

Секция «Социология социальных сетей и новые методы анализа общественных процессов»

Конструирование образа идеальной электронной социальной сети (по мнению российских студентов)

Научный руководитель – Гребенюк Александр Александрович

Мануйлова Дарья Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

E-mail: m-d-s-2003@mail.ru

В современной цифровой реальности возникает все больше новых социальных сетей, стремящихся иметь специфические функции. Однако наиболее важным фактором успешности и эффективности любой социальной сети является степень удовлетворения социальных потребностей ее потенциальных и реальных пользователей. Каждая социальная сеть применяется ее пользователями с определенными целями. Это можно проследить на примере опроса ВЦИОМ от 23.09.2021 г. Согласно его результатам, пользователи «ВКонтакте», к примеру, чаще всего общаются с друзьями, знакомыми в личной переписке (59%), аудитория YouTube преимущественно смотрит видео и слушает музыку (51%), а также читает образовательный контент (37%), а пользователи Twitter в основном читают аналитику о политике и экономике (42%) [6]. Именно поэтому как перед разработчиками электронных социальных сетей, так и перед социологами, проводящими исследования в данной области, становится непростая задача - проанализировать ожидания пользователей от используемых социальных сетей с учетом их потребностей, а также спрогнозировать, какие именно социальные сети будут наиболее востребованы теми или иными людьми. В связи с этим, исследование на заявленную тему достаточно актуально и может позволить оценить облик идеальной социальной сети для конкретной категории пользователей, а также наметить пути анализа предпочтений пользователей в отношении строения и содержания электронных социальных сетей.

Для проведения исследования и конструирования образа идеальной социальной сети будут учтены мнения и предпочтения такой категории пользователей, как российские студенты, т.к. именно данная социальная группа является наиболее активной в сфере электронных социальных сетей в связи с потребностью в совмещении общения, обучения, а также потенциального трудоустройства. В частности, по данным опроса ВЦИОМ от 12.02.2018 г., именно молодежь в возрасте 18-24 лет (подавляющее большинство которых является студентами) обладают максимальным уровнем вовлеченности (почти ежедневно) в использование социальных сетей - 91% респондентов, среди опрошенных 25-34 лет таких 69% (в группе старше 60 лет - лишь 15%) [7]. Данный факт доказывает целесообразность проведения социологического исследования именно с такой генеральной совокупностью.

Цель исследования: составить образ идеальной социальной сети для российских студентов на основе их мнений.

Задачи исследования:

1. Выявить структурное строение электронной социальной сети.
2. Провести анкетирование среди российских студентов с целью получения обобщенных данных об их мнении касательно социальных сетей.
3. Выделить основные предпочтения российских студентов как пользователей социальных сетей.

4. Спроектировать модель идеальной социальной сети в формате модели из облаков тегов.

5. Оценить практическую значимость разработанного образа идеальной социальной сети.

Для проведения исследования был освещен основной понятийный аппарат: было дано определение понятия «электронная социальная сеть», выделены принципы ее построения, раскрыт один из вариантов классификации электронных социальных сетей [1, 2, 4], определено понятие «электронный профиль социальной сети» и выделено несколько базовых компонентов его структуры [3, 5].

Для конструирования модели идеальной социальной сети по мнению российских студентов был проведен онлайн-опрос (с использованием анкеты в формате Гугл-формы). При составлении анкеты преимущественно использовались вопросы открытого типа, чтобы респондент давал в ответе либо краткие суждения, либо 3 слова-ассоциации. Такой формат ответа был предусмотрен с целью удобства обобщения данных и конструирования образа идеальной социальной сети.

Результатом проведенного исследования является модель идеальной социальной сети в формате схемы, состоящей из нескольких связанных облаков тегов (визуальное представление списка категорий или тегов), созданных с помощью электронного ресурса: <http://www.wordclouds.com>. Такая форма представления данных опроса позволяет выявить наиболее часто встречающиеся ассоциативные представления у респондентов, а также выявить их основные нужды, касающиеся использования электронных социальных сетей. Кроме того, составление облака тегов можно считать усовершенствованием метода контент-анализа. Дополнительно в анкету был включен вопрос о наиболее используемой респондентами социальной сети с целью проведения сравнительного анализа с разработанной моделью.

Результаты данного исследования обладают высокой практической значимостью, т.к. разработанная модель позволяет максимально учесть предпочтения пользователей и с их учетом создать или обновить соответствующий продукт, который будет более востребованным в виртуальном пространстве. Проведенное исследование также имеет перспективы развития. Разработанные по описанному в исследовании алгоритму модели могут быть сконструированы для конкретной существующей социальной сети с целью модернизации.

Источники и литература

- 1) Бучнева А.В. Анализ профилей пользователей социальных сетей// «Хроноэкономика». 2018. No. 3 (11). С.66-70.
- 2) Воронкин А.С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ// Образовательные технологии и общество. 2014. Т.17. No. 1. С.650-675.
- 3) Галанова Е.В. Профилирование личности на основе анализа ее аккаунта в социальных сетях// Инновационная наука. 2019. No. 2. С.58-61.
- 4) Дужникова А.С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования// Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2010. No. 5 (99). С.238-251.
- 5) Лепенок М.В., Патрушева О.М. Идентификация пользователя в различных социальных сетях по средствам анализа социальных связей пользователя и атрибутов профиля// Образовательные технологии и общество. 2016. Т.19. No. 3. С.584-594.
- 6) Официальный сайт ВЦИОМ: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete>

- 7) Официальный сайт ВЦИОМ: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kazhdomu-vozhrastu-svoi-seti>