

Еще немало будет сломано копий в спорах о том, чего больше привнесла в нашу повседневную жизнь Олимпиада в Сочи. Но, без сомнения, эти Игры – «Жаркие. Зимние. Твои» – надолго останутся в памяти как одно из величайших событий в новейшей истории России.

Те мысли и чувства, что были посеяны во время Олимпиады, непременно «прорастут» в делах и поступках молодого поколения. А вот насколько эти поступки и дела будут соответствовать процессам модернизации, покажет время.

Список литературы

1. Галкова О. В. Российские традиции охраны культурного наследия : автореф. дис. ... д-ра ист. наук. Волгоград, 2012. 50 с.
2. Дулина Н. В., Наумов И. Н., Шарапов Д. Ю. Свидетельства утраченных времен: человек и город Нижнего Поволжья в «картинах» научных экспедиций Императорской Академии наук второй половины XVIII века // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов : Грамота, 2013. № 12 (38) : в 3 ч. Ч. II. С. 60–65.
3. Дулина Н. В., Наумов И. Н., Шарапов Д. Ю. След Великой империи: Византизм и византийское наследие на российском Юге // История в подробностях. 2014. № 3 (45). С. 70–75.
4. Дулина Н. В., Овчар Н. А. Волгоград. Град обреченный?.. [К вопросу о необходимости сохранения прошлого для обретения будущего] // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. Философия. Культурология. Политология. Социология. Т. 24 (65). 2012. № 4. С. 207–213.
5. Дулина Н. В., Токарев В. В. Освоение горожанами пространства повседневности в условиях модернизации общества (на примере Волгограда) // Вестник философии и социологии Курского государственного университета. 2013. № 1. С. 90–94.
6. Дулина Н. В., Токарев В. В. Памятники и их роль в формировании социокультурного пространства Волгограда (по итогам социологического исследования «Волгоградский Омнибус») // Научный потенциал регионов на службу модернизации: сборник научных статей / под общ. ред. В. А. Гутмана, А. Л. Хаченяна. Астрахань, 2013. № 1 (4). С. 137–143.
7. Закрытие Олимпийских игр в Сочи. URL: http://sochi.igid.ru/closing_ceremony
8. Лубышева Л. И. Олимпийский проект «Сочи-2014» как фактор развития физкультурного образования России // Проблемы физкультурного образования: содержание, направленность, методика, организация : мат-лы третьего Междунар. науч. конгресса / под ред. В. К. Пельменева ; БФУ им. И. Канта. Калининград, 2013. С. 181–183.
9. Нуреев Р. М., Маркин Е. В. Издержки и выгоды Олимпийских игр: этапы подготовки и проведения Олимпийских игр, перспективы проведения Олимпиады в Сочи 2014 г. // Общественные науки и современность. 2010. № 1. С. 88–104.
10. Ожегов С. И. Словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. М. : Русский язык, 1988. 750 с.
11. Парамонова В. А., Дулина Н. В. Основные проблемы и факторы формирования бренда города в России // Современный город: социальность, культуры, жизнь людей : мат-лы XVII Междунар. науч.-практ. конф. Гуманитарный университет. 14–15 апреля 2014 г. : в 2 т. / редкол.: Л. А. Зак [и др.]. Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2014. Т. 1. С. 361–365.
12. Пальмова Е. В., Иванникова Е. С., Каргаполова Е. В. Олимпиада в Сочи глазами студентов (опыт социологического исследования) // Потенциал интеллектуально одаренной молодежи – развитию науки и образования : материалы III Междунар. науч. форума молодых ученых, студентов и школьников. 21–25 апреля 2014 г. / под общ. ред. В. А. Гутмана, Д. П. Ануфриева. Астрахань, 2014. Т. 1. С. 254.
13. Регион: пространство смыслов и содержание / Д. П. Ануфриев, А. Ю. Арясова, Е. О. Беликова, Н. В. Дулина, Е. В. Каргаполова, И. Н. Наумов, В. А. Парамонова, М. А. Симоненко, В. В. Токарев ; под общ. ред. Н. В. Дулиной, Е. В. Каргаполовой. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2013. 294 с.

