

Ефимов Евгений Геннадиевич

СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В данной статье рассматривается роль социальных групп в развитии социальных сетей. Обосновывается идея о том, что индикатором роли социальной группы являются негативные стереотипы, формируемые ею в отношении социальных сетей. Особое внимание уделено классификации ключевых групп, к которым отнесены государство, производители, пользователи и "не-пользователи". В статье анализируются результаты контент-анализа новостных сообщений ТРК "Вести", согласно которому роль пользователей является ключевой в формировании социальных сетей, а роль государства - эпизодической. Автор приходит к выводу, что роль противников социальных сетей и производителей является незначительной, что объясняется массовым внедрением сетей в повседневные практики и их постоянным техническим совершенствованием.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/4-2/13.html

Источник

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

Тамбов: Грамота, 2014. № 4 (42): в 2-х ч. Ч. II. С. 51-54. ISSN 1997-292X.

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/4-2/

© 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

вере и неверие, надежде и отчаянии, мудрости и глупости. Словом, весь спектр человеческих проявлений сосредоточен в духовном опыте людей. Через него и благодаря ему человек подключается к «тонкому», но чрезвычайно важному пласту реальности – духовности. Именно духовность, а точнее – приобщение к ней делает человека человеком, способным не только воспроизводить себя, но и задумываться о своей жизни, о том мире, в котором он живет. И сколь бы ни были важны в жизни людей электронные средства передачи информации, роль непосредственного общения человека с человеком, несомненно, будет поддерживаться в обществе, возвышаться в жизни людей. Вот почему обращение к теме духовного опыта людей всегда актуально и жизненно необходимо. Оно помогает понять, как, с помощью чего человек может усилить лучшие свои качества и минимизировать худшие. Духовный опыт является важным средством, можно сказать, «инструментом», помогающим человеку на его жизненном пути. И правы те исследователи жизни человека [2; 5], которые таким образом ставят этот вопрос, заставляя вновь и вновь обращаться к нему в современном контексте.

Список литературы

1. Бердяев Н. А. О назначении человека. М.: Республика, 1993. 383 с.
2. Ермаков С. А. Проблема выбора жизненного пути человека в философии // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2004. № 1. С. 425-432.
3. Ермаков С. А. Святоотеческая мысль о впадении во грех и борьбе с ним // Человек. 2004. № 1. С. 86-94.
4. Ермаков С. А. Святоотеческие представления о воле человека // Приволжский научный журнал. 2013. № 1. С. 163-165.
5. Ермаков С. А., Мезина Л. Г. Модели пути жизни человека: позитивные и негативные аспекты // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 7. Ч. 1. С. 62-65.
6. Мамардашвили М. Психологическая топология пути. М. Пруст «В поисках утраченного времени». СПб.: Изд-во Русского христианского гуманитарного института, 1997. 571 с.
7. Франк С. Л. Реальность и человек. М.: Республика, 1997. 479 с.
8. Фрейд З. Психология бессознательного: сб. произведений. М.: Просвещение, 1989. 448 с.
9. Шопенгауэр А. Собр. соч.: в 5-ти т. М.: Московский Клуб, 1992. Т. 1. 395 с.

SPIRITUAL EXPERIENCE OF HUMAN BEING: ESSENCE AND MEANING

Ermakova Elena Vladimirovna, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod
ermacow1958@mail.ru

The article represents the author's original definition of the spiritual experience of human being, according to which it is interpreted as experience associated with the thoughts and (or) revelations, feelings and (or) premonitions of human being as the manifestations and representations of his/her objective spiritual needs, and also the manifestations of volitional powers, which did not lose their value for the present and the future. The author argues for the importance of addressing the issue of the spiritual experience of human being in the context of modernity.

Key words and phrases: spirituality; spiritual experience of human being; values; spiritual values; spiritual needs; spiritual life of human being.

