

Ефимов Евгений Геннадиевич, Небыков Илья Александрович

СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ В СТРУКТУРЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (НА ПРИМЕРЕ СЕТИ "ОДНОКЛАССНИКИ")

В данной статье рассматривается проблема описания пользователей сети "Одноклассники" как социальной группы. Обосновывается идея о том, что эта группа отличается от других в базовых характеристиках (границы, взаимодействие, ценности). Особое внимание уделено стереотипам как отражению групповых особенностей. Дается сравнение групп пользователей сетей "Одноклассники" и "ВКонтакте". Установлено наличие социально-технических границ сети, являющихся отражением коммунитарной ценностной системы в "Одноклассниках". Описывается функциональное отличие сети, которое выражено в акценте на использовании коммуникационных возможностей.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/5-3/16.html

Источник

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

Тамбов: Грамота, 2014. № 5 (43): в 3-х ч. Ч. III. С. 62-65. ISSN 1997-292X

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

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/5-3/

© 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

TIMBER CUTTING BUSINESS WITH THE SOUTHERN VEPSIANS AT THE END OF THE XIX – IN THE FIRST HALF OF THE XX CENTURY

Egorov Sergei Borisovich
Saint Petersburg State University
arskaht@mail.ru

The article characterizes timber cutting business with the ethnolocal group of the southern Vepsians. The research is based on the field data of the author, unpublished archival sources, and publications in periodical press. The paper reveals the reasons for the origin and development of this employment, and characterizes the specifics of its organization. The author accentuates the role of the business in the intensification of the interethnic interaction of the southern Vepsians and the Russian population of the region, and also its influence on the changes of certain elements of material culture.

Key words and phrases: the southern Vepsians; traditional culture; economy; timber cutting business; interethnic interaction.

УДК 316.472.4

Социологические науки

В данной статье рассматривается проблема описания пользователей сети «Одноклассники» как социальной группы. Обосновывается идея о том, что эта группа отличается от других в базовых характеристиках (границы, взаимодействие, ценности). Особое внимание уделено стереотипам как отражению групповых особенностей. Дается сравнение групп пользователей сетей «Одноклассники» и «ВКонтакте». Установлено наличие социально-технических границ сети, являющихся отражением коммуитарной ценностной системы в «Одноклассниках». Описывается функциональное отличие сети, которое выражено в акценте на использовании коммуникационных возможностей.

Ключевые слова и фразы: социальная группа; социальная сеть; социальное конструирование технологии; «Одноклассники»; стереотипы.

Ефимов Евгений Геннадиевич, к.и.н., доцент
Небыков Илья Александрович, к.и.н., доцент
Волгоградский государственный технический университет
ez07@mail.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ В СТРУКТУРЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (НА ПРИМЕРЕ СЕТИ «ОДНОКЛАССНИКИ»)®

Актуальность исследования ведущих социальных сетей можно рассматривать со статистической и социальной точек зрения. Под статистическим основанием понимаются цифры, отражающие рост пользователей социальных сетей. В отношении российских интернет-ресурсов наиболее авторитетным источником этой информации выступает служба *TNS*, согласно статистике которой сеть «Одноклассники» обладает аудиторией в 47 млн человек, уступая первую строчку только сети «ВКонтакте» [9]. Огромное значение имеет и социальная составляющая этого сервиса, выражающаяся в его влиянии на повсеместную трансформацию повседневных практик не только на уровне индивида, но и на уровне организаций и социальных институтов.

Сеть «Одноклассники» являлась первой полноценной российской социальной сетью, однако, несмотря на длительную историю развития и значительную аудиторию, до сих пор мало исследована с социальной точки зрения. К февралю 2014 г. в базе РИНЦ можно найти только 5 статей, содержащих ее название в заголовке, в то время как для сети «ВКонтакте» этот показатель составляет 24, а Facebook – 39.

Целью данной статьи является анализ аудитории социальной сети «Одноклассники» как социальной группы в структуре российских социальных сетей. В рамках данной цели, нами были поставлены следующие задачи:

1) описать теоретические основания исследования пользователей сети «Одноклассники» как социальной группы;

2) изучить базовые характеристики данной группы, опираясь на эмпирические исследования.

