное конструирование технологии; культура; контент-анализ.

Евгений Геннадиевич Ефимов, к. ист. н.

Кафедра «История, культура и социология»

Волгоградский государственный технический университет

ez07@mail.ru

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СЕТЕЙ В РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ (ОПЫТ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА)[©]

Рост социальных сетей является одним из главных трендов развития Интернета в России. На сегодняшний день в России сложилась бинарная система социальных сетей с двумя доминирующими ресурсами. По данным TNS, аудитория сети «ВКонтакте» составила на июль 2012 г. 27,6 млн человек, а «Одноклассники» достигли отметки в 21,9 млн [3].

Согласно теории «социального конструирования технологии», которая является методологической основой данного исследования, развитие техники обусловлено взаимодействием социальных групп, выступающих в качестве защитников и противников развития данной технологии, а качественные характеристики являются вторичной определяющей развития техники. Ключевым элементом, позволяющим технологии закрепиться в качестве социально полезного объекта, является формирование у общества стереотипных представлений о проблемах, которые может вызвать внедрение данной технологии, и решение этих проблем производителем. В зависимости от закрепления за технологией определенных «страхов», которые вызывает ее использование, происходит «стабилизация», т.е. использование данной технологии определенными социальными группами [9-11].

Как полагал Г. Блумер, социальные проблемы не существуют объективно, а являются результатом коллективного определения [1, с. 150]. Это процесс соприкосновения различных мнений и интересов консолидированной аудитории медиа [7, с. 64]. На формирование коллективного определения сильное влияние оказывают СМИ, доминирующим из которых в России на сегодняшний день является телевидение. По данным ВЦИОМ на август 2012 г., из центрального телевидения информацию получают 98% россиян [2]. Рост доверия к телевидению со стороны зрителей позволяет говорить о влиянии этого вида СМИ на формирование социальных проблем, в том числе по вопросам развития социальных сетей. Кроме того, поскольку проблемы понимаются нами как социально сконструированные, в качестве предмета исследования на первый план выходит культура как ценностная система, задающая условия существования и развития национальных СМИ.

Целью данной работы является анализ образа социальных сетей и проблем их развития в российской культуре как социально сконструированных новостными сообщения телеканалов.

Задачами данной работы являются:

1. анализ структуры новостных сообщений на телеканалах с целью изучения их структуры;
2. выявление факторов формирования данной структуры;
3. выделение проблем развития социальных сетей через образы, формируемые государственными телеканалами;
4. оценка роли культуры как фактора формирования данных проблем.

Актуальность изучения телеканалов как фактора, влияющего на развитие социальных сетей, подтверждается историческими примерами. В 2007 г. в США в СМИ была развернута кампания против педофилов, и под удар попали социальные сети, прежде всего *MySpace*, аудиторию которой составляли подростки в возрасте от 13 до 16 лет. Несмотря на откровенно преувеличенные заявления о количестве педофилов в сети, равно как и том, что социальная сеть не контролирует содержание своего контента и не предпринимает никаких мер по обеспечению безопасности, за сетью закрепился стереотип второсортной. Аудитория *MySpace* определялась как малообразованная, с низким уровнем культуры, представленная преимущественно не-белой частью населения США. Этот образ, созданный в период «моральной паники» 2007 г., привел к кризису этой социальной сети, и она была вынуждена уступить первенство *Facebook*. Главная роль в формировании имиджа *MySpace* отводилась телевидению, в частности, специальной запущенной передаче «To Catch a Predator» («Поймать хищника») на канале *NBC*. Суть ее заключалась в том, что ведущие шоу заводили страничку на сайте социальной сети, на которой были размещены данные одной из специальных агентов. Девушка выдавала себя за несовершеннолетнюю и поддерживала переписку с людьми, которые предлагали ей совершить сексуальные

действия противоправного характера. Этому человеку назначалась встреча, после чего его встречал сам ведущий программы, а также группа полиции. После успешного пилотного выпуска шоу приобрело формат сериала. Эксперименты проводились по всей стране, что только усиливало отношение к социальным сетям как источнику насилия и опасностей. Появились упоминания в региональной прессе о подобных случаях, часть из которых оказалась просто слухами. Поскольку в том же году прошел ряд судебных процессов, на которых различные сроки получили педофилы, организовывающие свои контакты через сеть *MySpace*, то вскоре порочный круг «Онлайн хищники»-*MySpace* замкнулся в глазах общества [15].

