

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Інститут журналістики

**Фісенко ТЕТЯНА ВІКТОРІВНА**

УДК 007:304:659.3[004.738.5]

**СОЦІАЛЬНІ ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ ЯК ФЕНОМЕН  
СУЧАСНОГО МЕДІА-СЕРЕДОВИЩА**

27.00.07 – соціальна інформатика

**Автореферат**  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата наук із соціальних комунікацій

Київ – 2012

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі соціальних комунікацій Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

**Науковий керівник:** кандидат філологічних наук, доцент  
**Корнєєв Віталій Михайлович,**  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, доцент кафедри соціальних комунікацій

**Офіційні опоненти:** доктор наук із соціальних комунікацій, доцент  
**Кузнєцова Тетяна Василівна,**  
Сумський державний університет, професор  
кафедри журналістики та філології

кандидат наук із соціальних комунікацій  
**Цимбаленко Євген Станіславович,**  
Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, асистент  
кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Захист відбудеться «12» листопада 2012 р. о 10 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.34 Київського національного університету імені Тараса Шевченка (04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1), Інститут журналістики.

З дисертацією можна ознайомитися у Науковій бібліотеці імені М. О. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка (01033, м. Київ, вул. Володимирська, 58).

Автореферат розісланий «9» жовтня 2012 р.

В. о. ученого секретаря  
спеціалізованої вченої ради  
доктор філологічних наук, професор



Н. М. Сидоренко

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність** теми дисертаційного дослідження зумовлена динамічним розвитком комунікацій у мережі Інтернет загалом і у соціальних інтернет-мережах (СІЖ) зокрема. Питання впливу соціальних інтернет-мереж потребує детального вивчення, враховуючи прискорення їхнього розвитку як складової частини інформаційного ринку, а також використання для досягнення різноманітних комунікативних цілей. Тому результати дослідження основних феноменологічних характеристик соціальних інтернет-мереж є актуальним як у науково-дослідницькому, так і в прикладному вимірах.

Проблема стосунків комунікаторів в Інтернеті постала ще з тоді, коли з'явилися перші засоби для спілкування людей у мережі. З розвитком технологій, появою нових і вдосконалених концепцій, канали та засоби спілкування комунікаторів також стають різноманітнішими.

Питання місця СІЖ у сучасному медіа-середовищі потребує детального вивчення, враховуючи прискорення розвитку соціальних інтернет-мереж як складової частини інформаційного ринку. Можна впевнено прогнозувати, що через кілька років соціальні інтернет-мережі заповнять спеціалізовані ніші співтовариств, об'єднаних за спільними інтересами.

Досліджень соціальних інтернет-мереж в Україні з позиції теорії комунікативістики до цього часу не проводилося. Для історіографічного аналізу теорій СІЖ були проаналізовані роботи таких іноземних дослідників: Дж. Морено, А. Радкліфф-Брауна, Дж. Барнса та Е. Ботта, П. Ердьоша та А. Реньї, С. Мілгрема та Дж. Треверса, М. Грановеттера, Р. Берта, П. Бурдьє, Дж. Коулмена, М. Састтера, Д. Уоттса та С. Строгатца, А.-Л. Барабаші, Дж. Клейнфілд, Т. О'Рейлі, Б. Хілла, Ш. Баумена та К. Віллеса, М. Гласера, М.-Р. Папандеа, Т. Вішге, В. Мейєра, та ін. Серед російських науковців слід виділити роботи Г. Градосельської, В. Солодова, П. Аронсон, В. Матрьохіна, М. Кондратової, у яких соціальні інтернет-мережі розглядаються з позиції психології, політології та соціології.

Слід зазначити, що незважаючи на наявність досить суттєвих за якісними та кількісними параметрами досліджень мережевих комунікацій, соціальні інтернет-мережі досліджувались спорадично, а знання про них несистематизовані. При цьому динаміка розвитку СІЖ є достатньо високою з моменту їхньої появи в українському сегменті мережі Інтернет.

**Зв'язок роботи з науковими планами, програмами, темами.** Тема дисертації пов'язана з комплексною науковою темою Інституту журналістики НДР №11БФ045-01 «Український медійний контент у соціальному вимірі» згідно з планом наукової роботи Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

**Мета дисертаційного дослідження** полягає у інституціалізації соціальних інтернет-мереж у науковому дискурсі соціальних комунікацій, визначенні їхньої структури, інструментарію та засад функціонування.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

1) виявити особливості становлення соціальних інтернет-мереж у

науковій парадигмі комунікативістики;

2) кваліфікувати структурно-логічну організацію соціальних інтернет-мереж;

3) охарактеризувати принципи контентного наповнення соціальних інтернет-мереж;

4) визначити потенційно впливові засоби, що використовуються у соціальних інтернет-мережах;

5) розкрити принципи побудови спільнот у соціальних інтернет-мережах та з'ясувати засади їхнього функціонування;

б) на основі проведеного експерименту побудувати прагматичну модель створення спільнот у соціальних інтернет-мережах.

