

Использование социальных сетей для выявления трендов изменения политических убеждений.

Кайдин Роман Дмитриевич

Аспирант

*Международный независимый эколого-политологический университет, Факультет политологии, Москва, Россия
E-mail: radovan2009@gmail.com*

Проведенные аналитические исследования показали, что по объему аудитории социальных интернет-сервисов Россия занимает первое место среди СНГ и странах Восточной Европы.

В социальной сети Вконтакте зарегистрировано более 100 миллионов анкет. Это самая популярная социальная сеть в РФ. Наиболее представленная аудитория по возрастному критерию, люди от 15 до 27 лет.

Учитывая современные социологические методы проведения исследований, в том числе исследований общественного мнения, предусматривает использование социологической выборки, представляющий микромодель изучаемого объекта. Однако, в случае использования популярных социальных сетей мы получаем возможность исследовать общность, близкую к генеральной совокупности без применения выборки. Пользуясь отдельными техническими возможностями поиска, мы можем получать различные корреляции между значимыми величинами. Это обусловлено спецификой используемой в социальных сетях (в частности сети ВКонтакте) высокоинформативной анкеты, включающей в себя социально-демографические, культурные, политические, религиозные характеристики пользователей. Упомянутые выше технические возможности поиска позволяют, таким образом, выделять и измерять новые и неочевидные взаимозависимости.

Данные по рождаемости Федеральной службы государственной статистики показывают соответствие между количеством зарегистрированных в ВКонтакте пользователей с 1991 года и рожденных. Так, если мы посмотрим количество родившихся в России в 1990 году и сравним с количеством зарегистрированных пользователей социальной сети ВКонтакте 1990 года рождения, то мы увидим, что 69,5% из родившихся зарегистрированы в ВКонтакте (без учета поддельных анкет).

Закономерно возникает вопрос о степени истинности анкетных данных пользователей социальной сети Вконтакте, поскольку интернет-среда характеризуется высокой степенью мифологизации индивидуума, созданием симулякров, виртуальных существей. Для этого нами было проведено отдельное исследование, целью которого было выяснить, с какой степенью искренности пользователи заполняли свои анкетные данные. Были взяты следующие параметры:

- Пол
- Год рождения
- Город проживания
- ВУЗ, факультет
- Семейное положение
- Политические взгляды

- Религиозные взгляды

Выборка исследования составила 1200 человек

В среднем более 60% пользователей указывают истинные политические и религиозные взгляды, и более 80% указывают истинные социально-демографические данные. Признавая высокую погрешность исследования, мы при этом можем констатировать, что охват исследования и динамика на приведенных ниже графиках является, на наш взгляд, адекватным реальности.

Таким образом, используя метод анализа социальных тенденций и трендов в социальной сети ВКонтакте, нами было проведено пробное исследование, задачей которого было выяснение корреляции года рождения изучаемой группы с предпочтительным выбором политических взглядов. Гипотеза исследования состоит в том, что возрастная общность становится общностью по критерию политических взглядов в определенный момент и на основании определенных факторов. То есть, политическая социализация людей из определенного возрастного среза имеет общие черты, которые определяются социально-экономической средой и господствующими социальными трендами. Сочетание определенного возраста (позднеподросткового) и определенной событийной культурной социально-экономической среды дает с высокой вероятностью возможность прогнозировать дальнейшие тенденции политической социализации как индивида, так и возрастной группы. Иными словами, для тех, чье 13-16летие пришлось на крах СССР, дефолт 1998 года, мировой экономический кризис 2008 года имеются значительные основания для формирования общепокоренческой общности взглядов, в том числе выраженных в политических предпочтениях. Во многом это позволяет формализовать часто используемое в научной и публицистической литературе понятие поколения, духа времени и тп. Воспринятые и пережитые в позднеподростковом возрасте и раннем периоде политической социализации исторические, значимые общественные события оказываются более важным фактором социального опыта и дальнейшего развития индивида как социальной личности, нежели для людей немногим младшего или старшего возраста. Принимая то, что подобный возраст в определенной степени индивидуален, но для большей части людей он все же имеет определенный временной континуум.

В первую очередь, мы исследовали корреляцию идеологических взглядов пользователей социальной сети ВКонтакте и их страновой принадлежности. Из всех видов социально-демографических особенностей, технические характеристики сайта и высказанная гипотеза подсказали нам выбор базовое деление по гендерному признаку. Это, с одной стороны, позволяет увидеть на графиках релевантность исследования, а с другой, само по себе дает нам верифицируемые данные по существующим идеологическим трендам в обществе.

В графиках мы описываем тенденции по изменению следующих взглядов: «индифферентные», «социалистические», «умеренные», «либеральные», «консервативные», «ультраконсервативные».

Наряду с макротенденциями, подтверждающими нашу гипотезу о значительных социально-исторических основаниях для формирования общепокоренческой общности взглядов, имеются различные отклонения, пока не вполне определенного характера. Предположительно, их возникновение можно отнести к единичным значительным явлениям, событиям, повлиявшим на людей, находящихся во все еще требующей опреде-

ления зоне формирования определенных склонностей в области идеологических представлений.

В ходе данного пилотного исследования были выявлены следующие тенденции:

- Гендерная синхрония в тенденциях по изменению взглядов людей в различных возрастных группах.
- Сменяемость идеологических трендов.
- Территориальная и конфессиональная дифференциация результатов.

Если мы продолжим и дальше делать срезы политических убеждений аудитории Вконтакте, то уже через несколько лет наша статистика из статичной по отдельному поколению превратится в динамическую. То есть мы сможем наблюдать, как люди одного года рождения меняли свои убеждения по мере взросления, реагируя на происходящие в социальной и/ медийной среде события.