

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 7, №6 (2015) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol7-6>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/118EVN615.pdf>

DOI: 10.15862/118EVN615 (<http://dx.doi.org/10.15862/118EVN615>)

УДК 331.1

Ефимова Галина Зиновьевна

ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет»
Россия, Тюмень¹

Доцент кафедры «Общей и экономической социологии»

Кандидат социологических наук

E-mail: EfimovaGZ@gmail.com

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=571660

Зюбан Евгений Викторович

ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет»
Россия, Тюмень

Доцент кафедры «Экономической безопасности, учета, анализа и аудита»

Кандидат экономических наук

E-mail: hp_support@mail.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=751837

Социальные сети как элемент социально-экономического развития постиндустриального общества

¹ 625003, Россия, Тюменская область, Тюмень, ул. Семакова, 10

Аннотация. Социальная сеть определяется как социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними. В данной статье социальная сеть рассмотрена как интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого заполняется самими участниками ресурса. Принцип работы социальных сетей основан на взаимосвязи пользователей и формировании цепочки промежуточных знакомств. При помощи специализированного программного обеспечения можно собирать, анализировать и визуализировать информацию о пользователях социальных сетей: их социально-демографических характеристиках, интересах, сфере занятости, политических и иных предпочтению, принадлежности к социальным группам и многое другое. Собранная информация представляет особый интерес для экономистов и маркетологов. Представлены официальные данные о динамике проникновения интернета в России и в других странах мира.

Раскрывается содержание основных результатов исследований информационной грамотности российских студентов. Несмотря на повсеместное распространение социальных сетей, потенциал этого рынка по-прежнему растёт вместе с темпами привлечения новых пользователей различных возрастных и профессиональных групп.

Подробный и всесторонний анализ социальных сетей (с точки зрения экономистов, психологов, социологов и других специалистов) позволяет понять особенности онлайн-взаимодействий пользователей различных возрастов и социальных групп. Основываясь на этой информации представляется возможным выстраивать политику общения с каждой возрастной и социальной группой, в том числе, извлекая финансовую выгоду от рекламы.

Ключевые слова: социальная сеть; глобализация; сетевое общество; Интернет; сетевая экономика; киберпространство; молодёжь; студенты; интернет-сообщество.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Ефимова Г.З., Зюбан Е.В. Социальные сети как элемент социально-экономического развития постиндустриального общества // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №6 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/118EVN615.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/118EVN615

Статья опубликована 25.11.2015.

Социальная сеть (*social network*) – социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними. Впервые термин «социальная сеть» (задолго до изобретения и распространения интернета) предложил учёный-исследователь в сфере социальной антропологии Д. Барнс (James Barnes) в 1954 г. в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе».

Начало серьёзных научных исследований социальных сетей отмечено работами С. Милгрэма (1969 год), обнаружившего феномен «маленького мира»; исследованиями «силы слабых связей» М. Грановеттера (1973 год); Б. Уилмэн (1979 год) рассматривающий онлайн социальные сети и интернет в повседневной жизни. О глобальной культурной гомогенности (мир как «глобальная деревня») говорил М. Маклюэн, И. Валлерстайн разработал теорию социальных сетей.

В 1977 году основано международное академическое сообщество «The International Network of Social Network Analysts» (INSNA) - профессиональное объединение исследователей, заинтересованных в анализе социальной сети. Эта ассоциация является некоммерческой организацией, зарегистрированной в штате Делавэр (США).

В данной статье социальную сеть мы будем рассматривать как интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого произвольно заполняется самими участниками ресурса. Принцип работы социальных сетей основан на взаимосвязи пользователей и формировании цепочки промежуточных знакомств. Если в 60-х годах XX века двух произвольно выбранных людей, проживающих в разных странах, имеющих разный достаток и воспитанных в разной культуре разделяло шесть «рукопожатий» (С. Милгрэм), то в 2011 году (по данным исследований, проведённым Facebook и Миланским государственным университетом) их количество снизилось до 4,74 уровня связи (для США количество звеньев составило 4,37)². Основная причина повышения «тесноты» знакомств очевидна – распространение интернета, увеличение количества пользователей социальных сетей.

