

Глобальное сообщество: виртуальные связи

Лоскутникова Мария

«Теория шести рукопожатий»

Выдвинута в 60-е гг. американскими психологами С. Милгрэмом и Дж. Трэверсом

96 испытуемых в Омахе, штат Небраска, выбранных наугад, должны были отправить письмо биржевому маклеру в Бостоне. Попросили отправить письмо кому-то, кто, быть может, найдет какой-то способ, чтобы передать ему это письмо.

Милгрэм обнаружил, что средняя длина успешной цепочки составила шесть контактов.

Однако

- ❖ **Практические основания для такого вывода можно считать несколько преувеличенными, так как все участники эксперимента являлись жителями одной страны, носителями одного языка и одной культуры, что само по себе обуславливает наличие взаимосвязей и упрощает возможность их нахождения**

Достижимое недостижимое

<<Теория шести рукопожатий по сей день является привлекательной потому, что косвенно уравнивает всех людей за счет их коммуникативной Достижимости и на первый взгляд сокращает «пропасть» между немногочисленной элитой общества (богатыми, знаменитыми, влиятельными) и основной массой населения Земли>>

«Теория рукопожатий» в кино



Мотивы добавления в виртуальный френдлист

Запад

Зарубежные пользователи (не только американцы) чаще добавляют в <<друзья>> случайных знакомых, с которыми пересекались в разных жизненных ситуациях; Их индивидуальная система контактов представляет собой интенсивно расширяющуюся систему

Российские пользователи склонны фиксировать в социальных сетях свое сложившееся социальное окружение, изредка добавляя в него новых людей.

Россия

Виртуальные «рукопожатия»: западный вариант

В 2011 году Миланский университет и Facebook провели совместное исследование

В пространстве Facebook составляет 4,74 уровня связи



В США количество разделяющих пользователей звеньев даже меньше — 4,37 (по статистике, более половины американцев старше 13 лет пользуются Facebook)

Статистика отражает особенности национального менталитета: для многих американцев отражение мельчайших повседневных событий в социальных сетях Интернета стало нормой (не только молодежи, но и представителей более старших поколений)

Исследование аудитории нашей сети, которое было проведено примерно в это же время, показывает, что результат составляет 5,65 пользователей

Значительная часть пользователей использует социальные сети не с целью «запостить» каждый свой шаг, а исходя из определенных прагматических интересов



Российский пользователь в большей степени предпочитает видеть в «друзьях» тех, кого он действительно знает (или встречал)

Или тех, с кем хоть какие-то отношения в «онлайн»