**Об'єктом** дослідження є соціальні інтернет-мережі, доступні українському користувачеві.

**Предметом** дослідження виступають теорії, структура та практика функціонування соціальних інтернет-мереж.

**Методи дослідження.** Методологічною основою дисертації є теоретичні засади як комунікативістики та журналістикознавства, так і соціології, прикладної математики, інформатики. В основі дослідження лежать феноменологічний аналіз, за допомогою якого була сформована дослідницька парадигма та кваліфіковане явище соціальних інтернет-мереж, аналітико-синтетичний (зокрема поняттєвий аналіз) та історико-порівняльний методи при опрацюванні теоретичних матеріалів. Для розв'язання завдань дисертаційної роботи використовувалися також методи спостереження, абстрагування при виявленні кваліфікаційних характеристик СІЖ та формалізації при узагальненні складників комунікативної природи СІЖ.

Під час проведення емпіричного дослідження були використані такі методи як експеримент, моніторинг реакції користувачів СІЖ на значущі соціальні явища, контент-аналіз (аналіз змісту повідомлень спільнот у соціальних інтернет-мережах); статистичний та порівняльний аналіз інформації, отриманої у процесі дослідження деяких аспектів розвитку та використання СІЖ.

**Хронологічні межі дисертаційного дослідження** – від липня 2009 р. до січня 2012 р. – припадають на етапи популяризації та поступової зміни парадигми соціальних інтернет-мереж, і дозволяють проаналізувати основні тенденції їхнього розвитку на сьогоднішній день.

**Емпіричну базу дослідження** становлять повідомлення 12 соціальних інтернет-мереж, обраних за визначеними критеріями: LiveJournal, Profeo, Twitter, «ХайВей», «Хабрахабр», dirty.ru, Politiko, Ukrainian Scientists Worldwide, «Используй Мас», Livemocha, Imhonet, Delicious, а також трьох соціальних інтернет-мереж, призначених переважно для пошуку людей – Facebook, «Вконтакте» та «Однокласники». Загальна кількість повідомлень різного типу складає близько 650.

Також емпіричне дослідження соціальних інтернет-мереж (експеримент) полягає у створенні та інформаційному наповненні спільноти у соціальній інтернет-мережі LiveJournal, а також залученні аудиторії до спільноти.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в тому, що:

*уперше:*

- визначено специфіку змісту, перспектив та механізмів розвитку соціальних інтернет-мереж з погляду науки про соціальні комунікації;

- встановлено залежність функцій соціальної інтернет-мережі від її структурних елементів;

- експериментально доведено ефективність двоступінчатої прагматичної моделі процесу створення спільнот у СІЖ;

*удосконалено:*

- типологію соціальних інтернет-мереж на основі інтеграції підходів соціології, прикладної математики, інформатики, комунікативістики;

- знання про роль низки впливових засобів у соціальних інтернет-мережах як індикаторів суспільних настроїв;

- знання про функціональні відмінності принципів побудови спільнот у соціальних інтернет-мережах від звичайних веб-сайтів;

*набули подальшого розвитку:*

- визначення принципів контентного наповнення соціальних інтернет-мереж, а саме: частотності та здатності до задоволення інформаційних потреб аудиторії як значимих чинників розвитку СІЖ;

- теорія пошукової оптимізації інформаційних ресурсів, зокрема встановлено коло засобів, які є функціональними для СІЖ.

**Практичне значення одержаних результатів.** Результати роботи закладають підґрунтя для подальших наукових досліджень різних аспектів соціальних інтернет-мереж у межах науки про комунікацію. Використання запропонованих автором теоретичних напрацювань може бути основою навчальної дисципліни «Соціальна інформатика та соціальна інформатизація масової комунікації», їх також можна застосовувати при створенні позитивного іміджу навчальних закладів, факультетів, кафедр та окремих наукових постатей у мережі Інтернет, при популяризації публічних осіб чи установ у соціальних інтернет-мережах.

Матеріали дослідження використано на практичних заняттях з дисциплін «Соціальна інформатика» та «Прикладні соціально-комунікаційні технології». Загальні теоретичні засади про соціальні інтернет-мережі допоможуть студентам і аспірантам зі спеціальності «Соціальна інформатика» оптимізувати пошук вузькоспеціалізованої інформації, організувати практичні дослідження певного сегменту інтернет-аудиторії.

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційне дослідження, автореферат й опубліковані наукові статті, в яких викладено основні положення роботи, виконано здобувачем самостійно.