При помощи специализированного программного обеспечения можно собирать, анализировать и визуализировать информацию о пользователях социальных сетей: их социально-демографических характеристиках, интересах, сфере занятости, политических и иных предпочтении, принадлежности к социальным группам и многое другое. Собранная информация представляет особый интерес и ценность для экономистов и маркетологов.

Экономистами высоко оценивается роль социальных сетей в развитии общества и экономики России [6]. «Экспертное сообщество признает, что с одной стороны социальные сети – это эффективный инструмент для мобилизации массовых действий, он может выступать в роли позитивной «мягкой силы» и, наряду с краудсорсинговыми платформами, позволяет приблизиться к прямой демократии» [8, С. 59].

Сегодня социальные сети «не только предоставляют новые возможности для общества и правительства, но и генерируют новые риски и вызовы, обеспечивая внешний контроль над общественным мнением и масштабное влияние на политическую ситуацию в стране. В связи с этим важно учитывать возможности современных коммуникационных технологий для обеспечения «умной безопасности», в том числе комплексной информационной безопасности государства в случае внешних информационных угроз в киберпространстве. Масштаб подобных угроз нельзя недооценивать» [8, С. 59].

² Теория шести рукопожатий [Электронный ресурс] // http://www.ido.tsu.ru/distance_schools/blog/index.php?page=post&blog=hum_fiz&post_id=1918 (дата обращения 01.12.2015).

По данным аналитиков, уровень проникновения интернета в России самый высокий в СНГ и БРИКС, но ниже, чем в других странах «Большой восьмёрки» и странах Балтии³. По-прежнему более половины пользователей интернета в России – люди в возрасте до 35 лет. Тем не менее доля пользователей старшей возрастной группы растёт год от года. Детей и молодёжи больше всего среди пользователей интернета в небольших городах, а людей старшего возраста – среди жителей мегаполисов, особенно Москвы и Санкт-Петербурга [там же]. Интернет становится частью повседневной жизни для большинства населения страны и мира.

Исследования ФОМ (июнь-август 2015 года) показывают, что доля активной аудитории, выходящей в сеть Интернет как минимум один раз в сутки, составляет 53% (62,0 миллиона человек). Годовой прирост интернет-пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз за месяц, составил 8%, а для суточной аудитории данный показатель равен 6%⁴. В 2003 году лишь 3% пользователей выходили в сеть ежедневно, в 2009 году – 18%, в 2013 – 45%.

Новые информационные технологии рассматриваются как один из основных факторов социально-экономического развития постиндустриального общества. Активизация коммуникативных процессов, основанных на информационно-телекоммуникационных технологиях позволяет вывести взаимодействия социальных и экономических акторов на качественно иной уровень. Отмечается, что «высокие информационные технологии явились не только генератором глобализации экономики, но и одним из наиболее существенных факторов информатизации всей социально-трудовой сферы и сферы социальных коммуникаций» [6].

Ожидается, что в ближайшем десятилетии крупнейшие города России смогут соперничать с мегаполисами Европы и Японии по уровню технической оснащённости и активности использования информационно-коммуникационных технологий. Данные технологии применяются как в повседневной жизни для общения и развлечения, так и для серьёзных, социально значимых целей: образование (приобретение новых знаний, обновление имеющихся компетенций), производство, экономическая сфера, политика и многое другое.

Во многих странах созданы порталы «электронного правительства» и население различных возрастных групп и материального достатка пользуется предоставленными ресурсами. Так, в России, по данным на конец 2014 года, количество россиян, зарегистрированных на Едином портале государственных и муниципальных услуг составило 13 миллионов человек. Лидерами по использованию стали Приморский край с долей проникновения 31,6%, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра — 27,4%, Калининградская область — 25,8%, Тюменская область — 25,6% и Ямало-Ненецкий автономный округ — 21,1%⁵. Граждане могут получать федеральные, региональные и муниципальные государственные услуги. «Повсеместное использование информационных технологий активизирует обмен знаниями и полезной информацией, создаёт такую информационную среду, в которой традиционные услуги обретут качественно новые формы и станут более доступными» [6].