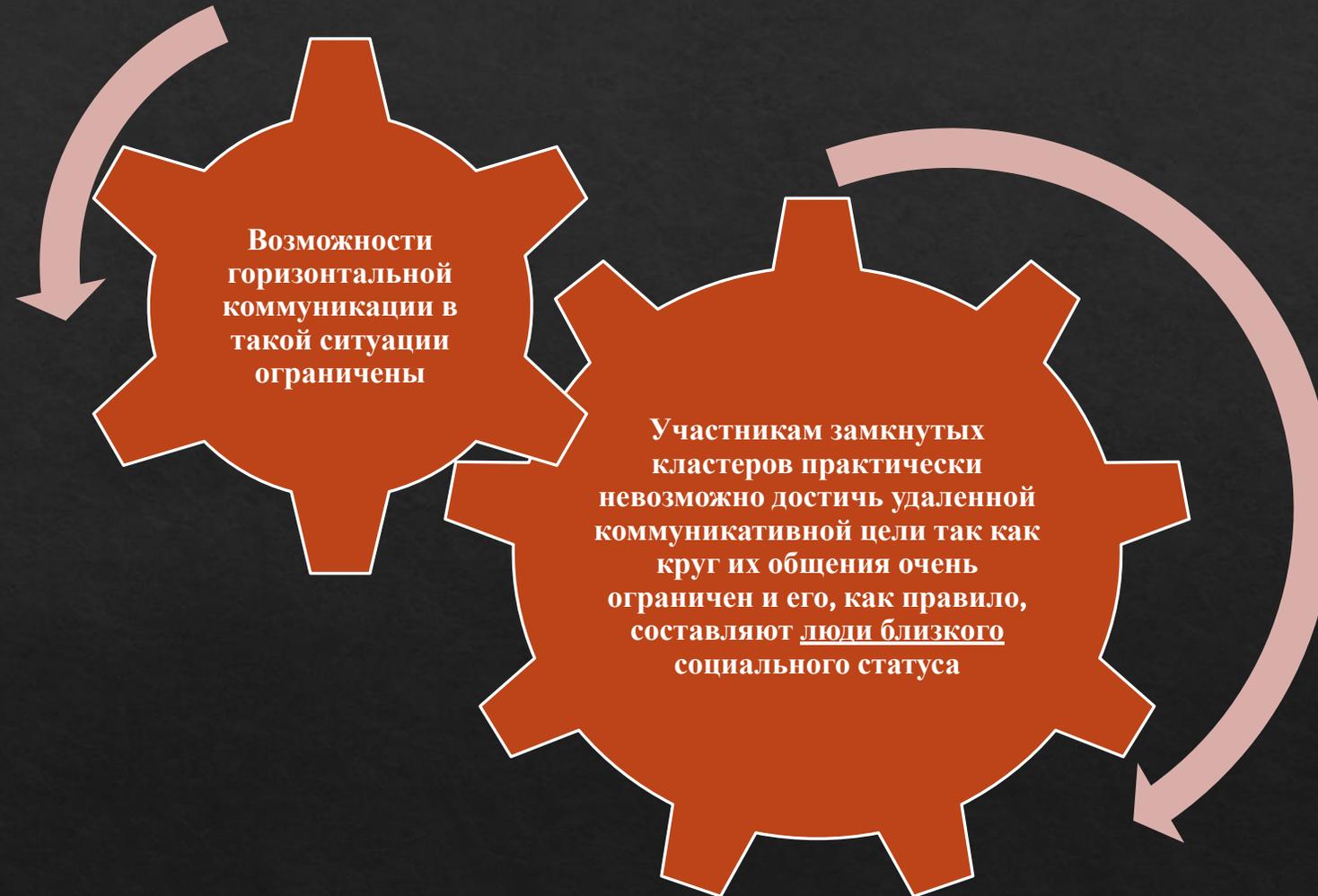
Закономерность

Почти 50 всех пользователей с ненулевым количеством друзей входило в абсолютно независимые кластеры, в которых нет внешних связей;

Мы склонны ограничивать свой круг общения давно сложившейся группой родственников и знакомых (распространяя тот же принцип в Интернете)

Так могут образовываться часть закрытых кластеров (возможно, чаще, чем в Facebook)

NB!



Ограничения теории рукопожатий

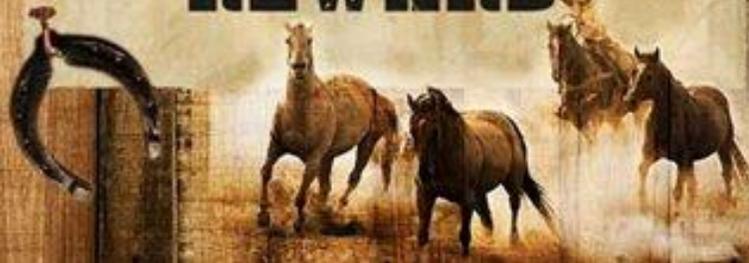
- ◆ Косвенно ориентирована на работу с социально активными людьми, имеющими разносторонние контакты => участниками экспериментов в этом направлении были добровольцы, т. е. люди изначально инициативные;
- ◆ Представление о «шести градусах коммуникации» в крайне незначительной степени распространяется на членов замкнутых кластеров (жителей удаленных деревень, представителей племен, ведущих традиционный образ жизни, членов религиозных сект, ограничивающих контакты с внешним миром, и т. д.).
- ◆ Под лежащий камень вода не течет 😞

WANTED

~~DEAD~~ OR ALIVE



**\$15,000
REWARD**



С чего начинаются социальные сети

В 1995 году с появлением в США портала Classmates.com («Одноклассники»). Первоначально эта сеть предназначалась для поддержания имеющихся и восстановления утраченных со временем контактов человека, так же как и ее российский аналог. В дальнейшем социальные сети стали постепенно превращаться в универсальные площадки для коммуникации, которыми они сейчас являются.



Социальные сети бывают разные: черные, белые, красные...



Идти в ногу со временем»,
получить доступ к базе
международных контактов,
приобщиться к глобальной
культуре



«Народная марка»



«Модная сеть» про красивый образ
жизни

А также:

- ◆ специализированные (например, LinkedIn)
- ◆ привязанные к Другим сервисам (например, к электронной почте, как Google+ (gmail), «Мой мир» (mail.ru), «Мой круг» (yandex.ru))



«Клубы по интересам»

Объектом отзыва может быть товар, места для путешествий, работа конкретных компаний, фильмы, книги, диеты — в общем все, что можно попробовать и о чем можно составить личное мнение.

В данном случае в качестве «ограничителя», делающего эту сеть специализированной, выступает не тематика, а основной товар.



И даже появление «социальных сетей узкой специализации»



**Женский
проект «Потому
что это Я»**



Проект позиционируется как «Первая социальная бьютисеть с возможностью личного общения с лучшими профессионалами индустрии красоты, звездами и экспертами»

Не предусматривает создания групп и сообществ, все взаимодействие пользователей объединено общей темой

Спасибо за внимание!