

# ВЛИЯНИЕ МОДЕЛЕЙ ПОВЕДЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА НАКОПЛЕНИЕ ОНЛАЙН-СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

## THE IMPACT OF SOCIAL NETWORK USER BEHAVIORS ON THE ACCUMULATION OF ONLINE SOCIAL CAPITAL

*T. Zhukova*

*Summary.* The topic of the article is connected with the current problem of identifying factors influencing the formation of online social capital in social networks. Based on the analysis of domestic and foreign scientific literature, behavioral models of the main groups of social network users were identified, the problem of «segmentation of user space» was analyzed in order to identify the main types of communication strategies. The problem of structuring the online communication space based on the network approach and the influence of communication strategies on the accumulation of online social capital were considered.

*Keywords:* information and communication technologies, computer-mediated communication, social networks sites, communication practices.

**Жукова Татьяна Ивановна**

*К.э.н., ведущий научный сотрудник, Федеральное государственное учреждение «Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» Российской академии наук», г. Москва  
gukovati@mail.ru*

*Аннотация.* Тема статьи связана с актуальной проблемой выявления факторов, влияющих на формирование онлайн-социального капитала в социальных сетях. На основе анализа отечественной и зарубежной научной литературы выявлены поведенческие модели основных групп пользователей социальных сетей, проанализирована проблема «сегментации пространства пользователей» в целях идентификации основных типов стратегий коммуникации. Рассмотрена проблема структуризации коммуникативного онлайн-пространства на основе сетевого подхода и влияния стратегий коммуникации на накопление онлайн-социального капитала.

*Ключевые слова:* информационно-коммуникационные технологии, межличностные отношения, социальные сети, коммуникативные практики.

Развитие цифровых инструментов для взаимных коммуникаций и поддержки общения в сетевом пространстве является остро востребованным направлением, породившим большое разнообразие практик социального использования Интернета, учитывающих взаимозависимость между различными типами участия в социальных медиа, объемом и качеством межличностных сетевых связей и переменными, отражающими социальные результаты. Очевидная актуализация научного интереса к этой проблематике обусловлена не только модернизацией средств и форм информационно-коммуникационных технологий, но имеет непосредственное отношение к глубинному изменению сложной системы социальных характеристик взаимодействий в обществе, предлагая привлекательные альтернативы для достижения позитивных результатов.

Исследования в этой области естественным образом развивались, начиная с изучения линейного влияния интенсивности участия в социальных сетях до более тонких подходов к анализу конкретных практик социализации в Интернете. Одним из центральных вопросов научных дискуссий стал вопрос, оказывает ли влияние использование социальных сетей на существующие социальные связи и результаты? Самые противоречивые

выводы можно найти не только у различных ученых с разными точками зрения, но даже и среди исследователей единомышленников.

Например, группа профессора Роберта Краута обнаружила, что более частое использование Интернета снижает вовлеченность в другие сферы деятельности и связано с сокращением социального круга, что может привести к усилению чувства тревожности и одиночества [1]. Был даже сформулирован «Парадокс Интернета», определявший как социальная технология, снижающая в потенциале социальную вовлеченность и психологическое благополучие.

Зато повторное исследование тех же авторов дало противоположные результаты: констатировалось исчезновение негативных эффектов и подтверждение положительного влияния использования Интернета на поддержание контактов с социальным окружением [2]. Кроме того, было замечено, что характер коммуникаций с близким окружением и малознакомыми людьми существенно различаются по социальным последствиям, что с неизбежностью приводило к необходимости проведения более глубокого анализа с привлечением категории социального капитала на сайтах социальных сетей.

## Структуризация коммуникативного онлайн-пространства на основе сетевого подхода

Преимущества, обеспечиваемые доступом к социальным связям и их использованием, способствующие достижению конкретных целей и положительных последствий, концептуализируются в понятии социального капитала, весьма широко трактуемом исследователями в мировой научной литературе.

Теория социального капитала восходит к работам Бурдье [3] и Коулмана [4] с последующим развитием в исследованиях Берта [5], Патнэма [6] и Лина [7].

Введенный Пьером Бурдье в 1980 году для обозначения социальных связей, которые могут выступать ресурсом получения выгод, в дальнейшем социальный капитал определялся им как «сумма ресурсов, реальных или виртуальных, которые достаются отдельному лицу или группе благодаря наличию прочной сети более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания», причем выгода от этих отношений, зависящая от положения в социальной сети, количества и характера связей, которые человек поддерживает, а также ресурсов, которыми обладают сами эти связи, может отличаться по форме и функциям в зависимости от самих отношений.