Как мы полагаем, виртуальные сообщества, сложившиеся на базе социальных сетей, обладают всеми признаками социальной группы, выражая ее основные характеристики: наличие границ, особая система взаимодействий как совокупность социальных практик и социокультурная среда [5].

Говоря о границах социальной группы, мы опираемся на тезис, что формирование групп на какой-либо основе приводило к их обособлению друг от друга. В качестве примера социологами указывалось появление семей (О. Конт [15, р. 281-284], Б. Н. Чичерин [11, с. 76-87]), создание которых приводило к необходимости развития нравственных норм, иерархии, экономического неравенства и права. Также можно указать на теорию Л. Гумпловича, согласно которой биологические различия приводят к борьбе между группами, которые,

даже будучи вписанными в состав более крупных образований, пытаются обособиться друг от друга на основе кровно-родственных связей [2, с. 129-136].

В случае с «Одноклассниками» наличие границ, на первый взгляд, не является очевидным фактом. Как показали результаты исследования в Волгоградской области с 6 по 13 июля 2012 г., пользователи российских сетей («ВКонтакте», «Одноклассники» и «Мой Мир») часто находятся одновременно в нескольких сетях. Индикатором взаимодействий между группами пользователей различных сетей являлся уровень корреляции. Пользователи «Одноклассников» и «ВКонтакте» часто находятся одновременно в двух сетях (коэф. Крамера 0,409), а также пользователи обеих сетей используют «Мой мир», причем пользователи «Одноклассников» в большей степени, чем «ВКонтакте» (коэф. Крамера 0,688 против 0,409). Последнее объясняется тем, что ресурсы «Мой мир» и «Одноклассники» связаны технически. В 2009 году фонд *Digital Sky Technology (DST)* владевший контрольным пакетом акций «Mail.ru» (и сети Мой Мир@Mail.ru) выкупил контрольный пакет акций «Одноклассников», что в итоге стабилизировало экономическое положение проекта и в июне 2010 г. позволило отменить платные аккаунты. В том же году фонд DST купил ICQ («аську»), а в июне 2011 г. объявил о слиянии аккаунтов трех сервисов в один. Также корпорацией DST был выделен отдел, отвечающий за русские проекты и получивший название *Mail.ru Group*, который на сегодняшний день объединяет пять крупных сервисов – почта *mail.ru*, Мой Мир и Одноклассники, ICQ и *Mail.ru Agent*. Границы между сетями, не всегда четко различимые со статистической точки зрения, становятся более очевидными с учетом их социальной составляющей, которую мы рассмотрим более подробно при анализе взаимодействия и системы ценностей.

Говоря о взаимодействии, мы подразумеваем, что социальная группа существует на основе контактов индивидов между собой, которые могут носить как личный, так и опосредованный характер (Э. Росс [14, р. 120-139]). Социальные сети могут отличаться как формами взаимодействия (к примеру, так называемые «Facebook-вечеринки» [4]), так и их функциональной направленностью.

Как показали результаты исследования, пользователи «Одноклассников» используют свою сеть для поиска друзей (89,2%), в то время как пользователи «ВКонтакте» используют ресурс преимущественно для досуговых целей: прослушивания музыки и просмотра видео (67,5% от числа опрошенных).

Каждая социальная группа «скрепляется» особой социокультурной средой, опирающейся на систему ценностей. Под объединяющим началом могли пониматься различные вещи, такие как психологические характеристики индивидов, отражающиеся на их мотивации (П. Лавров) [7, с. 50-51], понятие «коллективного духа» (В. Зомбарт) [6, с. 447-450] и т.д. Поскольку описание системы ценностей многомиллионной аудитории сети «Одноклассники» через ценности отдельных индивидов представляется сложно осуществимой задачей, мы сосредоточились на ее общих характеристиках, доказательстве ее уникальности. Рассматривая ее отличие от других сетей, мы решили обратиться к результатам анализа материалов сайта «Вести» (*vesti.ru*), являющегося архивом новостных сообщений, представленных на каналах ТРК «Россия». Массив составили данные за 2011-2013 гг., отбор новостных сообщений осуществлялся по ключевому слову «социальные сети».