³ Развитие интернета в регионах России [Электронный ресурс] //

http://yandex.ru/company/researches/2015/ya_internet_regions_2015 (дата обращения 01.12.2015).

⁴ Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2015 [Электронный ресурс] <http://fom.ru/SMI-i-internet/12369> (дата обращения 01.12.2015).

⁵ Итоги работы портала госуслуг в 2014 году. Официальный сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минкомсвязь России) [Электронный ресурс] <http://minsvyaz.ru/ru/events/32541/> (дата обращения 01.12.2015).

В повседневной практике пользователи активно применяют информационно-коммуникационные технологии. Максимальная включенность возрастных групп в виртуальное общение отмечается среди молодёжи (до 30 лет). Многие из них знакомы с компьютером уже с детских или подростковых лет и стремятся максимизировать нахождение в сети интернет одновременно с различных устройств и повысить эффективность этого общения, часто заменив им реальную коммуникацию (*off-line*).

В исследовательской среде распространён термин «*сетевое поколение*», которым обозначают поколение с высоким уровнем информационной грамотности и активностью использования современных информационных и коммуникационных технологий в повседневной жизни. Учёные утверждают, что, несмотря на максимальное распространение интернета и технических устройств, в жизни молодёжи, в основном эти уникальные ресурсы используются для межличностной коммуникации (часто не содержательной) [6]. То есть, безграничные ресурсы информационно-телекоммуникационных устройств обычными пользователями используются не эффективно, всего лишь на сотую долю процента от их реальной мощности.

Результаты исследований информационной грамотности российских студентов и их умения работать с информацией, проведённого Н.С. Жуковой [7], Г.А. Гареевой [3], а также исследование Н.И. Гендиной, направленное на измерение уровня информационных знаний и умений представителей различных профессий показывают, что «*респонденты обладают недостаточно высоким уровнем информационной культуры, что негативно сказывается на продуктивности их учебной или профессиональной деятельности*» [4]. Отмечается низкий уровень компьютерной грамотности и неготовность даже продвинутых пользователей к работе с информационными ресурсами в полном объёме. Широкое распространение получило так называемое «*клиповое*», разрозненное, «*кусочное*» мышление, когда человек не может сопоставить несколько разрозненных ситуаций, проследить логическую взаимосвязь между ними и сделать вывод.

Сотрудниками Национального фонда подготовки кадров разработан специальный инструмент (ICL Test), позволяющий оценить уровень ИК-компетентности среди учащихся 9-х классов [9]. В исследовании участвовали 1468 педагогов и 5167 учащихся 9-х классов из 114 школ ЯНАО. «С помощью данного инструмента можно выяснить, прежде всего, уровень способности оперировать информацией, решать практические задачи, используя ИКТ, мыслить и работать в современном “цифровом” мире. Большинство других тестов оценивают лишь степень сформированности технологических навыков и владения определёнными программными продуктами» [там же]. Результаты, представленные в «Учительской газете», показывают, что в гимназиях и школах с углублённым изучением отдельных предметов уровень ИК-компетентности учеников был в 5-10 раз выше, чем в школах-интернатах, и в 2-3 раза выше, чем в общеобразовательных школах.

Также, «подтвердились предположения, что проектная деятельность помогает развитию информационных компетентностей. С социальными сетями не всё так однозначно. Их влияние в данном случае весьма условно. Несмотря на то, что 80% школьников заходят в социальные сети не менее одного раза в день, частота пользования этим видом информационных ресурсов не коррелирует с уровнем ИКК, даже если ученики используют соцсети только для учёбы» [там же].

По данным, приведённым в статье авторского коллектива в составе А.Б. Докторовича, Д.Н. Монахова, Г.А. Монаховой, большинство российских студентов проводят в Интернете ежедневно от 1 до 6 часов, менее половины (47%) респондентов – от 1 до 3 часов, каждый третий (35%) – от 4 до 6 часов. Абсолютное большинство (92%) студентов зарегистрированы в социальных сетях, 77% используют их преимущественно для общения с друзьями,

обмениваются учебной информацией – лишь 56%. При этом лишь 23% опасаются нежелательного использования данных и информации, которые они размещают в социальной сети, а 25% совершенно не опасаются [6].