По определению Бурдье социальный капитал — это выгода, получаемая от положения в социальной сети, количества и характера связей, которые человек поддерживает, а также ресурсов, которыми обладают сами эти связи [8].

В свою очередь, Дж. Коулман дал начало иной концептуальной линии анализа социального капитала, рассматривая отношения индивидов между собой, основанные на доверии и партнерстве, в качестве социального капитала, который «подобно клею цементирует общество» [9, стр.37].

Роберт Д. Патнэм ввел дихотомию социального капитала на «объединения» и «мосты», которая получила широкое научное признание. Объединяющий социальный капитал формируется в «закрытых сетях, ориентированных внутрь себя и предполагающих более интенсивные отношения между участниками», в то время как связующий социальный капитал формируется в «открытых сетях, ориентированных вовне и предполагающих менее интенсивные отношения, обычно сосредотачивающиеся на обмене информацией» [10].

Предполагается, что прочные связи, такие как семья и близкие друзья, преимущественно обеспечивают эмоциональную поддержку, тогда как слабые связи (например, коллеги и знакомые) обеспечивают информацион-

ную поддержку, поскольку они исходят из соседних сетей и, следовательно, могут оказаться «неизбыточными», т.е. дополняться другими источниками информации. Начиная с тезиса Грановеттера [11], что слабые связи обладают особыми преимуществами, которые делают их даже более важными, чем сильные связи, и предположения о том, что сайты социальных сетей особенно хорошо подходят для обслуживания слабых связей (но также и для их использования), многочисленные исследования социального капитала в социальных сетях тяготеют к мнению, что слабые связи особенно сильны и что именно связующий социальный капитал делает социальные сети ценными. «Сила слабых связей» — это связи с людьми за пределами индивидуальной сети, которые могут предоставить неожиданно важную информацию, например, когда человек ищет новую работу или решает проблемы, связанные со здоровьем.

Социальный капитал встроен в структуру социальных сетей и положение людей в этих структурах. Аналогичным образом, онлайн-социальный капитал — часть социального капитала, которая приобретается и/или поддерживается в онлайн-социальной сети,

Но несмотря на то, что интернет в целом и сайты социальных сетей обладают большим потенциалом для коммуникации пользователей с друзьями, семьей и просто со знакомыми и незнакомыми людьми, являясь в свою очередь богатыми платформами, предоставляющими огромной и разнообразной базе пользователей широкий спектр инструментов коммуникации, исследователи на ранней стадии были склонны предполагать, что любое использование Интернета оказывает одинаковое воздействие на большинство пользователей, и пребывание в социальных сетях рассматривалось как относительно монолитная деятельность. Соответственно идентификация использования подобных сайтов основывалась на базовых измерениях и понимании использования с точки зрения частотных показателей, например, общего времени пребывания в сети.

Однако по мере того, как интернет-услуги становились богаче, а пользователи — более разнородными, исследователи начали задаваться вопросом, оказывают ли различные типы использования ресурсов интернета (например, общение с семьей и друзьями, знакомства с новыми людьми или поиск информации) различное влияние на тех, кто различается по демографическим и социальным характеристикам [12]. Поэтому более поздние исследования изучали различные типы использования, часто отличая социальную деятельность от других.

Впервые феномен «социального действия» был рассмотрен немецким социологом М. Вебером [13], под которым он понимал действие, по своей сущности ана-

логичное действиям других людей и ориентирующееся на них, при этом отмечая два основных его признака: во-первых, социальное действие обладает смыслом для того, кто его совершает (под смыслом понимается определенное представление о том, для чего или почему это действие совершается; это какая-то, иногда весьма смутная, его осознанность и направленность), и во-вторых, оно ориентировано на ожидаемую реакцию других лиц.

Таким образом, приходится признать, что в интернет-пространстве наблюдаются сетевые практики, характеризующие пользователей посредством их позиции, которой они придерживаются в этой среде. Их поведенческие стратегии определяют различные коммуникативные типы поведения, позволяющие структурировать пространство пользователей социальных сетей в рамках парадигмы сетевого взаимодействия. Дифференцируя типы коммуникативных практик, исследователи получили возможность выявить положительную связь между социальными мотивами использования и положительными психологическими результатами и иными выгодами.

#### Влияние стратегий коммуникации на накопление онлайн-социального капитала

Фундаментальное изменение практик пользователей в контексте сетевого общества заключается в том, что, интегрируясь в цифровую среду, отношения между пользователями переходят в стадию сетевых отношений и сетевого взаимодействия. В контексте сетевой практики пользователи совершают различные социальные действия, проявляющиеся в разных стратегиях коммуникации в цифровом коммуникативном диапазоне.

