

РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАЦИИ ДЛЯ АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ

Бобкова И. А.

Обобщены тенденции развития социальных сетей в мировом и российском Интернете за последние годы. Предложены принципы классификации социальных сетей, которая может использоваться для сетей как Рунета, так и Интернета в целом.

В последние годы социальные сети все больше завоевывают Интернет-пространство. Хотя первые социальные сети в Интернете появились лишь в 90-е годы, сейчас они стали неотъемлемой частью мирового и регионального Интернета, охватывая более 50% Интернет-аудитории. Особенно широкое распространение социальные сети получили в последние 5–7 лет. По количеству посещений в день и охвату аудитории крупнейшие сети соизмеримы с лучшими поисковиками, а в последние 2 года стали входить в первую десятку и по выручке от рекламы, размещенной в сетях.

Первая форма обмена сообщениями — электронная почта, — позволяющая общаться двум абонентам, появилась в 1971 г. Сервис общения в реальном режиме времени (Internet Relation Chat), разработанный в 1988 г., позволил сделать общение пользователей более свободным, в результате чего стали формироваться группы людей, объединенных общими интересами и личными отношениями (сообщества пользователей).

С 1991 г. начинается завоевание планеты Интернетом. На различных сайтах формируются гостевые книги (список сообщений, в котором может оставить свое сообщение любой посетитель), блоги (web-протоколы, в которых каждый участник ведет собственный журнал записей, чаще всего в форме дневника), форумы (дальнейшее развитие формы телеконференций и гостевых книг, в которых участники группируются по темам обсуждаемых вопросов, а управление осуществляется администраторами сайта).

И уже в 1995 г. появляется первая версия социальной сети Classmates.com, помогающая пользователям находить и поддерживать взаимоотношения с одноклассниками и друзьями. Социальная сеть в

Интернете — это социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты-индивидуумы (клиенты сети) или группы индивидуумов (сообщества), и связей между ними. В Рунете первая оригинальная социальная сеть появилась в 2005 г. (Мой Круг). С 2006 г. социальные сети стали входить в топ-10 самых посещаемых сайтов.

В число наиболее посещаемых сайтов в конце 2008 г входили (Источник: <http://www.alexa.com/> (социальные сети выделены курсивом):

1. Yahoo! — www.yahoo.com
2. Google — www.google.com
3. YouTube — www.youtube.com
4. Windows Live Search from Microsoft — www.live.com
5. *Facebook* — www.facebook.com
6. Microsoft Network (MSN) — www.msn.com
7. *Myspace* — www.myspace.com
8. Wikipedia — wikipedia.org
9. Blogger — www.blogger.com
10. Yahoo! — www.yahoo.co.jp

В число 500 наиболее посещаемых сайтов вошли и российские сети:

23. *V Kontakte* — www.vkontakte.ru
40. *Однокласснику* — www.odnoklassniki.ru
331. *LiveInternet.ru* — www.liveinternet.ru

Таблица 1. Посещаемость крупнейших мировых социальных сетей в млн. человек, оценка по методике ComScore Inc. (total unique visitors) (Источник: ComScore Inc)

	Июнь 2008	2007	Прирост за полугодие	%
Интернет — всего	860.514	815.797	44.717	5.20
Социальные сети — всего	580.510	516.318	64.192	11.06
Facebook	132.105	97.792	34.313	25.97
MySpace	117.582	107.167	10.415	8.86
Hi5	56.367	31.428	24.939	44.24
Friendster	37.080	29.735	7.345	19.81
Orkut	34.028	25.138	8.89	26.13
Bebo	24.017	21.282	2.735	11.39
Другие	179.330	203.776	-24.446	-13.63

Суточная же посещаемость (в млн. чел.) в конце 2008 года составила у Facebook — 34; MySpace — 28,8; Hi5 — 4,7; Friendster — 6; Orkut — 9,6; Bebo — 4,8. Кроме того, увеличилось время, которое пользователи Интернета стали проводить в социальных сетях в течение суток. Например, для американских пользователей сети Facebook в конце 2008 г. этот показатель составил примерно 4,4% в общем количестве времени, проведенном в Интернете по сравнению с 1,1% в начале года.