В современных условиях распространения интернета и социальных сетей достаточно актуальным становится вопрос приватности информации. Говоря о приватности, необходимо отметить два аспекта – неразглашение личной переписки и приватность информации личного характера, которую пользователь размещает в социальных сетях, рассчитывая, что она будет доступна только ему или ограниченному кругу пользователей. В последнем случае, нарушение приватности может произойти если пользователь недостаточно разобрался в настройках социальной сети, не изучил пользовательское соглашение либо пренебрёг элементарными правилами взаимодействия в кибер-среде.

Исследование, проведённое компанией ESET совместно с порталом FutureToday, показало, что 56% респондентов считают, что их интернет-жизнь вряд ли кого-то интересует, а 29% думают, что лучше перестраховаться и закрывают страницы от случайных гостей и корректируют фотографии и размещаемую информацию. Чаше других свои профили корректируют пользователи «В контакте». В этом признались 30% опрошенных и лишь 14% пользователей Facebook [1].

Весьма значимой социально-экономической проблемой, с которой сталкивается личность в информационном обществе, является доминирование публичности и утрата ценности конфиденциальности и приватности. В работе «Утраченная укромность частной жизни» известный итальянский философ У. Эко пишет, что главным абсурдом современного общества стал добровольный отказ от приватности, граничащий с патологией и эксгибиционизмом [11].

У. Эко, затрагивая проблему исчезновения приватности личной жизни, пишет: «Посещая домашние странички, обнаруживаешь, что целью множества людей является обнародование своей малоинтересной нормальности или, хуже того, малоинтересной ненормальности. <...> цель их — обнародовать пред лицом всех окружающих факты своего частного существования» [11, С. 156]. По образному выражению, социальные сети для современного человека являются “суррогатом бессмертия”, они напоминают ему о том, что он ещё жив, что он существует (А.Г. Дугин).

Экономистами проводится всесторонний анализ социальных сетей как инновационного направления сетевой экономики [2]. Достаточно значимым является финансовый сегмент социальных сетей, для большого количества пользователей, они стали способом ведения бизнеса в виртуальной среде. «Экономические феномены Facebook и Instagram объясняются, прежде всего, порождёнными Интернетом социальными мифами о личном потенциале каждого пользователя для будущего развития как самой сети, так и аффилированных с ней коммерческих, политических и социальных проектов, и главное, наличия разных средств управленческого воздействия в сети и возможности получать определённые рассчитываемые эффекты (доход сети рос, прежде всего, за счёт рекламы)» [5].

Проведён расчёт экономического эффекта от социальных сетей⁶. По оценке аудиторского агентства Deloitte, глобальная экономическая активность, ассоциированная с социальной сетью Facebook в 2014 году, выражалась цифрой 227 миллиардов долларов и способствовала созданию 4,5 миллионов рабочих мест во всем мире. Почти половина этих положительных эффектов приходится на США (100 миллионов рабочих и 1,1 миллиардов

⁶ Новости науки // Троицкий вариант. 27 января 2015 года. - №171, С. 16 [Электронный ресурс] // <http://trv-science.ru/2015/01/27/cifra-13/> (дата обращения 01.12.2015).

долларов мест). Следом в качестве бенефициаров этой активности выступает Европейский союз (51 миллиардов долларов или 44 миллиардов евро), затем Азиатско-Тихоокеанский регион (35 миллиардов долларов) и Латинская Америка (21 миллиардов долларов) [там же].

Отмечается, что величина этих экономических эффектов за последние три года возросла в три раза. Во Франции экономическая активность вокруг Facebook позволила в 2014 году дополнительно получить 6 миллиардов евро дохода и создать 78 тысяч рабочих мест. Сюда внесли вклад три основных компонента: 1) создание дополнительных возможностей более целевого маркетинга в сети (3,3 миллиардов евро и 36 тысяч рабочих мест); 2) создание и использование мобильных приложений для сети (1,8 миллиардов евро и 27 тысяч рабочих мест); 3) создание дополнительного спроса на мобильные сетевые устройства (1,6 миллиардов евро и 16 тысяч рабочих мест) [там же].