Опираясь на «теорию социального конструирования» Э. Бэйкера, мы проанализировали негативные стереотипы, связанные с наиболее статистически выраженными сетями. По мнению голландского исследователя, эти стереотипы не только свидетельствуют о наличии различных ценностей у пользователей, но и являются главным фактором развития любой технологии, стимулируя разработчиков на модернизацию и улучшения [12, р. 39-41]. Однако результаты оказались неожиданными: за три года «Одноклассники» практически не упоминались в связи с негативными событиями (20 упоминаний), значительно уступая сети «ВКонтакте» (168 упоминаний) и даже зарубежным сетям. Сеть практически отсутствует в информационном пространстве, и для уточнения представлений о ценностной системе ее пользователей нами были дополнительно проведены фокус-групповые интервью среди студентов Волгоградского государственного технического университета (Таблица 1). Отметим, что при описании сети «Одноклассники» респонденты часто прибегали к ее сравнению с сетью «ВКонтакте».

Таблица 1.

Фокус-группы по проекту «Социальные сети»

Дата	Курс	Кол-во	М/Ж
3.10.2013	2	10	4/6
7.10.2013	4	10	3/7
10.10.2013	2	9	3/6
17.10.2013	1	10	5/5
17.10.2013	5	9	2/7
23.10.2013	5	8	3/5

Проанализировав результаты фокус-групповых интервью, мы выделили два аспекта стереотипов: технический и социальный. Технические негативные стереотипы связаны с оценкой характеристик использования сети как интернет-ресурса:

«Кажется, что «ВКонтакте» более удобно сделан, например «Группы» нажимаешь и далее выдается строка поиска. Я ввела слово и мне выдаются все похожие результаты, а в «Одноклассниках», только то, что ты ввел» (Оля, 4 курс);

«Вот то, что мне не нравится в «Одноклассниках», это то, что там собрали все в кучу. Открываешь страницу, трудно найти то, что нужно, там не поймешь, где день рождения, где что. Если что-то не хочешь смотреть, то это все равно высвечивается. А если в «ВКонтакте» есть то, что я не хочу смотреть, то я и не смотрю» (Ирочка, 2 курс).

Социальные негативные стереотипы связаны с оценкой самих пользователей:

«Для меня образ человека в «Одноклассниках» – это бабушка, которая по клавиатуре еле-еле попадает, а потом звонит и спрашивает: «Как зайти?»» (Вера, 5 курс).

Очень важным нам показалось замечание респондентов, которые являлись преимущественно пользователями «ВКонтакте», о функции «Одноклассники» «следы»:

«Мне не нравится в «Одноклассниках», что там если ты заходишь на чью-то страницу, то там это отображается. А в «ВКонтакте» такого нет. Можно сделать так, чтобы никто не знал» (Ирина, 5 курс);

«Во-первых в «Одноклассниках» что мне не нравится это «гости». <...> Это когда к кому-то заходишь и видно к какому человеку ты заходил. Или к тебе наоборот. Мне это не нравится» (Настя, 1 курс).

В качестве гипотезы, мы можем предположить, что речь идет о разных системах ценностей, которые можно обозначить, используя терминологию С. Г. Кирдиной, как коммунитарную («Одноклассники») и субсидиарную («ВКонтакте»). Коммунитаризм, понимаемый как приоритет коллективных ценностей, отражается не только в функции «следов», позволяющих отслеживать и реагировать на посещение своей страницы, но и объясняет функциональное использование сети преимущественно для общения, о чем мы писали ранее.

Еще одним подтверждением наличия социальных границ у пользователей «Одноклассников» являются возрастные стереотипы.

Изучая различные источники, можно увидеть, что общее представление об аудитории социальных сетей в России, если оно не подкреплено серьезными исследованиями, достаточно схоже. Утверждается, что главным фактором формирования аудитории является возраст. Так, одно из научно-популярных изданий пишет: «Аудитория «ВКонтакте» – молодые люди, «Одноклассники» – люди постарше. Поделив рынок таким образом, ВКонтакте и Одноклассники покрыли большую часть русскоязычного интернет-пространства» [1, с. 30-31]. Подобная точка зрения является достаточно распространенной среди аналитиков [8].

