

УДК 316.774

*Е.Г. Ефимов, И.А. Небыков***ОБРАЗ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» В ЗАРУБЕЖНОЙ ПРЕССЕ**

В статье анализируется образ социальной сети «ВКонтакте» в западной прессе путем сравнительного анализа английского (The Telegraph), немецкого (Spiegel) и американского (New York Times) изданий. Методом сбора информации являлся контент-анализ сообщений о социальных сетях на сайтах зарубежных изданий. Единицей анализа в данном исследовании являлось сообщение, посвященное российской социальной сети. В статье делается вывод о преимущественном освещении социальной сети в контексте политических новостей. Универсальным для всех изданий является акцент на противостоянии государства и общества, которое освещается на примерах цензуры в российском интернете. Показано наличие региональной специфики изданий. В американском издании периодически поднималась тема преследования в России представителей ЛГБТ-сообщества и публиковались материалы по организации атак российских хакеров. Telegraph опубликовал серию материалов о правовых санкциях в отношении россиян за размещение различных материалов «ВКонтакте». Издание Spiegel посвятило несколько статей проблеме распространения националистических идей. Отдельно анализируются две статьи, посвященные научным исследованиям деятельности организации ИГИЛ в сети «ВКонтакте». Показано, что практически отсутствует интерес к сети «ВКонтакте» как к техническому объекту. Часть сообщений связана с необходимостью быстрого освещения событий по самым различным событиям. Данный блок сообщений не систематичен, отличается различными темами во всех трех изданиях и, как мы можем предположить, заполняет информационное пространство в случае отсутствия политических новостей. В ходе исследования делается вывод о формировании негативного образа социальной сети в западной прессе.

Ключевые слова: социальные сети, «ВКонтакте», П. Дуров, СМИ, политика.

Введение

Социальная сеть «ВКонтакте» на сегодняшний день является крупнейшей сетью в России и главным конкурентом Facebook не только в нашей стране, но и на европейском рынке. Российская сеть сегодня является неотъемлемой частью общественной жизни, формируя как повседневные практики индивидов, так и деятельность социальных институтов. Одновременно с этим сеть используется как инструмент и как объект формирования общественного мнения, в том числе в международных отношениях. Несмотря на возрастание интереса к научному исследованию социальных сетей в нашей стране, не исследованным является вопрос о западном восприятии российских медиа. Исследование этого вопроса позволяет не только выявить проблемные точки имиджа сети «ВКонтакте», но и показать специфику восприятия российского медиа-ресурса в социокультурном контексте с учетом региональных особенностей традиционных медиа. Таким образом, целью данной работы является анализ образа российской социальной сети «ВКонтакте» в зарубежной прессе.

Теория и методология

Методологической основой работы выступает «социальное конструирование технологии» – подход, разработанный социологами В. Бейкером и Т. Пинчем [5. Р. 108-109], предполагающий наличие доминирующих и универсальных факторов развития технологии в обществе. Индикатором взаимодействия факторов является общественное мнение, формируемое СМИ и определяющее степень «опасности» технологии, что является ключевым условием успешного ее внедрения в обществе. От образа технологии, созданного в прессе или других медиа, а не от его технических характеристик, зависят его восприятие и распространение в обществе. При этом для учета региональной специфики необходимым является обращение к отдельным принципам социокультурного подхода, утверждающим необходимость учета культуры как системы ценностей, обуславливающих развитие как общества в целом, так и технологии как его части.

Примерами анализа образа технологий в общественном мнении с учетом социокультурных особенностей, помимо работ самого В. Бейкера [4], могут служить гораздо более ранние исследования марксистских авторов [1. С. 44-47], а также публикации по социологии техники. Применительно к социальным сетям необходимо отметить, что данная проблематика не развивалась в американской науке, направленной прежде всего на изучение внутренних процессов, однако активно изучалась в работах

европейских социологов, построенных на сравнении сети Facebook и региональных социальных сетей (К. Фукс (ФРГ) [8], З. Папачаризи (Греция) [11] и др.).