УДК 316.472.4

Социологические науки

В данной статье рассматривается роль социальных групп в развитии социальных сетей. Обосновывается идея о том, что индикатором роли социальной группы являются негативные стереотипы, формируемые ею в отношении социальных сетей. Особое внимание уделено классификации ключевых групп, к которым отнесены государство, производители, пользователи и «не-пользователи». В статье анализируются результаты контент-анализа новостных сообщений ТРК «Вести», согласно которому роль пользователей является ключевой в формировании социальных сетей, а роль государства – эпизодической. Автор приходит к выводу, что роль противников социальных сетей и производителей является незначительной, что объясняется массовым внедрением сетей в повседневные практики и их постоянным техническим усовершенствованием.

Ключевые слова и фразы: социальная группа; социальная сеть; социальное конструирование технологий.

Ефимов Евгений Геннадиевич, к.и.н.

Волгоградский государственный технический университет
ez07@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ[©]

Актуальность исследования социальных сетей в России обуславливается несколькими аспектами. Со статистической точки зрения, очевиден рост пользователей социальных сетей, в том числе российских. *Facebook*

в октябре 2012 г. преодолел отметку в миллиард пользователей, а активная аудитория крупнейшей российской социальной сети «ВКонтакте» увеличилась за прошедший год на 33%, составив на конец 2013 г. 56 миллионов человек [3]. С социальной точки зрения мы можем говорить о внедрении сетей в повседневные практики во всех сферах общественной жизни. Аккаунты в социальных сетях являются необходимым атрибутом политических лидеров и государственных учреждений, крупных экономических корпораций и образовательных учреждений.

В то же время научное исследование социальных сетей на сегодняшний день явно отстает от темпов их роста. Так, в наукометрической базе РИНЦ на январь 2014 г. в названии публикации сеть «ВКонтакте» упоминается всего 24 раза. Научное осмысление феномена социальных сетей является необходимым средством эффективного управления и прогнозирования развития этого сегмента интернет-пространства.

Целью данной статьи является исследование социальных групп как факторов развития социальных сетей.

Задачи:

1. Дать характеристику основных групп, влияющих на развитие социальных сетей.
2. Проанализировав результаты контент-анализа новостных сообщений ТРК «Вести», описать значимость групп в процессе конструирования социальных сетей.

Методологическим основанием данного исследования является «теория социального конструирования» В. Бэйкера. «Социальное конструирование технологии» (далее – СКТ) – направление, появившееся в рамках постпозитивизма и в качестве центральной идеи отстаивающее положение о том, что содержание научного знания и технологии является социально конструируемым [10]. В более широком смысле данное направление включает в себя и акторно-сетевую теорию, и историю технологии [9, р. 362]. В узком смысле, под которым понимается направление, развиваемое В. Бейкером и Т. Пинчем, СКТ рассматривается как методология, дающая возможность описывать развитие техники как отражения взаимодействия социальных групп.

Центральным элементом конструирования техники являются «связанные» социальные группы (Relevant social groups) — т.е. имеющие отношение к технологическому артефакту. Их функция состоит в предании артефакту социальной оболочки, определению его степени полезности обществу и ценностной оценки. В описании внедрения и развития велосипеда В. Бейкер использует три категории групп: группы производителей, пользователей и «не-пользователей». Первая категория включает в себя изобретателей, спонсоров, работников производства, т.е. всех тех, кто заинтересован в производстве товара. Их главная функция – демонстрация достоинств артефакта и устранение проблем. Вторая категория – пользователи, которые эксплуатируют технический объект и являются источником проблем, возникающих в ходе эксплуатации, решением которых занимаются производители. Эта категория неоднородна: группы могут делиться по разным критериям, в том числе до-социальным (половому, возрастному и т.д.) или социальным и, соответственно, порождать разные проблемы. Так, использование велосипеда женщинами и пожилыми людьми заставило решать проблему безопасности, которая, в свою очередь, привела к необходимости отдельного подхода к решению проблем одежды (для женщин) и проблемы устойчивости и скорости (для людей старшего возраста). Группы «не-пользователей» подразумевают совокупность индивидов, знающих о существовании технологии, но не использующих ее. Отказ от использования базируется на стереотипе механизма как социально «опасного». Эта группа также порождает проблемы, решением которых занимаются группы первой категории. Деление категорий на подгруппы, равно как и их количество зависит от специфики описываемых случаев и целей исследования [11, р. 41-54].

