



E-COMMUNITIES КАК ИСТОЧНИК ДАННЫХ В НЕФОРМАЛЬНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Петрасова С.В.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков, ул. Пушкинская, 79/2, тел. 707–63–60,
e-mail:svetapetrasova@gmail.com*

Под **информационным пространством** принято понимать совокупность информационных ресурсов, технологий их сопровождения и использования, информационных и телекоммуникационных систем, образующих информационную инфраструктуру [1].

В информационном пространстве средством установления социальных связей являются коммуникации. Среди развивающихся технологий коммуникации следует выделить социальные сети (или неформальное информационное пространство). Под **социальной сетью** понимается социальная структура, состоящая из множества акторов (субъектов) и определенного на нем множества отношений (совокупности связей между акторами). Формально социальная сеть представляет собой граф $G(N, E)$, в котором $N = \{1, 2, \dots, n\}$ — конечное множество вершин (акторов) и E множество ребер, отражающих взаимодействие акторов [2].

Социальные сети предназначены для формирования, отображения и упорядочения социальных взаимоотношений. Другими словами, сайт социальной сети представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом.

В последнее время появилось несколько отдельных научных направлений, исследующие социальные сети. В частности, **Social Network Analysis** – направление структурного подхода, основными целями которого являются исследование взаимодействий между социальными акторами и выявление условий возникновения этих взаимодействий. Сеть социальных взаимодействий состоит из конечной совокупности социальных акторов и набора связей между ними [3].

Основными методами анализа социальных сетей являются:

- методы теории графов для изучения структурных взаимосвязей актора;
- методы нахождения локальных свойств субъектов, например, центральности, престижа, положения, принадлежности к некоторым подгруппам;
- методы определения эквивалентности акторов, включая их структурную эквивалентность;
- вероятностные модели;
- топологические методы, представляющие сеть в виде некоторого формализованного комплекса элементов и связей.

Характерными особенностями социальной сети являются:

- предоставление практически полного спектра возможностей для обмена информацией (фото, аудио, видео, сервис блогов и микроблогов, организация сообществ, форумы и чаты, возможность отметить местоположение и т. п.);



- создание профилей, в которых можно указать реальные персональные данные и информацию о себе;
- идентификация друзей (подавляющее большинство друзей пользователя в социальной сети – это не только реальные друзья, родственники, коллеги, одноклассники и однокурсники, но и виртуальные друзья по интересам).

Естественным свойством пользователей социальных сетей является тенденция к их объединению в различные сообщества. В социальных сетях пользователи объединяются явно (используя средства сети для создания групп и взаимодействия внутри них) либо неявно (устанавливая связи на основе общей или похожей деятельности, роли, социального круга, интереса или других свойств) [4].

Главным результатом данной тенденции является появление феномена онлайн-сообщества («e-community»).

E-community – новый тип сообществ, которые возникают и функционируют в электронном пространстве, а также – объединение пользователей сети в группы с общими интересами для работы в электронном пространстве [5].

Можно выделить следующие функции e-community: самовыражение; коммуникация; развлечение; образование (профессиональная): сети предоставляют широкие возможности для размещения разнообразной полезной информации, которая может быть использована в образовательных целях; информационная: сети предоставляют пользователям все возможности для размещения информации любого типа и получения обратной связи [6].

В социальных сетях e-community позволяет активно обмениваться мнениями, получать информацию, размещать текстовые, аудио и видеофайлы и т.д.

Вместе с тем, при работе с данными в неформальном информационном пространстве нужно учитывать такие факторы, как нестабильность качества пользовательского контента (спам и ложные аккаунты), проблемы с обеспечением приватности личных данных пользователей при хранении и обработке. Все это требует постоянного совершенствования алгоритмов решения различных аналитических задач.

Список литературы:

1. Додонов А.Г. Компьютерные сети и аналитические исследования /А.Г. Додонов, Д.В. Ландэ, В.Г. Путятин. – К. : ИПРИ НАН Украины, 2014. – 486 с.
2. Губанов Д.А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Д.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили. – М. : Издательство физико-математической литературы, 2010. – 228 с.
3. Boyd D. M. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship / D. M. Boyd, N. V. Ellison // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2007. – № 13 (1). – PP. 210–230.
4. Коршунов А. Анализ социальных сетей: методы и приложения / А. Коршунов, И. Белобородов, Н. Бузун, В. Аванесов и др. // Труды ИСП РАН. – 2014. – Т.3 (1) – С. 439–456.
5. Глоссарий по информационному обществу: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iis.ru/glossary/virtualcommunities.ru.html>.
6. Селезнев Р.С. Социальные сети как феномен информационного общества и специфика социальных связей в их среде / Р.С. Селезнев, Е.И. Скрипак // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2013. – №2(54). Т.3 – С. 125–131.