

*К.А. Григорьева  
г. Екатеринбург*

## **СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ КАК СУБЪЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ МНЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ ГРУППЫ О СЕКСУАЛЬНЫХ МЕНЬШИНСТВАХ**

Проблема влияния средств массовых коммуникаций на формирование мнения остается в поле внимания исследователей на протяжении нескольких десятилетий. Одним из лидирующих каналов массовой коммуникации выступает Интернет, а в частности, социальные сети. По данным ФОМ, доля активной интернет-аудитории (пользователи, выходящие в сеть хотя бы раз в сутки) сейчас составляет 48% (56,3 млн человек) от населения старше 18 лет. Годовой прирост интернет-пользователей, выходящих в сеть хотя бы раз за месяц, составил 7%, а для суточной аудитории данный показатель равен 12% [1]. Доля россиян, зарегистрированных в соцсетях, сейчас составляет 82% от всех интернет-пользователей, об этом свидетельствуют данные опроса ВЦИОМ.

Социальные сети предстают эффективным инструментом человеческих коммуникаций и все чаще обращают внимание политиков и других заинтересованных лиц в качестве инструмента информационного управления и влияния на общественное сознание.

Социальные сети являются привлекательным средством массовой информации, который ежедневно расширяет количество своих пользователей. Это связано с тем, что у любого пользователя имеется возможность высказать свою точку зрения по любому информационному поводу, вступить в дискуссию, пообщаться с друзьями и родственниками, представить свои фото, видео, прокомментировать текстовые, видеозаписи, фотографии других пользователей. Социальные сети выступают инструментом повышения своей значимости и самооценки за счет того, что общение в он-лайн позволяет человеку представиться тем, кем бы он хотел выглядеть в глазах других.

Соцсети становятся своего рода зависимостью. Так, среди всех пользователей интернета 32 % опрошенных имеют доступ к интернету практически каждый час своего бодрствования, а ещё 24 % выходят в онлайн каждый час. 76% от всех пользователей заходят в сеть ради общения и за развлекательным контентом в социальных сетях [2]. Высокая частота посещения соцсетей повышает вероятность того, что информация, которая в них размещается, будет оказывать влияние на мнение пользователей.

Наше исследование мы посвятили анализу мнения целевой группы социальной сети (её пользователей) о сексуальных меньшинствах, сравнению

мнений целевой группы социальной сети и общественного мнения, а также выявлению влияния социальных сетей на формирование мнения о сексуальных меньшинствах.

В настоящее время активно обсуждаются вопросы допустимости гомосексуальных отношений, прав сексуальных меньшинств, публичных проявлений сексуальных меньшинств, закон о запрете пропаганды гомосексуализма активно обсуждаются не только публично (средствами массовой информации), но и в частных беседах.

Гомосексуализм представляет собой особую форму общественного поведения. Гомосексуальные отношения являются девиантными относительно главенствующих ценностей и институтов современного российского общества гетеросексуальной семьи и брака. Это связано, прежде всего, с тем, что семья выполняет важнейшие функции в современном обществе - продолжение человеческого рода, функцию социального контроля, социализации, формирования личности ребенка. Однако, следует отметить, что Россия страна с демократическим политическим режимом, а значит предоставляет права ее гражданам, которые признаются в той мере, пока они не приносят вреда другим членам общества. Таким образом, мы наблюдаем социальное противоречие.

Следует отметить тот факт, что в настоящее время создается все большее количество движений в защиту прав геев, лесбиянок, бисексуалов и транссексуалов. В обществе появляются две антагонистические силы: те, кто защищает и отстаивает права сексуальных меньшинств и те, кто выступает с предложением уголовной наказуемости за нетрадиционную сексуальную ориентацию, выражает крайне негативное отношение к представителям сексуальных меньшинств. Данные антагонистические движения активно разворачивают свою деятельность на просторах социальных сетей: создают публичные страницы, группы, выпускают видеоролики, распространяют фотографии и картинки, новости и частные мнения о поддержке сексуальных меньшинств либо выражающих негативное отношение.

Для того, чтобы выявить зависимость мнения пользователей социальной сети от информации, размещенной в социальных сетях, мы изучили контент социальной сети, а именно микроблоги, комментарии пользователей, а также «лайки» к комментариям и микроблогам, имеющие отношение к теме о сексуальных меньшинствах. А также провели опрос общественного мнения населения г. Екатеринбурга от 18 лет [3], который показал влияние контента социальных сетей на отношение общества в целом к сексуальным меньшинствам и,

в частности, отношение пользователей социальных сетей к сексуальным меньшинствам.