Методом сбора информации являлся контент-анализ сообщений о социальных сетях на ведущих телевизионных каналах России: «1 канал», «Россия 1» и «НТВ». Исследованию подверглись сообщения о социальных сетях за 2011 г. Поиск сообщений осуществлялся на сайтах названных каналов через указание ключевого словосочетания «социальные сети». Всего автором было рассмотрено 1671 сообщение, из которых социальным сетям было посвящено 1399.

Выбор телеканалов predetermined объемом аудитории: по данным *TNS Gallup Media*, среднесуточная доля «1 канала» составляет на январь 2012 г. 15,6%, «НТВ» - 13,4%, «Россия-1» - 13,1% [4].

Единицей анализа в данном исследовании являлось сообщение, посвященное социальным сетям.

В ходе анализа все сообщения были разделены на негативные, нейтральные и позитивные (латентное кодирование). К негативным новостям мы отнесли те, в которых социальные сети рассматриваются в связи с совершенными противоправными действиями, т.е. нарушением норм действующего законодательства, в том числе в области регламентирующей работу самих социальных сетей. В нейтральных новостях социальные сети упоминаются как средство коммуникации и/или описываются их технические характеристики. К позитивным были отнесены новости, в которых сети связаны с положительными формальными и неформальными санкциями, успехами или достижениями (Таблица 1).

Таблица 1.

Социальные сети в освещении государственных СМИ в 2011 г.

Канал	Всего сообщений	Проанализировано сообщений	Положительно	Нейтрально	Отрицательно
Первый	320	255	124	35	96
Россия-1	1282	1105	282	575	248
НТВ	311	281	68	142	71
Итого	1913	1641	474	752	415

В целом на трех телеканалах преобладает нейтральное освещение социальных сетей, что говорит об отсутствии пристального внимания государства к развитию этого сегмента Интернет-пространства. Эти данные согласуются с правовой практикой: если в США на уровне штатов существуют специальные законы, регламентирующие действие социальных Интернет-сетей, то у нас нормативных актов, напрямую регламентирующих деятельность социальных сетей, на сегодняшний день нет.

Таблица 2.

Ежемесячная структура сообщений о социальных сетях за 2011 г.

	НТВ			Россия 1			1 канал			Всего			Всего
	+	=	-	+	=	-	+	=	-	+	=	-	
январь	1	12	6	14	52	25	17	3	9	32	67	40	139
февраль	4	8	4	26	66	17	29	4	2	59	78	23	160
март	3	3	4	21	57	14	1	1	1	25	61	19	105
апрель	1	3	4	30	54	18	4	0	4	35	57	26	118
май	4	8	5	17	26	18	10	2	3	31	36	26	93
июнь	10	7	8	31	50	51	1	3	13	42	60	72	174
июль	17	17	7	31	50	21	2	7	14	50	74	42	166
август	14	16	10	21	32	25	2	2	12	37	50	47	134
сентябрь	8	10	7	21	40	16	8	1	17	37	51	40	128
октябрь	1	16	4	14	46	26	27	10	11	42	72	41	155
ноябрь	2	15	8	32	53	7	11	1	1	45	69	16	130
декабрь	3	27	4	24	49	10	12	1	9	39	77	23	139
Итого	68	142	71	282	575	248	124	35	96	474	752	415	1641
%	22	46	23	26	52	22	49	14	38	29	46	25	100

Виды сообщений: «+» - положительные, «-» - негативные, «=» - нейтральные.

Ежемесячный анализ структуры сообщений на анализируемых каналах (Таблица 2) показывает разницу в формировании образа социальных сетей в зависимости от канала: если в процентном соотношении структура «НТВ» и «Россия-1» является схожей, то структура «1-го канала» отличается наличием меньшего количества нейтральных новостей.

