

### Трансформация сетевого сообщества на разных стадиях жизнедеятельности

Bresler, Mikhail Grigorievich; Bikbaeva, Elvira

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bresler, M. G., & Bikbaeva, E. (2014). Трансформация сетевого сообщества на разных стадиях жизнедеятельности. *Nauka - rastudent.ru.*, 12, 1-10. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-52176-9>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Free Digital Peer Publishing Licence zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

#### Terms of use:

This document is made available under a Free Digital Peer Publishing Licence. For more information see:

<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

**«NAUKA- RASTUDENT.RU»**

Электронный научно-практический журнал

График выхода: ежемесячно

Языки: русский, английский, немецкий, французский

**ISSN: 2311-8814**

**ЭЛ № ФС 77 - 57839 от 25 апреля 2014 года**

Территория распространения: Российская Федерация, зарубежные страны

Издатель: ИП Козлов П.Е.

Учредитель: Соколова А.С.

Место издания: г. Уфа, Российская Федерация

Прием статей по e-mail: [rastudent@yandex.ru](mailto:rastudent@yandex.ru)

Место издания: г. Уфа, Российская Федерация

---

Бреслер М.Г., Бикбаева Э. Трансформация сетевого сообщества на разных стадиях жизнедеятельности // Nauka-rastudent.ru. – 2014. – №. 12 (12-2014) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://nauka-rastudent.ru/12/2308/>

© Бреслер М.Г., Бикбаева Э., 2014

© ИП Козлов П.Е., 2014

**УДК 101.1:316.34**

***Бреслер Михаил Григорьевич***

*доцент кафедры,*

*кандидат философских наук*

*Башкирский государственный университет*

*г. Уфа, Российская федерация*

*bremmaster@yandex.ru*

***Бикбаева Эльвира***

*Студентка специальности «Промышленная реклама», 5 курс*

*Башкирский государственный университет*

*г. Уфа, Российская федерация*

## **Трансформация сетевого сообщества на разных стадиях жизнедеятельности**

**Аннотация:** На основе многолетних исследований структуры коммуникационных связей сетевых сообществ стало возможным выделить этапы жизнедеятельности и описать виды трансформации связей и некоторые другие метрики сетевого сообщества на каждом из этапов.

**Ключевые слова:** сетевое сообщество, социальные связи, этапы жизнедеятельности

***Bresler Mikhail G.***

*Associate Professor of Marketing and Advertising*

*Bashkir State University*

*Ufa, Russian Federation*

***Bikbaeva Elvira***

*Advertising Student*

*Bashkir State University*

*Ufa, Russian Federation*

## **Transformation of the network community at different stages of life**

**Abstract:** On the basis of long-term studies of the structure of communication links online communities became possible to identify the stages of life and describe the types of transformation relations and some other network community metrics at each stage.

**Keywords:** online community, social relationships, stages of life

Актуальность статьи связано с недостаточным изучением вопросов динамического развития сетевого сообщества, что не позволяет в прикладной сфере производить эффективное управление этой формы социальной агрегации. Объект изучения - сетевое сообщество как структурные элементы социальной сети. Предмет исследования мы определяем процесс трансформации коммуникационных структур на разных этапах социальной деятельности.

Сетевая форма коммуникации привлекала внимание исследователей достаточно давно. Так, на примере взаимодействия нуклеиновых кислот Ф. Варела и У. Матурана [5] были впервые предложены математические модели сетевого взаимодействия нуклеиновых кислот. Несмотря на то, что Ф. Варела и множество последующей разработки декларировалось как изучение процессов существующих только в динамике, сам процесс сетевой коммуникации воспринимался как перманентный, без учета существенного изменения природы процессов коммуникации. О наличии которых писал Ивахненко Е.А. [3, С.31-33] Им были названы процессы происходящие в сетевых сообществах виртуальной локации социального пространства, но не дано описание трансформации структуры коммуникационных связей. Да и сама социальная сеть, как агрегация индивидов /групп индивидов представлялась практически гомогенной, где все участники равны между собой. В рамках ризомной парадигмы, цитируя Жана Бодрийяра в сети нет центра, нет генерала. Но в сетевом сообществе, с развитием социальной агрегации происходит дифференциация акторов сетевой коммуникации, связанное с поведенческой моделью акторов в коммуникационном процессе. Так Г.В. Градосельская в своей диссертации[2,С.4], вслед за L.C.Freeman [6] даёт описание дифференциации узлов и связей социальной сети по мере близости к источнику информации – центральному узлу. Осознавая ценность такой классификации, мы считаем её недостаточной для описания

