

DOI: [10.14515/monitoring.2022.4.2140](https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.4.2140)



В. Б. Гольбрайх

ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ: ПОПЫТКА БИБЛИОМЕТРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Правильная ссылка на статью:

Гольбрайх В. Б. Исследования социальных сетей в России: попытка библиометрического анализа // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 4. С. 62—83. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.4.2140>.

For citation:

Golbraikh V. B. (2022) Social Media Studies in Russia: The Attempt of Bibliometric Analysis. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 62–83. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.4.2140>. (In Russ.)

ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ: ПОПЫТКА БИБЛИОМЕТРИ- ЧЕСКОГО АНАЛИЗА

*ГОЛЬБРАЙХ Владимир Беньямино-
вич — кандидат социологических наук,
научный сотрудник сектора социологии
власти и гражданского общества, Со-
циологический институт РАН, филиал
ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: vgolbraih@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-2380-2666>*

Аннотация. В связи с возрастающей ролью в России социальных сетей увеличивается и обращение отечественных авторов к этой проблематике. Настоящая работа посвящена анализу исследований в России социальных сетей в Интернете. Проблематика социальных сетей в интернете занимает все большее место в исследованиях отечественных авторов, что связано с постоянно увеличивающейся ролью социальных медиа в повседневной жизни россиян. Настоящая работа посвящена библиометрическому анализу исследований социальных сетей в интернете России. Статьи о социальных медиа, опубликованные в отечественных научных журналах, были изучены нами в контексте динамики обращения изданий к проблематике социальных сетей; типов исследований; тематики публикаций, посвященных социальным медиа в интернете; объектов анализа; использования определенных методов и принадлежности авторов к тем или иным научным дисциплинам. В статье показано, что, во-первых, несмотря на относительную новизну проблематики, количество публикаций, посвященных различным аспектам использования социальных медиа, постепенно увеличивается, а одной из основных

SOCIAL MEDIA STUDIES IN RUSSIA: THE ATTEMPT OF BIBLIOMETRIC ANALYSIS

*Vladimir B. GOLBRAIKH¹ — Cand. Sci.
(Soc.), Research Fellow at the Department
of Sociology of Power and Civilian Society
E-MAIL: vgolbraih@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-2380-2666>*

¹ The Sociological Institute of the RAS – Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Saint Petersburg, Russia

Abstract. Due to the growing role of social media in Russia, the appeal of this issue for domestic scholars is also increasing. This article focuses on the bibliometric analysis of social media research in Russia. The topic of social media is becoming increasingly important in the studies of Russian scholars because of the ever-increasing role of social media in the daily life of Russians. We analyse the articles on social media published in scientific journals of Russia in the context of their dynamics, types of research, topics, objects of analysis, the use of specific methods and the belonging of authors to certain scientific disciplines. The article shows that, firstly, despite the relative novelty of the topic, the number of publications devoted to various aspects of the use of social media is gradually increasing, and one of the main topics studied by Russian scholars is the use of social media in political protests and conflicts, their role in the activities of social movements and the problematization of political and civic participation. Secondly, almost all social media in Russia became the object of analysis by domestic researchers, and content analysis was the primary method. Finally, thirdly, scholars dealing with the issue of social media

тем, изучаемых российскими авторами, выступает использование социальных сетей в ходе политических протестов и конфликтов, их роль в деятельности общественных движений и проблематизации политического и гражданского участия. Во-вторых, что практически все социальные сети, используемые в России, становились объектом анализа отечественных исследователей, а основным методом выступал анализ текста. Наконец, в-третьих, что ученые, занимающиеся проблематикой социальных сетей в интернете, относятся к различным социально-гуманитарным дисциплинам.

belong to various social and humanitarian disciplines.

Ключевые слова: социальные сети, социальные медиа, интернет, обзор российских исследований, библиометрический анализ, социально-гуманитарные дисциплины

Keywords: social networks, social media, internet, Russian studies review, bibliometric analysis, social and humanitarian disciplines

Постановка проблемы

Социальные сети в интернете — явление, существенно влияющее на социально-политические процессы. Миллионы людей в разных странах ежедневно используют социальные медиа для многочисленных целей — от развлечений и знакомств до просвещения и политического участия. П. О’Брайен пишет, что «социальные сети — это первое, что люди проверяют, когда они просыпаются утром, и последнее, что они проверяют перед тем, как пойти спать» [O’Brien, 2014: 20]. Исследователи отмечают, что «использование социальных медиа и их политика все больше и больше внедряются в нашу повседневную жизнь, работу и отношения» [Burgess, Marwick, Poell, 2017: 1]. Социальные сети уже повлияли на межличностную коммуникацию и построение повестки дня, традиционные СМИ, рекламный рынок, здравоохранение, а также политические процессы (использование социальных медиа общественными движениями в ходе социально-политических протестов, выборов и т. п.).

Поэтому закономерно, что социальные сети стали объектом внимания ученых — ежегодно по данной проблематике публикуются тысячи статей. За рубежом выпускается несколько специализированных журналов, например, «*New Media & Society*» и «*SocialMedia + Society*», выходят справочники, посвященные социальным медиа (см., например, [Burgess, Marwick, Poell, 2017; Hunsinger, Senft, 2015]), а также методам исследования социальных сетей (см. [Sloan, Quan-Haase, 2017]). С конца 1990-х годов социальные медиа стали «признанной областью изучения»

в таких сферах как интернет-исследования, медиаисследования и исследования коммуникации [Burgess et al., 2017: 1]. Кроме того, социальные сети становятся объектом интереса ученых в таких областях как политика, здравоохранение и медицина, образование [там же: 2].

