

УДК 31

DOI 10.21661/r-113276

*В.А. Ермаков, Г.Т. Журавлев, Е.В. Ковалевская***АНАЛИЗ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ИНТЕРНЕТА**

Аннотация: статья посвящена эмпирическому исследованию поведения студентов в социальных сетях; исследование проводилось статистическим методом анализа данных, полученных путем опроса студентов.

Ключевые слова: коэффициент Спирмена, медиаактивность, ранговая корреляция, социология социальных сетей, социальные сети, сравнительные таблицы, статистические методы.

*V.A. Ermakov, G.T. Juravlev, E.V. Kovalevskaya***ANALYSES OF STUDENTS' ACTIVITY
IN THE INTERNET SOCIAL NETWORKS**

Abstract: the article focuses on the empirical study the students' behavior in social networks; the study was conducted statistical analysis methods of data obtained by interviewing students.

Keywords: the coefficient of Spearman, media activity, rank correlation, sociology, social networking, social networks, comparative tables, statistical methods.

Необратимые преобразования в жизнь общества вносит ускоренный процесс развития доступа к распределенным информационным ресурсам, ускорение возможностей использования поисковых систем, электронный обмен информацией, распространение разнообразных форм коммуникации: социальных сетей в Интернет, мессенджеров и т. п.

Изучение социальных сетей междисциплинарное научное направление. Теоретические основания указанного направления были заложены в работах Э. Дюркгейма, К. Леви-Строса, Б.К. Малиновского, Т. Парсонса, А. Радклиф-

Брауна, П.А. Сорокина, Г. Спенсера, Ф. Тенниса. Изучению реальных социальных сетей как социальной структуры, состоящей из группы узлов и связей между ними посвящены труды: Дж. Барнса, П. Блау, Э. Бот, А. Бэйвеласа, М. Грановеттера, К. Левина, С. Милгрэма, Я.Л. Морено, Х. Уайта, Ф. Хайдера, Дж. Хоманса.

Виртуальные социальные сети рассматриваются в исследованиях Д. Белла, М. Кастельса, Е. Сик, Э. Тоффлера, Б. Уэлмана, К. Хемптон. в акторно-сетевой теории Б. Латура, Дж. Ло, Дж. Урри. Общие принципы сетевого анализа отражены в работах О.Е. Брун, Г. В. Градосельской, Д.А. Губанова, Д. В. Иванова, Д.В. Мальцевой, Д.А. Новикова, А.Г. Чхартишвили, К.И. Шпары и др. Их практическое применение осуществлено в исследованиях Д.В. Акаева, С.В. Бондаренко, Д.Е. Вышегородцева, А.В. Кульминской, А.Б. Скуратова и др. [1].

Основана международная организация исследователей социальных сетей – International Network for Social Network Analysis (INSNA), проходят конференции, посвященные исследованию социальных сетей и их практическому использованию [2].

Компьютерные технологии придают новое содержание понятию сети. Механизмом формирования нового типа «социальных сетей» является Интернет, виртуальные социальные сети представляют собой новый социальный институт, оказывающий воздействие на пользователей – преимущественно молодых людей. Особенности юношеского возраста влияют на возникновение и проявление тревожности студентов [3].

У студентов с высоким уровнем личностной тревожности снижается способность устанавливать эмоциональные контакты, что ведет к тенденции избегать общения в реальной жизни и выбирать виртуальное общение. Интернет усиливает процесс опосредованного общения людей, чаще всего это поверхностные, неглубокие межличностные отношения, где контакты имеют неполноценный характер, невербальные средства общения, которые в реальном общении являются основными в Интернете и теряют свое значение. Социальная сеть дает ощущение удовлетворения явных и скрытых потребностей [4].

В виртуальной среде созданы различные сервисы, которые используются для удовлетворения потребности самовыражения, общения, нахождения новых деловых контактов, в ней формируется глобальное пространство нескольких уровней: коммуникационный уровень (технологический программный и технический аппаратный) и коммуникативный уровень (антропоцентрический) [5].

На сегодняшний день все более значимыми становятся коммуникативные характеристики Интернета. Как принципиально новое средство коммуникации Интернет исследуется в работах К.Э. Разлогова, М.Н. Эпштейна. Отдельную область исследований составляют работы Т. Адорно, М. Хоркхаймера, У. Эко, посвященные социальным сетям. А.Б. Докторович, Е.Э. Сурова, А.Б. Шалимов, Т.А. Шу исследуют коммуникативные особенности новых форм общения, роль интернет-сообществ в формировании социального пространства, использование социальных сетей в научно-образовательной сфере [6].