Attention - Daily (stacked %)

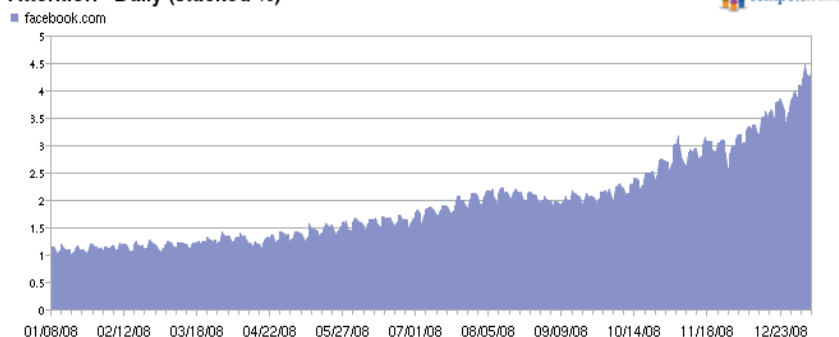


Рис. 1. Рост времени, проводимого американскими пользователями сети Facebook, в общем времени посещения Интернета в 2008 г., %.

В Рунете первая социальная сеть появилась в 2005 г (Moikrug.ru), а сейчас возникает по несколько сетей в день. Все они разного уровня, многие являются «однодневками» и быстро исчезают, но именно социальные сети являются сейчас наиболее динамично развивающимся сегментом рынка Интернета вообще и Рунета в частности. В 2008 г. сеть В Контакте вышла на первое место по посещаемости, обогнав даже поисковые и почтовые сайты.

Топ-10 сайты в России по числу посещений на конец 2008 г. (Источник: <http://www.alex.com/>)

1. **В Контакте** — www.vkontakte.ru
2. Яндекс — www.yandex.ru
3. Почта@Mail.ru — www.mail.ru
4. **Одноклассники.ru** — www.odnoklassniki.ru
5. Рамблер — www.rambler.ru

6. Google Русскоязычная версия поискового сервера — www.google.ru
7. Narod.ru — www.narod.ru
8. Google — www.google.com
9. YouTube — www.youtube.com
10. **LiveJournal** — www.livejournal.com

Таблица 2. Время, проведенное пользователями Интернета в социальных сетях. (Источник «Глас Рунета» <http://www.voxru.net/online/stat/86.html>).

Сколько времени респонденты проводят на сайтах социальных сетей (в % от общего числа респондентов)		
Кол-во часов в день	В выходные дни	В рабочие дни
Менее 1 часа	14	52,6
1-3 часа	67	21,8
Более 3 часов	13	6,9
Затрудняюсь ответить	6	9,4

Представляют интерес результаты опроса, который «Глас Рунета» провел среди своих посетителей о том, сколько времени пользователи Рунета проводят на сайтах социальных сетей в рабочие и воскресные дни (часов в день). Опрос проводился среди 2000 респондентов в России и за рубежом, см. табл.2, рис. 2 и 3.

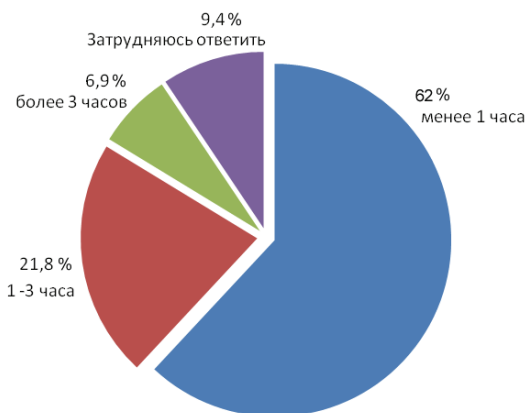


Рис. 2. Количество часов, проведенных пользователями в социальных сетях в рабочие дни.