**Апробація роботи.** Результати досліджень, що стали набуток цієї дисертації, апробовані на засіданнях кафедри соціальних комунікацій Київського національного університету імені Тараса Шевченка; у вигляді доповідей на семи наукових конференціях: міжнародна наукова конференція «Журналістика 2010: методологія досліджень у галузі соціальних комунікацій» (Київ, 25 березня 2010 р.); міжнародна науково-практична конференція

«Типологічні характеристики українського медійного контенту» (Київ, 24 березня 2011 р.); міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах СНД» (Переяслав-Хмельницький, 26-28 лютого 2012 р.); III Міжнародна науково-практична конференція «Соціальні комунікації сучасного світу» (Запоріжжя, 29-30 березня 2012 р.); II міжнародний симпозіум «Світ соціальних комунікацій» (Київ, 30-31 березня 2012 р.); всеукраїнська науково-практична конференція «Реклама та ПР в системі соціальних комунікацій сучасного суспільства» (Дніпропетровськ, 3 квітня 2012 р.); міжнародна науково-практична конференція «Українські медіа 2012: проблеми моделювання медійного контенту» (Київ, 5 квітня 2012 р.).

**Публікації.** Результати дослідження знайшли висвітлення у 8 наукових публікаціях. Із них 5 статей надруковано у фахових виданнях, решта – у збірниках наукових праць та матеріалах українських і міжнародних конференцій. Також за темою наукової роботи опубліковано 40 журналістських матеріалів у спеціалізованих виданнях.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів (10 підрозділів), висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації становить 201 сторінок. З них основний текст – 177 сторінок, список використаних джерел складається з 23 найменувань (24 сторінки). Обсяг додатків становить 9 сторінок.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ**

У **вступі** викладено актуальність теми дисертаційної роботи, її зв'язок з науковими програмами, планами і темами, визначено об'єкт, предмет, мету і завдання, розкрито методи дослідження, наукову новизну, теоретичне і практичне значення дисертації, викладено дані про апробацію результатів дослідження.

У першому розділі «**Соціальні мережі у науковому осмисленні**» продемонстровані головні концептуальні підходи до розуміння терміну «соціальні мережі» у різних науках, передумови його виникнення, аналізуються наукові концепції та підходи до трактування термінологічно-поняттєвого апарату тематичної галузі, а також пропонуються визначення соціальних мереж з позицій різних наук.

У підрозділі 1.1 «*Поняття соціальної мережі в сучасній науковій парадигмі*» опрацьовано наукові розвідки українських та зарубіжних вчених, де об'єктом дослідження виступають соціальні мережі. Розглянуті наукові роботи належать до різних галузей науки – філософії, соціології, інформатики, тощо.

В українській науковій школі успішно розвиваються дослідження інтернет-комунікацій, зокрема в інформатиці, прикладній математиці, політології, педагогіці, бібліотечній справі. У межах даного наукового дослідження для вивчення основних теоретичних положень розглянуто роботи таких дослідників у суміжних наукових галузях: Т. Омельченко, Е. Каца, Є. Патаракіна, Д. Солов'яненко, О. Березко та ін.

Основою для визначення жанрової класифікації та зображальних засобів стали праці українських та російських науковців, зокрема В. Здоровеги, В. Шкляра, О. Тертичного, В. Ворошилова, М. Кіма, В. Лазутіної, С. Корконосенка, Л. Шибасєвої, М. Василенка, О. Кузнецової та інших. Теоретичним підґрунтям для аналізу українського сегменту мережі Інтернет є дослідження В. Різуна, В. Корнєєва, В. Іванова, О. Мелешенка, В. Шкляра, В. Карпенка та інших. Комунікаційні процеси у інтернет-середовищі докладно розглянуті у дисертаційній роботі Є. Цимбаленка. Науковець заглиблюється в аналіз причин комп'ютеризації та інтернетизації українського суспільства, а також порушує різні аспекти переходу редакцій українських видань до цифрової форми реалізації своєї діяльності.

Ґрунтовні дослідження мережевих комунікацій з позицій комунікативістики представлені у роботах В. Різуна, В. Іванова, Л. Городенко, Є. Цимбаленка, І. Артамонової, В. Корнєєва, В. Владимірова, В. Рябічева, О. Гриценко, А. Захарченка та ін. Зокрема відзначимо дотичні до теми дисертаційного дослідження статті таких дослідників як І. Батуревич, О. Горошко, Л. Белей, О. Жигаліна, І. Пожидаєва, В. Івченков, О. Шеховцева, В. Білик та Ю. Форкун.