В ближайшем будущем социальные сети Интернет сильно изменят мир, они уже стали влиятельным инструментом власти (краудсорсинговые технологии в сфере государственного и муниципального управления) и бизнеса (краудфандинг в сфере финансирования стартапов). Технология краудсорсинга позволяет использовать информационно-коммуникативные ресурсы, объединять население, создавать условия для проявления общественной инициативы, формировать инструменты обратной связи с активными гражданами.

В данной работе излагаются результаты прикладного исследования проведенного в сентябре 2015 года. Всего опрошено 300 человек. При этом выделены 4 группы студентов специальностей гуманитарного профиля, которые учатся на разных факультетах.

Цель исследования определить: 1) формы активности студентов в социальных сетях; 2) причины активности студентов в социальных сетях и Интернет-активности.

Согласно данным, опубликованным исследовательской компанией ComScore (Аналитика онлайн аудитории), социальными сервисами сегодня

пользуется 59% всех российских пользователей Интернет [7]. Студенты являются наиболее активной частью пользователей социальных сетей. По данным опроса, 98% респондентов (студентов) вовлечены в социальные сети. Успех межличностного общения в молодежной среде зависит от проявления медиаактивности.

Пространство интернета обеспечивает достаточно широкие возможности для проявления себя в комфортных условиях: разные виды и формы коммуникативного взаимодействия; неограниченное число потенциальных собеседников, друзей; возможность заявить о себе широкой аудитории; анонимность; возможность прервать неудобный контакт; непредставленность телесности; большое количество сайтов развлекательного, обучающего, информационного характера; сайты и форумы, удовлетворяющие потребности в хобби, творчестве и т. д. [8].

Социальные сети и Интернет-пространство становятся местом самореализации молодежи через коммуникативную активность, направленную на поиск связей и контактов, для реализации ведущей активности и через медиаактивность в виде действий по поиску (или производству) информации в медиасфере [9].

При планировании нашего исследования была выдвинута, в частности, следующая гипотеза – студенты становятся пользователями социальных сетей в силу двух потребностей: а) потребность в информации; б) потребность в эмоциях.

На вопрос: «Получаете ли Вы новую информацию в процессе общения в социальных сетях?» даны такие ответы: 1. Нет – 9%. 2. Узнаю кое-что новое – 72%. 3. Да, много новой информации – 19%.

Ответы на вопрос: «В целом, Вы удовлетворены эмоциональным общением в социальных сетях?» следующие: 1. Ни чуть – 5%. 2. Иногда, отчасти – 48%. 3. Очень удовлетворен – 47%.

Возникает вопрос: каким образом связаны между собой эти ответы? Приведем коэффициенты ранговой корреляции Спирмена [10]. Значение коэффициента колеблется от минус 1 до плюс 1. Если коэффициент равен 1, мы имеем функциональную зависимость. Поэтому коэффициент бывает всегда меньше

единицы. Значение коэффициента считается приемлемым, если он равен плюс-минус 0,25. Достоверность коэффициента зависит от величины выборки, чем больше выборка, тем достовернее малые коэффициенты. Как показали наши расчеты, все коэффициенты – со знаком минус (кроме одного), это означает, что с ростом количества ответов, связанных с поиском информации в социальных сетях, уменьшается число ответов, связанных с ожиданием «виртуальных аплодисментов». Вывод заключается в том, что одни респонденты ориентированы на поиск информации, другие – на получение эмоций.

Коэффициент ранговой корреляции Спирмена, показывающий взаимосвязь ответов «В целом удовлетворены эмоциональным общением» и «Удовлетворен содержанием информации, получаемой в процессе общения в социальных сетях», равен -0,312. Знак минус означает, что с ростом числа ответов «В целом удовлетворены эмоциональным общением» уменьшается число ответов «Удовлетворен содержанием информации, получаемой в процессе общения в социальных сетях», и наоборот.

Точно также, установлена отрицательная зависимость между ответами «В социальных сетях ищут общения» и «Информация, получаемая в процессе общения в социальных сетях, является ценной» – коэффициент ранговой корреляции Спирмена равен -0,246.

Коэффициент ранговой корреляции Спирмена между ответами «Высоко ценят информацию» и «Получают эмоциональное обогащение» равен -0,367.

Получена также отрицательная зависимость между ответами «Высоко ценят информацию» и «Получают положительные эмоции»; коэффициент Спирмена равен -0,190; а также ответами «Высоко ценят информацию» и «В целом удовлетворены эмоциональным общением»; коэффициент Спирмена равен -0,152.

На наш взгляд, в нашей выборочной совокупности можно выделить две группы респондентов, одна из которых общается в социальных сетях ради получения новой информации, другая же стремится получать новые и положительные эмоции. Разумеется, часть респондентов интересуется при этом и информацией, и эмоциями.