Вместе с тем отмечается, что пока владельцы социальных сетей получают прибыль, крупные компании несут убытки, связанные в основном с нерациональным использованием их работниками социальных сетей в рабочее время. «Из-за общения сотрудников в рабочее время в соцсетях потери экономики оцениваются в сотни миллиардов. Но есть и другая сторона: интернет-площадки для общения могут быть значительным подспорьем в работе» [там же].

Пытаясь спрогнозировать тенденции развития социальных сетей в будущем, исследователи называют следующие перспективы [6]: появление интегрированной интерактивной связи в социальных сетях; адаптацию социальных сетей под сенсорные компьютеры и новые операционные системы; ужесточение регистрационной политики; возрастание экономической роли социальных сетей.

Ведущие социальные сети, как правило, отличаются высоким количеством учётных записей пользователей. В третьем квартале 2015 года количество активных пользователей Facebook (самой популярной социальной сети в мире) составило 1,55 миллиарда человек ежемесячно. В третьем квартале 2012 года, количество активных пользователей Facebook превысило 1 миллиард⁷.

Повышение доступности интернета стало одним из определяющих явлений современности, меняющим облик мира. Интернет – глобальное средство массовой коммуникации, включающее в себя такие формы как сайты, блоги, форумы, чаты, бизнес-сети, микро-блоги, социальные сети и т.д. Масштабы популярности социальных сетей имеют значимый потенциал роста. Так, по прогнозам, количество пользователей социальных сетей по всему миру в 2018 году составит около 2,5 миллиардов человек (каждый третий житель планеты). Из них, полмиллиарда - жители Китая, а четверть миллиарда - жители Индии. Страна с рекордно высокой скоростью проникновения социальных сетей – Северная Америка (около 60% населения имеет аккаунт, по крайней мере, в одной социальной сети).

Несмотря на повсеместное распространение социальных сетей, потенциал этого рынка по-прежнему растёт вместе с темпами привлечения новых пользователей различных возрастных и профессиональных групп.

По состоянию на 4 квартал 2014 года, время, проведённое ежедневно в социальных сетях пользователями из Аргентины и Филиппин было больше, чем четыре часа, в то время как в США – почти 3 часа в день. В среднем, мировые интернет-пользователи проводят 101,4

⁷ Number of monthly active Facebook users worldwide as of 3rd quarter 2015 (in millions) [Электронный ресурс] <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> (дата обращения 01.12.2015).

минут в день в социальных сетях⁸. Эта устойчивая тенденция побуждает маркетологов мировых брендов использовать ресурс социальных сетей для продвижения различных товаров.

С 2010 года социальные сети продемонстрировали явную переориентацию на мобильные платформы, моментально отреагировав на запрос потребителя. Пользователям удобнее использовать социальные сети, открыв соответствующее приложение в смартфоне или в планшетном компьютере, а не сидеть за стационарным компьютером или ноутбуком. Мобильные платформы открыли для социальных сетей ресурс дальнейшего развития. Приложения на смартфоне или планшете создают эффект постоянного присутствия – пользователь может моментально отреагировать на сообщение или интересующую его новость.

Количество аккаунтов в социальной сети Facebook в третьем квартале возросло на 60 миллионов. По состоянию на 30 октября 2015 в мире насчитывается более 1,55 миллиарда пользователей этой соцсети⁹. В первом квартале 2014 года аналогичное число пользователей составляло лишь 341 миллион. По мнению экспертов, в течение нескольких лет большинство взаимодействий на Facebook будет проводиться с мобильного устройства. Как следствие – возросла экономическая отдача от использования социальных сетей за счёт определения местоположения и контекстной рекламы.

Наиболее популярная в России социальная сеть «ВКонтакте» насчитывает 336 миллионов зарегистрированных пользователей (по данным на начало декабря 2015 года). Ежедневно на сайт заходят 75 миллионов пользователей, каждый из которых просматривает в среднем по 40 страниц в день. Одновременно on-line находится 400 тысяч активных пользователей (просмотревших более одной страницы за сессию). Примерно 65% посетителей проживают в России. Средняя продолжительность нахождения на сайте - 8,5 минут. Пик активности посетителей социальных сетей приходится на вечернее время (с 19 до 21 часов)¹⁰. Каждый четвёртый посетитель из России проживает в Москве (24%), каждый девятый – в Санкт-Петербурге (11%). Более 59% пользователей сайта старше 25 лет¹¹.