Непосредственно связь общественного мнения и социальных сетей чаще всего анализируется однобоко – через влияние новых медиа на формирование политических установок, анализ манипуляций с использованием сетей или освещение проблем и специфики исследования общественного мнения в социальных сетях. При этом только некоторые работы посвящены влиянию традиционных СМИ на сетевые ресурсы [3; 10]

Эмпирическая база

Методом сбора информации являлся контент-анализ сообщений о социальных сетях на сайтах зарубежных изданий New York Times (США), Spiegel (ФРГ) и Telegraph (Великобритания). Выбор данных ресурсов обусловлен необходимостью учета региональной специфики внутри сегмента зарубежной прессы, их популярностью, а также их техническими характеристиками (высокая степень точности выдаваемых результатов, что обеспечивает верификацию полученных данных). Поиск сообщений осуществлялся на сайтах изданий через указание англоязычного названия сети «ВКонтакте» – «vkontakte». Единицей анализа в данном исследовании являлось сообщение, посвященное российской социальной сети. Временной диапазон не ограничивался, нижней временной границей был выбран 2008 г., когда появились первые сообщения о сети «ВКонтакте» (табл. 1).

Таблица 1

Статьи с упоминанием сети «ВКонтакте»

	New York Times	Spiegel	Telegraph
2008	1	0	1
2009	3	0	0
2010	0	0	0
2011	3	3	9
2012	11	8	2
2013	10	15	6
2014	13	13	5
2015	4	5	10
2016	9	8	4
2017	8	13	6
Итого	62	65	43

Для анализа полученных данных был использован интерпретативный метод контент-анализа, который направлен на анализ латентного содержания и предусматривает отказ от жестких правил кодирования в пользу целостной интерпретации контекста исследуемых материалов [2]. Оптимальность данного метода обусловлена невозможностью использовать единую систему кодировки в силу общего отсутствия эмпирических исследований данного вопроса.

Репрезентация социально-технического объекта (в данном случае – сети «ВКонтакте») в общественном мнении строится с учетом взаимодействия между собой политических институтов, социального взаимодействия пользователей и технических характеристик объекта. В соответствии с этим сообщения, исходя из содержания, были разделены по трем категориям (табл. 2)

Таблица 2

Тематика освещения сети «ВКонтакте»

	New York Times	Spiegel	Telegraph
Политика	34	44	22
Общество	25	11	15
Техника	7	10	6
Итого	66	65	43

На последней стадии, уже в ходе вторичного анализа содержания сообщений, из них были выделены негативные и позитивные.

Результаты

Как можно увидеть, обращение к сети «ВКонтакте» чаще всего происходит в контексте освещения политической сферы жизни в России. Материалы из сети «ВКонтакте» часто используются в контексте сообщений, имеющих целью сделать акцент на противостоянии власти и общества в России, проиллюстрировать борьбу оппозиции и государства, показать несовершенство процесса построения информационного общества. Можно выделить несколько тем, которые освещались синхронно во всех трех изданиях.

В 2017 г. основной темой упоминания «ВКонтакте» была блокировка этого ресурса на Украине. В 2015 г. во всех изданиях появляется материал о «фабрике троллей» – организованному предприятию по созданию заказных материалов в Санкт-Петербурге. В 2014 г. социальная сеть «ВКонтакте» использовалась для получения материалов о крушении Боинга-777 в Донецкой области. В 2011 г. подробно освещался конфликт между руководством сети «ВКонтакте» и ФСБ, требовавшей закрыть оппозиционные группы.

Помимо универсальных тем, каждое из изданий делало акцент на различных тематических блоках. В американской *New York Times* периодически поднималась тема преследования в России представителей ЛГБТ и публиковались материалы по организации атак российских хакеров. *Telegraph* опубликовал серию материалов о правовых санкциях в отношении россиян за размещение различных материалов «ВКонтакте». Издание *Spiegel* посвятило несколько статей анализу оценки в российских сетях событий германо-российских отношений (выступление Н. Десятиченко в рейхстаге, проблема распространения националистических идей).

С точки зрения общественных отношений сеть попадает в центр внимания прессы в связи с упоминанием П. Дурова и мессенджера *Telegram*, его отъезда из России или приглашения на работу в «ВКонтакте» Э. Сноудена. Часть сообщений связана с необходимостью быстрого освещения событий по самым различным событиям, от падения метеорита в Челябинске до увольнения стюардессы Аэрофлота за посты в сети. Данный блок сообщений не систематичен, отличается различными темами во всех трех изданиях и, как мы можем предположить, заполняет информационное пространство в случае отсутствия политических новостей. Частота обращения к сети оказывается напрямую связанной с динамикой событий, когда необходимость быстрого получения информации с места заставляет обращаться в социальную сеть. Примерами могут быть освещение взрывов в метро Санкт-Петербурге, когда информация о смертнике А. Джалилове бралась из его страницы в «ВКонтакте».