В 2011 г. аудитория социальных сетей в России постоянно росла, однако их ежемесячное освещение было неравномерным. Это связано с тем, что социальные сети рассматривались чаще всего в контексте значимых событий, а не служили объектом освещения СМИ сами по себе. В январе и феврале происходило освещение участия в церемонии «Оскар» фильма режиссера Д. Финчера «Социальная сеть» о создании сети *Facebook*, что дало в целом положительную динамику. Значительная доля негативных новостей в январе, апреле и мае связана с распространением революций в странах Ближнего Востока, интерес к которым падает к началу лета. Рост негативных сообщений с июня по сентябрь вызван акциями протеста в Белоруссии, демонстрациями в Лондоне и сдачей ЕГЭ. В октябре-ноябре положительная динамика освещения социальных сетей была вызвана смертью руководителя корпорации *Apple* С. Джобса, а также рядом событий в России (регистрация бывшего президента России Д. Медведева в социальных сетях, вручение Интернет-премий и т.д.). Небольшой рост негативного освещения в декабре был связан с организованными через социальные сети акциями протеста против результатов парламентских выборов.

Контент-анализ негативных сообщений в связи с упоминанием социальных сетей позволил выделить основные проблемы их развития (Таблица 3).

Таблица 3.

Основные темы негативного освещения социальных сетей в 2011 г.

Организация политических акций протеста	34%
Социальные сети как способ или причина совершения противоправных действий в социально-бытовой сфере	23%
Хакерство	10%
ЕГЭ	9%
Пиратство и распространение запрещенного контента	8%
Противоправные действия со стороны социальных-Интернет сетей	8%
Безопасность детей	6%
Интернет-аддикция	2%

Основной проблемой развития социальных сетей в России можно считать их роль в организации протестных акций. Во второй раздел попали упоминания социальных сетей в различных контекстах в качестве способа или причины совершения противоправных действий в повседневной жизни (конфликты на бытовой почве, неграмотность пользователей, распространение контрафактной продукции и т.д.). Эти сообщения носят единичный характер, их целью является освещение новых способов использования социальных сетей в девиантных практиках. На третьем месте - хакерство, а на четвертом – махинации с ЕГЭ, что можно смело считать культурной составляющей.

К сожалению, в подавляющем большинстве новостей термин «социальные сети» используется для обозначения всей совокупности ресурсов, предоставляющих подобные услуги. Упоминание конкретных социальных сетей встречается гораздо реже.

Если анализировать проблемы применительно к конкретным типам сетей, мы получаем следующее соотношение (Таблица 4).

Таблица 4.

Социальные проблемы отдельных видов социальных Интернет-сетей

	Одноклассники	ВКонтакте	Facebook	Twitter
Организация политических акций протеста	0	1	18	8
Пиратство и распространение запрещенного контента	1	20	0	0
Хакерство	0	1	9	0
Нарушения со стороны СИС (приватность и конфиденциальность)	0	2	14	0
Социальные сети как способ или причина совершения противоправных действий в социально-бытовой сфере	2	4	11	4
Безопасность детей	0	3	0	0
Интернет-аддикция	0	0	0	0
ЕГЭ	0	4	0	0
Итого	3	35	52	12

Полученные нами результаты показывают наличие существенного различия между двумя типами социальных сетей в России. «ВКонтакте» представляется как более «опасная» сеть, чем «Одноклассники». Сеть «ВКонтакте» оказалась впереди по уровню упоминаний в связи с распространением незаконного контента, пиратства и нарушения авторских прав, и эти данные отражают общий имидж сети. Когда сеть основывалась, ее главной чертой стало практически неконтролируемая наполняемость контента: пользователи могли свободно загружать аудиозаписи и видео, что, естественно, привело к недовольству правообладателей. Из этой проблемы родилось множество других, в частности, распространение порнографической видеопродукции и пиратских копий лицензионной видеопродукции. В 2011 г. два крупных предпринимателя (О. Тиньков и О. Анисимов) опубликовали в своих блогах посты, где подвергли критике весь проект П. Дурова. «Социальные сети – то, что определяет внутренний мир человека и будущее страны, – писал О. Тиньков. – Мы не хотим, чтобы наши и ваши дети росли со сдвинутыми моральными ориентирами, считая, что воровство – это хорошо, а порнография – так же естественно, как мультфильмы» [5]. В одном из интервью П. Дуров, обосновал невозможность решения этой проблемы гигантским объемом трафика, а также указал на то, что сами пользователи, равно как и правообладатели, должны в первую очередь заботиться об обнаружении такого контента [8]. Удивительнее всего проявили себя «Одноклассники»: фактически они ни разу не оказались серьезно привязаны к каким-либо коллективным «страхам».

