

Анна Анатольевна Гребенкина,
студентка 4-го курса
Уральского гуманитарного института
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

ИНДИКАТОРЫ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ОНЛАЙН — СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аннотация. В статье рассматриваются эмпирические индикаторы такого феномена как виртуальный социальный капитал, дается краткое описание индикаторов на основе результатов контент-анализа профилей в социальной сети Instagram.

Ключевые слова: онлайн — социальные сети, социальный капитал, исследования социальных сетей, виртуальное пространство, виртуальный социальный капитал, Instagram.

Anna Grebenkina,
undergraduate student of the 4th year
Ural Institute for Humanities
Ural Federal University
named after the first President of Russia B. N. Yeltsin

SOCIAL CAPITAL INDICATORS IN ONLINE SOCIAL MEDIA

Abstract. The article examines empirical indicators of such a phenomenon as virtual social capital, provides a brief description of the indicators based on the results of content analysis of profiles on the social network Instagram.

Keywords: online social network, social capital, social network research, virtual space, virtual social capital, Instagram.

Классические концепты социального капитала разрабатывались несколько столетий назад, когда цифровое пространство сущест-

вовало только в теоретических выкладках и идеях научного сообщества. Ресурсная модель капитала [1], разработанная Р. Патнэмом в середине XX в., при переносе на модель современного цифрового общества усложняется — компоненты «реального мира» в виртуальном пространстве приобретают новые грани прочтения. Сети связей приобретают вид подписок, доверие трансформируется в тип профиля (открытый/закрытый), а нормы взаимности формируются из лайков, комментариев и репостов. Закономерен вопрос: а как пользователи определяют капитал друг друга, на какие элементы они ориентируются?

Индикаторы капитала — элементы, по которым пользователи считывают информацию друг о друге. Пользователи маркируют свой контент как явными, так и скрытыми индикаторами, как посредством визуальных элементов, так и через текст. Основными индикаторами капитала по результатам контент-анализа 61 профиля в Instagram являются геолокации, информация о месте работы/учебы в биографии профиля, отметки пользователя на других фотографиях, хештеги с упоминанием места учебы/работы. Не менее важными являются визуальные индикаторы — атрибутика места учебы/работы на фотографиях, брендированные элементы. Геолокация на фотографии позволяет считывать пользователям информацию о ресурсах пользователя, не только экономических, но и культурных. Для попадания в определенные места требуется специальный бекграунд, наличие определенного «проводника». Через отметки других профилей пользователь показывает доступный ему радиус связей, т. е. при упоминании профиля, имеющего какое-либо влияние, он демонстрирует свою принадлежность к сети связей автора этого профиля. Биография профиля может включать в себя сразу несколько индикаторов, позволяющих определить не только круг возможных связей пользователя, но и его профессиональный статус, производительность этого статуса в офлайн-пространстве.

Перечень индикаторов, таким образом, можно охарактеризовать как виртуальное представление элементов трехфакторной модели капитала, разработанной Р. Патнэмом.

Литература

1. Зазулина М. Р. Социальный капитал: дилеммы теоретической концептуализации // Сибирский философский журнал. 2015. Т. 13, № 2. С. 62–69.

УДК 343.34

Кристина Андреевна Добрынина,

студент 3-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральский федеральный университет

имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

ПРОБЛЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЭКСТРЕМИСТСКИХ МАТЕРИАЛОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ

Аннотация. Преступления экстремистской направленности представляют собой значительную опасность, т. к. часто провоцируются и совершаются с использованием сети Интернет, являющейся важнейшим информационным ресурсом и средством распространения идей, мнений, а также пропаганды. С целью информирования и профилактики экстремистских проявлений был применен метод контент-анализа. Целью метода являлось статистическое рассмотрение структуры материалов, определение конкретных площадок их размещения, соотношение количественных и качественных показателей, которые позволили озвучить выводы. Актуальность работы заключается в выявлении фактов и тенденций, возможных рисков.

Ключевые слова: экстремизм, социальное явление, экстремистские материалы, Интернет, социальная сеть.