Растет и количество обзоров литературы, проведенных «для изучения различных аспектов исследований социальных сетей» [Snelson, 2016: 1]. Например, В. Ван Ош и К. Курсари рассмотрели более 600 статей, посвященных анализу социальных медиа и напечатанных в научных журналах и сборниках конференций за период 2004—2011 гг. [Van Osch, Coursaris, 2014]. Авторы отмечают, что несмотря на то, что исследования социальных сетей появились недавно, «очевиден резкий рост научных публикаций», посвященных этой проблематике [там же: 300]. При этом в большинстве работ, посвященных социальным медиа, единицей анализа выступает человек, хотя «по своей природе социальные сети представляют собой интерактивные форумы и технологии для общения и построения отношений, тем самым поддерживая процессы, происходящие на надывдивидуальном уровне» [там же: 301]. Существующие обзорные статьи анализируют методы, применяемые при исследовании социальных медиа [Snelson, 2016]; распространение новостей в социальных сетях [Kümpel, Karnowski, Keyling, 2015]; использование последних в области здравоохранения [Hamm et al., 2013]; а также специфику конкретных социальных сетей — Facebook*¹ [Wilson, Gosling, Graham, 2012; Rains, Brunner, 2014], Twitter [Zimmer, Proferes, 2014], YouTube [Snelson, 2011].

Отечественные исследователи также отмечают возрастающую роль социальных сетей в России. По данным «Левада-центра»**², доля тех, для кого социальные медиа выступают источником новостей о стране и мире, увеличилась с 22 % в марте 2016 г. до 42 % в январе 2021 г. Статистические данные свидетельствуют о существовании трех наиболее популярных социальных сетей в России на начало 2021 г.: «ВКонтакте» (ее посещали 43 % опрошенных), YouTube (35 %) и Instagram* (31 %)³.

В течение последних лет вышло несколько обзоров, посвященных российским исследованиям социальных сетей. Так, П. Ермолаева и соавторы отмечают, что «огромное число работ в области цифрового гражданского участия связано с исследованиями онлайн-форм политического участия, с выборами в Государственную думу в 2011 г., пожарами в Центральной России, наводнением в Крымске в 2012 г.» [Ермолаева, Ермолаева, Башева 2020: 378]. Российские и зарубежные исследования, рассматривающие проблемы влияния социальных сетей на политическую мобилизацию, сравнивают З. Кныжова и И. Суслов [2019]. Существует анализ исследований социальных сетей в контексте цифровизации СМИ [Макеевко, 2018; Яковлева, 2018], а также роли социальных медиа в сфере образования [Ефимов и др., 2017].

¹ Здесь и далее * означает, что деятельность социальной сети запрещена на территории РФ.

² Здесь и далее ** означает российское юридическое лицо, признанное выполняющим функции «иностранного агента».

³ Социальные сети в России // Левада-центр. 2021. 23 февраля. URL: <https://www.levada.ru/2021/02/23/sotsialnye-seti-v-rossii> (дата обращения: 05.10.2021) (данный материал создан и распространен российским юридическим лицом, признанным выполняющим функции «иностранного агента».

В связи с тем, что социальные сети играют в России все более заметную роль, мы решили провести библиометрический анализ отечественных исследований социальных медиа. В рамках нашей работы мы предполагали выявить, в какой степени относительно новая проблематика изучения социальных сетей в интернете присутствует в работах российских авторов и становится одной из устоявшихся тем российской науки. С этой целью мы анализируем динамику обращений ученых к данной проблематике на протяжении последних лет; выявляем, какие аспекты использования социальных сетей в интернете их интересовали; каковы были объекты их исследований и какие методы применялись. Наконец, мы выделяем дисциплинарные области, в рамках которых изучались социальные сети.

В нашем исследовании мы опираемся на следующее понимание социальных медиа, распространяя его и на понятие социальных сетей в интернете:

1) Социальные медиа — это деинституционализированные онлайн-платформы. Их контент не создается и не распространяется медиакомпаниями и организациями, а основывается на децентрализованных структурах обмена в интернете;

2) Социальные сети зависят от контента, создаваемого пользователями, поэтому обычные люди (непрофессионалы в области медиа) несут ответственность за его создание и распространение;

3) Социальные сети динамичны — они способствуют двустороннему взаимодействию с аудиторией [Stoycheff et al., 2017: 3].

Хотя ряд авторов пишут о разных типах «новых медиа» — социальные сети, микроблоги, социальные медиа, — мы объединяем их все под одной категорией «социальные сети» в интернете.

В работе мы применяем метод библиометрического анализа, все чаще используемый в последние годы для изучения «тенденций академических исследований» [Qinet al., 2020: 1133]. По мнению Р. Болла, «основным параметром анализа результатов библиометрии является объем академических результатов человека, учреждения, страны или другой группы» [Ball, 2017:19], а И. В. Маршакова-Шайкевич указывает на возможность двух подходов применения библиометрического анализа: 1) простая библиометрия — «когда прослеживается динамика отдельных изучаемых объектов (публикаций, авторов, ключевых слов в публикациях, их распределение по странам, рубрикам научных журналов и пр.)»; 2) структурная библиометрия — «когда выявляются связи между объектами, их корреляция и классификация» [Маршакова-Шайкевич, 2013: 212]. Используя методы простой библиометрии, мы предполагаем осуществить поставленные в исследовании задачи — проанализировать динамику публикаций по изучаемой проблематике, объекты и методы исследований, а также их авторов.

Метод и данные

В рамках исследования мы проанализировали статьи, посвященные социальным сетям и опубликованные в период с 2010 по 2020 г. в 36 российских научных журналах, издаваемых институтами РАН, вузами и социологическими центрами.

Для поиска журналов использовалась база данных информационно-аналитического портала eLIBRARY.RU, где было отобрано 28 изданий, входящих в ядро РИНЦ (в области социологии, политических наук, исследований массовой

коммуникации, антропологии). Помимо этого, мы выбрали еще восемь журналов, не входящих в ядро РИНЦ, по следующим основаниям:

1) В этих журналах регулярно публикуются статьи по проблематике изучения социальных сетей («Медиаскоп», «МедиаАльманах», «Политическая лингвистика», «Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии», «Цифровая социология»);

2) Журналы связаны с ведущим социологическим академическим институтом России — ФСНИЦ РАН («Власть» и «Телескоп»);

3) Один из вузовских журналов, относящихся к социально-гуманитарным дисциплинам, отобранный случайным образом (журнал Белгородского университета «Научный результат. Социология. Управление»).

