

Измерение процессов социального включения пожилых в жизнь общества в ходе освоения современных ИКТ и осуществления электронного взаимодействия в современной онлайн-среде

А.С. Биккулов^{1,2}, Д.В. Жук¹

¹ Университет ИТМО

abikkulov@gmail.com, jukdenis@gmail.com

² Санкт-Петербургский государственный университет

Аннотация

В статье представлено краткое описание разработанной методики измерения процессов социального включения пожилых в жизнь общества в ходе освоения современных информационно-коммуникативных технологий и осуществления электронного взаимодействия в современной онлайн-среде. В частности, авторы опираются на методы исследования включения пожилых людей в общение посредством социальных сетей, опирающиеся на функциональные возможности самих социальных сетей и проверку с помощью выборочного метода. Рассматриваются отличия и ограничения метода в зависимости от конкретных социальных сетей, анализируются результаты пилотного исследования по разработанной методике.

Ключевые слова: пожилые; социальные сети.

1. Введение

Социальные сети являются важным каналом общения в современном мире, который охватывает почти половину россиян и подавляющее большинство интернет-пользователей. С ростом числа интернет-пользователей старшего поколения важность данного канала для сохранения их социального включения будет только возрастать. Наряду с существующими данными социологических опросов по использованию Интернета разными слоями российского населения есть гипотеза, что пожилые люди неохотно подтверждают использование социальных сетей в силу сложившегося стереотипа, что социальные сети — для молодых.

Если говорить о данных социологических исследований крупных центров, например исследований Фонда «Общественное мнение», в России доля ежемесячной интернет-аудитории (тех, кто выходит в Интернет хотя бы раз в месяц) составляет около 70% человек старше 18 лет (80 млн чел.) [1]. При этом, по примерно сопоставимым более ранним данным ВЦИОМ, в возрастной группе 56–60 лет Интернетом пользуются 32% людей, 13% — в возрастной группе 61–72 года и 6% — в возрасте 72 года и старше [2]. Таким образом, в абсолютных числах пользователи Интернета в возрасте 56 лет и старше составляют более 6 млн россиян, и это достаточно большая социальная группа населения.

В то же время представляется интересным изучить включенность пожилых людей в использование социальных сетей поисковыми методами самих социальных сетей, то есть — изнутри. Это также дает возможности для углубленного выборочного изучения их страниц, а следовательно, и их интересов, выраженных в подписках на различные группы по интересам.

2. Описание методики

Методика исследования включает использование поисковых возможностей социальных сетей с ограничением поиска по определенным параметрам: возрасту и стране проживания (также поиск осуществлялся только по пользователям с фотографией для отбраковки «шутников» — подростков, указывающих явно не свой возраст). Можно задавать как широкие возрастные интервалы (например, от 55 до 80 лет), так и определенные возрастные интервалы для оценок количества пользователей в определенных возрастных группах (например, с возрастными периодами по 10 и по 5 лет). Удобно то, что в результатах поиска при каждом сужении параметров социальная сеть показывает, сколько именно пользователей удовлетворяют введенным параметрам, что очень удобно для количественных оценок. Для проверки принадлежности найденных страниц реальным пожилым людям (а не «шутникам», которых оказалась в среднем половина), а также углубленного изучения их интересов в социальной сети, возможно выборочное исследование страниц. Для этого использовался систематический отбор с шагом выборки: в проверяемой возрастной группе в качестве дополнительного параметра сужения выборки задавали две первые буквы фамилии/никнейма, последовательно складывая в комбинации все буквы алфавита, и в зависимости от выдачи и количества найденных страниц с определенным шагом в списке выдачи открывали страницы профилей. Таким образом, пользователи имели равные шансы попасть в выборку. Дело в том, что в выдаче по параметрам наверху списка представлены наиболее «популярные» страницы, с большим числом подписчиков. Если брать страницы для проверки подряд, выборка будет смещена в сторону более развитых страниц известных людей, которые есть в каждой возрастной группе. Поэтому для исключения этого влияния введение шага выборки представляется нам необходимой мерой.

В сети «ВКонтакте» для выхода на возможности расширенного поиска нужно нажать на слово «люди» в верхнем горизонтальном меню. В сети «Одноклассники» расширенный поиск открывается при нажатии на значок

лупы рядом с пустой формой поиска. В Facebook, к сожалению, аналогичного расширенного поиска по параметрам найдено не было: можно искать только по буквенным запросам, при этом социальная сеть не показывает общее количество найденных аккаунтов.

3. Результаты пилотного исследования

Для примера подробно рассмотрим выборочное исследование в социальной сети «ВКонтакте» [3].

С помощью поисковых возможностей социальной сети (поиск людей по параметрам) было замерено общее число аккаунтов, относящихся к России, — около 100 млн. Затем были добавлены такие параметры поиска, как «возраст от 55 до 80 лет», «с фотографией» — таких страниц оказалось около 2,5 млн, т.е. примерно 2,5% от общего числа российских аккаунтов «ВКонтакте». Ограничение «до 80 лет» представляется необходимым, так как в возрастной группе старше 80 подавляющее большинство начинают составлять «шутники», указывающие нереальные даты рождения и имеющие возраст, например, в несколько сотен лет.