Рассматривая группы как факторы развития социальных сетей, мы понимаем фактор как детерминант поведения и социальных процессов, их движущую силу и условия [7, с. 10-11].

Под социальной сетью мы будем понимать совокупность социальных групп в интернете, созданных индивидами с целью коммуникации и самопрезентации, а в качестве примеров будут рассмотрены две ведущие сети России – «Одноклассники» и «ВКонтакте», а также западные сети *Facebook* и *Twitter*.

В ходе теоретических исследований могут быть выделены несколько групп, оказывающих влияние на развитие социальных сетей в России. Это традиционные для СКТ группы пользователей, не-пользователей и производителей, а также в качестве отдельной группы мы выделяем государство.

Анализ работ авторов дореволюционной социологической традиции, одной из целей которой являлось изучение исторических закономерностей развития российского общества, позволил выявить значительную роль государства в истории общественных отношений нашей страны. П. Н. Милуков считал, что основное отличие отечественной социальной структуры заключалось в том, что в России помимо доминантной группы, которая оказывает влияние на формирование культуры страны (т.е. крестьянства), существует сильное государство, которое, рассматриваемое как социальная группа, само является фактором формирования всех остальных групп [6, с. 165-168]. М. Ковалевский, исследуя историю общины, отмечал, что ее развитие находится в зависимости от доминантных групп, пользующихся поддержкой государства (дворянство, духовенство и буржуазия) [4, с. 143].

Государство рассматривается нами как социальная группа, а не как социальный институт по причине слабой институционализированности сетей, главным признаком чего является отсутствие четкой нормативно-правовой базы, регламентирующей их развитие. По сути, государство представлено инициативной группой чиновников, которые в ходе своей деятельности выступают с предложениями о регламентации. Также рассматривали государство и в дореволюционной социологической традиции. Н. М. Коркунов отмечал, что сословная система, закрепленная в государстве юридически, не отражает реально существующей социальной структуры, поскольку фактически сословная структура имеет корпоративную организацию по месту расселения [5, с. 279], т.е. в различных регионах складываются как различные отношения между сословиями, так и фактическое распределение прав и обязанностей между ними и их внутренняя структура. Такой же точки зрения на социальную структуру российского общества придерживался Н. Чернов [8, с. 81-101].

В качестве эмпирического основания, позволяющего говорить об удельном весе различных социальных групп в процессе развития социальных сетей, мы рассмотрели результаты контент-анализа сообщений на портале ТРК «Вести».

Методика контент-анализа также строилась на теории СКТ, а именно на элементе, который обозначается В. Бэйкером как «гибкость интерпретаций» (Interpretative flexibility) – совокупность представлений разных социальных групп о технологическом артефакте, которые обуславливают его успешное или неудачное внедрение, а также его эволюцию и весь ход его развития [11, р. 82-85]. Социальное конструирование технологии находится между двумя полярными представлениями: об артефакте как «работающей» и «не-работающей» машине. Речь идет, конечно, не о вопросе его функционирования с технической точки зрения, но с социальной. «Не-работающий» артефакт опасен, не выполняет своих функций, не нужен и т.д. Полнос интерпретаций зависит от качества решения проблем, которые появляются при эксплуатации его различными социальными группами. Так, приобретающие велосипед как статусный символ, молодые богатые и спортивные англичане подчеркивали его выдающие качества, в то время как избегающая использования велосипедов часть населения активно обсуждала каждую новость о падении с велосипеда. Ключевым аспектом развития технологического артефакта является формирование именно негативных представлений о технологии, поскольку они стимулируют производителя на внесение изменений в свою продукцию.