Пользователи делятся на активных (те, которые создают публичный контент) и пассивных (читатели чужого контента). Также можно выделить ещё одну группу «трансляторы», которые не создают никакой информации (тексты, аудио или видео), но активно распространяют найденное в сети другим пользователям - адресными сообщениями или перепетом на свою страничку.

В зависимости от специфики социальных сетей варьируется и контингент пользователей, их запросы и стратегия поведения. Для примера, рассмотрим социальный портрет пользователя социальной сети «ВКонтакте» по данным на апрель 2015 года. Гендерная структура авторов ВКонтакте довольно стабильна, 41,9% авторов – мужчины, доля слабого пола составила 58,1%. Возраст авторов: каждому пятому пользователю не исполнилось 18 лет (26,8%), треть аудитории находится в возрастном диапазоне 18-24 года (35,3%), немногим меньше трети пользователей от 25 до 24 лет (30,3%), на остальные

⁸ Statistics and facts about Social Networks [Электронный ресурс] <http://www.statista.com/topics/1164/social-networks/> (дата обращения 01.12.2015).

⁹ Число пользователей Facebook превысило полтора миллиарда [Электронный ресурс] http://lenta.ru/news/2015/11/05/facebook_accounts/ (дата обращения 01.12.2015).

¹⁰ Рейтинг посещения сайтов по времени суток [Электронный ресурс] // <http://www.liveinternet.ru/stat/vkontakte.ru/hours.html> (дата обращения 01.12.2015).

¹¹ <http://www.liveinternet.ru/stat/vkontakte.ru/index.html>; https://vk.com/page-47200925_44240810.

категории приходится менее 8% аудитории (35-44 года - 5,9%), 5-54 года - 0,8%, 55 и старше - 0,6%)¹².

По сравнению с данными декабря 2014 возрастная структура аудитории ВКонтакте сгладилась – хотя основной костяк пользователей также входит в категорию «от 18 до 24 лет», их доля сократилась на 2,5%, при этом пополнились группы подростков (+2,8%) и зрелый контингент старше 45 лет (+1,4%)¹³.

Опираясь на статистические данные, видим, что аудитория социальной сети «ВКонтакте» сравнима с Первым каналом: суточный охват «ВКонтакте» составил 13,3 миллиона человек, у федерального телеканала этот показатель – 10,9 миллиона человек¹⁴.

Анализ проникновения социальных сетей в регионы показывает, что общая численность активных пользователей (авторов), по данным Brand Analytics на апрель 2015 года - 21,6 миллиона человек, из них проживают в Санкт-Петербурге 36%, в Москве - 26,2%, Мурманская область – 23,2%, Севастополь - 22,9%, Калининградская область 22,6%¹⁵.

Минимальное проникновение социальной сети в регионы – Республика Ингушетия, Чеченская Республика, Республика Дагестан, Карачаево-Черкесская Республика и Еврейская автономная область.

По данным аналитиков, «самой молодой и динамичной социальной сетью остаётся ВКонтакте: почти 2/3 авторов этой сети младше 25 лет. На долю зрелого контингента «45 и старше» приходится всего 1,4% активной аудитории, авторы от 35 до 44 лет составляют всего 6% «пишущих» пользователей. Ядром данной социальной сети является возрастная пласт «от 18 до 24 лет» — 35,3% авторов. Традиционно самая взрослая сеть Одноклассники стала ещё старше: авторов младше 25 лет всего 15%, ядро активной аудитории – 24-44 лет и уже 22% активной аудитории относится к категории "55 и старше"» [там же].

Многие социальные сети далеки от равного распределения пользователей по полу. Так, в основном среди пользователей социальных сетей стабильно преобладают женщины и максимальное из количество зарегистрировано в Instagram (77,4% активной аудитории) и Одноклассники (69,2% авторов). Единственной «мужской» сетью остаётся Живой журнал (доля мужчин здесь = 57,2%), к равенству полов весной пришел Twitter.