После этого в качестве проверки нами было проведено выборочное исследование 580 страниц из этих 2,5 млн. Отбор выборки производился пошаговым методом. Для проверки правдивости заявленной информации о возрасте анализировались личные фотографии, годы окончания школы и вуза — именно эти критерии стали основными для подтверждения возраста автора страницы. В результате было выявлено, что половина из тех, кто указал возраст от 55 до 80 лет, являются «шутниками» — молодыми людьми, завывсившими возраст. Но, с другой стороны, минимум 34% страниц выборки действительно оказались страницами людей в возрасте от 55 до 80 лет (распределение по полу — 61% женщин, 39% мужчин). Причем, судя по времени последнего визита пользователя на свою страницу, около половины из этих реальных пожилых людей являются ежемесячной аудиторией социальных сетей (входили в течение месяца до даты исследования). Для 16% аккаунтов выборки не удалось установить возраст автора страницы ввиду незначительного количества информации. Таким образом, расширяя закономерность на всю генеральную совокупность, из 2,5 млн аккаунтов «ВКонтакте», найденных по параметрам «Россия» + «55–80 лет» + «фотография», как минимум треть, т.е. около 850 тыс., действительно принадлежат людям этой возрастной категории. Если анализировать суммарно в масштабах страны, 850 тыс. человек — это достаточно существенная группа людей.

Если добавить к этому сравнение с возрастной структурой населения России по данным Федеральной службы государственной статистики, то мы увидим, что всего к возрастной группе 55 лет и старше относятся около 40 млн россиян [4]. В этом смысле, конечно, процент выявленных нами «настоящих» пожилых пользователей социальной сети «ВКонтакте» в общем числе людей старшей возрастной группы достаточно скромнен — около 2%. С другой стороны, как было замечено во вводной информации данной статьи, общее число пользователей Интернетом в данной возрастной группе оценивается в 6 млн,

что составляет около 15% от общего числа пожилых людей данного возраста. Так что среди пожилых интернет-пользователей уже как минимум каждый седьмой является пользователем «ВКонтакте».

К этому следует добавить, что далеко не все пользователи указывают свою страну проживания и загружают фотографию, что занижает полученные значения, но поскольку нашей целью было получение пусть самых пессимистичных и минимальных, но самых обоснованных оценок (точно — россияне, и точно — пожилые), то минимум 2% (или выше) кажутся неплохим результатом.

4. Выявленные методические проблемы

При всем удобстве и простоте метода в его использовании был выявлен ряд методологических проблем, описанных ниже.

1. В социальных сетях достаточно высок процент профилей (аккаунтов), созданных компаниями, либо для спам-рассылок, либо в качестве клонов — некоторые пользователи имеют по несколько разных аккаунтов: один основной, «официальный», с реальным именем/фамилией, второй — для общения на специальные темы, которые человек не хочет афишировать в основном аккаунте, хочет «анонимизировать». Поэтому нельзя считать количество аккаунтов равным количеству людей. В нашем случае 100 млн аккаунтов «ВКонтакте» в России не означают, что 100 млн россиян пользуются этой соцсетью. Это не соответствует и результатам традиционных социологических исследований, реальная цифра примерно вдвое меньше. Поэтому считать «процент от общего числа аккаунтов» как от общего числа пользователей некорректно. Пользователей в социальных сетях меньше, чем аккаунтов (по нашим оценкам — примерно вдвое). С другой стороны, с учетом проведенного методологического исследования, можно делать количественные оценки с выходом на абсолютное число пользователей — с использованием поправочных коэффициентов, полученных в результате проверочного исследования. В нашем случае было выяснено, что поправочный коэффициент составляет 0,34 (из выборки в 580 аккаунтов 34% оказались реальными страницами пожилых людей). Это значит, что замерив в любой момент число аккаунтов «ВКонтакте» пожилых возрастных групп, и умножив их на 0,34 можно примерно выйти на реальное число пользователей социальной сети соответствующего пожилого возраста. Для дополнительной верификации и выявления активных пожилых пользователей может также использоваться время последнего входа в социальную сеть (оно автоматически отображается на странице) — для того, чтобы избежать учет заброшенных страниц, которыми когда-то пользовались, но теперь перестали в силу разных причин. В рамках нашего исследования мы помечали недавнее использование, однако не отбраковывали по этому признаку, данный вопрос требует дополнительного исследования. Коэффициент может меняться со временем, но как приблизительный механизм численной оценки может использоваться.