социальной коммуникации сетевых сообществ. В наблюдении за сетевыми сообществами мы выделили три страты пользователей – авторов, комментаторов, читателей. В зависимости от принятой роли в данном сообществе пользователь образует соответственно максимальное, среднее или минимальное количество коммуникационных связей с большей или меньшей нагрузкой узла сети. Что соответствует «весу» социального капитала пользователя в данной агрегации [1, С.2]

В течение нескольких лет нами в рамках выполнения научных исследований и хоз-договорных работ в Малом инновационном предприятии АИТ Башкирского государственного университета проводится исследования структуры коммуникационных связей сетевых сообществ, интернет-сервисов (vk, facebook), т.к. в этих интернет-сервисах наиболее выражены кластеризации во время внутригруппового и межгруппового взаимодействия. Было выявлено, что на разных этапах развития сетевого сообщества меняется и структура коммуникаций. Это позволило нам выделить пять этапов. Этап формирования, этап отграничения, этап информационной активации, этап самовопроизводства и этап распада. Частично результаты нашего наблюдения совпадают с описаниями этих этапов практиками интернет-коммуникаций в частности об этом писал Роб Ховард (Rob Howard) [4]. Однако описание поведенческих моделей участников сетевого сообщества, приведенные указанным автором, не дают полной картины и не помогают выделить задачи управления сетевым сообществом. По нашему мнению сетевое сообщество продукт волеизъявления индивида/группы индивидов возникающее при соблюдении некоторых условий. Для его создания необходима, во-первых, площадка способная удовлетворить потребность в коммуникации. Форма площадки не имеет существенного значения. Это может быть специальный интернет-сервис (группа, страница, встреча в VKontakte или Facebook), иное социальное медиа (газета, радиостанция), место реальных встреч (стадион, кафе, коворкинг). В любом случае это

место должно быть комфортным для людей с близкими ценностями, идеологией, идеями, мировоззрением. На это площадке происходит формирование коммуникационного кода максимально облегчающего сам процесс отправления и получения сообщений, а значит и распространение информации. Во-вторых, необходим информационный фон социальных процессов, способствующий генерации и распространения сообщений. В третьих, необходима группа активных пользователей с высокой активностью и значительной нагрузкой/социальным капиталом.

На разных этапах жизнедеятельности сетевого сообщества происходит трансформация всей структуры коммуникаций, что выражается в смене формы коммуникаций, изменении доли страт сообщества и уровня кластеризации.

*Этап формирования сетевого сообщества.* Создавая сообщества, организаторы исходят из предположения, что есть некий объект в виде вещи, идеи или процесса привлекающий внимание большого числа людей с определенными ценностями, мировоззрением, идеями, идеалами. Объектом может быть также социальная агрегация или локация социального пространства (реального либо виртуального, например жители города или активные посетители какого-то интернет-сайта). На начальном этапе стратификация пользователей выражена незначительно. Страта авторов ограничена организатором группы, а доля комментаторов не превышает в общем числе пользователей 3-5%. Основная часть пользователей имеет нулевое или низкое число связей. Крайне низкая модальность группы обусловлена низким числом связей между всеми членами группы и незначительной динамикой коммуникаций (см. рис.1.). Основная задача на этом этапе – продвижение «площадки» - локации сетевого сообщества среди людей ценности, которых совпадают или близки к декларируемым ценностям сообщества.



Рис. 1. Сетевое сообщество на этапе формирования<sup>1</sup>

Структурно само сообщество представляет множество пользователей связанных либо с единичными пользователями (как правило, организаторы самих сообществ) либо не имеющие связей на данном этапе. Коэффициент кластеризации низкий.