Негативный образ *Facebook* в российских СМИ связан с акциями политического протеста. Сеть, размещенная на американских серверах, оказалась очень удобной для организации волнений на Ближнем Востоке, продолжая работать в условиях постоянных попыток блокирования и контроля традиционных СМИ и «местного» Интернета. Нарушение правил конфиденциальности является одной из главных проблем развития *Facebook* в США, а упоминание о хакерстве связано с популярностью сервера, сделавшего его жертвой многочисленных атак. Интересно, что часто хакеры, оправдывая свои акции, обвиняют сеть в незаконном сборе данных пользователя, что, по сути, делает эту проблему вытекающей из предыдущей. При этом сеть М. Цукерберга ни разу не упоминалась в связи с проблемами безопасности детей, что можно считать следствием адаптации к требованиям американской культуры. Когда *Facebook* пришел в Россию в июне 2008 г. (открылась русскоязычная версия сайта), это была сеть, имеющая более 40 уровней безопасности для несовершеннолетних пользователей, а также модернизированную систему защиты частных данных и контента. Однако все эти опции, усложнив в итоге технические данные сети, включая интерфейс, оказались в России совершенно невостребованными, и вряд ли в ближайшем будущем американский сервис сможет составить серьезную конкуренцию доминирующим сетям России. Интересно, что в подходящей среде (белые, с высшим образованием, обеспеченные) даже в России *Facebook* быстро захватывает позиции. Так, эта социальная сеть является второй по популярности среди студентов ГУ ВШЭ [6].

Одним из важных итогов нашего анализа является подтверждение тезиса о том, что социальные проблемы в отношении сетей зависят от культуры, что доказывается результатами научных исследований в разных странах (Таблица 5).

Таблица 5.

Социальные проблемы социальных сетей как культурно обусловленная конструкция

Страна	Доминирующая социальная сеть	Основные «проблемы» развития социальных сетей
США	Facebook	сексуальные домогательства и конфиденциальность информации [12, p. 99-103]
Дания	Arto	сексуальное насилие и педофилия, запугивание и преследование, угрозы и насилие, распространение националистических идей [14, s. 81]
ФРГ	StudiVZ	конфиденциальность данных, распространение спама, возможность потери личной информации, создание негативного имиджа, Интернет-зависимость [13, p. 93-94]
Япония	Mixi	«Mixi-усталость» - нежелание поддерживать контакты через социальные сети из-за обязанностей по поддержанию контактов с различными социальными группами [16, p. 16]

Среди основных социальных проблем, связанных с развитием социальных сетей в СМИ, на первый план в 2011 г. выходят политические акции. Разные социальные сети показывают при этом привязку к различным социальным проблемам, что подтверждает теорию об ориентации сетей на разные социальные группы.

В заключение следует отметить, что использование подхода социального конструирования технологии как методологии и контент-анализа как метода исследования развития социальных сетей в российской культуре позволило нам прийти к следующим выводам.

1. В целом на трех телеканалах преобладает нейтральное освещение социальных сетей, что говорит об отсутствии пристального внимания государства к развитию этого сегмента Интернет-пространства. Об этом же говорит и отсутствие правовых актов, регламентирующих деятельность конкретных социальных Интернет-сетей.

2. На сегодняшний день в России на уровне ведущих СМИ, в роли которых выступает телевидение, не выработано единого отношения к социальным сетям. Структура сообщений на государственных каналах различается, во-первых, в зависимости от канала и, во-вторых, показывает различную динамику в течение года. Последнее объясняется привязкой сообщений про социальные сети к другим социально значимым событиям, которые выступают в качестве фактора формирования структуры новостных сообщений.

3. Выделение ключевых проблем развития социальных Интернет-сетей, формируемых на государственных телеканалах, позволяет утверждать, что главной из них является организация акций политического протеста. Это позволяет предположить, что правовое регулирование (прямое или косвенное) деятельности социальных сетей будет развиваться в рамках решения данной проблемы.

4. Роль культуры как фактора формирования социальных сетей проявляется на нескольких уровнях. Во-первых, это уникальные проблемы, присущие социальным сетям только в российской культуре (например, махинации во время сдачи ЕГЭ). Во-вторых, различие в важности проблем в российской и других культурах. Так, например, если в США центральной является безопасность детей, то в России эта проблема на 7-м месте. В-третьих, это различие в ассоциации определенных проблем с конкретными социальными сетями. Если в США для Facebook главной проблемой является безопасность детей, то в освещении российских СМИ – это акции политического протеста.