© Н. В. Дулина, Е. В. Каргаполова, С. В. Каргаполов

УДК 60.54

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ПОВСЕДНЕВНЫХ ПРАКТИКАХ ЛИЧНОСТИ (по материалам исследования в Волгоградской области)

Е. Г. Ефимов

Волгоградский государственный технический университет

В статье исследуется роль социальных интернет-сетей в повседневных практиках личности. Автор приходит к выводу, что сети можно рассматривать как совокупность социальных групп, которые различаются по техническим и имиджевым характеристикам. Сеть «ВКонтакте» обладает наиболее негативным имиджем среди российских сетей. Самым позитивным имиджем обладают блоги.

Ключевые слова: социализация, социальные сети, сегментация, социальная группа, нравы.

The article examines the role of social Internet networks in the individual everyday practices. The author concludes network can be viewed as a set of social groups which differ in technical and image characteristics. The Network "VKontakte" has the most negative image among Russian networks. The most positive image possess blogs.

Key words: socialization, social networks, segmentation, social group, customs.

На сегодняшний день социальные сети стали неотъемлемой и важной частью повседневных практик миллионов людей по всему миру. Отличием социальных сетей от других сервисов Интернета является их значительная социальная составляющая. Для коммуникации в

сетях, таких как Facebook или «ВКонтакте», пользователи оставляют большое количество социальных маркеров с целью подтвердить свою личность. Это способствует сильному слиянию сетей с повседневными практиками, результатом чего становится полное размыва-

ние границ между понятиями «социальное» и «виртуальное».

Американский антрополог, доктор Ш. Теркл свою последнюю монографию «Одиночество вместе» (дословный перевод книги *Alone Together*) посвящает исследованию синтеза социальных сетей с повседневными практиками человека. Прежде всего, социальные сети дают возможность балансировать на грани реальности и фантазии: человек отражает там свою жизнь, но при этом частично моделирует свою идентичность. Это оказывается гораздо привлекательнее виртуальных миров, игровых, к примеру, где происходит полная замена своей личности вымышленным образом. Мобильный телефон или смартфон позволяет освободиться от ограничений, налагаемых телевизором, стационарными компьютером и телефонным аппаратом, позволяя не быть привязанным к месту и времени для получения необходимой информации.

Незаметно социальные практики, связанные с пребыванием в сети, стали вытеснять привычные модели поведения. Верующая женщина, для которой утренняя и вечерняя молитвы стали прелюдией к проверке почтового ящика; американские студенты, во время ознакомительной поездки в Испанию не покидавшие свои социальные сети и в итоге не запомнившие ничего о новой стране; проверка почты и общение в сети в любой свободный момент, в том числе за обеденным столом и на лекционных занятиях; человек, совершивший неприличный поступок и извиняющийся за это изменением статуса в социальной сети; девушка, оповещающая свою сестру о смерти матери через сообщение в Twitter, – эти и многие другие примеры приводит в своей книге Ш. Теркл. Автор делает вывод о том, что сейчас сети и гаджеты уже представляют единое целое с человеком, иногда делая невозможным четкое понимание того, что для него является реальным в данный момент. «Когда кто-то держит телефон, – пишет Ш. Теркл, – иногда трудно понять, обращает ли нас вас внимание этот человек. Родитель, партнер или ребенок, мельком взглянув на экран, теряются в другом месте, часто сами не понимая, что они "не здесь"» [7, p. 206].