*Этап отграничения.* Информационный продукт, генерируемый организаторами (более распространённый термин – администраторы) сообщества содержит в себе ценности, мировоззрение, идеи, идеалы самого сообщества. Формируется коммуникационный код сообщества близкий части его участников. Это коллективный процесс. В формировании коммуникационного кода принимают участие большинство членов

---

<sup>1</sup> Здесь и далее: Представленные примеры являются результатом исследований «АИТ» реальных сетевых сообществ интернет сервиса VKontakte. По этическим соображениям мы не указываем названий сообществ, а также имена пользователей.

сообщества. При этом часть участников покидает данное сообщество не приняв коммуникационного кода. На данном этапе начинает формироваться «ядро» и «периферия» сообщества (см. Рис.2). Часть участников занимают активную позицию в сообществе, а часть предпочитает просматривать материалы, не проявляя активности.

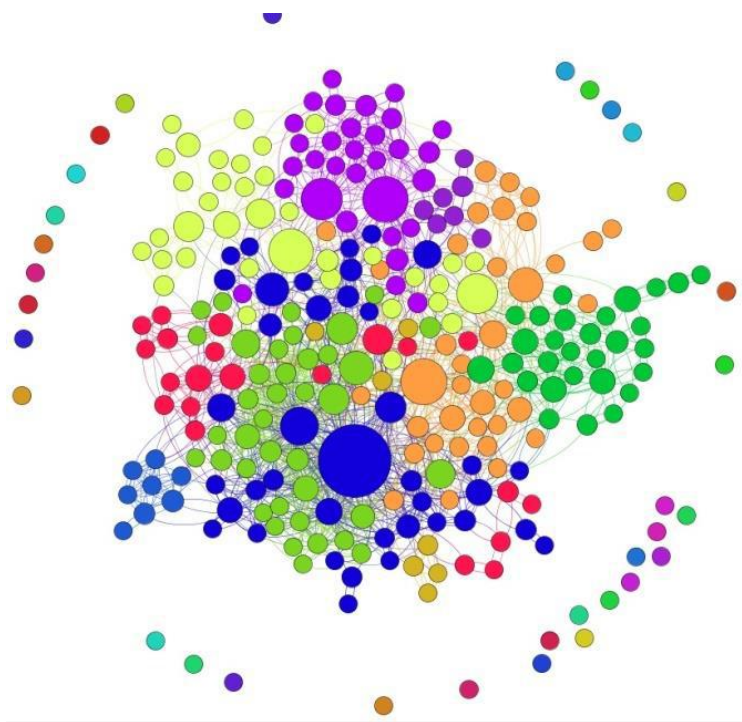


Рис. 2. Сетевое сообщество на стадии отграничения. Участники, входящие в модули обозначены одним цветом

В общем кластере сообщества среди участников начинают формироваться модули – агрегации пользователей коммуницирующих друг с другом более активно, чем в целом с сообществом. Данный процесс увеличивает модальность сообщества, то есть привлекательность для пользователей. Так как наличие модулей расширяет спектр ценностей сообщества, делает более доступным коммуникационный код. Растёт количество комментаторов, доводя долю участников со средним количеством коммуникационных связей до 35-45%. Степень кластеризации доходит до 30-35%.



*Этап информационной активации.* В формирующемся сообществе происходит внесение информационного продукта, который начинает активно распространяться. Первично преобладает линейный тип распространения информации, что хорошо видно на визуализации коммуникационных связей между «лидерами модулей» - наиболее нагруженными узлами модулей посредством которых распространяется информация в сообществе (рис.3).

