

Казанский федеральный университет,
Институт социально-философских наук
и массовых коммуникаций,
кафедра общей и этнической социологии
Россия, Казань

DOI: 10.24153/2079-5912-2018-9-6-39-42

ОНЛАЙН-СООБЩЕСТВА МАМ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»: СТРУКТУРА И ТЕМАТИКА

Аннотация: В статье представлен анализ материнских онлайн-групп в социальной сети «ВКонтакте» с применением сетевого подхода и тематического моделирования. Выявлены ключевые темы, присущие материнским сообществам, и структура связей между группами по общности их аудитории. Таким образом, показано, что сеть материнских групп дифференцирована и в ней выделяются различные кластеры, отличающиеся размерами, аудиторией и тематикой.

Ключевые слова: материнство, анализ социальных сетей, онлайн-сообщества, тематическое моделирование

Материнство – значимая социальная практика и элемент социальной идентичности женщины. Однако с выходом в декретный отпуск российские матери зачастую утрачивают значимые слабые связи [4] (на работе, учебе, связанные с хобби), делавшие их частью различных сообществ. В виртуальной среде мамы могут компенсировать это формированием новых слабых связей, вступая в материнские группы в социальных медиа. Эти сообщества выполняют функции поддержки, информирования, нормализации опыта родительства, аккумулируют социальный капитал и воспроизводят различные дискурсы материнства, позволяя мамам репрезентировать свою социальную роль онлайн [1-3, 6].

Актуальность обращения к этой теме продиктована растущим интересом исследователей к онлайн-сообществам как социальному полю, с одной стороны, и к современному родительству, значимое место в котором занимает интернет, – с другой [5, 10, 11]. При этом разнообразие материнского опыта и многообразие функций материнских групп (саморепрезентация в роли «счастливой мамочки», поиск информации или анонимной поддержки, отстаивание гражданских прав и др.) формируют сообщества, структура которых может существенно различаться.

Для анализа родительских сообществ часто используются качественные методы (интервью, дискурс-анализ, онлайн-этнография). Однако анализ социальных сетей как подход (social network analysis, SNA) может быть продуктивным способом объяснения этих сообществ [7, 8]. В данном исследовании материнские онлайн-сообщества (группы «ВКонтакте») рассматриваются как социальные сети пользователей-мам и отношений дружбы между ними. Отдельный интерес представляет общая сеть материнских сообществ, где в качестве элементов выступают сами группы, а связями между ними – наличие общей аудитории, что позволяет выявлять кластеры схожих групп. Дополнительно в данном исследовании был использован метод тематического моделирования LDA [9] для выявления тематического контекста материнских сообществ.

Цель исследования – выявить структуру и характеристики материнских сетей («ВКонтакте»), определить ключевые темы и их встречаемость в группах разного типа. Были собраны данные по 800 группам, в названии которых встречались «мамы», «мамочки» или «материнство», и построена общая сеть материнских групп. Для сбора и анализа данных использовался язык программирования R, для визуализации сети – программный пакет Gephi. Общая сеть основана на пересечении участников между группами: узлами являются группы, ребрами соединялись пары групп, имеющие 300 или более общих участников.

В общей сети материнских групп было выявлено девять кластеров, шесть из которых (кластеры 0, 2-6) являются региональными (например, кластер мам из Ярославля). Региональные группы зачастую имеют схожий контент и связь с общественной повесткой города или региона, который репрезентируют. В них также часто встречаются посты типа «вопрос – ответ», в которых пользователи просят совета у сообщества (относительно выбора детского сада, взаимоотношений в семье, выбора продуктов питания и одежды и др.). Региональные кластеры отличаются небольшими размерами (от 2 до 10 групп в кластере, за исключением украинского, в который вошли 42 группы).

Оставшиеся три кластера (1, 7 и 8) крупнее и формируются не по территориальному принципу. Кластер 1 (190 групп) – это преимущественно развлекательные группы (картинки о детях, конкурсы, товары для детей и беременных), а также группы различных городов, в которых городская принадлежность не влияет на контент, но обозначается в названии. Такие группы аккумулируют аудиторию из указанного региона или города и чаще всего выполняют развлекательную функцию и функцию саморепрезентации в качестве родителя – с помощью репостов из таких групп участницы заявляют о себе как о мамах.

Кластер 7 (64 группы) полностью состоит из групп, посвященных работе в декрете. Группы этого кластера очень тесно связаны между собой и очень слабо – с группами из других кластеров. Это может говорить о том, что их аудитория лишь частично состоит из матерей, и что эти группы, возможно, используют накрутку за счет одних и тех же поддельных аккаунтов. Этот кластер, несмотря на названия групп, имеет слабое отношение к материнству и не является интересным источником для анализа родительской коммуникации в интернете.

Наиболее интересный и крупный кластер – 8 (334 группы). Это крупные и разнообразные сообщества, не привязанные к региональной тематике. Он включает в себя родительские СМИ, публикующие оригинальный контент (например, «Нет, это нормально», Baby.ru и другие),

сообщества поддержки и анонимных историй (например, «Мамдаринка»), узконаправленные сообщества (интуитивное материнство, мамы двойни/тройни, бесплодие, группы против ювенальной юстиции и др.).