Рассматривая роль социальных сетей в повседневных практиках личности, мы хотели бы остановиться на сегментации как ключевом аспекте данного вопроса. Любая социальная сеть является социально сконструированной, созданной людьми и для людей. Заходя в сеть и регистрируясь в ней, человек делает это, прежде всего, для того, чтобы наладить взаимодействие с другими акторами. Если говорить о том, какие возможности социальная сеть предоставляет пользователю, в отличие от контактов в «реальном» мире, то одним

из ключевых свойств таких сервисов, как Facebook или «ВКонтакте» выступал сетевой характер коммуникаций в них протекающих. Другими словами, в популяризированном варианте пользователям говорилось о заманчивых перспективах возможности установления контактов с любимым другим зарегистрированным в сети человеком, от бывшего друга до телевизионной звезды. Технически сеть дает для этого все возможности. Вы можете, имея на руках какие-либо данные о человеке, найти его и отправить заявку о включении его «в друзья».

На практике мы имеем дело не с процессами сетевого характера, а в большей степени с сегментацией, которую вызывает внедрение социальных сетей. Она проявляется на нескольких уровнях. Во-первых, это «цифровое неравенство», т. е. отсутствие у значительной части населения доступа к социальным сетям. Частично это связано с отсутствием доступа к Интернету, однако многие интернет-пользователи сознательно не регистрируются на сетевых ресурсах. Во-вторых, до сих пор ни одна социальная сеть не смогла стать единственным ресурсом, вытеснившим конкурентов. В-третьих, внутри сетей нет связей всех со всеми. Также происходит объединение в группы и отбор тех людей, с которыми пользователь устанавливает контакты. Таким образом, происходит (через социальную сеть) установление границ и сфер, окружающих индивида.

Американский социолог У. Самнер на заре развития социологии обосновывал тезис о том, что любая социальная группа обладает своими нравами. Нравы он определял как логически установленные образцы поведения социальной группы. Ученый использовал термин «нравы» (*mores*) как производное от латинского слова (*mos, moris*), желая подчеркнуть отличие от категории «ценности», в качестве которых могли фигурировать абстрактные понятия, с одной стороны, и универсальные бессознательные народные обычаи, с другой. Социальные сети образуют на своей основе сообщества пользователей, которые обладают различной нравственной системой, которая, по нашему мнению, будет являться частью процесса социализации [6, p. 30].

Целью данной работы будет являться исследование процесса социализации личности в социальных сетях.

Задачи данной работы можно сформулировать следующим образом:

- 1) исследование процесса сегментации пространства социальных сетей на разные социальные группы на примере Волгоградской области;
- 2) описание имиджа данных групп как фактора социализации личности.

Для решения первой задачи мы проанализировали результаты социологических исследований в Волгоградской области, проводимых Центром социологических и маркетинговых исследований «Аналитик» (г. Волгоград).

Объектом исследования являются жители Волгограда, Волжского, Камышина, Михайловки, Урюпинска и Фролово в возрасте 16 лет и старше (1391 тыс. чел.). Численность населения, проживающего в городах, составляет более половины населения Волгоградской области. Расчетный объем выборки – 800 респондентов. Как правило, расчетный и фактический объем выборки в ходе проведения волн мониторинга выдерживаются достаточно точно. Количество респондентов, опрошенных в областном центре, составляет половину от всей совокупности опрошенных.

Метод сбора информации – формализованное телефонное интервью с использованием

технологии CATI (Computer Assisted Telephone Interview).

Сроки проведения волн, сравнение результатов которых проводится в данном материале: первая волна – с 6 июля по 13 июля 2012 г., вторая волна исследования – 24–27 июня 2014 г. (эта волна проводилась при непосредственном участии автора, на использование результатов первой волны получено разрешение генерального директора ЦСМИ «Аналитик» В. В. Токарева). Кроме того, во второй волне (2014 г.) объем выборки для жителей областного центра был немногим превышен и составил 411 респондентов.

Согласно результатам исследования, доля пользователей Интернета среди респондентов составляет 50,5 % и 61,4 % в 2012 и 2014 г. соответственно, из них доля пользователей соцсетей составляла 50,4 % и 51,2 %. По результатам теоретических исследований мы сочли возможным объединить сети в кластеры (см. табл.).