2. Некоторые социальные сети («Одноклассники»), судя по всему, используют нечеткий поиск по параметрам, даже если они заданы корректно. Это легко выяснить, задав поиск по широкому интервалу, например, «Россия»

и «от 55 до 80 лет», а потом отдельно задать возрастные группы с периодом по 10 лет и сложить их в конце. В сетях с четким поиском по параметрам (например, «ВКонтакте») сумма групп будет равна более общей группе (плюс-минус ничтожно малые числа с учетом зарегистрировавшихся за время поиска, либо удаленных страницы). В социальных сетях с нечетким поиском («Одноклассники» [5]) сумма групп будет больше, чем общая группа, причем значительно (в нашем эксперименте — почти на 10%). В сети «Одноклассники» наблюдается достаточно абсурдная ситуация: если задать только один параметр «Россия», поиск находит около 120 млн. аккаунтов, а если добавить дополнительный сужающий параметр в виде ограничения по возрасту от 14 до 80 лет, то число аккаунтов не сокращается, как можно подумать, а вырастает почти вдвое — до 230 млн. А после сложения значений возрастных групп по 10 лет получается еще больше — около 250 млн аккаунтов (Таблица 1).

Таблица 1. Выявление сетей с нечетким поиском по параметрам

Сужающий параметр	Количество найденных аккаунтов социальной сети, шт.	
	«ВКонтакте»	«Одноклассники»
Россия	93 378 182	123 085 662
от 14 до 80	78 153 314	231 278 700 (!)
для сравнения — сумма возрастных групп ниже	78 153 328	251 509 164 (!)
от 14 до 24	33 784 790	55 873 326
от 25 до 34	28 975 458	83 673 024
от 35 до 44	9 186 290	54 716 361
от 45 до 54	3 706 145	31 285 846
от 55 до 64	1 897 026	19 737 913
от 65 до 74	509 367	5 281 386
от 75 до 80	94 252	941 308

Примечание: исследование проведено авторами 05.05.2016 с использованием встроенных возможностей социальных сетей для поиска страниц по заданным параметрам.

В связи с этим в социальных сетях с нечетким поиском не ясна сама возможность применения нашей методики, так как непонятно, какую цифру брать за генеральную совокупность, и как интерпретировать такие расхождения в цифрах. Независимо от причин несоответствий, выявленных на данном этапе исследования, это заставило нас отказаться от количественного анализа для сети «Одноклассники».

3. В некоторых социальных сетях, например, Facebook [6], не было найдено аналогичного инструмента расширенного поиска по людям, где можно было бы задавать параметры и видеть, сколько аккаунтов по ним найдено. В Facebook был найден только поиск по имени-фамилии-нику, но и в этом случае общее количество найденных аккаунтов не показывается.

4. Основные выводы

Предложенная методика анализа социальных сетей позволяет выйти на количественные оценки социального включения пожилых в жизнь общества в ходе освоения современных ИКТ и осуществления электронного взаимодействия в современной онлайн-среде. При этом методика предполагает определение и использование поправочного коэффициента и может применяться только в социальных сетях с четким поиском по заданным параметрам («ВКонтакте»). Сети с нечетким поиском по параметрам («Одноклассники») невозможно анализировать предложенным способом. Некоторые сети (Facebook) вообще не дают возможности поиска по параметрам. Во всех случаях остается полностью полагаться на данные социологических опросов крупных социологических центров, которые в требуемой детализации по возрастным группам, к сожалению, обычно доступны только при покупке полных платных версий отчетов по исследованиям.

Исследование выполнено в Университете ИТМО на средства гранта Российского научного фонда (проект №14-18-03434) по теме: «Модели взаимодействия общества и пожилых людей: исследование возможностей социальной инклюзии».

Литература

- [1] Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2015–2016 гг. (Аналитический бюллетень — демоверсия) [Электронный ресурс] // ООО «инФОМ». URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12610> (дата обращения: 06.05.2016).
- [2] Пожилые россияне: социальное самочувствие и образ жизни [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск ВЦИОМ № 2416 от 01.10.2013. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114516> (дата обращения: 06.05.2016).
- [3] Социальная сеть «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com> (дата обращения: 06.05.2016).
- [4] Распределение населения по возрастным группам — 2015 г.: регламентная таблица [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/demo14.xls (дата обращения: 26.05.2016).
- [5] Социальная сеть «Одноклассники» [Электронный ресурс]. URL: <http://ok.ru/> (дата обращения: 06.05.2016).
- [6] Социальная сеть Facebook [Электронный ресурс] // URL: <https://www.facebook.com/> (дата обращения: 06.05.2016).

Measurement of the Social Inclusion of the Elderly in a Social Life by Applying ICT and Electronic Communication in Modern OnLine Environment

A.S. Bikkulov, D.V. Zhuk
ITMO University, St. Petersburg State University

The thesis presents a brief description of the developed method of measurement for processes of social inclusion of the elderly in the life of society along with their adopting modern information and communication technologies and the implementation of electronic interaction. In particular, the authors base their research of social inclusion of the older people via communication in social networks, the method is based on the search functionality of social networks. We consider the differences and limitations of the method according to the concrete examples of social networks, analyze the results of a pilot study by the developed technique.

Keywords: the elderly; social networks.