Материалы данного исследования дают возможность использовать предложенную здесь методологию и методы для анализа практически любых СМИ, материалы которых доступны в текстовой форме (радио, газеты, блоги и т.д.) с точки зрения освещения социальных сетей. Это позволит более точно описывать образ социальных сетей в глазах массовой аудитории, в том числе и не являющейся их пользователями, что может способствовать более грамотному использованию этих ресурсов в сфере Интернет-маркетинга, в том числе с учетом культурной специфики. Также данные материалы дают возможность более точного прогнозирования развития социальных сетей как с точки зрения регулирования Интернета со стороны государства, так и с позиции внутренней динамики.

Список литературы

1. Блумер Г. Социальные проблемы как коллективное поведение // Контексты современности - II: хрестоматия. Изд-е 2-е, перераб. и доп. / сост. и ред. С. А. Ерофеев. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001. С. 150-159.
2. **Вся правда – в телевизоре?** [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112941> (дата обращения: 23.11.2012).
3. **Отчет по проекту Web Index** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tns-global.ru/media/content/B7525726-B5E1-4C12-BE25-4C543F42F3EE/!Web%20Index%20Report%20201207.zip> (дата обращения: 23.11.2012).
4. **Рейтинги СМИ – ТВ** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tns-global.ru/rus/data/ratings/tv/index.wbp?tv.action=search&tv.regionId=9B17541D-53F1-4092-BD51-83041DDAB639&tv.startDate=02.01.2012&tv.endDate=08.01.2012&tv.RaitingNameId=0FE4F395-898A-4187-B3BB-3DC1C077622E> (дата обращения: 23.11.2012).
5. **Тиньков О.** ВКонтакте [Электронный ресурс]. URL: <http://olegtinkov.livejournal.com/167116.html> (дата обращения: 23.11.2012).
6. **Увидимся в сети** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hse.ru/news/fact/19005785.html> (дата обращения: 23.11.2012).
7. **Черных А.** Мир современных медиа. М.: Изд. дом «Территория будущего», 2007. 312 с.
8. **«Что касается лично меня, я аполитичен»: Дуров дал первое интервью «Газете.Ru»** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazeta.ru/business/2012/01/24/3973497.shtml> (дата обращения: 23.11.2012).
9. **Bijker W.** The Social Construction of Technology. Eijsden, 1990. 218 p.
10. **Bijker W. E.** Social Construction of Technology // International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences / ed. N. J. Smelser. Oxford - Amsterdam, 2001. P. 15522-15527.
11. **Bijker W. E., Pinch T. J.** SCOT Answers, Other Questions // Technology and Culture. 2002. Vol. 43. P. 361-370.
12. **Boyd D.** Taken out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics [Электронный ресурс]. URL: www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf (дата обращения: 23.11.2012).
13. **Fuchs C.** Social Networking Sites and the Surveillance Society. A Critical Case Study of the Usage of StudiVZ, Facebook, and MySpace by Students in Salzburg in the Context of Electronic Surveillance. Salzburg - Vienna, 2009. 145 p.
14. **Larsen M. C.** Unge og online sociale netværk. En neksusanalytisk undersøgelse af medierede handlinger og offentlige diskurser. Aalborg, 2010. 388 s.
15. **Marwick A. E.** To Catch a Predator? The MySpace Moral Panic [Электронный ресурс] // First Monday. 2008. Vol. 13. № 6. URL: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2152/1966> (дата обращения: 23.11.2012).
16. **Takahashi T.** MySpace or Mixi? Japanese Engagement with SNS (Social Networking Sites) in the Global Age // New Media & Society. 2010. № XX (X). P. 1–23.

DEVELOPMENT OF SOCIAL INTERNET NETWORKS IN RUSSIAN CULTURE (ATTEMPT OF CONTENT ANALYSIS)

Evgenii Gennadievich Efimov, Ph. D. in History
Department "History, Culture and Sociology"
Volgograd State Technical University
ez07@mail.ru

The author analyzes the image of social networks on the Russian TV channels by means of the content analysis of news reports, describes the role of culture in the formation of the key problems of networks development (the formation of unique "fears", the associations of certain problems with certain networks), and reveals the main danger of their development in the Russian culture (political actions) and the factors of the formation of news reports structure while their coverage (socially significant events).

Key words and phrases: social networks; «ВКонтакте»; «Одноклассники»; television; social construction of technology; culture; content analysis.