Приведем таблицу, в которой отражены ответы на вопросы об ориентации на реальный, материальный мир и на виртуальную реальность, с одной стороны, и зависимость этих ответов от ожиданий информации и эмоций, с другой.

Таблица 1

Медиаактивность в социальных сетях (коэффициенты Спирмена)

	Предпочитают жить в реальном мире	Предпочитают жить в виртуальном мире
Получают новую информацию	0,411	-0,380
Высоко ценят информацию	0,461	-0,516
Удовлетворены содержанием информации	0,378	-0,498
Насколько ценная информация	0,396	-0,320

Сравним эти данные с коэффициентами из другой таблицы.

Таблица 2

Коммуникативная активность в социальных сетях (коэффициенты Спирмена)

	Предпочитают жить в реальном мире	Предпочитают жить в виртуальном мире
Получают эмоциональное обогащение	-0,218	0,324
Ищут эмоционально богатых людей	-0,268	0,125
Получают положительные эмоции	-0,264	0,409
В целом удовлетворены эмоциональным общением	-0,334	0,278

В таблице показано, что получены диаметрально противоположные значения коэффициентов. Респонденты, ожидающие от общения богатых эмоций, хотели бы жить в виртуальном мире; напротив, те, кто ожидает новой информации, предпочитают жить в реальном мире.

Здесь приведены коэффициенты Спирмена, поскольку измерение производилось при помощи порядковой шкалы. С этими результатами нельзя применять регрессионный анализ. Он требует, чтобы измерение производилось при помощи шкалы отношений, чтобы результаты измерения были аддитивны. Поэтому надо

шкалу порядковую преобразовать в шкалу отношений, чему способствует метод, называемый «квалитативный интеграл».

Здесь мы имеем линейные зависимости, которые выражаются уравнением регрессии:

$$y = a + bx,$$

где y – результативный, зависимый признак («следствие»);

x – фактор («причина»), независимый признак;

a и b – коэффициенты уравнения регрессии. Они зависят от эмпирических данных, которые получены в процессе опроса.

Уравнение регрессии, в котором отражена зависимость ориентации на реальный мир от стремления получать информацию в социальных сетях, выглядит следующим образом:

$$y = 2,5114 + 0,2178x,$$

где y – ответы «предпочитаю жить только в реальном мире»;

x – ответы «получаю богатую и полезную информацию»;

коэффициент b равен 0,2178, это означает, что с увеличением числа ответов «получаю богатую и полезную информацию» увеличивается количество ответов «предпочитаю жить только в реальном мире». Если число первых ответов увеличится на 100 человек, то число вторых ответов возрастет на 22 человека (на 21,78). Коэффициент a , равный 2,5114, показывает, какое численное значение имеет y при нулевом значении x .

Приведем уравнение регрессии, в котором отражена зависимость количества ответов «предпочитаю жить только в виртуальном мире» от количества ответов «получаю богатую и полезную информацию».

$$y = 1,5992 - 0,2507x,$$

где y – количество ответов «предпочитаю жить только в виртуальном мире»;

x – количество ответов «получаю богатую и полезную информацию».

Как показывает уравнение регрессии, с увеличением ответов, связанных с информацией, на 100 человек, количество ответов, связанных с ориентацией на

виртуальный мир, уменьшится на 25 человек. Коэффициент a показывает, что при нулевом значении x y будет равен 1,5992.

По-разному оценивают общение в социальных сетях респонденты, которые ищут в социальных сетях эмоциональные положительные переживания, и которые становятся пользователями ради получения новой информации. Приведем уравнения регрессии.

$$y = 0,3369 + 0,5723x,$$

где y – количество респондентов, которые дали ответ: «очень удовлетворены общением в социальных сетях»;

x – количество респондентов, которые ответили: «очень удовлетворен эмоциональным общением».

Как видно, коэффициент регрессии b равен 0,5723, что означает – если количество ответов «очень удовлетворен эмоциональным общением» на 100 человек, количество ответов «очень удовлетворен общением в социальных сетях» увеличится на 57 человек (57,23).

Таким образом, пользователями становятся те респонденты, которые нуждаются в положительных эмоциях. Именно они ценят общение в социальных сетях. Другие уравнения регрессии показывают, что респонденты, которые ценят информацию, иначе относятся к общению, к ориентации на виртуальный мир; в отличие от респондентов, которые ценят эмоциональное общение, респонденты, которые ценят информацию, менее удовлетворены ситуацией в реальном мире. Так что, предпочтение жить в виртуальном мире надо рассматривать как «бегство» от реальности. Уравнение регрессии имеет следующий вид:

$$y = 2,0718 - 0,1228x,$$

где y – количество ответов «очень удовлетворен ситуацией в реальном мире»;

x – количество ответов «очень удовлетворен эмоциональным общением».