Так называемые цифровые личности имеют возможность выразить свое отношение к определенной проблеме посредством «лайков», комментариев в поддержку конструктивного или деструктивного действия, совершают определенные осмысленные действия, проявляют или нет свою позицию в онлайн-пространстве, зачастую вытекающую в последствии в реальное пространство. Пассивные цифровые личности, как правило, выражают свою позицию, комментируя произошедшие события, призывая общественность на социальный отклик. Они могут также и не выражать своей позиции, но состоять в сообществах и группах поддержки. Активные цифровые личности «порождают» сетевые практики, которые выходят за рамки онлайн-пространства, переходя в офлайн-пространство реальным социальным действием.

В свете вышесказанного быстрое внедрение социальных сетей поднимает важные вопросы о социальных последствиях их использования, поскольку люди могут участвовать в них несколькими различными способами, включая доступ к информации, обсуждение, общение

или для развлечения. Следовательно, использование сайтов таких сетей отличается от человека к человеку, и разные модели использования могут иметь разные социальные последствия, особенно с точки зрения формирования социального капитала.

Одним из наиболее эмпирически обоснованных подходов к определению социального капитала представляется рассмотрение его как структурного актива, т.е. преимуществ с точки зрения выгод, непосредственно вытекающих из структуры и состава социальной сети пользователя.

Различные структурные конфигурации социальных связей обеспечивают различные выгоды. Берт утверждает, что индивидуальное преимущество создается тем, как люди связаны, и выделяет два структурных источника социального капитала: закрытость сети и брокерство [14]. Закрытость — это особенность сети, заключающаяся в том, что она является ограниченной и тесно связанной группой индивидов. Закрытость способствует лучшему сотрудничеству, мобилизации ресурсов и доверию, поскольку эти формы поведения стимулируются угрозой санкций среди людей, имеющих много общих друзей. Брокерская деятельность — это сетевая позиция, которая объединяет в остальном сегрегированные и разнородные группы. Посреднические возможности — количество избыточных контактов, к которым участник получает доступ и через которые он соединяет, — зависят от количества структурных дыр вокруг человека, которые представляют собой промежутки между разобщенными частями более широкой сети. Брокерские возможности отражают разнообразие доступных социальных контекстов, мнений, видов деятельности и ресурсов. В отличие от Берта, Нан Лин утверждает, что индивидуальный социальный капитал должен определяться скорее всей сетевой макроструктурой населения и положением индивида в ней, чем микроструктурой непосредственного окружения индивида [15].

Таким образом, в сетевом пространстве наблюдаются сетевые практики, характеризующие цифровые личности посредством их позиции, которой они придерживаются в этой среде. Их поведенческие стратегии определяют различные коммуникативные типы поведения, позволяющие структурировать пространство пользователей социальных сетей в рамках парадигмы сетевого взаимодействия.

В работе [16] представлены результаты эмпирического исследования возможных альтернатив поведения пользователей социальных сетей, на основе которых с помощью факторного анализа и дальнейшего метода основных компонентов с варимаксным вращением выделяется три типа характеристик, каждая из которых представляет собой отдельный «сорт» социального поведения:

- Инициация — параметр, который характеризует использование социальной сети для знакомства с незнакомыми людьми или новыми друзьями без предварительных реальных контактов в прошлом. Он включает все четыре типа поведения в сети/вне сети — просмотр веб-страниц, установление контактов, добавление в «друзья» и встречи «лицом к лицу».
- Поддержание — параметр, отражающий использование сайта социальной сети для поддержания существующих тесных связей. Он также включает в себя все четыре типа поведения в сети/вне сети по отношению к близким друзьям.
- Поиск социальной информации — имеет отношение к характеристике использования сайта для получения дополнительной информации о людях, с которыми у пользователя уже есть какая-либо офлайн-связь. Он включает в себя три пункта использования — для проверки кого-то, с кем знаком в реальной жизни, чтобы узнать больше о своих коллегах и с кем познакомился в сети.

Идентификационная информация, обычно содержащаяся в профилях социальных сетей, может использоваться для инициирования офлайн-взаимодействий. В этом смысле использование соцсетей может служить катализатором, а не заменой реальных взаимодействий, подтверждая более ранние исследования, которые предполагали, что «высоко вовлеченные пользователи используют их для кристаллизации отношений, которые в противном случае могли бы остаться эфемерными» [17; стр.1162]. Эти стратегии связи указывают на эволюционный подход к описанию паттернов взаимодействия, который выходит за рамки дихотомии «онлайн» и «офлайн» и вместо этого признает эти каналы глубоко интегрированными коммуникативными сферами.