В качестве критерия для отбора статей использовались термины «социальные сети» и «блогосфера» — они должны были быть либо частью названия статьи, либо автор указывал их в аннотации, либо среди ключевых слов. Одной из проблем оказалось то, что в ряде случаев ни в названии, ни в ключевых словах, ни в аннотации авторы не использовали упомянутые выше термины. При этом по названию статьи (например, название одной из социальных сетей в интернете; использование понятий «социальные медиа», «новые медиа», «сетевые сообщества», «виртуализация», «интернет-исследования», «цифровые технологии», «медиапотребление», «цифровой» молодежи и т. п.) можно было предполагать, что она посвящена исследованию социальных сетей в интернете. В таком случае статья просматривалась целиком и, если это предположение подтверждалось, она отбиралась для дальнейшего анализа. В случае, если в статье социальные сети лишь упоминались, или им уделялось незначительное место, было решено не включать ее в наше исследование. Поиск публикаций мы осуществляли на сайтах отобранных журналов, в ряде случаев — на страницах изданий в eLIBRARY.RU. Сбор данных был проведен в марте 2021 г. Категории контент-анализа представлены в Приложении.

Результаты

Среди 36 журналов, проанализированных за период 2010—2020 гг., 19 издавались вузами (например, «МедиаАльманах» и «Социологическое обозрение»); 9 — академическими институтами (например, «Политическая наука» и «Социологические исследования»); по 3 — одновременно вузами и академическими институтами (например, «Политические исследования») или социологическими центрами (например, «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены»). Два журнала издавались иными организациями (например, «Телескоп»). Всего нами было отобрано 345 статей (см. табл. 1).

Как видно из таблицы 1, чаще всего работы, посвященные социальным сетям, публиковались в журналах «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены», «МедиаАльманах», «Медиаскоп» и «Вестник МГУ. Журналистика». Три последних журнала издаются факультетом журналистики МГУ. При этом в 15 журналах за 11 лет было опубликовано менее пяти статей, в которых исследовались социальные медиа. На основе рубрикаций ГРНТИ⁴ мы определили области науки, к которым относятся анализируемые журналы (см. рис. 1).

⁴ Данные на 01.09.2021.

Таблица 1. **Статьи, посвященные социальным сетям, за 2010—2020 гг.**

№	Название журнала	Количество статей
1	Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены	53
2	МедиаАльманах	34
3	Медиаскоп	32
4	Вестник МГУ. Журналистика	29
5	Политическая лингвистика	21
6	Социологические исследования. СОЦИС	18
7	Политическая экспертиза. ПОЛИТЭКС	15
8	Журнал социологии и социальной антропологии	12
9	Вестник Пермского университета. Политология	11
10	Власть	9
11	Вестник Российского университета дружбы народов. Социология	9
12	Вестник СПбГУ. Социология	9
13	Вестник Томского университета. Социология. Политология	9
14	Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии	8
15	Социология, методология, методы, математическое моделирование. Социология 4 М	7
16	Цифровая социология	7
17	Вестник МГУ. Политические науки	6
18	Вестник Российского университета дружбы народов. Политология	6
19	Журнал исследований социальной политики	6
20	Политические исследования. Полис	5
21	Социологический журнал	5
22	Политическая наука	4
23	Социология власти	4
24	Телескоп	4
25	Вестник Института социологии	3
26	Мир России	3
27	Вестник СПбГУ. Философия и конфликтология	2
28	Вестник Томского университета	2
29	Laboratorium	2
30	Общественные науки и современность	2
31	Социологическое обозрение	2
32	Этнографическое обозрение	2
33	Антропологический форум	1
34	Научный результат. Социология и управление	1
35	Полития	1
36	Социологическая наука и социальная практика	1
Всего		345



Как правило, журнал относится сразу к нескольким рубрикам. Хотя доля изданий, принадлежащих категории «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ», составляла всего 8 %, доля статей в них, посвященных социальным сетям, составила 28 %.

В рамках исследования мы также рассматривали динамику выхода статей интересующей нас проблематики (см. рис. 2).



Исходя из данных, представленных на рисунке 2, видно, что количество статей, посвященных проблематике социальных медиа, постепенно увеличивается. Впервые очевидный рост произошел в 2012 г. Можно предположить, что это связано с массовыми протестами 2011—2012 гг. в России.

На основе анализа содержания статей мы выделили несколько тематических областей, в рамках которых, как правило, изучаются социальные сети (см. табл. 2).

Таблица 2. *Распределение статей в зависимости от темы исследования, n = 345*

Темы исследований	%
Протест; конфликт; общественные движения в социальных сетях; политическое, гражданское участие в социальных сетях	20
Коммуникация в социальных сетях	14
Общие проблемы развития социальных сетей	10
Социально-политические проблемы в социальных сетях	8
Потребление социальных сетей	8
Традиционные СМИ в социальных сетях	6
Выборы, политические партии и социальные сети	6
Власть и социальные сети	6
Использование социальных сетей социальными группами	3
Проблемы идентичности и социальные сети	3
Реклама и социальные сети	2
Наука и образование и социальные сети	2
Историческая память и социальные сети	1
Локальная политика и социальные сети	1
Анализ отдельных социальных сетей	1
Культура и социальные сети	1
Социализация и социальные сети	1
Медицина и социальные сети	1
Другое	6

Более трети всех анализируемых статей оказалось посвящено двум темам: 1) протест; конфликт; общественные движения в социальных сетях; политическое, гражданское участие в социальных сетях и 2) коммуникация в социальных сетях.

В большинстве публикаций, образующих первую тематическую группу, исследователи рассматривали использование социальных сетей в ходе протестов 2011—2012 гг. в России (см., например, [Радченко, Писаревская, Ксенофонтова, 2012; Олейник, 2012; Рогович, 2015; Ушкин, 2014]). Помимо этого, встречались статьи, посвященные экологическим протестам [Цепилова, Гольбрайх, 2020], конфликту вокруг Исаакиевского собора в Санкт-Петербурге [Сибирев, Головин, Клебанов, 2018], антикоррупционным протестам 2017 г. [Гончаров, Нечай, 2018].

