



СООБЩЕСТВА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КАК ИСТОЧНИК СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

П.А. Чернов, асп. 3-ого года обучения направления “Социология”, Высшая школа современных социальных наук (факультет), МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские годы, д. 1, стр. 13, блок В, г. Москва, Российская Федерация, 119991*

Настоящая статья посвящена рассмотрению возможности исследовать сообщества в электронных социальных сетях, которые в широком смысле представляют собой социальные группы. По мнению автора, подобные исследования играют значительную роль в понимании динамики современного общества. Этот анализ способствует определению новых тенденций и закономерностей, а также разработке рекомендаций для оптимального использования социальных сетей в образовательных, культурных и других контекстах. Социальные сети также оказывают влияние на формирование общественного мнения и политических процессов. Они дают возможность быстро распространять информацию и взаимодействовать с большим количеством людей, что может привести к изменению поведения и ценностей общества.

Автором предпринимается попытка рассмотреть факторы вступления в группы в социальных сетях:

- социальная потребность в принадлежности;
- стремление индивида уменьшить чувство одиночества;
- социальная привлекательность анонимности;
- функциональность и развитие электронных социальных платформ для взаимодействия между людьми;
- визуализация дистанционного общения;
- возможность создать образ своего “я” для определённого сообщества.

В статье рассматриваются количественные и качественные характеристики социальных групп с позиции их взаимосвязи с электронными социальными сетями, классификация с точки зрения социологической науки, а также оценивается возможность применения классических методов социологии к изучению современного воплощения социальной группы — сообщества в электронной социальной сети. Кроме того, автор статьи высказывает предположение о возможности использовать сообщества в социальных медиа как источник социологической информации для решения широкого круга общественных вопросов.

Ключевые слова: сообщества, социальные медиа, социальные группы, социальные сети, социологическая информация, первичные группы, вторичные группы, формальные группы, неформальные группы.

* Чернов Павел Александрович, e-mail: ref4msu@yandex.ru

SOCIAL MEDIA COMMUNITIES AS A SOURCE OF SOCIOLOGICAL INFORMATION

Chernov Pavel A., 3rd year Postgraduate Student of the Direction “Sociology”, Higher School of Modern Social Sciences (Faculty), M.V. Lomonosov Moscow State University, Leninskie gody, h. 1, b. 13, bl. B, Moscow, Russian Federation, 119991, e-mail: ref4msu@yandex.ru

The article is devoted to the possibility of exploring communities in electronic social networks, which in a broad sense represent social groups. According to the author, such studies play a significant role in understanding the dynamics of modern society. This analysis helps to identify new trends and patterns, as well as to develop recommendations for the optimal use of social networks in educational, cultural and other contexts. Social networks also influence the formation of public opinion and political processes. They provide an opportunity to quickly disseminate information and interact with a large number of people, which can lead to a change in the behavior and values of society.

The author attempts to consider the factors of joining groups in social networks:

- the social need for belonging;
- the individual's desire to reduce the feeling of loneliness;
- the social appeal of anonymity;
- functionality and development of electronic social platforms for interaction between people;
- visualization of remote communication;
- the opportunity to create an image of your “I” for a certain community.

The article examines the quantitative and qualitative characteristics of social groups from the point of view of their relationship with electronic social networks, classification from the point of view of sociological science, and also assesses the possibility of applying classical methods of sociology to the study of the modern embodiment of a social group — a community in an electronic social network. In addition, the author of the article suggests the possibility of using social media communities as a source of sociological information to solve a wide range of public issues.

Key words: communities, social media, social groups, social networks, sociological information, primary groups, secondary groups, formal groups, informal groups.

Актуальность

К январю 2024 г. количество активных пользователей социальных сетей достигло более пяти миллиардов, что составляет примерно 62,3% населения планеты (учетные записи пользователей социальных сетей могут не отражать уникальных людей), общее число пользователей в мире возросло на 266 миллионов, что соответствует годовому приросту на 5,6%. Мир уделяет много времени социальным сетям — “средний” пользователь проводит в социальных сетях 2 часа 23 минуты в день. Это означает, что в 2024 г. человечество потратит в общей сложности 500 миллионов часов на социальные

сети. В целом, социальные медиа остаются наиболее популярными онлайн-платформами: их ежемесячно используют 94,3% всех пользователей интернета в возрасте от 16 до 64 лет, мессенджеры — 94,7%¹.