Анализ интересов аудитории показал, что ВКонтакте «рекордная вовлеченность отмечена на страницах подростковых видеоблогеров и в развлекательных сообществах (анекдоты, лайфхаки и тайные откровения), то в Facebook самые популярные страницы куда серьёзнее – здесь как личные аккаунты депутатов и журналистов «украинской темы», так и корпоративные страницы (например, Dolce&Gabbana и Skyscanner)» [там же].

Социальные сети – одно из проявлений новой экономики, где традиционные схемы ведения бизнеса уже не актуальны и работают не столь эффективно. В связи с этим необходимо определить, какую роль сети могут играть в обществе, и как они могут влиять на экономические действия, и в следствии вызвать финансовые проблемы пользователей. Сегодня в социальных сетях наблюдается целый спектр различных экономических угроз,

¹² Социальные сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс] <http://brand-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy/> (дата обращения 01.12.2015).

¹³ Социальные сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс] <http://brand-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy/> (дата обращения 01.12.2015).

¹⁴ «ВКонтакте» превзошла по аудитории федеральные телеканалы [Электронный ресурс] // http://www.gazeta.ru/tech/news/2015/05/05/n_7169385.shtml (дата обращения 01.12.2015).

¹⁵ Социальные сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы [Электронный ресурс] <http://brand-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy/> (дата обращения 01.12.2015).

включая вредоносный код и спам. Кроме того, это «поле деятельности для применения методов социальной инженерии на базе фишинга: злоумышленники могут использовать их как для распространения злонамеренного кода, так и для разведки, чтобы затем осуществить направленную атаку» [10].

Подробный и всесторонний анализ социальных сетей (с точки зрения экономистов, психологов, социологов и других специалистов) позволяет понять особенности онлайн-взаимодействий пользователей различных возрастов и социальных групп. Основываясь на этой информации представляется возможным выстраивать политику общения с каждой возрастной и социальной группой, в том числе, извлекая финансовую выгоду от рекламы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авшалумова Р. Facebook вредит карьере [Электронный ресурс] <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2014/05/15/facebook-vredit-karere> (дата обращения 01.12.2015).
2. Бутенко Е.Д. Экономическая составляющая успеха социальных сетей // Экономический анализ: теория и практика. 2012. №2. С. 41-45.
3. Гареева Г.А. Формирование информационной компетентности студентов в условиях дистанционного обучения: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Ижевск, 2010. 26 с.
4. Гендина Н.И. Информационная грамотность или информационная культура: альтернатива или единство (результаты российских исследований) // Школьная библиотека. 2005. Март. №3. С. 18–24.
5. Голова А.Г. Управленческий ресурс социальных сетей Интернет // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2014. №3 (125). С. 130-140.
6. Докторович А.Б., Монахов Д.Н., Монахова Г.А. Роль социальных сетей в развитии общества и экономики России // Пространство и время. – 2013. – №3 (13). – С. 103-112.
7. Жукова Н.С. Сравнительный анализ уровня информационной грамотности студентов сетевого поколения в России и Германии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://edu.of.ru/attach/17/125365.pdf>.
8. Запрягайло В.М. Социальные сети – фактор «мягкой безопасности» в условиях экономических санкций против России // Научный вестник Волгоградского филиала РАНХиГС. Серия: Экономика. 2015. №1. С. 58-61.
9. Мелешко В. От чего зависит уровень информационной компетентности? [Электронный ресурс] <http://www.ug.ru/article/836> (дата обращения 01.12.2015).
10. Седов О. Угрозы социальных сетей // Директор информационной службы. – 2011. - №12 [Электронный ресурс] <http://www.osp.ru/cio/2011/12/13012286/> (дата обращения 01.12.2015).
11. Эко У. Утраченная укромность частной жизни // Эко У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ. — М.: Эксмо, 2007. — 592 с., с. 156.

Рецензент: Статья рецензирована членами редколлегии журнала.