В вторую тематическую группу вошли статьи, посвященные особенностям коммуникации в социальных сетях [Гвоздикив, 2014; Опанасенко, 2015; Замков 2019], в частности, специфике используемого в них языка и дискурса [Кудрина, 2019; Ушкин, 2012; Карасик, 2018].

В ходе работы нами были выделены статьи, содержащие эмпирическое исследование, в которых авторы проводили анализ цифрового участия пользователей, текстов, размещенных в социальных сетях и т.д. Мы не включали в эту группу публикации, рассматривающие потребление социальных медиа населением.

В результате 55 % статей оказались основаны на эмпирическом исследовании. Мы также предполагали выявить, какие именно социальные сети выступали объектом анализа (см. табл. 3).

Таблица 3. Распределение статей в зависимости от социальных медиа, являющихся объектом анализа (n = 191)

Социальная сеть	%
ВКонтакте	57
Facebook*	35
Twitter	24
LiveJournal	21
Instagram*	15
YouTube	13
Одноклассники	12
Telegram	7
WhatsApp	2
Мой мир	1
Другие	8
Неизвестно	8

Результаты показали, что социальные сети «ВКонтакте», Facebook* и Twitter чаще других выступают объектами исследования отечественных авторов. YouTube, несмотря на популярность, анализировали только в 13 % статей, а привлекающее все меньшее внимание пользователей медиа LiveJournal — в 21 % отобранных публикаций. В категорию «другие» вошли такие социальные медиа как Foursquare, Гайдпарк⁵, WhatsApp⁶, Tinder⁷, LinkedIn, LiveInternet. В ряде публикаций авторы вообще не указали, какое именно медиа являлось объектом их эмпирического исследования. В таких статьях исследователи говорили, что был проведен анализ «социальных медиа», «блогов», «наиболее популярного социального медиа» и т. п. В некоторых работах, перечислив конкретные социальные сети («ВКонтакте», Facebook* и т. д.), являвшиеся объектом анализа, исследователи добавляли — «и иные (другие)» социальные сети.

Большинство статей (64 %) было посвящено анализу какого-либо одного социального медиа. В 14 % публикаций рассматривалось пять и более социальных сетей. В качестве примера можно привести работу А. В. Колесниченко и М. И. Давлетшиной, исследовавших освещение выборов в Московскую город-

⁵ «Гайдпарк представляет собой блог-платформу, где по различным вопросам представлен широкий спектр мнений граждан — от ультраконсервативных до крайне оппозиционных» (Константинова В. С. Блог президента как инструмент коммуникации власти и граждан // *Власть*. 2010. № 10. С. 29.).

⁶ WhatsApp отнесен к социальным сетям в статье Капустина Е. Интернет-коммуникация и транслокальная миграция: случай Дагестана // *Laboratorium: журнал социальных исследований*. 2020. Т. 12 № 3. С. 33.

⁷ Tinder назван «одной из самой быстрорастущих социальных сетей онлайн-знакомств в мире» в статье: Зырянов Б. С. Позиционирование пользователя социальной сети онлайн-знакомств (на примере Tinder) // *МедиаМанах*. 2018. № 4. С. 42.

скую думу в 2019 г. Авторы изучили тексты, размещенные в 40 аккаунтах в восьми социальных медиа — «ВКонтакте»; Facebook*; «Одноклассники»; Telegram; Instagram*; Twitter; LiveJournal и YouTube [Колесниченко, Давлетшина, 2020].

В статьях, основанных на эмпирических данных, авторы с разной степенью подробности (в отдельных случаях ограничиваясь одним-двумя предложениями) излагали методику исследования. Можно выделить следующие используемые ими методы анализа социальных сетей: 1) анализ текстов; 2) анализ цифрового участия; 3) опрос и интервью пользователей; 4) анализ профилей пользователей (социально-демографические данные, интересы пользователей и т. п.); 5) наблюдение (см. табл. 4).

Таблица 4. **Распределение статей, в зависимости от использованного в них метода (n = 191)**

Метод анализа	%
Анализ текста	69
Анализ цифрового участия	33
Опрос, интервью пользователей	13
Анализ профилей пользователей	8
Включенное наблюдение, наблюдение	2
Другое	2

Исследование показало, что российские ученые использовали в своих работах преимущественно методы анализа текста — в абсолютном большинстве случаев контент-анализ, в некоторых статьях — дискурс-анализ. С помощью анализа текста исследовались тематика и модальность постов; типы контента, акторов и их действий; приписывание актору ответственности или ее отрицание и т. д. В контексте анализа цифрового участия пользователей рассматривались подписка на виртуальные сообщества; репосты, лайки и комментарии к постам; сетевой анализ; коммуникативные связи пользователей; структура коммуникативного участия; сила социальных связей в виртуальных сообществах. Более чем в четверти статей авторы применяли несколько методов, анализируя, например, тексты постов и цифровое участие пользователей.

Почти в трети работ исследователи указали, что использовали при проведении исследований специальные сайты (например, *Vk.barkov.net*) или программное обеспечение «Система Ниппель»⁸), *FanpageKarma*, *MAXQDA*, *ATLAS.ti* и др.).

Далее, мы ставили задачу выявить принадлежность авторов, изучавших социальные сети, к тем или иным научным дисциплинам. Для этого, во-первых, было проанализировано, по каким специальностям им были присвоены научные степени, а во-вторых, в каких научных областях они работали в период написания соответствующих работ. Из анализа были исключены зарубежные исследователи, а также студенты. В итоге авторами 345 статей оказались 351 человек. 229 (65%)

⁸ Использование данных сервиса «Система Ниппель» описано в работе: Дьяченко О. В. Методика исследования сообществ российских СМИ в социальной сети «ВКонтакте» // Медиаальманах. 2013. № 4. С. 16—23.