Изучение сообществ в электронных социальных сетях — актуальная тема в современной социологии. Под сообществом в социальных медиа мы понимаем социальную группу, сформированную в пространстве электронных социальных сетей посредством использования их функций. Социальные сети предоставляют исследователям доступ к огромному объему данных о взаимодействии пользователей, позволяя изучать различные аспекты социальной жизни². Это имеет важное значение для понимания процессов современного общества, выявления новых тенденций и закономерностей, разработки рекомендаций для оптимизации использования социальных сетей в образовательных, культурных и других целях.

Факторы вступления индивидуума в социальные группы в электронных социальных сетях

Социальная структура общества представляет собой систему различных социальных групп, институтов и взаимодействий между ними³. Она формируется под влиянием экономических, политических, культурных и исторических факторов и определяет распределение власти, ресурсов и возможностей в обществе.

Группа — это любое объединение людей, собранных в определенном пространстве или контексте. Социальные общности можно рассматривать как структуры, объединяющие своих членов на основе принадлежности к общему критерию, такому как род деятельности, профессия, общие религиозные или политические взгляды, совместное проживание, проведение досуга, занятия спортом или искусством. Эти общности могут привести к созданию организаций и ассоциаций, таких как профсоюзы, политические партии, религиозные объединения, научные сообщества и др. В рамках этих сообществ или независимо от них возникают социальные группы, в которых люди взаимодействуют напрямую или через посредников.

¹ Digital 2024: 5 billion social media users. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> (accessed: 27.02.2024).

² Наместников А.М. Подход к автоматическому построению лингвистической онтологии для определения интересов пользователей социальных сетей // Онтология проектирования. 2021. Т. 11. № 3(41). С. 351.

³ Беккер В. Сообщество и общество. М., 1995. С. 121.

Академик РАН, доктор философских наук, профессор Г.В. Осипов рассматривает социальную группу “как собрание людей, взаимодействующих определенным, упорядоченным образом на базе согласованных, взаимных ожиданий соответствующего поведения друг друга”⁴. Социальная группа представляется объединением людей, связанных общим социальным признаком, который влияет на их участие в определённой деятельности и регулируется социальными институтами. В целом, с точки зрения социологии, группы представляют собой социальные общности, состоящие из двух или более индивидов, регулярно взаимодействующих друг с другом. Они играют важную роль в обществе, помогают индивидам удовлетворять свои потребности и желания, способствуют социализации и формированию личности⁵.

Люди являются участниками множества групп. Это может быть учебный класс, рабочий коллектив или, что более характерно для современной цифровой эпохи, онлайн-группы, такие как сообщества или группы в социальных сетях⁶. Изучению механизмов и мотивов формирования групп посвящены работы социальных психологов. В своей работе “Теория человеческой мотивации” А. Маслоу описывает человеческие “потребности”⁷ и предлагает их иерархию — основные, физические и психологические, находятся на нижних уровнях пирамиды, а затем следуют потребности в общении и любви. Они связаны с необходимостью заботы, создания социальных связей и желанием взаимодействовать с другими людьми. Такие потребности можно считать фундаментальными для человеческого существования⁸.

Эта **социальная потребность в принадлежности** является мощным стимулом, который побуждает многих людей присоединяться к различным группам, включая виртуальные сообщества,

⁴ Социология. Основы общей теории: Уч. для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М., 2003. С. 267.

⁵ Каганович А.А. Социальная группа как объект социально-философского анализа // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2012. № 1(17). С. 59.

⁶ Горохова Л.А., Долуденко Е.А., Горохова А.В. Самоорганизующиеся неформальные онлайн-сообщества в социальных сетях как форма организации учебного взаимодействия // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2015. №11. С. 157–163.

⁷ Maslow A.M. A theory of motivation // Psychological Review. 1943. N 50. P. 370–396.

⁸ Худякова Н.Л. Аксиологические основы поведения человека: Уч. пособ. Челябинск, 2010. С. 56–57.

активно развивающиеся на платформах социальных сетей. Однако участие в онлайн-группах определяется не только социальными факторами, но и доступностью необходимых технологий для присоединения и взаимодействия внутри группы.

Наряду с указанным выше среди факторов вступления в виртуальные сообщества в электронных социальных сетях выделяют **стремление индивида уменьшить чувство одиночества**, которое может быть преходящим или постоянным, возникающим при смене места постоянного проживания, в случае иных объективных причин, по которым человек изолируется от общества.