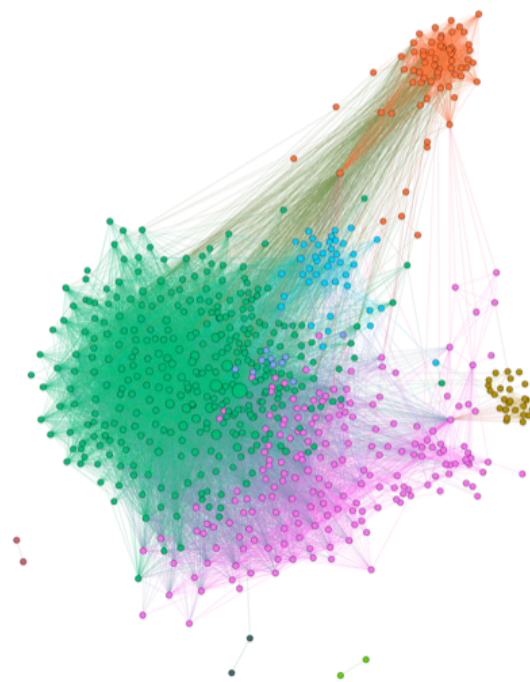


Рисунок 1 - Граф общей сети материнских сообществ. Узлы обозначают группы, ребра – наличие между двумя группами общих участников (300 и более). Размер узла отображает численность сообщества, цвета соответствуют кластерам в сети.

Для тематического моделирования были взяты 200 последних постов из всех групп (более 270 тыс. постов) и проинтерпретировано 50 тем. Большой объем занимают темы кулинарных рецептов, развивающих занятий для детей, вопросов воспитания. Была обнаружена значимая тема личных историй и вопросов, а также научных статей, образовательных курсов для мам, офлайн-встреч, религиозная тема.

Полученные результаты являются первым шагом в анализе социальных сетей материнства, возникающих в онлайн-среде. Выявленные кластеры и темы позволяют отобрать те группы, которые наиболее интересны с точки зрения формирования в них социального капитала. Предполагается, что не все группы, посвященные материнству, формируют сообщества в строгом смысле слова, следовательно, не все материнские сообщества могут рассматриваться как источник социального капитала и слабых связей. Предполагается, что сплоченные сообщества чаще формируются в региональных группах, группах с меньшим числом участников и группах узкой тематики, а наименее сообщества выражены в группах с развлекательным контентом.

Резюме:

Материнство – значимая социальная практика и элемент социальной идентичности женщины. Однако с выходом в декретный отпуск российские матери зачастую утрачивают значимые слабые связи (на работе, учебе, связанные с хобби), делавшие их частью различных сообществ. В виртуальной среде мамы могут компенсировать это формированием новых слабых связей, вступая в материнские онлайн-группы. Сеть материнских сообществ «ВКонтакте» является дифференцированной – в ней можно выделить девять кластеров, большинство из которых сформированы по территориальному принципу. Региональные группы матерей выполняют в основном развлекательную и информационную функции, а также дают возможность онлайн-саморепрезентации в качестве мамы; эти кластеры имеют небольшой размер. Кластер, посвященный заработку в декрете, слабо связан с материнством, и представляет собой сеть тесно связанных сообществ с большим числом поддельных профилей. Более разнообразны и крупны оставшиеся два сообщества, которые включают в себя как анонимные сообщества поддержки, сообщества родительских СМИ, так и сообщества с узкой тематикой (например, интенсивное материнство или бесплодие). Тематическое моделирование групп, посвященных материнству, выявило 50 интерпретируемых тем, значимое место среди которых занимают кулинарные рецепты, вопросы воспитания, развивающие занятия, личные истории, посты формата «вопрос – ответ» и другие.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Andreasson J., Johansson T. Global narratives of fatherhood. *Fathering and masculinity on the Internet // International Review of Sociology*. 2016. №26(3). Pp. 482-496.
2. Blum-Ross A., Livingstone S. "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self // *Popular Communication*. 2017. T. 15. №. 2. Pp. 110-125.
3. Dworkin J., Connell J., Doty J. A literature review of parents' online behavior // *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2013. T. 7. №. 2.
4. Granovetter M. S. The Strength of Weak Ties // *The American Journal of Sociology*. 1973. №78 (6). Pp. 1360–1380.
5. Lopez, L. K. The radical act of "mummy blogging": Redefining motherhood through the blogosphere // *New Media & Society*. 2009. №11. Pp. 729–747.
6. Madge C., O'Connor H. Parenting gone wired: Empowerment of new mothers on the internet? // *Social & Cultural Geography*. 2006. №7. Pp.199–220.
7. Кавеева А. Д., Гурин К. Е. Локальные сети дружбы «ВКонтакте»: восстановление пропущенных данных о городе проживания пользователей // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 2018. № 3. С. 78—90.
8. Кавеева А. Д., Гурин К.Е. Social network analysis в исследованиях онлайн-сообществ «ВКонтакте» // *Современные исследовательские практики в социологии: сборник материалов конференции молодых ученых (Москва, 19–20 апреля 2017 г.) / Под общ. ред. В. В. Семенович; ФНИСЦ РАН. — Москва: ФНИСЦ РАН, 2017. — С. 32-42.*
9. Митрофанова О. А. Моделирование тематики специальных текстов на основе алгоритма LDA // *XLII Международная филологическая конференция: избранные труды*. Санкт-Петербургский государственный университет, Филологический факультет. 2014. С. 220-233.
10. Чернова Ж. В. Сообщества родителей: новые формы солидарности и ресурсы мобилизации // *Женщина в российском обществе*. 2012. № 3. С. 36-50.
11. Чернова Ж. В., Шпаковская А. Л. Дискурсивные модели современного российского родительства // *Женщина в российском обществе*. 2013. №2. С.15-27.