Efimova Galina Zinov'evna

Tyumen State University
Financial and Economic Institute
Department of General and Economic Sociology
Russia, Tyumen
E-mail: EfimovaGZ@gmail.com

Zyuban Evgeniy Viktorovich

Tyumen State University
Financial and Economic Institute
Department of economic security, accounting, analysis and audit
Russia, Tyumen
E-mail: hp_support@mail.ru

Role and place of the social networks in forming economic risks for users

Abstract. The social network is defined as a social structure, consisting of a group of nodes, which are the social objects (people or organizations) and relationships between them. In this article the social network is considered as an interactive multiuser website, content of which is completed personally by the participants of resource. The principle of operation of the social networks is based on the relationship of users and formation of a chain of the intermediate acquaintances (six degrees of separation). Application of the specialized software allows one to collect, analyze and visualize information on users of the social networks: their socio-demographic characteristics, interests, sector of employment, political and other preferences, as well as affiliation to the social groups and more. The collected information is of particular interest for economists and marketers. The article presents the official data on dynamics of Internet connectivity in Russia and other countries in the world.

The author interprets the main results of the Russian students' information literacy studies. Despite the blanket distribution of social networks, the potential of this market is still growing together with the involvement rates of new users of various age and professional groups.

The detailed and comprehensive analysis of the social networks (from the point of view of economists, psychologists, sociologists and other specialists) enables you to understand the characteristic properties of online interactions among the users of different ages and social groups. Based on this information it is possible to organize a policy of communication with each age and social group, including deriving financial benefit from the advertising.

Keywords: social network; globalization; network society; Internet; network economy; cyberspace; youth; students; virtual community

REFERENCES

1. Avshalumova R. Facebook vredit kar'ere [Elektronnyy resurs] <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2014/05/15/facebook-vredit-karere> (data obrashcheniya 01.12.2015).
2. Butenko E.D. Ekonomicheskaya sostavlyayushchaya uspekha sotsial'nykh setey // Ekonomicheskiy analiz: teoriya i praktika. 2012. №2. S. 41-45.
3. Gareeva G.A. Formirovanie informatsionnoy kompetentnosti studentov v usloviyakh distantsionnogo obucheniya: Avtoref. dis. ... kand. ped. nauk. Izhevsk, 2010. 26 s.
4. Gendina N.I. Informatsionnaya gramotnost' ili informatsionnaya kul'tura: al'ternativa ili edinstvo (rezul'taty rossiyskikh issledovaniy) // Shkol'naya biblioteka. 2005. Mart. №3. C. 18-24.
5. Golova A.G. Upravlencheskiy resurs sotsial'nykh setey Internet // Vestnik RGGU. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo. 2014. №3 (125). S. 130-140.
6. Doktorovich A.B., Monakhov D.N., Monakhova G.A. Rol' sotsial'nykh setey v razvitiy obshchestva i ekonomiki Rossii // Prostranstvo i vremya. – 2013. – №3 (13). – S. 103-112.
7. Zhukova N.S. Sravnitel'nyy analiz urovnya informatsionnoy gramotnosti studentov setevogo pokoleniya v Rossii i Germanii. [Elektronnyy resurs]. Rezhim dostupa: <http://edu.of.ru/attach/17/125365.pdf>.
8. Zapryagaylo V.M. Sotsial'nye seti – faktor «myagkoy bezopasnosti» v usloviyakh ekonomicheskikh sanktsiy protiv Rossii // Nauchnyy vestnik Volgogradskogo filiala RANKhiGS. Seriya: Ekonomika. 2015. №1. S. 58-61.
9. Meleshko V. Ot chego zavisit uroven' informatsionnoy kompetentnosti? [Elektronnyy resurs] <http://www.ug.ru/article/836> (data obrashcheniya 01.12.2015).
10. Sedov O. Ugrozy sotsial'nykh setey // Direktor informatsionnoy sluzhby. – 2011. - №12 [Elektronnyy resurs] <http://www.osp.ru/cio/2011/12/13012286/> (data obrashcheniya 01.12.2015).
11. Eko U. Utrachennaya ukromnost' chastnoy zhizni // Eko U. Polnyy nazad! «Goryachie voyny» i populizm v SMI. — M.: Eksmo, 2007. — 592 s., s. 156.