Существует реальная **социальная привлекательность анонимности**, создаваемая социальными сетями благодаря отсутствию обязательного удостоверения в точном указании сведений о личности при регистрации аккаунта и вступлении в группы. Это особенно важно для людей с ограниченными возможностями общения по психологическим причинам и проблемам со здоровьем, а также для тех, кто стремится контролировать информацию о себе в интернете и самостоятельно решать, делиться ли личными данными с другими участниками социальных групп.

Еще одним фактором вступления в группы и сообщества в электронных социальных сетях является **функциональная и постоянно развивающаяся платформа для дистанционного взаимодействия между людьми**. Это обеспечивает обмен знаниями, опытом и информацией, что способствует развитию навыков и компетенций пользователей. Активное взаимодействие с другими участниками социальных сетей может привести к появлению новых идей, проектов и возможностей для самореализации. Это важно, когда личное общение затруднено из-за временных ограничений, профессиональных или семейных обязанностей или географического положения. Одновременно с этим человек стремится к получению хороших результатов при совместной деятельности несмотря на отсутствие прямого физического контакта с участниками социальной группы.

Утрата невербальных аспектов общения (язык тела и др.) при виртуальном взаимодействии в условиях отсутствия личного контакта компенсируется **использованием визуальных символов** (например, эмодзи).

Электронные социальные сети предоставляют **возможность сформировать многонациональные группы** с участниками из разных стран. Это способствует сильной мотивации людей к активному участию в группах и сообществах для культурного и ин-

формационного обмена с представителями других стран, культур и вероисповеданий и также может рассматриваться в качестве значимого фактора вступления индивидуума в группы в электронных социальных сетях.

Интернет даёт человеку **возможность создать образ своего “Я” для определённого сообщества**. В электронной социальной сети пользователи могут создавать множество виртуальных “я”, что делает их онлайн-идентичность гибкой. Они стремятся соответствовать требованиям и ожиданиям участников сообществ и групп, к которым хотят присоединиться, чтобы стать полноправными членами. Участие в группах социальных сетей позволяет пользователям экспериментировать и развивать разные стороны своей личности, что способствует формированию чувства принадлежности и удовлетворению потребностей в общении и поддержке, формированию чувства общности и солидарности между пользователями, преодолению социальных барьеров и дискриминации.

Таким образом, люди стремятся стать полноправными участниками социальных групп в электронных социальных сетях, выраженных в виде сообществ, взаимодействовать с другими аккаунтами, достигать общих целей, оказывать помощь и содействие другим, самореализовываться и общаться.

Количественные и качественные характеристики социальных групп в контексте их проявления в электронных социальных сетях

Сбор первичных данных при исследовании социальной группы в социальной сети позволяет определить ее на основе формальных характеристик, таких как демографические особенности участников. Однако следует помнить, что пользователи социальных сетей представляют собой виртуальные профили, а не реальных людей⁹.

Изучение группы в социальной сети позволяет выяснить ряд ее показателей со стороны структурного подхода:

- возраст участников группы;
- половая дифференциация участников группы;
- семейное положение и размер семьи усреднённого участника группы;
- средние доходы участников (включая доходы на одного члена семьи);

⁹ Шульц В.Л. Теоретико-методологические проблемы цифровой социологии // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2022. Т. 28. № 1. С. 130.

- род деятельности;
- общий уровень образования;
- национальный состав группы;
- расовая принадлежность;
- вероисповедание участников группы.

Применение специализированных программ и дополнительных встроенных функций социальной сети поможет исследователю получить некоторые динамические характеристики изучаемой социальной группы — общее количество новых участников за указанный период и число пользователей, покинувших группу. Затем определить коэффициенты прироста и убыли и сформировать часть данных для дальнейшего анализа. Примером использования встроенных функций социальной сети для отслеживания таких характеристик являются общедоступные сервисы типа tgstat.com¹⁰ и allsocials.net¹¹.

Сервис tgstat.com позволяет оценивать изучаемое сообщество в сети Telegram по следующим позициям (на примере внутреннего телеграм-канала “Telegram Premium”), формируя при этом обобщённый дашборд и несколько более детальных информационных панелей (рис. 1):

- краткие сведения;
- подписчики;
- возраст канала;
- ссылки для приглашений.

Изучаемое сообщество может рассматриваться как единая сущность, функционирующая для достижения поставленной цели и решения промежуточных задач. Тогда автоматизированные средства, на примере tgstat.com, позволяют получать характеристики ее жизнедеятельности:

- индекс цитирования;
- цитирование;
- охват постов;
- привлечение подписчиков;
- анализ просмотров;
- эффективность рекламы;
- внешний трафик;
- лучшие публикации;
- расписание публикаций.