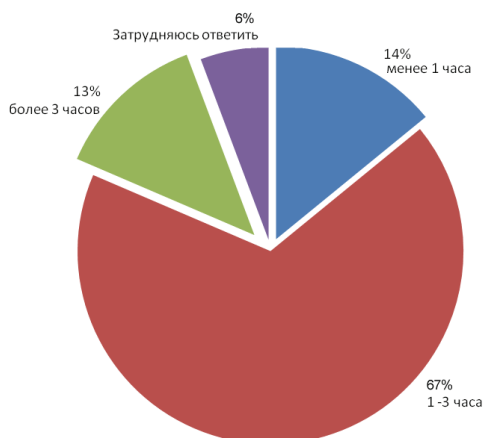


Рис. 3. Количество часов, проведенных пользователями в социальных сетях в выходные дни.

О гендерных аспектах свидетельствуют результаты исследования, проведенного компанией RapLeaf в 2008 г. среди 49,3 млн.чел в 7 возрастных группах от 14 лет: во всех крупнейших сетях количество женщин равно или превышает количество мужчин, особенно в возрастной группе 18-24 лет (в 1,7 раза) (Источник <http://ablohin.ru>), см. табл. 3 и рис. 4 и 5.

Таблица 3. Гендерные соотношения пользователей социальных сетей.

Пол	Пользователи социальных сетей Интернета		Пользователи социальной сети ВКонтакте.ru.	
	Количество	% от общего числа	Количество	% от общего числа
Мужчины	20559526	42	6550700	43
Женщины	24821901	50	6502710	42
Не указан	3887623	8	2262320	15

Соотношение пользователей социальных сетей по полу



Рис. 4. Гендерные соотношения пользователей социальных сетей Интернета в возрасте от 14 лет.

Пользователи ВКонтакте.ru

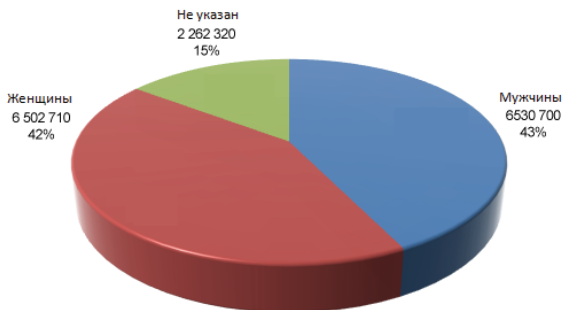


Рис. 5. Гендерные соотношения пользователей сети ВКонтакте в возрасте 12–70 лет.

Наибольшей популярностью социальные сети пользуются в США и Канаде, Нидерландах, Великобритании, Южной Корее, Тайване, Гонконге (более 20% населения являются пользователями социальных сетей). В таких крупных странах как Россия, Китай, Индия, Бразилия и т.п. доля населения, использующего эти ресурсы невелика (менее 10%), что объясняется недоступностью Интернета для значительной части населения, см. рис 6.

Между странами существуют серьезные отличия при пользовании сетями, которые, как правило, объясняются временем включения страны в мировое коммуникационное пространство, технической оснащенностью, менталитетом населения. Если, например, в восточных странах пользователи очень осторожны в своих высказываниях, то в России наоборот, участники сети активно комментируют события, дневники (блоги) и сообщения других пользователей, делятся информацией как с друзьями, так и с малознакомыми людьми. Кроме того, существенные отличия наблюдаются и в обращениях к разным сетям мирового уровня. Это хорошо видно на карте мира с указанием социальных сетей, лидирующих по популярности в разных странах мира, предоставляемой проектом Oxyweb.co.uk. Но несмотря на существенные отличия, во всех странах идет процесс резкого увеличения численности пользователей социальных сетей и улучшения сервиса.