В качестве гипотезы мы предположили, что для российских пользователей выбор социальной сети является средством социально-групповой идентификации с возрастной группой. Соответственно, пользователи будут ассоциировать свои сети с возрастными группами: «ВКонтакте» – с молодежью, «Одноклассники» – старшего возраста.

Гипотеза о стереотипах в отношении российских социальных сетей подтвердилась полностью. Студенты всех курсов поддерживали мнение о том, что пользователи сети «Одноклассники» представляют более старшее поколение, в то время как молодежь группируется вокруг сети «ВКонтакте»:

««Одноклассники» у меня ассоциируются с людьми, которые хотят с родственниками пообщаться или с какими-то людьми, бывшими одноклассниками. Потому что это – люди более старшего возраста. 36 и туда дальше. Им, я думаю, не интересно будет сидеть «ВКонтакте», потому что там больше рекламы, мишуры и другой информации, которая им не интересна» (Катерина, 1 курс);

«В моем понимании «ВКонтакте» – это сеть для молодежи – от 10 лет, со школьного возраста. И где-то лет до 30 – такой возрастной категории. «Одноклассники» – это люди постарше, им нет такой необходимости в музыке, фильмах, а только в общении» (Александр, 4 курс).

Безусловно, в подавляющем большинстве случаев, респонденты исходили из личного опыта, ориентируясь на «Одноклассники» как на сеть, в которой много времени проводят их родители и старшие родственники («моя бабушка каждый день сидит в «Одноклассники» и шлет мне картинки») (Ирина, 5 курс).

Подводя итоги исследования, мы можем утверждать, что пользователи сети «Одноклассники» образуют общность, обладающую всеми признаками социальной группы. В структуре социальных сетей «Одноклассники» являются частью российского кластера, будучи связаны с сетью «ВКонтакте», что является отражением существующих связей между возрастными группами. Характеристиками «Одноклассников» как социальной группы является наличие границ, нацеленная на общение система взаимодействий и особая система ценностей. С точки зрения СМИ сеть предстает как самый безопасный ресурс среди себе подобных, а анализ фокус-групповых интервью позволил выдвинуть гипотезу о преобладании среди пользователей «Одноклассников» коммунитарной идеологии.

Практическая значимость данной работы заключается в возможности использовать характеристики пользователей «Одноклассников» как социальной группы для маркетинговых исследований, организации политических акций и культурных мероприятий. Методология исследования социальных сетей, описанная в данной статье, позволяет анализировать социальные характеристики любых сетей, развивающихся в России. Отдельно следует упомянуть о возможности использования сети «Одноклассники» в образовательной сфере, что обусловлено необходимостью внедрения интернет-ресурсов согласно ФГОС и закону «Об образовании».

Список литературы

1. **Влияние через социальные сети** / под общей ред. Е. Г. Алексеевой. М.: Фонд «ФОКУС-МЕДИА», 2010. 200 с.
2. **Гумплович Л.** Основы социологии. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. 368 с.
3. **Ефимов Е. Г.** Культура как фактор конструирования образа социальных сетей в общественном мнении (опыт контент-анализа российских телеканалов 2011-2012 гг.) // Известия ВолГТУ. Серия «Проблемы социально-гуманитарного знания»: межвуз. сб. науч. ст. Волгоград, 2013. № 9 (112). Вып. 13. С. 69-74.