¹⁰ Аналитика Telegram-каналов и чатов. URL: <https://tgstat.com/ru/analytics> (дата обращения: 24.04.2024).

¹¹ ALLSOCIALS. URL: <https://allsocials.net> (дата обращения: 24.04.2024).

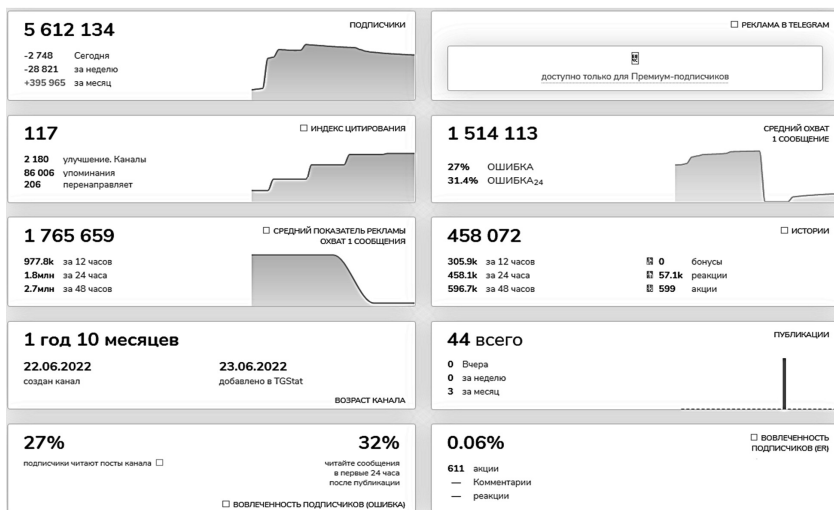


Рис. 1. Пример дашборда со статистической информацией о телеграм-канале, получаемом при помощи сервиса tgstat.com, на примере телеграм-канала “Telegram Premium”

Функционал сервиса также позволяет рассматривать отдельно взятую группу или чат и оценивать:

- динамику роста участников;
- динамику подписок/отписок;
- активных участники DAU/WAU/MAU;
- участников онлайн по времени суток;
- количество сообщений;
- пол участников;
- возраст чата.

Предоставляется функциональная возможность отслеживать новых участников чата, время их вступления, количество отправленных сообщений, выделять активных участников и их характеристики, создавать “тепловые карты” активности участников. Основная информация также собирается в объединённый дашборд.

Общедоступный сервис allsocials.net позволяет отслеживать историю изменений изучаемого сообщества в электронных социальных сетях и медиа за различные периоды, прирост подписчиков сообщества за предшествующий год (еженедельно или ежедневно) и визуализировать получаемые данные.

Таким образом можно собрать достаточно полную информацию о жизни социальной группы, выраженной сообществом в элек-

тронной социальной сети, визуализировать ее и на этой основе разработать стратегии взаимодействия с участниками.

Информация о функционировании социальной группы в электронных социальных сетях

Первичные данные о содержательной составляющей жизни сообщества в электронной социальной сети могут быть получены путем анализа открыто демонстрируемых целей и деятельности. Необходимо обратить внимание на название группы, которое часто отражает ее цели, фотографию (аватар), раскрывающую направленность группы, открытые посты, поддерживаемые большинством участников, комментарии в поддержку деятельности группы, ее акций и заявлений, лайки и репосты, стремление участников присоединиться к совместной деятельности через поддержку, участие и вовлечённость.

Кроме того, необходимо изучить:

- структуру группы, иерархию и роли участников;
- коммуникации внутри группы, частоту и характер общения между участниками;
- взаимодействие группы с другими социальными сетями и платформами;
- реакцию участников на внешние события и изменения в обществе;
- влияние группы на формирование общественного мнения и распространение информации.

Анализ этих аспектов позволит получить более глубокое представление о жизни социальной группы в электронной социальной сети и выявить основные тенденции и закономерности ее развития.

Регулярное отображение в социальной сети достижений группы как в реальном, так и в виртуальном мире усиливает внутригрупповую сплочённость. Исследование социальной группы с высокой степенью сплоченности в рамках электронной социальной сети позволяет выявить поведенческие модели, определить нормы и установить влияние этой группы на поведение индивида¹². Это включает анализ фотографий пользователя, музыкальных предпочтений, содержания размещаемых сообщений, круга общения и социального графа пользователя. Важно отметить, что существует вероятность изменения не только профиля пользователя в социальной сети под

¹² Васкэ Е.В. Психолого-правовой анализ деструктивных проявлений в сети Интернет // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2018. № 6. С. 108.