В действительности коммуникационные технологии, такие как телефон, также могут обеспечить техническую возможность общения, но одного этого часто недостаточно для развития отношений. Звонок по телефону совершенно незнакомым людям вряд ли приведет к развитию социальных отношений из-за отсутствия доступа к социальной информации, которая позволяет им развивать социально значимые взаимодействия. В отличие от телефонного справочника, соцсети предоставляют богатую коллекцию подсказок социального контекста, таких как общие друзья или общие интересы, которые могут направить разговор в нужное русло и лучше помочь участникам найти точки соприкосновения. Эти дополнительные подсказки отличают общение с помощью соцсетей от сомнительных телефонных звонков незнакомцев, предоставляя некую «социальную смазку», которая имеет решающее значение для использования технических возможностей подключения.

В эмпирическом исследовании, основанном на анкетном случайном онлайн-опросе 450 студентов бакалавриата в крупном университете, практика общения респондентов была формализована с помощью нескольких вопросов, оценивающих степень использования ими социальных сетей для знакомства с новыми людьми (инициирование) и получения дополнительной информации о знакомых (поиск социальной информации). Они были заданы в виде серии пятибалльных пунктов шкалы Лайкерта «согласен/не согласен».

Для идентификации аспектов связующего социального капитала были сформулированы пункты, описывающие «взгляд на себя как на часть более широкой группы», такие как «Я чувствую себя частью сообщества», «Общение с людьми из сообщества вызывает у меня желание попробовать что-то новое», «Я готов уделять время поддержке общей деятельности». Объединяющий капитал характеризовался пунктами шкалы, разработанные и проверенные Уильямсом и адаптированные для конкретного университета.

Результаты исследования показали, что использование социальных сетей для попытки связаться с «совершенно незнакомыми людьми» (инициирование) не оказало влияния на показатели социального капитала, в то время как использование сайта для «проверки» или «расширения знания о» непосредственных скрытых или очень слабых связях (поиск социальной информации) можно использовать для формирования продуктивного социального взаимодействия, отражающегося в концепции связующего капитала.

Представленную выше сегментацию можно детализировать далее, классифицировав такое сложнейшее направление социального поведения как поиск социальной информации на следующие по глубине группы: *интерактивные, активные и пассивные стратегии* [18; стр.213–228].

Интерактивные стратегии подразумевают прямое взаимодействие между коммуникатором и целью, во время которого применяются различные тактики для получения желаемой информации. В каждом случае искаатель информации влияет на тип запрашиваемой информации, изменяя свое собственное поведение на основе имеющейся обратной связи. Активные стратегии включают получение информации от других людей, но без прямого взаимодействия с целью. Эти стратегии охватывают не прямое получение знаний, включая использование сторонних источников информации и чаще всего принимают форму получения информации посредством обмена электронной почтой или чатов с другими людьми, знакомыми с целью.

Новые возможности Интернет-технологий предлагают альтернативные способы активного сбора информа-

ции, которые бросают вызов традиционным подходам. Коммуникаторы могут использовать поисковые системы для обнаружения доступной в Интернете информации о других, включая поиск домашних страниц, созданных целью или упоминающих ее. Это может быть похоже на проведение индивидуальной проверки биографических данных. Например, кандидаты на работу могут перейти на домашнюю страницу потенциальных работодателей, чтобы собрать важную информацию об организации и ее сотрудниках. Использование стратегий извлечения, включая поиск в сообщениях электронных списков, сообщениях и архивах групп новостей, опирается на обширное хранилище письменных комментариев, созданных целями. Эти стратегии представляют собой уникальное проявление поиска информации, недоступной в общении «лицом к лицу». Более того, исследования показывают, что лица, ищущие информацию, предпочитают наблюдать за целями в неформальных социальных ситуациях и во многих случаях опираются на информацию, которая предоставляется целью без подозрения, что она будет храниться в течение многих лет и будет доступна для общественного потребления за пределами группы, для которой изначально предназначалась.

Пассивные стратегии предполагают получение информации о цели посредством ненавязчивого наблюдения. Хотя может быть трудно представить себе пассивное наблюдение в контексте электронной почты один на один, это может произойти в случае режима «копирования» в текущем потоке сообщений между другими сторонами. На самом деле, решение собеседников расширить аудиторию для обмена с помощью функции «скрытая копия» (что часто делается для того, чтобы перевести взаимодействие на другую основу) является все более используемой функцией, которая помещает вновь добавленных получателей в роль пассивных наблюдателей.