4. **Ефимов Е. Г.** Социальные группы в структуре социальных сетей (на примере Facebook) // Приволжский научный вестник. 2013. № 10. С. 118-120.
5. **Ефимов Е. Г.** Социальные группы как объект исследования социальных Интернет-сетей // Изв. ВолгГТУ. Серия «Проблемы социально-гуманитарного знания»: межвуз. сб. науч. ст. Волгоград, 2012. № 8 (95). Вып. 11. С. 63-66.
6. **Зомбарт В.** Евреи и экономика // Зомбарт В. Собр. соч.: в 3-х т. СПб.: Владимир Даль, 2008. Т. 2. С. 105-601.
7. **Лавров П. Л.** Исторические письма // Лавров П. Л. Избранные произведения: в 2-х т. М.: Мысль, 1995. Т. 2. С. 5-296.
8. «Одноклассники» vs «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.superjob.ru/community/life/27654/> (дата обращения: 23.07.2013).
9. **Отчет по проекту Web-Index** [Электронный ресурс]. URL: http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/internet/information/?arrFilter_pf%5BYEAR%5D=2014&set_filter=%D0%9F%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%D1%8C&set_filter=Y (дата обращения: 23.07.2013).
10. **Попавшие в сети** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.superjob.ru/community/life/10416/> (дата обращения: 23.07.2013).
11. **Чичерин Б. Н.** Курс государственной науки. М.: Типо-литография т-ва И. Н. Кушнерев и К., 1896. Т. 2. Социология. 451 с.
12. **Bijker W. E., Bönig J., & Oost E. V.** The Social Construction of Technological Artefacts // Woodforde J. The Story of Bicycle. L.: Boston and Henley, 1970. P. 39-51.
13. **Hogg M. A.** Abrams D. Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes. L.: Routledge, 1998. 268 p.
14. **Ross E. A.** Foundations of Sociology. L.: The Macmillan Company, 1905. 434 p.
15. **The Positive Philosophy of August Comte** / Freely Translated and Condensed by H. Martineau with an Introduction by F. Harrison: in 3 vol. L.: George Bell & Sons, 1896. Vol. II. Social Static. 386 p.

SOCIAL GROUPS IN SOCIAL NETWORKS STRUCTURE (BY THE EXAMPLE OF THE NETWORK “ODNOKLASSNIKI”)

Efimov Evgenii Gennadievich, Ph. D. in History, Associate Professor
Nebykov Il'ya Aleksandrovich, Ph. D. in History, Associate Professor
Volgograd State Technical University
ez07@mail.ru

The problem of the description of the network “Одноклассники” users as a social group is considered in the article. The authors ground the idea that this group differs from others in the basic characteristics (limits, interaction, values). Special attention is paid to stereotypes as a reflection of group peculiarities. The comparison of the groups of the networks “Одноклассники” and “ВКонтакте” users is given. The presence of the social and technical limits of the network, which are the reflection of community value system in “Одноклассники”, is ascertained. The network functional difference that is expressed in the emphasis on the use of communication possibilities is described.

Key words and phrases: social group; social network; social construction of technology; “Одноклассники”; stereotypes.

УДК 781.41

Искусствоведение

Статья посвящена возрождению и разработке метода гармонического анализа, основанного на подсчёте квинтовых шагов, отделяющих данный тон от центра звуковысотной системы. В основе метода лежит понятие «квинтовый показатель (индекс)», дважды употреблённое Ю. Холоповым в его книгах. Автор статьи рассматривает анализ с помощью квинтовых индексов как альтернативу функциональному анализу гармонии и приводит примеры, демонстрирующие различные возможности этого метода.

Ключевые слова и фразы: гармонический анализ; квинтовый индекс; секвенции; ладовые системы Возрождения, барокко, классицизма-романтического периода; Ю. Н. Холопов.

Захаров Юрий Константинович, к. искусствоведения, доцент
Академия хорового искусства имени В. С. Попова, г. Москва
n-station@rambler.ru

КВИНТОВЫЙ ИНДЕКС (ОБ ОДНОМ ВСПОМОГАТЕЛЬНОМ МЕТОДЕ ГАРМОНИЧЕСКОГО АНАЛИЗА)[©]

В данной статье нам хотелось бы ввести в научный обиход понятие «квинтовый индекс», впервые появившееся в некоторых работах Ю. Н. Холопова, однако оставшееся практически незамеченным, заслонённым функциональной теорией, для развития которой этот музыковед сделал столь много.

Понятие «квинтовый показатель» было впервые использовано Холоповым в его фундаментальном труде «Гармония. Теоретический курс» [7]. Рассказывая об интервальной структуре средневековых западноевропейских