воздействием социальной группы, но и его личности в реальной жизни — воспринимаемые из виртуального пространства нормы влияют на реальное поведение индивида и его отношение к окружающим людям, вещам, событиям и явлениям.

Исследователь может наблюдать в электронной сети за действиями социальной группы, которые направлены на формирование у участников желания контролировать ее деятельность, сохранять свое членство в ней¹³. В то же время появляется возможность исследовать целенаправленное воздействие на членов группы для поддержания общего движения к достижению общей групповой цели.

Сообщество в социальной сети выполняет защитную функцию. Это происходит благодаря формированию определенной среды для пользователя, соответствующей его выявленным заинтересованностям, интересам участников группы или групп сходной направленности¹⁴.

Первичные и вторичные социальные группы в электронных социальных сетях

В виртуальных социальных сообществах группы могут быть как первичными, так и вторичными, то есть формироваться на базе первичных и вторичных социальных взаимодействий для совместного выполнения задач и достижения целей.

В рамках социологической теории, первичные социальные связи в группе способствуют развитию взаимоотношений, основанных на взаимном уважении индивидуальных особенностей каждого участника¹⁵. Взаимное уважение индивидов в группе вызывает чувство принадлежности к этой общности, что, в свою очередь, стимулирует членов группы к достижению общих целей. Таким образом, первичные социальные связи важны для укрепления групповой сплоченности и солидарности. В электронных социальных сетях подобные группы формируются на основе близких отношений в реальном мире (семья и т.д.).

В мире электронных социальных сетей люди также формируют вторичные социальные группы. Они создаются для удовлетво-

¹³ Загутин Д.С. Профилактика молодежного экстремизма и агрессии в социальных сетях на примере молодежной политики в Ростовской области // Вестник непрерывного образования. 2015. № 2. С. 82–89.

¹⁴ Yong Min. Endogenetic structure of filter bubble in social networks. URL: <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsos.190868> (дата обращения: 01.02.2024).

¹⁵ Холостова Е.И. Социальные отношения и их роль в социальной работе // Отечественный журнал социальной работы. 2016. № 3(66). С. 143.

ния общих потребностей и достижения конкретных целей, которые связаны с их функциональностью. В отличие от первичных групп в социальных сетях, вторичные группы характеризуются большей формализацией и рациональностью, что соответствует их проявлению в реальном мире¹⁶ (сообщества по интересам, профессиональные сообщества или группы поддержки). Участники этих групп взаимодействуют на основе общих интересов, целей и задач, и отношения между ними носят более формальный и обезличенный характер. Это позволяет считать первичные группы неформальными, а вторичные — формальными социальными группами. Разделение социальных групп на платформах электронных социальных сетей на первичные и вторичные представляет интерес для социологии. Важно отметить, что с точки зрения проведения исследований вторичные группы в электронных социальных сетях предоставляют больше возможностей благодаря более формальному подходу к их формированию.

Формальные и неформальные социальные группы в электронных социальных сетях

Электронная социальная сеть предоставляет возможности для формирования формальных социальных групп с определёнными функциями и разделением обязанностей между участниками. Ролевая теория личности также играет важную роль в определении поведения участников группы. В разных контекстах (например, профессиональном или личном) люди исполняют определенные роли, зависящие от ситуации. Для успешного выполнения своих ролей участники должны соблюдать установленные в группе правила и придерживаться определенной дисциплины¹⁷. Понимание социального контекста помогает прогнозировать поведение участников и определять их роли в различных ситуациях, в том числе и в электронной социальной сети. В формальной социальной группе присутствует иерархия, где каждый участник занимает определенное положение в общей структуре. Так же как и в реальной жизни, существует и неформальная структура с неформальным лидером.

Неформальные группы возникают на основе взаимной симпатии и общих интересов. Люди присоединяются к таким сообществам чтобы общаться, обмениваться идеями и оказывать поддержку друг другу. Неформальные группы могут существовать как внутри фор-

¹⁶ Социология. Основы общей теории. С. 294.

¹⁷ Семенов А.К. Основы менеджмента: Уч. М., 2010.

мальных структур, так и за их пределами¹⁸. Важно учесть, что формальные и неформальные группы могут взаимодействовать друг с другом. Участники неформальных групп могут помогать членам формальных групп в выполнении задач или предоставлять обратную связь. В свою очередь, формальные группы могут предоставлять ресурсы и поддержку для неформальных групп.