В ходе проведения массового опроса было выявлено, что отношение респондентов к гомосексуальности и гомосексуалистам в целом негативное, но неоднородное.

Оценка общественности сексуальных меньшинств выражается через относительную устойчивость основных сформулированных позиций: пресечение государством любых публичных проявлений (71%), негативное отношение к открытому заявлению о себе гомосексуалистами (55%), гомосексуализм определяется как болезнь или распущенность (65%), введение закона о запрете пропаганды гомосексуализма (запрет на гей-парады, митинги и акции в защиту прав секс-меньшинств, запрет на размещение информации о секс-меньшинствах, запрет на усыновление гомосексуалистами, на свободное проявление гомосексуальных чувств на публике, запрет на образовательные передачи, рассказывающие о природе гомосексуализма) (67%).

В нашем исследовании мы также изучали отношение пользователей к контенту о сексуальных меньшинствах в социальных сетях.

Более половины пользователей социальных сетей сталкивались с информацией о сексуальных меньшинствах, причем большая часть из них целенаправленно искала, занималась чтением и просмотром информации о сексуальных меньшинствах (56%).

Респонденты, которые являются пользователями социальной сети, доверяют размещенному контенту в социальных сетях о сексуальных меньшинствах (80%) и считают, что данной информации вполне достаточно (90%).

Как мы выяснили, большая часть информации о сексуальных меньшинства, к которой обращались респонденты, имела, по их мнению, положительную смысловую окраску (65%).

Следует отметить, что пользователи, которые целенаправленно читали или просматривали информацию о сексуальных меньшинствах в социальной сети относятся к сексуальным меньшинствам более положительно. Это выражается в отношении к равенству прав с другими гражданами (67%), поддержка запрета дискриминации по признаку сексуальной ориентации (87%), в отношении к открытому заявлению о себе гомосексуалистами (67% относятся положительно или нейтрально), в отношении к тому, если бы пользователям приходилось соседствовать с гомосексуалистами/лесбиянками (10% – положительно, 63% – нейтрально), а также если бы приходилось работать вместе с гомосексуалистами/лесбиянками (13% – положительно, 67% – нейтрально) и если

бы кто-то из близких друзей оказался гомосексуалистом или лесбиянкой (10% – положительно, 67% – нейтрально).

Целью нашего исследования было выявление взаимосвязи содержания мнения пользователей социальной сети и контента социальных сетей, а именно, являются ли социальные сети субъектом формирования мнения целевой группы о сексуальных меньшинствах. Данная цель достигалась посредством использования в проекте двух исследовательских методов: формализованного опроса жителей г. Екатеринбурга в возрасте от 18 лет и контент-анализа блогов, комментариев и "лайков" к ним в социальной сети "ВКонтакте".

Мы проанализировали смысловое содержание микроблогов и комментариев к ним в социальной сети "ВКонтакте" за ноябрь 2014 года.

Наиболее популярными блогами оказались те, чье содержание имело положительную смысловую окраску в отношении сексуальных меньшинств (65 %). Вторым по популярности является блок контента, посвященный защите прав сексуальных меньшинств (14%). Далее расположились микроблоги, имеющие негативную смысловую окраску (9%), микроблоги, содержащие положительное отношение к закону о запрете пропаганды гомосексуализма (8%) и микроблоги, содержащие отрицательное отношение к закону о запрете пропаганды гомосексуализма (4%). Данное распределение обусловлено тем, что в настоящее время в социальных сетях активно разворачивается деятельность ЛГБТ-представителей. Они создают публичные страницы, которые посвящены знакомству между ЛГБТ-представителями; художественной литературе и кино, в которых раскрываются однополые отношения; информации о секс-меньшинствах; историям из жизни представителей секс-меньшинств.

На сегодняшний день в социальной сети "ВКонтакте" зарегистрировано 1378 ЛГБТ-сообществ. Численность публичных страниц доходит до 40 тысяч участников.

Все возрастающее количество сообществ и их участников в социальных сетях является следствием возрастающего давления на представителей сексуальных меньшинств: подъем гомофобии (о чем свидетельствуют данные статистики за 2013-14 гг. – 47 % россиян считают, что гомосексуалисты не должны пользоваться в России теми же правами, что и другие граждане, 73% россиян высказали мнение, что государство должно пресекать любые публичные проявления гомосексуалистов, закон о пропаганде поддерживают 76% россиян [4]); создание закона, направленного против представителей ЛГБТ (федеральный закон № 44554-6 о запрете пропаганды гомосексуализма) [5].

Из-за нечеткой формулировки закона любые действия гомосексуалистов могут трактоваться как пропаганда ЛГБТ.