из них имели ученые степени или, будучи аспирантами, получили ученые степени в ближайшее время после публикации статьи (см. табл. 5).

Таблица 5. Распределение авторов статей в зависимости от дисциплины, по которой были получены научные степени (n = 229)

Кандидат/доктор	%
Социологических наук	27
Филологических наук	24
Политических наук	21
Философских наук	9
Психологических наук	4
Экономических наук	3
Исторических наук	3
Педагогических наук	2
Других наук	7

Как мы видим, основная часть авторов имела степень по одной из трех научных дисциплин — социологические, филологические или политические науки. Предметные области, в которых работали авторы анализируемых статей в период их написания, отражены в табл. 6.

Таблица 6. Распределение авторов в зависимости от их принадлежности к определенной предметной области (n = 351)

Предметные области науки	%
Исследования СМИ, интернета, коммуникаций, информационных технологий, PR	38
Социология	24
Политология	17
Фольклор, антропология, этнография	4
Филология	4
Психология	3
Культурология	2
Философия	2
Право	1
Социальные науки в целом	1
Педагогика	1
Экономика	1
Другое	9
Неизвестно	3

Было выявлено, что существенная доля авторов работ, изучавших социальные сети, связана с предметными областями коммуникаций, информационных технологий и PR. В качестве примеров можно привести кафедру социальной коммуникации Томского политехнического университета; лабораторию математиче-

ского моделирования социальных процессов Института гуманитарных технологий в сфере социального компьютеринга МГГУ им. М. А. Шолохова; кафедру новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова; кафедру риторики и межкультурной коммуникации Уральского государственного педагогического университета; Центр изучения интернета и общества при Российской Экономической Школе и др. Необходимо отметить, что ряд кафедр относилось одновременно к нескольким научным дисциплинам (например, кафедра истории, политологии и социологии Саратовской государственной юридической академии или кафедра философии и политологии Академии труда и социальных отношений).

Абсолютное большинство исследователей (87 %) было аффилировано с тем или иным вузом (НИУ «Высшая школа экономики»; Бурятский государственный университет; Тюменский государственный университет; Санкт-Петербургский государственный университет и др.). Лишь 9 % ученых были сотрудниками академических институтов (Институт социологии ФНИСЦ РАН; Санкт-Петербургский филиал Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН; Институт психологии РАН и др.). При этом 3 % авторов относилось к различным социологическим центрам («Левада-центр»**, ЦИРКОН, «Центр независимых социологических исследований»**, ВЦИОМ, «Лаборатория Крыштановской», Фонд ИНДЕМ).

Полученные результаты подтверждают тезис, что «исследования интернета — междисциплинарное и мультидисциплинарное поле фундаментальных и прикладных исследований, объединяющее различные научные дисциплины» [Рыков, Нагорный, 2017], такие как социология, политология, антропология, экономика, культурология, лингвистика, право и др. Впрочем, как можно полагать, этим исследования социальных медиа не отличаются от исследований традиционных СМИ.

В рамках работы на основе данных, представленных в eLIBRARY, мы выявили наиболее цитируемые статьи, посвященные исследованию социальных медиа (см. табл. 7).

Таблица 7. Наиболее цитируемые статьи, посвященные социальным медиа за 2010—2020 гг.

Автор	Статья	Журнал	Год	Число ссылок
А.С. Дужникова	Социальные сети: современные тенденции и типы пользования	Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены	2010	62
Е.В. Морозова, И. В. Мирошниченко	Сетевые сообщества в условиях чрезвычайных ситуаций: новые возможности для граждан и для власти	Политические исследования. Полис	2011	61
Л.В. Сморгунов	Сетевые политические партии	Политические исследования. Полис	2014	54
О.Н. Морозова	Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы	Политическая лингвистика	2011	48
С.В. Доука	Практики использования онлайн-социальных сетей	Социологические исследования. СОЦИС	2014	41

Автор	Статья	Журнал	Год	Число ссылок
Ю.А. Антонова	Коммуникативные стратегии в текстах, репрезентирующих идеологию childfree: на грани экстремизма	Политическая лингвистика	2013	36
И.А. Быков	Интернет-технологии в избирательной кампании Барака Обамы	Вестник Пермского университета. Политология	2010	35
И.В. Ксенофонтова	Роль интернета в развитии протестного движения	Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены	2012	33
О.А. Гуркина, Д. В. Мальцева	Мотивы использования виртуальных социальных сетей подростками	Социологические исследования. СОЦИС	2015	33
Е.В. Реутов, Т.В. Тришина	Интернет-практики и информационные предпочтения населения	Социологические исследования. СОЦИС	2015	33

Среди представленных в таблице семи работ, пять посвящены использованию социальных медиа в ходе того или иного типа политического участия, три исследования посвящены проблеме потребления социальных сетей, в одной публикации рассматриваются общие проблемы развития последних. Качество — лишь один из факторов, влияющих на частоту обращения ученых к тому или иному опубликованному исследованию. Среди других причин можно назвать популярность журнала, а также научной проблематики среди исследователей.

Заключение

Настоящая статья посвящена библиометрическому анализу научных работ, изучающих социальные сети в России. Прежде чем перейти к выводам, необходимо сказать о некоторых ограничениях, связанных с проведением исследования и касающихся сбора данных. Отбор журналов и статей проводился нами вручную, без использования специальных программ — часть работ, посвященных социальным сетям в интернете, могла не попасть в базу данных для дальнейшего анализа. Другое ограничение связано с тем, что в нашем исследовании мы использовали простой, а не структурный библиометрический анализ.

Полученные нами результаты свидетельствуют о постепенном увеличении количества работ, посвященных различным аспектам использования социальных сетей в интернете. Можно констатировать, что за последнее десятилетие исследования социальных медиа стали одной из устоявшихся тем для российских авторов, а одной из основных проблем, привлекающих внимание отечественных исследователей, оказалось задействование социальных сетей в ходе протестов или конфликтов, их использование общественными движениями, а также различные аспекты политического и гражданского участия в социальных сетях в интернете.