Пользователи социальных сетей в населении страны в %

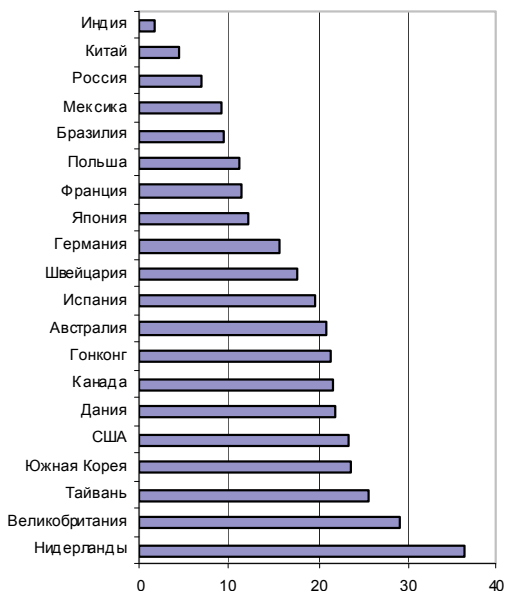


Рис. 6. Доля пользователей социальных сетей в населении ряда стран старше 15 лет (в %) (по оценке Universal McCann, 2008 г.)

В конце 2008 г. можно было выделить следующие самые популярные социальные сети мира (*Источник*: <http://socseti.com/img/>).

1. Facebook — безусловный лидер во многих странах мира, номер 1 в Канаде, Скандинавии, Аргентине, странах Европы, Африки, Азии — свыше 130 миллионов пользователей.

2. MySpace — социальная сеть, долгое время державшая лидерство, до сих пор остается самой популярной социальной сетью для американцев.

3. Hi5 — в ряде стран, таких как Мексика, Перу, Ангола, Мозамбик, Монголия, Тайланд, Сирия, Румыния, Португалия, — сеть является безусловным лидером.

4. V Kontakte — является четвертой по популярности социальной сетью в мире и самой популярной среди русскоязычного населения.

5. Orkut Бразилия — часть социальной сети Orkut, созданной Google — номер один в Бразилии.

6. Skyrock — французская социально-сетевая блог-платформа.

7. Одноклассники — аналог Classmates, вторая по популярности русскоязычная сеть.

8. Friendster — одна из первых социальных сетей, сегодня представлена, в основном, странами Азии.

9. Orkut — Индия

10. Netlog — европейская социальная сеть для молодежи (25 языков)

11. Mixi — самый популярный социально-сетевой проект в Японии.

12. Nasza klasa — польские Одноклассники.

13. Tagged — сеть, выросшая из целевого проекта для американских школьников, популярна среди тинэйджеров.

14. Bebo — сокращение от Blog early, blog often.

15. Kaixin001 — китайская социальная сеть показавшая феноменальный рост. Созданная в апреле 2008 года сеть за пять месяцев набрала более 8 миллионов активных пользователей.

Менее популярные сети: 16. PerfSpot, 17. Studiverzeichnis, 18. Xiaonei, 19. Multiply, 20. Nyves, 21. Tianya, 22. Sonico, 23. LinkedIn, 24. Ning, 25. Badoo.

Рост социальных сетей делает их привлекательными для Интернет рекламы. Вот только некоторые цифры из мира Интернет-бизнеса (*Источники* — сайты webplanet.ru, liveidea.com, social-networking.com).

В июле 2005 года медиа-магнат Руперт Мердок приобрел сеть MySpace.com за сумму, превышающую \$600 млн.

В 2006 году прибыль LinkedIn составила \$10 млн.

В феврале 2007 г. медиахолдинг "РБК Информационные системы" сообщил о намерении инвестировать до \$120 млн. в покупку и развитие интернет-проектов в России, странах СНГ и Восточной Европы. Компания ожидает, что к 2010 г. будет зарабатывать на интернет-бизнесе \$70–100 млн в год.

В марте 2007 г. Moikrug.ru был куплен интернет-холдингом "Яндекс" за \$2,5 млн.