Таблица

Доля пользователей социальных сетей*

<i>Тип</i>	<i>Сети</i>	<i>2012 г.</i>	<i>2014 г.</i>
Российский кластер	«Одноклассники»	36,0 %	35,7 %
	«ВКонтакте»	32,8 %	32,2 %
	«Мой мир»	15,5 %	6,9 %
Западный кластер	Facebook	10,5 %	13,7 %
	Twitter	5,0 %	5,1 %
Блогосфера	LiveJournal	2,4 %	1,9 %

Примечание: * указывается доля от числа опрошенных.

Сравнивая эти результаты с данными опросов ВЦИОМ 2010 и 2012 гг., мы можем сделать вывод, что структура социальных сетей Волгоградской области отражает тенденцию развития социальных сетей в России. На сегодняшний день в стране сложилась бинарная структура с двумя доминирующими ресурсами – «Одноклассники» и «ВКонтакте», – подобная американской [2]. Крайне незначительная доля западных социальных сетей среди респондентов в нашем опросе позволяет утверждать, в соответствии с высказанным ранее предположением, что условия распространения сетей определяются культурными, а не техническими параметрами, поскольку в техническом отношении все упомянутые западные сети по целому ряду параметров превосходят российские аналоги.

При анализе факторов, оказывающих влияние на формирование аудитории в социальных сетях, учитывались пол, возраст и семейное положение. Помимо этих факторов, в качестве переменных были изучены доход, образование и форма работы.

Анализ аудитории социальной сети «ВКонтакте» показывает среднюю прямую корреляцию между использованием этой социальной сети и возрастным коэффициентом (Коэф. Гамма 0,662

(2012 г.) и 0,866 (2014 г.). Активная аудитория сети представлена молодыми людьми в возрасте от 16 до 28 лет. Чем старше пользователи сети, тем меньше времени они в ней проводят. Что касается сети «Одноклассники», то она не является сетью какой-либо статистически четко очерченной социальной группы, а просто ресурсом, которым пользуется большинство респондентов. Значительных коэффициентов корреляции с какими-либо социально-демографическими характеристиками не выявлено.

Разница также была обнаружена при сравнении использования различных сетей. Большинство пользователей «Одноклассников» используют свою сеть для поддержания общения с друзьями и знакомыми. Эти данные коррелируют с результатами, полученными в ходе исследования И. Е. Штейнберга, который, сравнивая пользователей «реальных» и «виртуальных» социальных сетей, отмечал, что пользователи сети «Одноклассники» заходят в нее для контактов со старыми знакомыми и друзьями, с которыми сложно встретиться в режиме реального общения [5].

Пользователи «ВКонтакте» предпочитают использовать сеть как развлекательный ресурс, для доступа к аудиозаписям и видеороликам, исполь-

зования сети как аналога музыкального плеера. Пользователи западных сетей чаще всего заходят в сеть несколько раз в неделю и используют их как аналог СМИ или для профессионального общения с коллегами.

Больше половины пользователей блогов посещают свою сеть ежедневно. Блоги используются как аналог СМИ, для прослушивания аудиозаписей и просмотра видеоматериалов и «наблюдения» за общественной активностью людей. При этом данная мотивация существенно отличается от приоритетных мотивов использования других социальных сетей, поскольку для пользователей других сетей этот мотив (наблюдение за общественной активностью людей) вообще не является приоритетным.

Самым главным итогом исследования можно считать подтверждение тезиса о сегментации пространства социальных сетей. Пользователи «Одноклассников» и «ВКонтакте» часто находятся одновременно в двух сетях, а также в сети «Мой мир». Использование западных сетей и блогов слабо связано с эксплуатацией других сетей, и если в случае западных сетей эта связь вызвана отсутствием контактов, которые необходимо поддерживать, то блогеры, на наш взгляд, сознательно избегают частого использования «массовых сетей».