Практически все социальные медиа, присутствующие в России, становились объектом анализа отечественных исследователей, однако в большей мере авторы

обращались к трем социальным сетям — «ВКонтакте», Facebook* и Twitter. Помимо того, что «ВКонтакте» является самой популярной социальной сетью в нашей стране, частое обращение к анализу этого социального медиа можно объяснить существующими сборами данных, облегчающими работу ученых.

Наше исследование показало, что для отечественных авторов методы анализа текста стали основными методами при исследовании социальных сетей. При этом в большинстве случаев использовался метод контент-анализа.

Если сравнивать российские исследования социальных сетей с работами зарубежных авторов, то можно выделить несколько особенностей, касающихся динамики и тематики публикаций, применяемых методов анализа и научных дисциплин, в рамках которых проводились исследования. Как за рубежом, так и в России наблюдается рост числа статей, посвященных социальным медиа. В отношении тематики исследований можно отметить, что в нашей стране публикуется существенно меньше работ, изучающих роль социальных сетей в обсуждении медицинских проблем, чем за рубежом. Это же можно сказать и о статьях, анализирующих роль социальных сетей в образовании. Возможно, это обусловлено нашей выборкой журналов. Дело в том, что за рубежом статьи, исследующие социальные сети в контексте проблем медицины и образования, публикуются преимущественно в профессиональных журналах (медицинских и педагогических). В выборку для нашего исследования не были включены ни медицинские, ни педагогические журналы.

При сравнении использования различных методов анализа социальных сетей не было замечено существенных различий между российскими и зарубежными исследованиями. И в тех, и в других случаях использовались как количественные (например, количественный контент-анализ), так качественные методы (например, интервью). Однако можно отметить, что в статьях отечественных авторов, в отличие от их зарубежных коллег, не встречалось использование метода фокус-групп. Если сравнивать предметные области, то что в нашем случае существенно меньше число исследований, проводившихся в рамках дисциплины «компьютерные науки» (*computer science*).

В целом мы видим, что характер отечественных исследований социальных сетей в интернете не отличается от мирового опыта. В связи с увеличивающейся ролью социальных сетей в России можно предполагать рост числа статей, посвященным им, и расширение тематики исследований и разнообразия методов анализа социальных медиа.

Список литературы (References)

- Гвоздиков Д. С. Под влиянием сети: антропологический подход к анализу формирования online-связей // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Социология. 2014. № 2. С. 152—158.
- Gvozdikov D. S. (2014) Under Network Influence: Anthropological Approach to Analysis of Online Ties Formation. *Bulletin of St. Petersburg University. Series 12. Psychology, Sociology, Pedagogy*. No. 2. P. 152—158. (In Russ.)

Гончаров Д. В., Нечай В. В. Антикоррупционные протесты 2017: отражение в Твиттере // *Полития*. 2018. № 1. С. 65—81. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2018-88-1-65-81>.

Goncharov D. V., Nechay V. V. (2018) Anti-Corruption Protests 2017: Reflection in Twitter. *Politeia*. No. 1. P. 65—81. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2018-88-1-65-81>. (In Russ.)

Ермолаева П., Ермолаева Ю., Башева О. Цифровой экологический активизм как новая форма экологического участия населения // *Социологическое обозрение*. 2020. Т. 19. № 3. С. 376—408. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2020-3-376-408>.
Ermolaeva P., Ermolaeva Y., Basheva O. (2020) Digital Environmental Activism as the New Form of Environmental Participation. *Russian Sociological Review*. Vol. 19. No. 3. P. 376—408. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2020-3-376-408>. (In Russ.)

Ефимов Е. Г., Ануфриева Е. В., Небыков И. А., Дулина Н. В. Научное сообщество об использовании социальных интернет-сетей в образовании (контент-анализ РИНЦ) // *Актуальные вопросы профессионального образования*. 2017. № 1. С. 35—38.

Efimov E., Anufrieva E., Nebykov I., Dulina N. (2017) Scientific Community about Use of Social Internet Networks in Formation (Content Analysis ELIBRARY). *Aktual'nye Voprosy Professional'nogo Obrazovaniya*. No. 1. P. 35—38. (In Russ.)

Замков А. В. Эффект эхо-камеры как проявление принципа самоподобия в социальных сетях // *Медиаскоп*. 2019. № 2. <https://doi.org/10.30547/mediascope.2.2019.7>.
Zamkov A. V. (2019) The Echo Chamber Effect as a Manifestation of the Principle of Self-Similarity on Social Networks. *Mediascope*. No. 2. <https://doi.org/10.30547/mediascope.2.2019.7>. (In Russ.)

Карасик В. И. Репортативы в сетевом дискурсе // *Политическая лингвистика*. 2018. № 6. С. 20—27. URL: <https://politlingvistika.ru/archive/186504/6/reportativy-v-setevom-diskurse> (дата обращения: 11.08.2022).

Karasik V. I. (2018) Reportatives in Network Discourse. *Political Linguistics*. No. 6. P. 20—27. URL: <https://politlingvistika.ru/archive/186504/6/reportativy-v-setevom-diskurse> (accessed: 11.08.2022). (In Russ.)

Кныжова З. З., Суслов И. В. Потенциал и перспективы политической мобилизации в интернет-пространстве: обзор эмпирических исследований в мировом и российском контексте // *Власть*. 2019. Т. 27. № 5. С. 59—66. <https://doi.org/10.31171/vlast.v27i5.6720>.

Knyzhova Z. Z., Suslov I. V. (2019) The Potential and Prospects of Political Mobilization in the Internet Space: A Review of Empirical Research in the Global and Russian Context. *Vlast' (The Authority)*. Vol. 27. No. 5. P. 59—66. <https://doi.org/10.31171/vlast.v27i5.6720>. (In Russ.)

Колесниченко А. В., Давлетшина М. И. Освещение выборов в Московскую городскую думу-2019 в социальных медиа // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2020. № 4. С. 3—27. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2020.327>.