Kaveeva A.D.
Kazan Federal University
Russia, Kazan
adele.kaveeva@mail.ru

ONLINE COMMUNITIES OF MOTHERS IN VKONTAKTE: STRUCTURE AND TOPICS

The paper presents an analysis of the parent groups in "VKontakte" online social network using social network analysis and topic modeling. The key themes of communities and the structure of links between the groups by the generality of their audience were identified. The online network of mothers is differentiated and includes 9 clusters. These clusters differ in size, audience and key topics.

Keywords: motherhood, social networks analysis, online communities, topic modeling.

Resume:

Mothering is an important social practice and an element of a woman's social identity. However, Russian mothers often lose significant weak ties making them part of different communities (at work, studying, and ties connected with their hobbies) because of maternity leave. In Internet, mothers can compensate for this by joining mothers' online communities and forming new weak ties. The network of mother communities in "VKontakte" is differentiated. It includes nine clusters; most of these clusters are formed on a territorial basis. Regional groups of mothers perform mainly entertainment and information functions, and also provide an opportunity for online self-representation as a mother; these clusters are small (2-10 groups in cluster). The cluster dedicated to earning in maternity leave is loosely related to motherhood, it is a network of closely related communities with many fake accounts. Another two communities are more diverse and large. They include anonymous support communities, parent media communities, and communities with narrow topics (for example, intensive motherhood or infertility). Topic modeling of the groups devoted to motherhood revealed 50 interpreted topics. The significant topics are culinary recipes, issues of upbringing, and lessons for children, personal stories, posts in the "question-answer" format, etc.

Literature:

1. Andreasson J., Johansson T. Global narratives of fatherhood. Fathering and masculinity on the Internet // *International Review of Sociology*. 2016. №26(3). Pp. 482-496.
2. Blum-Ross A., Livingstone S. "Sharenting," parent blogging, and the boundaries of the digital self // *Popular Communication*. 2017. T. 15. №. 2. Pp. 110-125.
3. Dworkin J., Connell J., Doty J. A literature review of parents' online behavior // *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2013. T. 7. №. 2.
4. Granovetter M. S. The Strength of Weak Ties // *The American Journal of Sociology*. 1973. №78 (6). Pp. 1360-1380.
5. Lopez, L. K. The radical act of "mummy blogging": Redefining motherhood through the blogosphere // *New Media & Society*. 2009. №11. Pp. 729-747.
6. Madge C., O'Connor H. Parenting gone wired: Empowerment of new mothers on the internet? // *Social & Cultural Geography*. 2006. №7. Pp.199-220.
7. Kaveeva A. D., Gurin K. E. Lokal'ny'e seti družby` «VKontakte»: vosstanovlenie propushhenny`x danny`x o gorode prozhivaniya pol'zovatelej // *Monitoring obshhestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i social'ny'e peremeny`*. 2018. № 3. S. 78-90.
8. Kaveeva A. D., Gurin K.E. Social network analysis v issledovaniyax onlajn-soobshhestv «VKontakte» // *Sovremenny'e issledovatel'skie praktiki v sociologii: sbornik materialov konferencii molody`x ucheny`x (Moskva, 19-20 aprelya 2017 g.) / Pod obshh. red. V. V. Semenovoj; FNISz RAN. — Moskva : FNISz RAN, 2017. — S. 32-42.*
9. Mitrofanova O. A. Modelirovanie tematiki special'ny`x tekstov na osnove algoritma LDA // *XLII Mezhdunarodnaya filologicheskaya konferenciya: izbranny`e trudy`*. Sankt-Peterburgskij gosudarstvenny`j universitet, Filologicheskij fakul'tet. 2014. S. 220-233.
10. Chernova Zh. V. Soobshhestva roditelej: novy`e formy` solidarnosti i resursy` mobilizacii // *Zhenshhina v rossijskom obshhestve*. 2012. № 3. S. 36-50.
11. Chernova Zh. V., Shpakovskaya L. L. Diskursivny`e modeli sovremennogo rossijskogo roditel'stva // *Zhenshhina v rossijskom obshhestve*. 2013. №2. S.15-27.