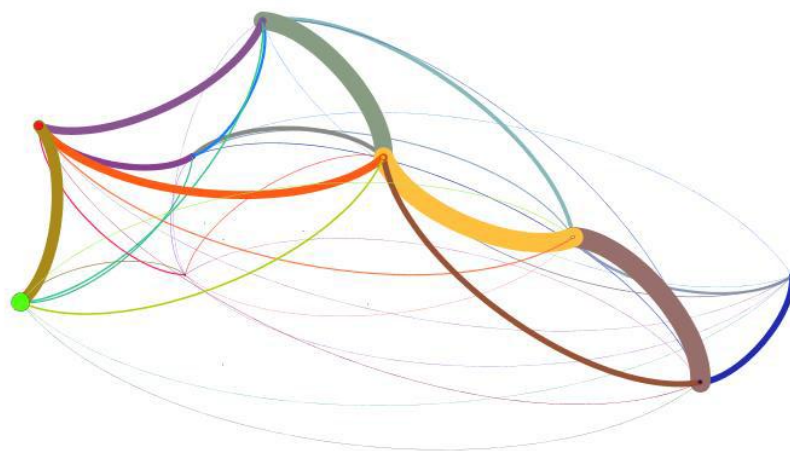


Рисунок 3. Сообщество в стадии информационной активации

Такой тип коммуникации связан с распространением информации от источника – вводного узла к узлам-хабам. Конечно, таковая роль узла не является постоянной и связана с текущей ситуацией. Сама стадия информационной активации скоротечна. Полученная информация либо мобилизует участников сообщества на информационный обмен и/или некие действия, либо не вызывает интереса у пользователей и проходит в числе прочих информационных продуктов мимо внимания.

*Этап самовоспроизводства информации.* Процесс самовоспроизводства информационного продукта означает активность значительного числа членов сообщества. Структура связей меняется с линейной формы на сетевую форму, что способствует большей скорости распространения информации. Растёт и число связей как внутри модулей, так и между лидерами модулей (см. рисунок 4.1 и 4.2.).

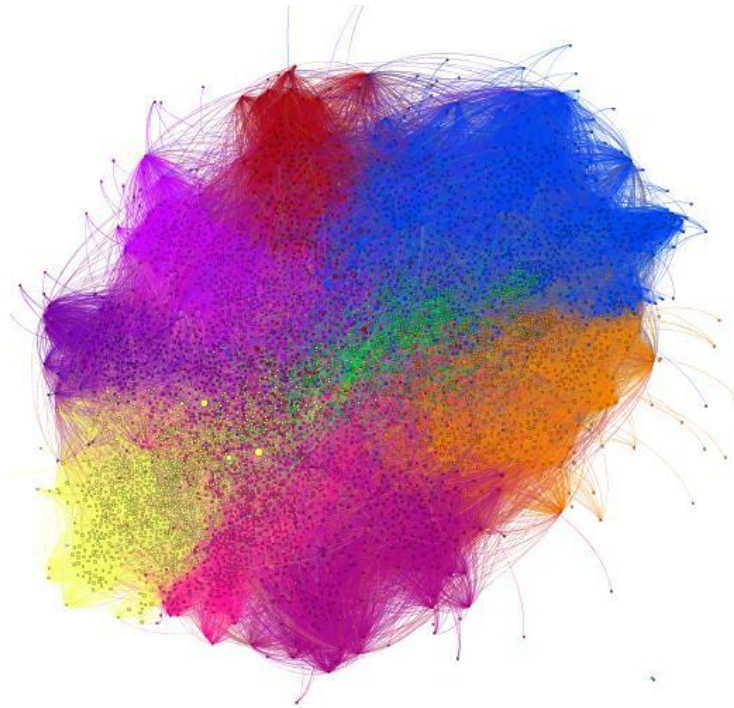


Рис.4.1. Визуализация сетевого сообщества на этапе самовоспроизводства

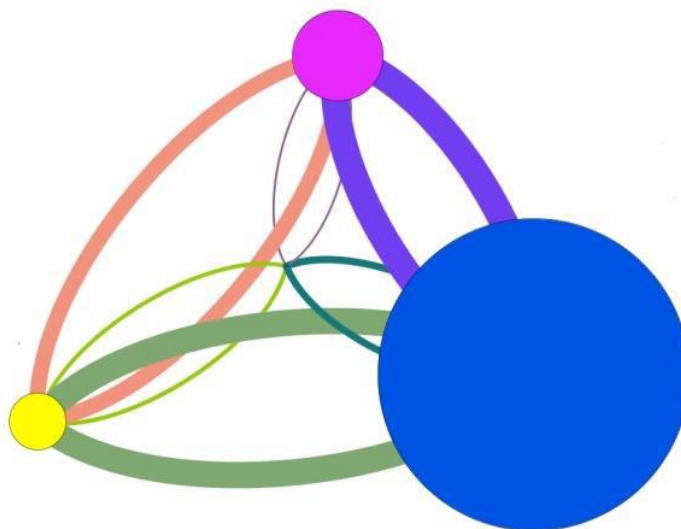


Рис. 4.2. схема коммуникационных связей лидеров модулей того же сообщества

Число активных пользователей (авторы и комментаторы) доходит до 20-25%. Большая их доля свидетельствует о снижении возможности роста сообщества. Такое сообщество всё более замыкается само на себя. Чтобы сообщество развивалось необходимо предпринять усилия для привлечения новых членов сообщества, для роста этого сообщества.