Таким образом, электронные социальные сети дают людям возможность объединяться в разные группы в соответствии со своими потребностями и интересами. Современные интернет-платформы не ограничивают участие пользователей в различных по своему характеру группах. Однако стоит помнить о внутреннем социальном контроле участников групп, которые могут попросить своих коллег покинуть противоположные сообщества¹⁹.

Классические социологические методы исследования социальных групп в электронных социальных сетях

Большой объем информации в социальной сети, открытые сообщения и комментарии пользователей позволяют использовать разнообразие классических социологических методов исследования.

Социологическое наблюдение. Применение метода социологического наблюдения к формальным вторичным группам позволяет:

- собрать надежные исходные данные о составе группы;
- установить формальную структуру группы и с высокой вероятностью определить ее неформальную структуру;
- отслеживать развитие группы, достижение целей и формирование новых правил для новых участников;
- оценить уровень сплоченности и вовлеченности участников группы;
- определить социальные процессы, в которых участвует или иницирует группа;
- проанализировать взаимное влияние группы и ее участников путем выявления значительных изменений в аккаунтах и структуре группы.

В процессе социологического наблюдения можно определить характер создаваемого и потребляемого контента, уровень поддержки участников группы, а также авторов и распространителей. Это важно при изучении деструктивного контента, проникающего

¹⁸ *Гербеева Л.Ю.* Управление регионом с учетом экономической составляющей // Экономические науки. 2015. № 123. С. 31–42.

¹⁹ *Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента. М., 2011.

в реальную жизнь через группы и сообщества в социальных сетях²⁰. Открытые для просмотра группы обеспечивают наблюдателю свободный доступ к информации о себе, устраняя недостаток классического социологического наблюдения, связанный со взаимным влиянием наблюдаемого объекта и исследователя²¹.

Социологический опрос. Использование социальных сетей для проведения социологического опроса ускоряет процесс сбора количественных и качественных данных. Исследователь получает выборку, соответствующую определенным критериям, уже заданным для изучаемой группы²². Однако возникает вопрос о достоверности информации и возможности применения результатов анализа в реальной жизни. Эта проблема решается с помощью социологического наблюдения и определения групп, наиболее соответствующих критериям планируемого опроса.

Метод позволяет охватить большое количество аккаунтов, выявить различия в их ответах в зависимости от принадлежности к разным группам с разными целями и задачами. Исследование проводится с меньшими затратами и привлечением меньшего числа сотрудников по сравнению с очным опросом²³. Анализ информации с использованием специализированных комплексных программ осуществляется без значительных задержек и способствует быстрой выработке решений на его основе.

Социологический эксперимент. Применение метода при исследовании социальной группы связано с проблемами изменения определенных переменных в виртуальной среде группы без существенного влияния исследователя. Тем не менее, результаты эксперимента могут быть получены и проанализированы непосредственно в его ходе посредством регистрации изменений ранее выявленных характеристик и показателей группы.

С позиции социологии управления можно отметить, что исследование социальных групп в рамках электронных социальных сетей имеет огромное значение для анализа динамики современного

²⁰ Воронова Ю.В., Яковлева О.В., Тимошенко С.О., Оксенич К.Н. "Группы смерти": механизмы программирования подростков и способы противодействия // Правда и Закон. 2018. № 3(5). С. 71–75.

²¹ Островский А.Н., Мамедов А.Э., Островская М.А., Ширяев В.Ю. Локальные группы в социальных сетях: новые местные сообщества, социальные медиа или плацдарм цифрового активизма // Социальная политика и социология. 2021. Т. 20. № 1(138). С. 160–168.

²² Гребенюк А.А. Отношение российской молодежи к Вооруженным Силам РФ: социологический анализ // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 12. С. 34–41.

²³ Там же.

общества, помогает определить новые тенденции и закономерности, разработать рекомендации для оптимального использования социальных сетей в образовательных, культурных и иных контекстах.

Изучение влияния социальных сетей на государственное управление — важный аспект. Социальные сети предоставляют возможность для общения и взаимодействия между гражданами и представителями власти, способствуют повышению прозрачности и эффективности работы государственных органов. Анализа данных из социальных сетей позволяет выявить проблемы и потребности населения, оценить уровень удовлетворённости граждан работой государственных учреждений, разрабатывать и внедрять меры по улучшению качества предоставляемых услуг и повышению доверия населения к власти.