Решение второй задачи потребовало привлечения дополнительных данных, а именно данных авторского контент-анализа новостных сообщений ТРК «Вести». Исследованию подверглись сообщения о социальных сетях за 2011–2013 гг. Поиск сообщений осуществлялся на сайте www.vesti.ru через указание ключевого словосочетания «социальные сети». Количество сообщений составило 3577. Единицей анализа в данном исследовании являлось сообщение, посвященное социальным сетям. Все не значимые с точки зрения анализа данные были удалены.

Полученные нами результаты показывают наличие существенного различия между двумя типами социальных сетей в России. «ВКонтакте» представляется как более «опасная» сеть, чем «Одноклассники». Сеть «ВКонтакте» оказалась впереди по уровню упоминаний в связи с распространением незаконного контента, пиратства и нарушения авторских прав и эти данные отражают общий имидж сети.

Отметим, что негативный потенциал сети «ВКонтакте» отмечается и в научных публикациях. Исследователь из Кемеровского государственного университета В. В. Шиллер, исследуя социальные сети в контексте противоправной деятельности, делает вывод, что именно сеть «ВКонтакте» содержит наибольшее количество уязвимостей, делающих ее каналом массового распространения противоправных идей. Автор считает, что причиной этого являются техни-

ческие параметры поисковой системы сети, позволяющие выводить результаты без какой-либо фильтрации [4].

«Одноклассники» фактически не оказались серьезно привязаны к каким-либо коллективным «страхам», однако впечатление о том, что эта сеть является безопасным местом и пространством, где соблюдаются правовые нормы, является ошибочным. В качестве примера можно привести попытку незаконного взимания платы за регистрацию на сервисе в 2008 г., которая в итоге стоила сети потери доминирующей роли на рынке.

Негативный образ Facebook в российских СМИ связан с акциями политического протеста. Сеть, размещенная на американских серверах, оказалась очень удобной для организации волнений на Ближнем Востоке, продолжая работать в условиях постоянных попыток блокирования и контроля традиционных СМИ и «местного» Интернета. Отчетливо видно, что спад протестной активности ведет к снижению негативных новостей о западных сетях. Нарушение правил конфиденциальности является одной из главных проблем развития Facebook в США, что вкупе с постоянным ростом пользователей дает положительную динамику негативизации образа социальной сети. Часто в новостных сообщениях встречаются упоминания о действиях хакеров против сети Facebook. Они связаны с популярностью сервера, сделавшего его жертвой многочисленных атак. Интересно, что часто хакеры, оправдывая свои акции, обвиняют сеть в незаконном сборе данных пользователя, что, по сути, делает эту проблему вытекающей из предыдущей.

Образ блогов оказался более позитивным, чем образ социальных сетей. Если доля негативных сообщений о социальных сетях за 2011–2013 гг. составила в среднем 32,6 %, то для блогов она составила всего 11,8 %. Характер новостных сообщений позволяет нам предположить, что это объясняется тем, что блогеры часто выступали в роли представителей альтернативных СМИ, освещая какие-либо события (в том числе акции протеста), но при этом не являясь их организаторами или зачинщиками [3, с. 100–117].

Коммуникация в социальных сетях является частью как первичной, так и вторичной социализации. Однако ее отличием является крайняя размытость границ. Если, к примеру, в качестве границы между первичной и вторичной социализацией можно рассматривать школу [1], то в российских социальных сетях, благодаря отсутствию технических ограничений на регистрацию по возрасту, процесс социализации может затрагивать разные периоды жизни человека. На наш взгляд, общение в социальных сетях носит противоречивый характер. С одной стороны, сетевые технологии, лежащие в их основе, делают возможным кон-



такты практически с любой личностью, зарегистрированной в сети. Это свойство позволяет овладевать навыками общения и в то же время является главным фактором риска, создавая опасности, вызванные новыми контак-

тами. С другой стороны, как показали наши исследования в Волгоградской области, социальные сети на практике являются ограниченными группами с имиджевыми и техническими особенностями.