Поскольку во взаимодействии социальных групп при использовании технического продукта и происходит выработка негативных представлений о нем, то мы предположили, что в зависимости от роли социальной группы в процессе конструирования технологии будут различными и негативные стереотипы, которые они воспроизводят.

Как полагал Г. Блумер, социальные проблемы не существуют объективно, а являются результатом коллективного определения [1, с. 150], т.е. процессом соприкосновения различных мнений и интересов консолидированной аудитории медиа. 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]. Таким образом, состав и содержание телевизионных программ можно рассматривать как отражение связей и взаимоотношений между социальными группами.

На первом этапе мы выделили все сообщения, содержащие словосочетание «социальные сети» за период 2011-2013 гг., а из этих сообщений выделены негативные (Табл. 1).

Таблица 1.

Структура новостных сообщений ТРК «Вести»

	2011	2012	2013	Всего
Всего сообщений	1282	1220	1075	3577
Проанализировано	1105	1131	995	3231
Негативные	275	359	418	1052

На втором этапе негативные сообщения были классифицированы в соответствии с критериями, отражающими ценностную среду различных социальных групп. С точки зрения государства, к негативным новостям относятся случаи использования социальных сетей для нарушения правовых норм. Например, 29.11.2013 сообщалось о том, что в Краснодарском крае бывшую сотрудницу полиции обязали выплатить 50 тысяч рублей за то, что она оскорбила прокурора в сети «Одноклассники». С точки зрения пользователей, негативными считались сообщения, нарушавшие этические нормы. В качестве примера можно привести новости от 8.11.2014, где рассказывалось о вечеринке в ночном клубе г. Волгограда, куда одна из девушек пришла в образе смерти. Фотографии с осуждающими комментариями мгновенно разошлись в социальных сетях. Для группы производителей негативные новости делятся на две подкатегории: во-первых, связанные с техническими сбоями в работе сети, во-вторых, с негативными чертами имиджа ресурса, созданными при участии работников или руководителей. В частности, для сети «ВКонтакте» таковыми являются поступки и заявления ее основателя П. Дурова, одним из примеров чего является разбрасывание им пятитысячных купюр в мае 2013 г. из окна своего офиса и наблюдение за реакцией прохожих, которые устроили драку за деньги.

Анализируя новостные сообщения, мы пришли к выводу, что, с точки зрения категории «не-пользователей», отрицающих значимость использования ресурса и подчеркивающих его опасность в целом, а не каких-то частей в целом, примером негативного стереотипа является проблема аддикции, понимаемая как зависимость от социальных сетей и форма девиантного поведения. Результаты исследования приведены в Таблице 2.

Таблица 2.

Структура негативных новостных сообщений ТРК «Вести»

	Социальная группа	Критерий	Кол-во сообщений			
			2011	2012	2013	Всего
1	Государство	Правовые нормы	180	146	113	439
2	Пользователи	Этические нормы	64	159	236	459
3	Производители	Технические проблемы и негативный имидж	21	31	46	98
4	«Не-пользователи»	Аддикция	10	23	23	56

Анализируя результаты контент-анализа, мы можем сделать следующие выводы о социальных группах как факторах развития интернет-сетей в России:

1. Государство не является доминантной группой, влияющей на развитие социальных сетей. Несмотря на большой удельный вес сообщений о сетях в контексте противоправных действий, значительная доля сообщений приходится на освещение акций протеста и использование сетей в них (40%). Интерес государства к социальным сетям является эпизодическим и во многом зависит не от их развития, а от политической ситуации в стране и мире. Пик создания негативного образа социальных сетей в 2011 г. связан с их использованием для организации несанкционированных акций в странах Ближнего востока (Ливия, Бахрейн, Египет), антиправительственных выступлений в Англии и России.