Исследование социальных групп в электронных социальных сетях даёт возможность анализировать общественное мнение по различным вопросам, связанным с государственным управлением. Это позволяет властям полнее понимать настроения и ожидания населения, корректировать свою политику и действия в соответствии с вызовами.

Выводы

1. Проникновение виртуального мира в реальный, координация действий социальных групп реального мира через социальные сети, возникновение социальных групп в электронных социальных сетях и отражение их виртуальной активности в реальном мире, потенциал, который предоставляют электронные социальные сети для современного социолога, указывают на то, что социальные сети являются важным инструментом для социологических исследований.

2. Социальные сети открывают новые горизонты для социологических исследований, позволяя собирать данные о социальных группах, выраженных сообществами в электронных социальных сетях, изучать их поведение, рост и развитие. Современные социологи имеют доступ к огромному объёму информации, которую можно использовать для анализа и прогнозирования различных социальных процессов.

3. Использование социальных сетей в качестве источника данных требует учета особенностей и ограничений:

- информация, полученная из социальных сетей, может быть неполной или недостоверной из-за возможных манипуляций и фейковых аккаунтов;

- идентификация пользователей и их реальных характеристик может быть затруднена, что снижает точность социологических исследований.

4. Классические методы социологии в их современной интерпретации позволяют получать широкие сведения о социальных группах, формирующихся в виртуальном мире и способных оказывать влияние на мир реальный.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аналитика Telegram-каналов и чатов. URL: <https://tgstat.com/ru/analytics> (дата обращения 24.04.2024).

Беккер В. Сообщество и общество. М., 1995.

Васкэ Е.В. Психолого-правовой анализ деструктивных проявлений в сети Интернет // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2018. № 6. С. 104–110.

Воронова Ю.В., Яковлева О.В., Тимошенко С.О., Оксенич К.Н. “Группы смерти”: механизмы программирования подростков и способы противодействия // Правда и Закон. 2018. № 3(5). С. 71–75.

Гербева Л.Ю. Управление регионом с учетом экономической составляющей // Экономические науки. 2015. № 123. С. 31–42.

Горохова Л.А., Долуденко Е.А., Горохова А.В. Самоорганизующиеся неформальные онлайн-сообщества в социальных сетях как форма организации учебного взаимодействия // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2015. № 11. С. 157–163.

Гребенюк А.А. Отношение российской молодежи к Вооруженным Силам РФ: социологический анализ // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 12. С. 34–41.

Загутин Д.С. Профилактика молодёжного экстремизма и агрессии в социальных сетях на примере молодежной политики в Ростовской области // Вестник непрерывного образования. 2015. № 2. С. 82–89.

Каганович А.А. Социальная группа как объект социально-философского анализа // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2012. № 1(17). С. 58–61.

Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 2011.

Наместников А.М., Пирогова Н.Д., Филиппов А.А. Подход к автоматическому построению лингвистической онтологии для определения интересов пользователей социальных сетей // Онтология проектирования. 2021. Т. 11. № 3(41). С. 351–363.

Островский А.Н., Мамедов А.Э., Островская М.А., Ширяев В.Ю. Локальные группы в социальных сетях: новые местные сообщества, социальные медиа или плацдарм цифрового активизма // Социальная политика и социология. 2021. Т. 20. № 1(138). С. 160–168.

Семенов А. К. Основы менеджмента: Уч. М., 2010.

Социология. Основы общей теории: Уч. / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М., 2014.

Социология. Основы общей теории: Уч. для вузов / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М., 2003.

- Холостова Е.И.* Социальные отношения и их роль в социальной работе // Отечественный журнал социальной работы. 2016. № 3(66). С. 139–144.
- Худякова Н.Л.* Аксиологические основы поведения человека: Учеб. пособие. Челябинск, 2010.
- Шульц В.Л., Гребенюк А.А., Ашманов И.С.* Теоретико-методологические проблемы цифровой социологии // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2022. Т. 28. № 1.