ЛГБТ-представители объединяются в сообщества, таким образом противостоят нападкам общественности, чувствуют защищенность, поддержку и сами участвуют в акциях, направленных на борьбу с дискриминацией сексуальных меньшинств.

Социальная сеть (виртуальное сообщество) в настоящее время является активным субъектом формирования мнения пользователей социальной сети. Прежде всего, это касается представителей молодежной группы, так как аудитория социальной сети "ВКонтакте" молодая: 88,7% составляют люди в возрасте до 35 лет (до 18 лет –27,5%, от 19 до 25 лет –38,1 %, от 26 до 35 лет - 23,1 %, от 36 до 50 лет –9 %, и старше 51 года –2,3%).

Социальные сети, благодаря многочисленным публичным страницам и группам, посвященных защите прав сексуальных меньшинств, выражающие поддержку сексуальным меньшинствам, положительное отношение к ним, укрепляют в сознании пользователей понимание того, что человек, не зависимо от своей сексуальной ориентации, имеет равные права с другими гражданами. Сила влияния социальной сети сильная, поскольку пользователи проводят за ней довольно большую часть времени и за это время подвергаются информационной атаке в виде новостей о сексуальных меньшинствах, блогов, видео, картинок, которые и формируют мнение пользователя.

### **Библиографический список:**

1. *Интернет* в России. Динамика проникновения. Зима 2013-2014 гг.//ФОМ [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://fom.ru/SMI-i-internet/11417>

2. *Connected Consumers Are Not Created Equal: A Global Perspective*// AT-Kearney [Электронный ресурс]: Режим доступа: [http://www.atkearney.com/consumer-products-retail/connectedconsumers/full-study/-/asset\\_publisher/Aj6WmQ8WDHBx/content/connected-consumers-are-not-created-equal-a-global-perspective/10192#sthash.8TidbwZQ.dpuf](http://www.atkearney.com/consumer-products-retail/connectedconsumers/full-study/-/asset_publisher/Aj6WmQ8WDHBx/content/connected-consumers-are-not-created-equal-a-global-perspective/10192#sthash.8TidbwZQ.dpuf)

4. *Общественное мнение о гомосексуалистах*//Левада-Центр [Электронный ресурс]: Режим доступа:<http://www.levada.ru/17-05-2013/obshchestvennoe-mnenie-o-gomoseksualistakh>

5. *Федеральный закон № 135-ФЗ от 30 июня 2013 г. «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причи-*

няющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей [Электронный ресурс]: Режим доступа: [http://www.teenbook.ru/UPLOAD/user/fz\\_29062013-135.docx](http://www.teenbook.ru/UPLOAD/user/fz_29062013-135.docx)

*А.А. Дорожка, В.А. Евдокимова  
г. Москва*

## **РОЛЬ САЙТОВ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ В РАЗВИТИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

Экологический туризм в мире является одной из наиболее привлекательных отраслей современной индустрии туризма. По оценкам ЮНВТО, с каждым годом поток экологических туристов увеличивается на 1,2 %. В России, к сожалению, экологическому туризму уделяется не такое большое внимание, что связано не только с общей сложной экономической ситуацией в стране, но и с низкой экологической грамотностью населения и неразвитостью инфраструктуры особо охраняемых территорий, призванных служить основными объектами посещения экологических туристов [3, с.46].

Термин «Экотуризм» на Западе был официально использован на одной из конференций мексиканским экологом Эктором Себальосом-Ласкурайном (*Hector Ceballos-Lascurain*) в первой половине 80-х годов XX в. Он отражал идею гармонии между рекреацией и экологией и приобрел большую популярность. Точного и общепринятого определения экотуризма в настоящее время не существует. Одним из вариантов этого определения является экотуризм как активная форма рекреации, основанная на рациональном использовании природных благ. Он предполагает отказ от культа комфорта, массовых коммуникаций, доступности и потребления все более многочисленных туристических благ (в отличие например от тур-реализма, который подразумевает погружение в природу и культуру с сохранением высокого уровня комфорта). А взамен прививает другую систему ценностей, которыми становятся созерцание природы, духовное обогащение от общения с ней, сопричастность к охране природного наследия и поддержке традиционной культуры местных сообществ [4].

В российской литературе по экотуризму допущен ряд фактических ошибок, которые касаются времени происхождения термина экотуризм. Считается, что определение термина «экотуризм» дал г-н Гектор Цебаллос-Ласкурейн в 1980г., хотя тогда еще и не существовало экотуризма как такового.

В России экотуризм начинает развиваться с разработки в начале 80-х гг.