Kolesnichenko A. V., Davletshina M. I. (2020) Coverage of the 2019 Moscow City Duma Election in Social Media. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. No. 4. P. 3—27. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.4.2020.327>. (In Russ.)

Кудрина Л. В. Речевые особенности комментария в новостных текстах интернет-изданий // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 6. С. 176—194. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2019.176194>.

Kudrina L. V. (2019) Speech Characteristics of the Comment in the Internet Media News Texts. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. No. 6. P. 176—194. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2019.176194>. (In Russ.)

Макеенко М. И. Направления трансформации теоретических подходов в российских исследованиях влияния цифровизации на медиа // Медиаскоп. 2018. № 3. <https://doi.org/10.30547/mediascope.3.2018.1>.

Makeenko M. I. (2018) Transformations of Theoretical Approaches to the Impact of Digitalization on Media in Modern Russian Media Research. *Mediaskop*. No. 3. <https://doi.org/10.30547/mediascope.3.2018.1>. (In Russ.)

Маршакова-Шайкевич И. В. Роль библиометрии в оценке исследовательской активности науки // Управление большими системами. 2013. № 44. С. 210—247. Marshakova-Shaikevich I. V. (2013) Bibliometrics — What and How We Can Evaluate in Science. *Large-Scale Systems Control*. No. 44. P. 210—247. (In Russ.)

Олейник А. Кто эти мужчины и женщины на фотографии? Контент-анализ фотографий массовых протестов // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2012. № 2. С. 87—102.

Oleinik A. (2012) Who are These (Wo)Men in the Picture? On Content Analysis of Images of Mass Protests. *The Russian Public Opinion Herald: Data. Analysis. Discussions*. No. 2. P. 87—102. (In Russ.)

Опанасенко Н. В. Измерения коммуникативных связей современных политических коммуникаций в пространстве сети Интернет // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2015. № 3. С. 82—85. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2015-3-82-85>.

Opanasenko N. V. (2015) Measurements of Communication Links of Modern Political Communication in Internet. *RUDN Journal of Political Science*. No. 3. P. 82—85. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2015-3-82-85>. (In Russ.)

Радченко Д., Писаревская Д., Ксенофонтова И. Логика виртуального протеста: неделя после выборов — 2011 // Антропологический форум. 2012. № 16. Online. С. 108—126. URL: <https://anthropologie.kunstkamera.ru/07/16online> (дата обращения: 11.08.2022).

Radchenko D., Pisarevskaya D., Ksenofontova I. (2012) The Logic of Virtual Protest: The Week After the 2011 Elections. *Anthropologicheskii Forum*. No. 16. Online. URL: <https://anthropologie.kunstkamera.ru/07/16online> (accessed: 11.08.2022). P. 108—126. (In Russ.)

Рогович Т. В. «Антиязык» как социальная форма языка на примере российского протестного дискурса 2011—2012 годов // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2015. № 4. С. 199—208.

Rogovich T. V. (2015) Anti-Language as a Social Form of Language on the Example of Russian Protest Discourse (2011—2012). *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. No. 4. P. 199—208. (In Russ.)

Рыков Ю., Нагорный О. Область интернет-исследований в социальных науках // Социологическое обозрение. 2017. Т. 16. № 3. С. 366—394. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2017-3-366-394>.

Rykov Y., Nagornyy O. (2017) Internet Studies in Social Sciences. *Russian Sociological Review*. Vol. 16. No. 3. P. 366—394. <https://doi.org/10.17323/1728-192X-2017-3-366-394>. (In Russ.)

Сибирев В. А., Головин Н. А., Клебанов А. А. Сетевые сообщества в борьбе вокруг решения передать Исаакиевский собор Русской православной церкви (январь—июнь 2017 года) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 296—317. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.1.15>.

Sibirev V. A., Golovin N. A., Klebanov A. A. (2018) Social Media Communities on the Controversial Decision to Hand over St. Isaac's Cathedral to the Russian Orthodox Church (January through June 2017 Analysis). *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 296—317. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.1.15>. (In Russ.)

Ушкин С. Г. Пользовательские комментарии к протестным акциям в русскоязычном сегменте YouTube // Социологические исследования. 2014. № 6. С. 127—133. URL: <http://socis.isras.ru/article/5701> (дата обращения: 10.08.2022).

Ushkin S. G. (2014) Consumers' Comments on Protest Actions in the Russian-Language YouTube Segment. *Sociological Studies*. No. 6. P. 127—133. URL: <http://socis.isras.ru/article/5701> (accessed: 11.08.2022). (In Russ.)

Ушкин С. Г. Визуальные образы пользователей социальной сети «ВКонтакте» // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. № 5. С. 159—169.

Ushkin S. G. (2012) Visual Images of the VKontakte Social Network Users. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 159—169. (In Russ.)

Цепилова О. Д.; Гольбрайх В. Б. Экологический активизм: мобилизация ресурсов «мусорных» протестов в России в 2018—2020 гг. // Журнал социологии и социальной антропологии. 2020. Т. 23. No. 4. С. 136—162. <https://doi.org/10.31119/jssa.2020.23.4.5>.

Tsepilova O. D., Golbraikh V. B. (2020) Environmental Activism: Resource Mobilisation for “Garbage” Protests in Russia in 2018—2020. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. Vol. 23. No. 4. P. 136—162. <https://doi.org/10.31119/jssa.2020.23.4.5>. (In Russ.)

Яковлева Т. В. Газета в условиях цифровизации: компаративный анализ российских и зарубежных исследований // МедиаАльманах. 2018. № 6. С. 14—23. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2018.1423>.

Yakovleva T. V. (2018) Newspapers under Digitalization: A Comparative Analysis of Russian and Foreign Research Papers. *MediaAlmanah*. No. 6. P. 14—23. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2018.1423>. (In Russ.)

Ball R. (2017) *An Introduction to Bibliometrics: New Development and Trends*. Cambridge, MA: Chandos Publishing, an Imprint of Elsevier.