Таким образом, если число удовлетворенных эмоциональным общением растет, число удовлетворенных ситуацией в реальном мире уменьшается,

и наоборот, с ростом числа удовлетворенных ситуацией в реальном мире уменьшается число удовлетворенных эмоциональным общением, т.е. наблюдается обратная зависимость между этими ответами.

Это свидетельствует о том, что в социальных сетях ищут положительных эмоций те респонденты, кто не удовлетворен ситуацией в реальном мире. Между тем, респонденты, которые становятся пользователями в социальных сетях в поисках новой информации, удовлетворены ситуацией в реальном мире. Справедливости ради, скажем, что положительная связь между этими ответами не очень высокая, но все-таки она положительная.

Следует отметить, что гипотеза подтвердилась. Однако, кроме этого, мы получили интересный вывод, что имеется заметное различие между респондентами, одни из которых ориентируются, главным образом, на получение информации, другие, на эмоциональные переживания при общении в социальных сетях, что сказывается на дальнейшем поведении этих двух групп респондентов.

Таким образом, можно обозначить следующие общие выводы.

1. Анализ материалов анкетного опроса студентов позволил выявить две группы респондентов, поведение которых определяется разными потребностями – потребностью в новой информации (медиаактивность) и потребностью в эмоциональных переживаниях (коммуникативная активность). От этих потребностей зависит отношение респондентов к физической реальности и виртуальной реальности.

2. Количественный анализ позволил получить более глубокие выводы: приращение количественным данным характера аддитивности дает возможность применить статистические методы, которые не применимы для обработки качественных признаков – уравнения линейной регрессии.

Список литературы

1. Ушкин С.Г. Влияние виртуальных социальных сетей на протестную активность в российском обществе. Автореферат дис. ... канд. социол. наук / Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева. – Саранск, 2015. – 168 с.

2. Федеральный образовательный портал: Экономика, социология, менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/22889331/> (дата обращения: 06.09.2016).

3. Васякин Б.С. Социально-психологический тренинг как эффективный способ преодоления тревожности студентов / Б.С. Васякин, Е.Л. Пожарская // Гуманитарное образование в экономическом вузе: Материалы IV Международной научно-практической заочной интернет-конференции. – М., 2016. – С. 62–74.

4. Жмырко К.С. Особенности общения подростков посредством интернета / Молодой ученый. – 2015. – №10. – С. 1333–1335.

5. Шилина М.Г. Теория СМИ и массовой коммуникации // Электронный научный журнал «Медиаскоп» Журнал факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. – 2012. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1081> (дата обращения: 07.09.2016).

6. Шипицин А.И. Компьютерные социальные сети в контексте виртуализации современной культуры. Дис. ... канд. философ. наук. Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2014. – 161 с.

7. Центр гуманитарных технологий. Информационно-аналитический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/media-advertising-marketing/2009/07/03/2176> (дата обращения: 07.09.2016).

8. Южанинова Е.Р. Интернет как новое пространство самореализации молодежи // Вестник Оренбургского государственного университета. – №7 (156). – Оренбург, 2013. – С. 82 – 89.

9. Симбирцева Н.А. Медиактивность как личностное качество человека постиндустриальной культуры: на пути решения проблемы // Человек и культура. – 2016. – №4. – С. 1–8.

10. Ермаков В.А. Маркетинговые исследования в информационной сфере / В.А. Ермаков, Г.Т. Журавлев, Е.В. Ковалевская // Научные исследования: от теории к практике: VII Междунар. науч.-практ. конференция / Редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – №1 (7). – С. 129–135.

Ермаков Вячеслав Алексеевич – канд. филос. наук, доцент ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Россия, Москва.

Ermakov Vyacheslav Alexeevich – candidate of philosophical sciences, assistant professor of FSBEI of HE "Plekhanov Russian University of Economics", Russia, Moscow.

Журавлев Геннадий Терентьевич – д-р филос. наук, д-р экон. наук, профессор АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Россия, Москва.

Juravlev Gennady Terentyevich – doctor of philological sciences, doctor of economical sciences, professor of economical sciences of ANBI “Russian Business Academy”, Russia, Moscow.

Ковалевская Елена Викторовна – канд. социол. наук, доцент ФГБОУ ВО «Московский государственный университет путей сообщения (МИИТ)», Россия, Москва.

Kovalevskaya Elena Victorovna – candidate of philological sciences, associate professor of FSBEI of HE “Moscow State university of Railway Engineering”, Russia, Moscow.