2. Низкий процент негативных сообщений, связанных с аддикцией, объясняется тем, что социальные сети прочно вошли в общественную жизнь и являются частью многих повседневных практик.

3. Незначительное, но усиливающееся освещение проблем группы производителей связано с развитием социальных сетей и, как следствие, с ростом технических ошибок и с более пристальным вниманием к действиям первых лиц компаний. Общее количество сообщений с 2011 по 2013 гг. выросло на 66%, а упоминание о технических проблемах на 46%, что можно считать доказательством вышеназванного тезиса.

4. Самой важной группой, определяющей развитие социальных сетей, остаются их пользователи, о чем говорит значительный рост сообщений, в которых обсуждались негативные аспекты использования ресурсом. Причем, в отличие от сообщений первой группы, помимо эпизодически проблем (самоубийства подростков в феврале 2012 г.), пользователи выделяют и проблемы постоянно существующие (такие, как использование сетей для махинаций во время ЕГЭ).

Проведенное нами исследование позволяет выделить четыре социальные группы, влияющие на развитие социальных сетей в России (государство, пользователи, «не-пользователи», производители). Наиболее значительной группой являются пользователи; интерес государства к социальным сетям является эпизодическим и проявляется только при их использовании в политических акциях. Рост и повсеместное использование сетей являются причиной роста роли производителей и незначительного значения группы «не-пользователей» в их развитии.

Практическая значимость данной работы заключается в возможности использовать метод контент-анализа различных СМИ для выявления факторов развития социальных сетей и объективной оценки эффективности их использования.

Список литературы

1. Блумер Г. Социальные проблемы как коллективное поведение // Контексты современности II: хрестоматия. 2-е изд-е, перераб. и доп. / сост. и ред. С. А. Ерофеев. Казань: Изд-во Казанского 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: 14.02.2014).
3. **За год аудитория «ВКонтакте» увеличилась на треть** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hopesandfears.com/hopesandfears/news/news/124607-vk-results> (дата обращения: 09.03.2014).
4. Ковалевский М. Очерк происхождения и развития семьи и собственности. СПб.: Типография Ю. Б. Эрлихъ, 1895. 161 с.
5. Коркунов Н. М. Русское государственное право: в 2-х т. СПб.: Типография М. М. Стасюлевича, 1909. Т. 1. Введение и общая часть. 630 с.
6. Миллюков П. Н. Очерки по истории русской культуры: в 3-х ч. СПб.: Типография И. Н. Скороходова, 1896. Ч. 1. Население, экономический, государственный и сословный строй. 237 с.
7. Сорокин П. А. Голод как фактор. М.: Academia & LVC, 2003. 273 с.
8. Чернов Н. Развитие экономических и социальных отношений в России XIX века // Исторические и социологические очерки. М.: Издание И. К. Шамова, 1906. С. 81-101.
9. Bijker W. E. Pinch T. J. SCOT Answers, Other Questions // *Technology and Culture*. 2002. V. 43. P. 361-370.
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. *The Social Construction of Technology*. Eijsden: The Netherlands, 1990. 218 p.

SOCIAL GROUPS AS DEVELOPMENT FACTORS OF SOCIAL NETWORKS

Efimov Evgenii Gennadievich, Ph. D. in History
Volgograd State Technical University
 ez07@mail.ru

The article investigates the role of social groups in the development of social networks. The author argues for the idea that negative stereotypes developed by a social group in regard to social networks manifest themselves as an indicator of the role of a social group. Special attention is paid to the classification of the key groups, to which the author refers the state, producers, users and «non-users». The paper explores the results of the content-analysis of the news items of the TV and radio company «Vesti», according to which the role of users in the formation of social networks is the chief one, and the role of the state is episodic. The author concludes that the role of the opponents of social networks and producers is of low significance, it is attributed to the large-scale implementation of networks in everyday practice and their permanent technical improvement.

Key words and phrases: social group; social network; social design; technologies.