Burgess J., Marwick A., Poell T. (eds.) (2017) *The SAGE Handbook of Social Media*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Hamm M., Chisholm A., Shulhan J., Milne A., Scott S., Klassen T., Hartling L. (2013) Social Media Use by Health Care Professionals and Trainees: A Scoping Review. *Academic Medicine*. Vol. 88. No. 9. P. 1376—1383. <https://doi.org/10.1097/ACM.0b013e31829eb91c>.

Hunsinger J., Senft T. (eds.) (2015) *The Social Media Handbook*. New York, NY: Routledge.

Kümpel A., Karnowski V., Keyling T. (2015) News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media + Society*. Vol. 1. No. 2. <https://doi.org/10.1177/2056305115610141>.

O'Brien P. (2014) Advertising and Marketing. In: Harvey K. (eds.) *Encyclopedia of Social Media and Politics*. Thousand Oaks, CA: Sage. P. 20—25.

Qin H., Prasetyo Y., Bass M., Sanders C., Prentice E., Nguyen Q. (2020) Seeing the Forest for the Trees: A Bibliometric Analysis of Environmental and Resource Sociology. *Society & Natural Resources*. Vol. 33. No. 9. P. 1131—1148. <https://doi.org/10.1080/08941920.2019.1620900>.

Rains S., Brunner S. (2014) What Can We Learn about Social Network Sites by Studying Facebook? A Call and Recommendations for Research on Social Network Sites. *New Media & Society*. Vol. 17. No. 1. P. 114—131. <https://doi.org/10.1177/1461444814546481>.

Sloan L., Quan-Haase A. (eds.) (2017) *The Sage Handbook of Social Media Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage. <https://dx.doi.org/10.4135/9781473983847>.

Snelson C. (2016) Qualitative and Mixed Methods Social Media Research: A Review of the Literature. *International Journal of Qualitative Methods*. Vol. 15. No. 1. <https://doi.org/10.1177/1609406915624574>.

Snelson C. (2011) YouTube Across the Disciplines: A Review of the Literature. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*. Vol. 7. No. 1. P. 159—169.

Stoycheff E., Liu J., Wibowo K., Nanni D. (2017) What Have We Learned about Social Media by Studying Facebook? A Decade in Review. *New Media & Society*. Vol. 19. No. 6. P. 968—980. <https://doi.org/10.1177/1461444817695745>.

Van Osch W., Coursaris C. (2014) Social Media Research: An Assessment of the Domain's Productivity and Intellectual Evolution. *Communication Monographs*. Vol. 81. No. 3. P. 285—309. <https://doi.org/10.1080/03637751.2014.921720>.

Wilson R., Gosling S., Graham L. (2012) A Review of Facebook* Research in the Social Sciences. *Perspectives on Psychological Science*. Vol. 7. No. 3. P. 203—220. <https://doi.org/10.1177/1745691612442904>.

Zimmer M., Proferes N. (2014) A Topology of Twitter Research: Disciplines, Methods, and Ethics. *Aslib Journal of Information Management*. Vol. 66. No. 3. P. 250—261. <https://doi.org/10.1108/AJIM-09-2013-0083>.

Приложение

Таблица 1. Категории тематического анализа публикаций, посвященных исследованию социальных сетей в интернете, и их интерпретация

Категории тематики статей	Интерпретация
Протест, конфликт, общественные движения в социальных сетях, политическое, гражданское участие в социальных сетях	Автор исследует использование социальных сетей в ходе социально-политических конфликтов, использование социальных сетей общественными движениями, проблемы использования социальных сетей в ходе различного политического или гражданского участия
Коммуникация в социальных сетях	Автор исследует особенности коммуникации в социальных сетях (языковая особенность комментариев; тональность твитов и т. п.)
Общие проблемы развития социальных сетей	Автор исследует общие проблемы развития социальных сетей (виртуализация политического процесса; влияние социальных медиа на сферу общественного и политического сознания и т. д.)
Социально-политические проблемы в социальных сетях	Автор исследует обсуждение социально-политических проблем в социальных сетях (пандемический кризис; потребление алкоголя и т. д.)
Потребление социальных сетей	Автор исследует динамику потребления социальных сетей населением, сравнивает потребление в различных социально-демографических группах
Традиционные СМИ в социальных сетях	Автор исследует использование социальных сетей традиционными СМИ (каналами ТВ; радиостанциями)
Выборы, политические партии и социальные сети	Автор исследует использование социальных сетей в ходе выборов, использование социальных сетей политическими партиями
Власть и социальные сети	Автор исследует использование социальных сетей представителями власти (личные блоги представителей российской власти и пр.)
Использование социальных сетей социальными группами	Автор исследует использование социальных сетей различными социальными группами (молодежь; религиозными общинами и т. д.)
Проблемы идентичности и социальные сети	Автор изучает проблемы идентичности в социальных сетях (негативного «другого»; государственной идентичности и т. д.)
Реклама и социальные сети	Автор изучает использование социальных сетей для размещения рекламы
Наука и образование и социальные сети	Автор изучает использование социальных сетей для научных и образовательных целей (онлайн-сообщества ученых, использование социальных сетей вузами)
Историческая память и социальные сети	Автор исследует использование социальных сетей для конструирования исторической памяти (исторических событий, историй отдельных городов)
Локальная политика и социальные сети	Автор исследует использование социальных сетей в локальной политике (роль социальных сетей в коммуникации между властью и обществом в локальной политике; сетевые ресурсы развития локальной политики)
Анализ отдельных социальных сетей	Автор исследует особенности той или иной социальной сети или медиа

Категории тематики статей	Интерпретация
Культура и социальные сети	Автор исследует использование социальных сетей в области культуры (например, создание музыкального контента)
Социализация и социальные сети	Автор исследует социальные сети как ресурс для социализации (политическая социализация молодежи и др.)
Медицина и социальные сети	Автор исследует обсуждение медицинских проблем в социальных сетях, использование социальных сетей определенными категориями больных
Другое	Автор исследует другие темы, связанные с использованием социальных сетей