В сентябре 2007 латвийская Forticom приобрела 30% уставного капитала компании, управляющей сайтом Odnoklassniki.ru. Тогда эксперты оценили сделку в \$10 млн, а всю компанию примерно в \$30 млн". Сейчас один суточный посетитель стоит в среднем \$100, хотя эта сумма может сильно меняться в зависимости от конкретного актива. Odnoklassniki.ru, согласно открытой статистике, посещают 2 млн человек в сутки. Таким образом, сам сайт может стоить до \$200 млн.

В конце 2007 г. УК «Финам менеджмент» объявил, что за \$30 млн приобрел 10% Badoo Ltd.

«Живой журнал» (LiveJournal) насчитывал в 2007 г. 18 млн зарегистрированных участников. Из них 1,3 млн — это россияне, вторая по численности национальная диаспора «Живого журнала». Российская компания «СУП» выкупила у SixApart в декабре 2007 года весь ЖЖ целиком. Финансовые условия сделки не разглашались, но аналитики предположили, что цена составила около \$30 млн. Ходили слухи, что в 2006 г. "Суп" был готов предложить \$1,2-1,3 млрд за сервис YouTube, который в итоге купил Google, предложивший \$1,5 млрд.

В 2007 Microsoft купила 1,6% социальной сети Facebook за \$240 млн. Весь Facebook оценили в \$15 млрд, что в десять раз больше суммы покупки видеосервиса YouTube компанией Google. Сделка показала, что инвесторы считают социальные сети самым многообещающим коммуникационным форматом интернета.

J'son & Partners оценивал рынок сервисов интерактивного общения (социальные сети и сервисы знакомств — вместе с сетевыми и

мобильными сервисами) в 2007 г. в \$47 млн., включая как доходы от сервисов, так и от рекламы

Доходы Facebook от рекламы составили порядка \$100 млн. в 2006 г., \$210 млн в 2008 г. только в США, а общие расходы на рекламу в социальных сетях в США, по разным оценкам, составляющие сейчас \$820-900 млн., к 2011 г. могут вырасти до \$2,5 млрд, если эту цифру существенно не снизит кризис.

Зарботки социальных сайтов на одном посетителе в 2008 году составили: Google — \$65.55; Yahoo! — \$31.25; Microsoft (MSN) — \$17.74; MySpace — \$12.85; Facebook — \$11.79 (*eMarketer*).

Процесс социализации Интернета требует серьезного социально-экономического исследования и анализа. Разнообразие сетей в разных странах, меняющиеся предпочтения пользователей, рост их числа, присоединение к сообществам новых, — все эти моменты приводят к необходимости введения их классификации. В силу большого разнообразия и пересечения свойств сетей невозможно создать единую вертикальную классификацию, поэтому имеет смысл использовать классификацию по нескольким направлениям.

Можно использовать следующие направления для классификации:

- 1) по территориальному признаку (расширение типа *com*, далее опущено):
 - международные сети (FaceBook, MySpace),
 - государственные (Kaixin001, Одноклассники.ru),
 - региональные (Moskva.ru),
 - локальные (Sosed-online.ru) и т.п.,
 - глобальные (в стадии формирования как проекты SocialStream, OpenSocial);
- 2) по типу:
 - универсальные (MySpace, Bebo, T agged, Orkut),
 - тематические — внутри этого направления можно предложить еще несколько уровней классификации, например, по теме поиска
 - i. для поиска людей (Classmates, Одноклассники, МойМир),
 - ii. работы (LinkedIn, МойКруг),
 - iii. новостей (Digg.com, news2.ru),