Сообщения, которые отправляются как «скрытая копия» или, без ведома автора, пересылаются другим, предоставляют дополнительные возможности пассивного наблюдения, сродни подслушиванию разговора. Например, наблюдатели со стороны могут быть посвящены в горячую перепалку других, которые неявно пытаются заручиться поддержкой или создать бумажный след.

Пассивное наблюдение еще более распространено на форумах онлайн-общения, которые структурированы для группового взаимодействия, где группы могут варьироваться по размеру от небольших до огромных. В этих средах пассивный поиск информации может принимать форму чтения сообщений, размещенных в центральном месте (например, в списке рассылки), просмотра «профилей друзей», обычно доступных в обмене мгновенными сообщениями.

Таким образом, хотя системы индивидуального общения, такие как электронная почта, могут усилить зависимость коммуникатора от традиционных способов сбора информации — интерактивного раскрытия информации и опроса, — новые разработки в коммуникационных технологиях предполагают возможность преобразования активных и пассивных стратегий сбора информации в новые формы, основанные на возможностях, предоставляемых этими технологиями.

### Заключение

Определение стратегий поведения и отличительных типов участников новых медиа является довольно сложной задачей, хотя ее решение способно помочь сообществу человеко-компьютерного взаимодействия более точно соответствовать предпочтениям пользователей, более качественно разнообразить модели использования, а также ориентироваться на целевые группы в процессе разработки. К тому же, прогресс в этой области способен обеспечить более тонкий персонально-ориентированный подход при исследовании связи между использованием средств массовой информации и социальными последствиями, такими как социальное благополучие, цифровое неравенство и т.д. Конечно, трудности в понимании поведения при использовании медиа возникают в том числе из-за технологий, которые стерли грань между публичным и частным общением, а также массовым и межличностным общением. Однако это не уменьшает значимости выявления и анализа большого разнообразия поведенческих сценариев, которые эволюционируют от пассивных потребителей к активной роли в новой медиа-цепочке.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 1998, 53 (9).
2. Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. Internet Paradox Revisited. *Journal of Social Issues*, 2002, 58 (1), 49–74.
3. Bourdieu P. The forms of capital. In: Richardson JG (ed.) *Handbook of Theory And Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, 1986.
4. Coleman J.S. Social capital in the creation of human capital. *The American Journal of Sociology* 94 (Supplement): 1988, S95–S120.
5. Burt R.S. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.
6. Putnam R. Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy* 1995, 6: 65–78.
7. Lin N. Building a network theory of social capital. In: Lin N, Cook KS and Burt RS (eds) *Social Capital: Theory and Research*. New York: Aldine de Gruyter, 2001.

8. Wellman B. & Wortley S. Different strokes from different folks: Community ties and social support. *American Journal of Sociology*, 1990, 96(3), 558–588.
9. Коулман Дж.С. Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора / пер. М.С. Добряковой, науч. ред. В.В. Радаев // *Экономическая социология*. 2004. Т. 5, № 3. С. 35–44
10. Putnam R. Social capital: Measurement and consequences. 2001;2(1): 41–51.
11. Granovetter M.S. The strength of weak ties // *American journal of sociology*. — 1973. — Т. 78. — №. 6. — С. 1360–1380.
12. Bessière, K., Kiesler, S., Kraut, R., & Boneva, B. (2008). Effects of Internet Use and Social Resources on Changes in Depression. *Information, Communication & Society*, 11(1), 47–70.
13. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии // *Экономическая социология*. 2016. №5.
14. Burt RS. *Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital*. Oxford: Oxford University Press; 2005.
15. Lin N. Building a network theory of social capital. In: Lin N, Cook KS and Burt RS (eds) *Social Capital: Theory and Research*. New York: Aldine de Gruyter, 2001.
16. N.B. Ellison, Ch. Steinfield and C. Lampe. Connection Strategies: Social Capital Implications of Facebook-enabled Communication Practices // *new media & society* XX(X) 1–20. DOI: 10.1177/1461444810385389.
17. Ellison N.B., Steinfield C., Lampe C. The benefits of Facebook «friends»: Social capital and college students' use of online social network sites // *Journal of computer-mediated communication*. 2007;12(4):1143–1168.
18. Ramirez Jr, A., Walther, J.B., Burgoon, J.K., & Sunnafrank, M. Information-seeking strategies, uncertainty, and computer-mediated communication: Toward a conceptual model. *Human communication research*. 2002;28(2):213–228.

---

© Жукова Татьяна Ивановна (gukovati@mail.ru)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»