*Этап распада.* Распад сетевого сообщества может быть обусловлен различными причинами. Это может быть угасание интереса к прошедшему мероприятию, к самой теме обсуждаемой в сообществе, снижения активности администратора/администраторов сообщества (см.рис. 5)

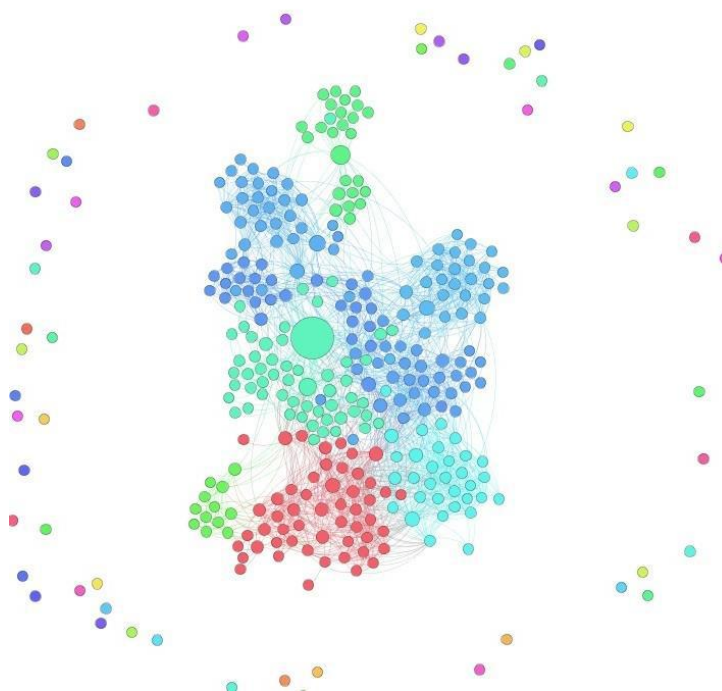


Рис.5.Сетевое сообщество на этапе распада

Как писал Алекс Краковецкий: «Старожилы сообщества становятся разочарованы новыми участниками, которые не генерируют нового контента (ценностей). Старожилам стремятся уделять больше внимания, поскольку

они имеют отношение к определенным темам и связям. Успешные сообщества позволяют разделиться на более мелкие группы» [4].

Понимание этих этапов позволяют активно планировать мероприятие по развитию сетевого сообщества, а, и следовательно управлять им.

### **Список литературы:**

1. Бреслер М.Г., Теренин Н.И. Социально-философские аспекты кластерно-сетевого анализа // НАУКА-RASTUDENT.RU. – 2014. – No. 8 (08-2014) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://nauka-rastudent.ru/8/1957/>
2. Градосельская Г.В. Анализ социальных сетей [Текст]/Градосельская Галина Витальевна –автореферат –дисс. на соиск.уч.ст.канд.соц.н. специальность 22.00.01 – М.: ИС РАН, 2001, 21с.
3. Ивахненко Е.А. Аутопойезис информационных объектов//Информационное общество. 2000, №1 – С. 31-41
4. Как управлять онлайн-сообществами.// Cossa - информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде [Электронный ресурс], режим доступа: <http://www.cossa.ru/articles/234/2485/>
5. Матурана У. Древо познания. Биологические корни человеческого понимания [Текст] /У. Матурана, Ф. Варела: Пер.с англ. Ю.А. Данилова. М.:Прогресс-Традиция, 2001.- 223с.
6. Freeman L.C. 1992. The Sociological Concept of "Group": An Empirical Test of Two Models // American Journal of Sociology. Vol. 98, No. 1: 152 - 166.

© Бреслер М.Г., Бикбаева Э., 2014