Анализ новостных сообщений показывает, что социальная сеть «ВКонтакте» практически не интересует зарубежные СМИ как технический объект, а используется в качестве альтернативного источника информации для освещения событий в России. Наибольшая частота упоминаний технических характеристик «ВКонтакте» связана с внедрением приложения *FindFace* (2017–2018 гг.) и покупкой акций «ВКонтакте» фондом *DST* (“*Digital Sky Technology*”).

Из всего массива статей можно выделить две, в которых дается анализ научных исследований, связанных с сетью «ВКонтакте». Обе публикации посвящены деятельности экстремистской террористической организации «Исламское государство» и опубликованы в июне 2016 г. в *New York Times* и *Spiegel*. В статье американского издания [6] дается обзор научной публикации в журнале *Science* [9] коллектива авторов из университета Майями. В оригинальной публикации отмечалось, что, хотя пропаганда идей ИГИЛ идет по многим каналам, сеть «ВКонтакте» является менее регулируемой в отличие от *Facebook*, она является крупнейшей европейской сетью, а также мультязычна и используется по всему миру. Через поиск по хэштегам авторы выявили 196 групп, а затем проанализировали связи более 100 тыс. пользователей, которые состояли в этих группах, а также выявили ряд закономерностей. Так, например, было установлено, что пользователи исследуемых групп, как правило, никогда не встречались между собой, не знают друг друга лично и не живут в одном городе. В газетной публикации приводились мнения экспертов, которые отмечали новизну подхода, однако указывали на необходимость совершенствования методов исследования и неоднозначность трактовки результатов. В немецком издании [7] был дан краткий пересказ основных тезисов и отмечено, что сеть «ВКонтакте» фактически не контролирует контент, связанный с ИГИЛ. В самой публикации американских авторов, на которую ссылалось немецкое издание, проводился сравнительный анализ участия женщин в таких организациях,

как ИГИЛ и Ирландская республиканская армия. Информация об ИГИЛ бралась из сети «ВКонтакте», осуществлялся поиск групп по хэштегам, а потом анализировались практики пользователей в этих группах. Как было установлено, женщины были более активны, чаще общались и активно организовывали новые связи. Несмотря на то что данные исследования носят фрагментарный характер и оставляют большое поле для критики, обе научные работы, равно как и освещающие их статьи, создают негативный образ сети «ВКонтакте» как ресурса, наполненного экстремистским контентом с активной и слабо контролируемой пропагандой идей «Исламского государства».

Единственной однозначно положительной статьей об использовании сети «ВКонтакте» являлась публикация про помощь пострадавшим в Крымске во время наводнения.