Список литературы

1. Окольская Л. А. Социализация с точки зрения социального конструктивизма и теорий социального воспроизводства // Вопросы воспитания. 2010. № 1 (2). С. 25–33.
2. Россияне «в сети»: рейтинг популярности социальных медиа. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476> (дата обращения: 1.11.2014).
3. Социокультурное освоение виртуального пространства: опыт социологического анализа : монография / Н. В. Дулина, Е. Г. Ефимов, И. А. Небыков, В. В. Токарев. Волгоград : Волгоград. науч. изд-во, 2014. 162 с.
4. Шиллер В. В., Шелудков Н. Н. Российские социальные сети как потенциальная угроза национальной безопасности России (на примере сайтов «Одноклассники» и «ВКонтакте») // Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. № 1. С. 124–129.
5. Штейнберг И. Е. «Живые» и виртуальные сети социальной поддержки: анализ сходств и различий // Социологический журнал. 2009. № 4. С. 85–103.
6. Sumner W. *Folkways. A study of the sociological importance of usages, manners, customs, mores and morals.* Boston : Ginn & Co., 1906. 714 p.
7. Turkle S. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other.* N. Y., 2011. 384 p.

© Е. Г. Ефимов

УДК 316.334.2

ДОЛГОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ПОВСЕДНЕВНЫХ ПРАКТИКАХ НАСЕЛЕНИЯ (по итогам исследования «Волгоградский Омнибус»)

Д. В. Моисеева, Н. В. Дулина

Волгоградский государственный технический университет

В статье обосновывается необходимость изучения долговых практик населения при оценке уровня его финансовой грамотности, а также уделено внимание обоснованию выбора правильной методологической основы для изучения названного феномена.

Ключевые слова: финансовая грамотность, долговые практики, финансовое поведение, долговое поведение.

The article substantiates the necessity of studying the population debt practices assessing the level of financial literacy, but also attention is paid to the rationale selection of the correct methodological basis for studying these phenomena.

Key words: financial literacy, debt practices, financial behavior, debt behavior.

Одним из важнейших этапов изучения любого феномена является выбор правильной методологической основы. Сегодня можно сказать, что методология оценки финансовой грамотности населения, разработка системы индикаторов (показателей), характеризующих уровень финансовой грамотности населения, находятся только на стадии становления. Как отмечает Л. Ю. Рыжановская, «в России проблему повышения финансовой грамотности, судя по наполнению некоторых интернет-сайтов и контексту многих публикаций, рассматривают не как строго научную (понятийно-смысловую) проблему, а скорее как ускоренный переход к копированию зарубежных подходов к ликвидации финансовой безграмотности» [14, с. 15]. Несмотря на появление ряда работ (см., напр., [1, 5, 10, 11, 16, 17, 19, 22, 23]), в методологии изучения финансовой грамотности населения остается больше вопросов, чем ответов.

Актуальность темы, связанной с необходимостью разработки и исследования системы

индикаторов уровня финансовой грамотности населения, основывается на осуществлении общегосударственного проекта повышения финансовой грамотности населения, реализуемого по поручению Правительства Российской Федерации.

Природа столь многосложного феномена определяет целесообразность использования системного подхода при его изучении. Уровень финансовой грамотности населения отражается на его финансовом поведении, которое имеет множество форм проявления. В широком смысле под «финансовым поведением» понимается поведение домохозяйств или индивидов, связанное с получением и расходованием денежных средств» [2, с. 59]. Следовательно, поиск индикаторов финансовой грамотности целесообразно начинать с изучения типологии форм финансового поведения. Взаимосвязь финансовой грамотности и форм проявления финансового поведения можно представить следующим образом (см. рис.).