- iv. видео (YouTube.com),
- v. фото (Fixx.ru),
- vi. для развлечения (ВКонтакте. FaceBook, Tagged);
- другие — так называемые нишевые сети (для определенного круга лиц), которые могут охватывать значительную аудиторию
 - i. для молодых мам (MommyBuzz.com, Youmama.ru),
 - ii. для автолюбителей (Boompa.com, Довезу, ЗаБаранкой),
 - iii. для рыболовов (Fion.ru),
 - iv. для книголюбов (Bookcrossing.com, X-libris.ru, LiveLib.ru),
 - v. для планеристов (Rusikar.ning.com),
 - vi. для заботящихся о здоровье (DrugMe.ru) и т.п.;
- 3) по уровню использования Web'а:
 - Web 1.0 — самые первые подобиия сетей типа ICQ, Evite, SixDegrees,
 - Web 2.0 — большинство современных сетей,
 - Web 3.0 — социальные сети будущего — рабочий инструмент (в какой-то степени это MySpace, LiveJournal, LinkedIn);
- 4) по доступности информации:
 - открытые (FaceBook),
 - закрытые (PlayboyU.com и др.),
 - смешанные (Pro2, Yahoo!360);
- 5) по численности с внутренней классификацией:
 - по числу посетителей в день, месяц, год,
 - по числу зарегистрированных пользователей,
 - по числу постоянных пользователей (более определенного числа заходов в месяц и т.п.);
- 6) по аудитории:
 - по возрасту
 - i. для взрослых (PeopleAggregator, LinkedIn, FamilySpace),
 - ii. молодежи (Orkut, Panjea, Facebook),

- iii. тинэйджеров (Tagged, Friendster),
- iv. детей (Stardoll, Imbee),
- по профессии
 - i. для медиков (Acustic.ru),
 - ii. дизайнеров (Revision.ru),
 - iii. ученых (LiveJournal – проект i-future), и т.п.;
- 7) по технологическим особенностям — например, по использованию мобильных технологий:
 - мобильные социальные сети (Dodgeball.com, CatchUp.ru),
 - мобильные инструменты взаимодействия с сетями (Одноклассники, МойМир, ВКонтакте).

По количеству социальных сетей рынок уже, наверное, близок к точке насыщения, что подтверждает замедление динамики расширения западных сетей таких как classmates.com, аналогами которых являются Одноклассники, МойКруг, ВКонтакте, ШкольнаяЖизнь и т.п., от которых сети Рунета или Азиатских стран отстают на 5–8 лет. Прирост уникальных пользователей в большей степени происходит за счет стран Восточной Европы, Латинской Америки и Азии.

Поэтому социальные сети перейдут на новый уровень, станут и более профессиональными, и в большей степени пригодными для ежедневного использования благодаря новым сервисам. Владельцы и разработчики социальных сетей постоянно ищут новые направления развития. Например, одна из самых популярных социальных сетей Facebook объявила о начале реализации своей новой стратегии, заключающейся в открытии платформы проекта сторонним разработчикам (<http://www.social-networking.ru/news/30/>). Она будет помогать разработчикам создавать новые сервисы для проекта, продавать и распространять их. До настоящего момента все социальные сети базировались на закрытых платформах. Facebook уже привлек к процессу создания Facebook Platform порядка 65 компаний, в том числе Amazon. Стратегия Facebook очень похожа на стратегию компании Microsoft в 80-е годы. Тогда успех и прибыльность компании обеспечила именно масштабная программа привлечения сторонних разработчиков, которые создали огромное количество программ для компьютеров на базе их операционной системы.

Не за горами также создание глобальных сетей и 3D миров, аккумуляция сетевых ресурсов, включение в социальные сети роботов-андроидов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Alexa Internet
<http://www.alexa.com>
- Блог Александра Блохина
<http://ablohin.ru>
- Веб-планета
<http://www.webplanet.ru>
- Галлео. Статьи о социальных сетях
<http://galileo.ru/articles>
- Глас Рунета
<http://www.voxru.net/online/stat/>
- Живая идея
<http://www.liveidea.ru/content/>
- Compete.com
<http://www.compete.com>
- Социальные сети
<http://socseti.com>
- Социальные сети от А до Я
<http://www.social-networking.ru/>

CLASSIFICATION PRINCIPLES FOR INTERNET SOCIAL NETWORKS ANALYSIS

Bobkova I. A.

Generalization of the last years tendencies of social networking development in global and Russian Internet was made. Classification principles for social networks applicable to Runet as well as to Internet in general were suggested.