Выводы

Несмотря на активное развитие социальных сетей и их интеграцию в различные сферы социальной жизни, зачастую их взаимодействие с традиционными СМИ исследуется асимметрично, с точки зрения влияния новых медиа на поведенческие установки граждан. В то же время пресса продолжает оставаться важным источником формирования общественного мнения, интегрируя в себя социальные сети и влияя в том числе на их развитие. Как показало наше исследование, в западных изданиях доминирует негативный контекст упоминания социальной сети «ВКонтакте» как ресурса со слабой правовой и социально-нормативной регламентацией, поля борьбы между государством и обществом за политические и социальные свободы. Несмотря на общие темы, присутствующие во всех изданиях и связанные в основном с резонансными событиями, каждый из новостных ресурсов демонстрирует региональную специфику, выражающуюся в подборе различных тем. «ВКонтакте» является крупнейшей региональной российской сетью, однако она не является конкурентоспособной в других регионах, в том числе в англоязычных странах, где доминирует Facebook.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ефимов Е.Г. Социальные интернет-сети (методология и практика исследования): монография / ВолгГТУ. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2015. 168 с.
2. Семенова А.В., Корсунская М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / под ред. В.А. Мансурова. М.: Институт социологии РАН, 2010. 324 с.
3. Ушкин С.Г. Кофейни, джентльменские клубы и социальные сети, или где сегодня формируется общественное мнение // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 6 (142). С. 52-62.
4. Bijker W.E., Bönig J., Oost, E. v. The Social Construction of Technological Artefacts // Woodforde J. The Story of Bicycle. L.: Boston and Henley, 1970. P. 39-51.
5. Bijker W.E., Pinch T.J. The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other // Technology and Society Building Our Sociotechnical Future. MIT Press, 1984. P. 107-140.
6. Fighting ISIS with an algorithm physicist try to predict attack. URL: <https://www.nytimes.com/2016/06/17/science/fighting-isis-with-an-algorithm-physicists-try-to-predict-attacks.html>.
7. Frauen geben bei IS-Propaganda den Ton an. URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/islamischer-staat-frauen-geben-bei-is-propaganda-im-netz-den-ton-an-a-1097401.html>.
8. Fuchs C. Social Networking Sites and the Surveillance Society. A Critical Case Study of the Usage of studiVZ, Facebook, and MySpace by Students in Salzburg in the Context of Electronic Surveillance. Salzburg/Vienna: Forschungsgruppe @Unified Theory of Information. Verein zur Förderung der Integration der Informationswissenschaften. 2009. 145 p.
9. Johnson N.F., Zheng M., Vorobyeva Y., Gabriel A., Qi H., Velasquez N., Manrique P., Johnson D., Restrepo E., Song C., Wuchty S. New online ecology of adversarial aggregates: ISIS and beyond // Science. 2016. P. 1459-1463.
10. Larsen M.C. Unge og online sociale netværk. En neksusana-lytisk undersøgelse af medierede handlinger og offentlige diskurser / En ph.d.-afhandling indleveret til Det Humanistiske Fakultet, Aalborg Universitet. Aalborg, 2010. 388 p.
11. Papacharissi Z. The Virtual Geographies of Social Networks: A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld // New Media & Society, 2009. № 11 (1-2). P. 199-220.
12. Women's connectivity in extreme networks / P. Manrique, Z. Cao, A. Gabriel, J. Horgan, P. Gill, Hong Qi, E.M. Restrepo, D. Johnson, S. Wuchty, C. Song, N. Johnson // Science Advances. № 10. 2016. URL: <http://advances.sciencemag.org/content/2/6/e1501742>.

Ефимов Евгений Геннадиевич, доктор социологических наук, профессор кафедры
Истории, культуры и социологии
E-mail: ez07@mail.ru

Небыков Илья Александрович, кандидат исторических наук, доцент кафедры
Истории, культуры и социологии
E-mail: iks@vstu.ru

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет»
400005, Россия, г. Волгоград, просп. им. Ленина, 28

E.G. Efimov, I.A. Nebykov

THE IMAGE OF THE SOCIAL NETWORK "VKONTAKTE" IN THE FOREIGN PRESS

The article examines the way the social network "Vkontakte" in the Western press, through a comparative analysis of English (The Telegraph), German (Spiegel) and American (New York Times) publications. The method of collecting information was content analysis of messages about social networks on the websites of foreign publications. The unit of analysis in this study was a report on the Russian social network. The article concludes on the predominant coverage of the social network in the context of political news. Universal for all publications is the emphasis on the confrontation between the state and society, which is covered by examples of censorship in the Russian Internet. The presence of regional specificity of publications is shown. The American edition periodically raised the issue of persecution of representatives of the LGBT community in Russia and published materials on the organization of attacks by Russian hackers. Telegraph published a series of materials on legal sanctions against Russians for posting various materials "Vkontakte". The publication Spiegel has devoted several articles to the problem of the spread of nationalist ideas. Two articles devoted to the research activities of ISIS in the Vkontakte network are analyzed separately. It is shown that there is almost no interest in the network "Vkontakte" as a technical object. Part of the messages related to the need for rapid coverage of events on a variety of events. This block of messages is not systematic, has different themes in all three editions and, as we can assume, fills the information space in the absence of political news. The study concludes on the formation of a negative image of the social network in the Western press.

Keywords: social networks, Vkontakte, P. Durov, mass media, politics.

Received 12.09.2018

Efimov E.G., Doctor of Sociology, Professor at Department of History, culture and sociology
E-mail: ez07@mail.ru

Nebykov I.A., Candidate of History, Associate Professor at Department of History, culture and sociology
E-mail: iks@vstu.ru

Volgograd State Technical University
28, Prosp. im. Lenina, Volgograd, Russia, 400005