REFERENCES

- ALLSOCIALS. URL: <https://allsocials.net> (accessed: 24.04.2024).
- Analytics of Telegram channels and chats URL: <https://tgstat.com/ru/analytics> (accessed: 24.04.2024).
- Becker V.* Soobshhestvo i obshchestvo [Community and society]. M., 1995 (in Russian).
- Digital 2024: 5 billion social media users. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> (accessed: 27.02.2024).
- Gerbeeva L.Yu.* Upravlenie regionom s uchetom jekonomicheskoy sostavljajushhej [Regional management taking into account the economic component] // Economic sciences. N 123. 2015. P. 31–42 (in Russian).
- Gorokhova L.A., Doludenko E.A., Gorokhova A.V.* Samoorganizujushhiesja neformal'nye onlajn-soobshhestva v social'nyh setjah kak forma organizacii uchebnogo vzaimodejstvija [Self-organizing informal online communities in social networks as a form of organizing educational interaction] // Modern information technologies and IT education. 2015. N 11. P. 157–163 (in Russian).
- Grebenyuk A.A., Chernov P.A.* Otnoshenie rossijskoj molodjozhi k Vooruzhjonnyj Silam RF: sociologicheskij analiz [The attitude of Russian youth to the Armed Forces of the Russian Federation: a sociological analysis] // Social and humanitarian knowledge. 2023. N 12. P. 34–41 (in Russian).
- Kaganovich A.A.* Social'naja gruppy kak ob'ekt social'no-filosofskogo analiza [Social group as an object of socio-philosophical analysis] // Humanitarian: current problems of humanitarian science and education. 2012. N 1(17). P. 58–61 (in Russian).
- Kholostova E.I.* Social'nye otnoshenija i ih rol' v social'noj rabote [Social relations and their role in social work] // Russian Journal of Social Work. 2016. N 3(66). P. 139–144 (in Russian).
- Khudyakova N.L.* Aksiologicheskie osnovy povedenija cheloveka: ucheb. posobie [Axiological foundations of human behavior : a textbook]. Chelyabinsk, 2010 (in Russian).
- Maslow A.M.* A theory of motivation // Psychological Review. 1943. N 50. P. 370–396.
- Mescon M.H., Albert M., Khedouri F.* Osnovy menedzhmenta [Fundamentals of management]. M., 2011 (in Russian).
- Namestnikov A.M., Pirogova N.D., Filippov A.A.* Podhod k avtomaticheskomu postroeniju lingvisticheskoy ontologii dlja opredelenija interesov pol'zovatelej social'nyh setej [An approach to the automatic construction of a linguistic ontology for determining the interests of users of social networks] // Ontology of design. 2021. Vol. 11. N 3(41). P. 351–363 (in Russian).
- Ostrovsky A.N., Mamedov A.E., Ostrovskaya M.A., Shiryaev V.Yu.* Lokal'nye gruppy v social'nyh setjah: novye mestnye soobshhestva, social'nye media ili placdarm

cifrovogo aktivizma [Local groups in social networks: new local communities, social media or a springboard for digital activism] // Social politics and sociology. 2021. T. 20. N 1(138). P. 160–168 (in Russian).

Shultz V.L., Grebenyuk A.A., Ashmanov I.S. Teoretiko-metodologicheskie problemy cifrovoj sociologii [Theoretical and methodological problems of digital sociology] // Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science. 2022. Vol. 28. N 1 (in Russian).

Semenov A.K. Osnovy menedzhmenta [Fundamentals of Management: Textbook]. M., 2010 (in Russian).

Sociologija. Osnovy obshhej teorii: uchebnik [Sociology. Fundamentals of general theory: textbook] / Rep. ed. G.V. Osipov, L.N. Moskvichev. M., 2014 (in Russian).

Sociologija. Osnovy obshhej teorii: Uchebnik dlja vuzov [Sociology. Fundamentals of general theory: Textbook for universities] / Rep. ed. G.V. Osipov, L.N. Moskvichev. M., 2003 (in Russian).

Vaske E.V., Goryunova O.I. Psihologo-pravovoj analiz destruktivnyh pojavlenij v seti Internet [Psychological and legal analysis of destructive manifestations on the Internet] // Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod. 2018. N 6. P. 104–110 (in Russian).

Voronova Yu.V., Yakovleva O.V., Timoshenko S.O., Oksenich K.N. “Gruppy smerti”: mehanizmy programmirovaniya podrostkov i sposoby protivodejstvija [“Death groups”: adolescent programming mechanisms and methods of counteraction] // Truth and Law. 2018. N 3(5). P. 71–75 (in Russian).

Yong Min. Endogenetic structure of filter bubble in social networks. URL: <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsos.190868> (accessed: 01.02.2024).

Zagutin D.S., Ivchenko M.V. Profilaktika molodjozhnogo jekstremizma i agressii v social'nyh setjah na primere molodezhnoj politiki v Rostovskoj oblasti [Prevention of youth extremism and aggression in social networks using the example of youth policy in the Rostov region] // Vestnik of continuous education. 2015. N 2. P. 82–89 (in Russian).