На основі вже існуючих визначень соціальних інтернет-мереж, і з врахуванням особливостей СІЖ у комунікаційному аспекті, дане визначення соціальним інтернет-мережам. Отже, під соціальною інтернет-мережею мається на увазі інтернет-сервіс, який забезпечує спілкування між його користувачами за допомогою різних інструментів, головним завданням якого є об'єднання користувачів у віртуальні спільноти за певними ознаками чи цілями.

Основними характеристиками, що дають підстави кваліфікувати будь-яку інтернет-спільноту як соціальну, є такі:

- щільність соціальних зв'язків усередині мережі;
- комунікаційна активність учасників;
- постійний кількісний та якісний розвиток спільнот усередині СІЖ;
- постійна циркуляція інформації;
- зворотний зв'язок та реакція на нову інформацію;
- наявність лідерів думок.

У підрозділі 1.2 *«Комунікаційні характеристики соціальних інтернет-мереж»* проаналізовано комунікаційну структуру СІЖ з позицій як вітчизняних вчених (С. Коноплицький, О. Романенко, Ю. Халавка, О. Бондарук, І. Карпа), так і зарубіжних (Н. Еллісон, Ч. Стейнфілд, К. Лампе, С. Сільверторн, Д. Бойд, Н. Еллісон).

Сукупність так званого комунікаційного інструментарію і становить комунікаційну структуру СІЖ. Технічні засоби реалізації комунікаційного інструментарію СІЖ слід описувати з погляду функціональності, оскільки структурно вони являють собою програмний код, який не є предметом дослідження у соціальних комунікаціях. Отже, відштовхуючись від критерію функціональності, можна виділити такі основні комунікаційні інструменти представлення різних видів інформації у СІЖ: блог та мікроблог (текстова інформація), фотохостинг (графічна інформація), аудіохостинг (звукова

інформація) та відеохостинг (аудіовізуальна інформація), а також пов'язаний з ними подкастинг (аудіоподкастинг та відеоподкастинг).

Технічний інструментарій СІЖ зумовлений багатьма чинниками, як то: вимоги та потреби користувачів, конкурентні фактори, тематична та стильова спрямованість, формат мережі, технічні можливості, інтеграція з іншими СІЖ, а також доцільністю використання різних видів інформації для задоволення потреб аудиторії конкретної СІЖ.

У підрозділі 1.3 «*Місце соціальних інтернет-мереж у сучасному інформаційному просторі*» приділено увагу таким аспектам як зростання уваги суспільства і включення СІЖ у діяльність публічних діячів, постійне зростання кількості читачів та «друзів» на сторінках публічних діячів, створення фальшивих сторінок публічних осіб у СІЖ для маніпуляції чи дезінформування електорату, включення сторінок СІЖ до офіційних каналів інформації державних установ, кількісне зростання користувачів СІЖ серед активних користувачів мережі Інтернет в Україні.

Для визначення місця соціальних інтернет-мереж в інформаційному просторі було виділено такі параметри значимості СІЖ для соціуму:

- 1) Зростання уваги суспільства і включення СІЖ у діяльність публічних діячів.
- 2) Зростання кількості читачів та «друзів» на сторінках публічних діячів.
- 3) Створення фальшивих сторінок публічних осіб у СІЖ для маніпуляції чи дезінформування електорату.
- 4) Внесення сторінок СІЖ до офіційних каналів інформації державних установ.
- 5) Кількісне зростання користувачів СІЖ серед активних користувачів мережі Інтернет в Україні.

Перспективними результатами, які можуть дати дослідження комунікаційної структури СІЖ, є оптимізація комунікаційної структури, її формалізація, побудова, зміна, формування взаємозалежних модулів у комунікаційній структурі СІЖ. Крім того, встановлення соціально значимих характеристик у комунікаційній структурі, а саме адміністрування СІЖ, варто розглядати окремо, оскільки саме цей складник є визначальним у ієрархічній моделі комунікації у СІЖ. Комунікаційний інструментарій адміністратора є найменш дослідженим серед усіх інших складників комунікаційної структури.

Другий розділ «**Комунікаційний вимір соціальних інтернет-мереж**» присвячений методологічній кваліфікації СІЖ для дослідження, вивченню структури, контентної складової, а також впливових засобів, що широко розповсюджені у СІЖ.

У підрозділі 2.1 «*Методологія дослідження соціальних інтернет-мереж*» вироблено принципи аналізу та відповідні критерії вибірки СІЖ. В роботі сформовано базу найбільш актуальних соціальних інтернет-мереж для виявлення комплексних характеристик СІЖ, які відрізняють їх від традиційних мас-медіа.

Для створення вибірки досліджуваних СІЖ варто зважати на те, чи певні СІЖ потенційно можуть стати часткою активного інформаційного простору (чи

порушують соціально важливі питання, чи мають достатньо аудиторії), чи мають змогу реалізовувати творчі здібності користувачів, чи зможуть повернути користувачів якоюсь унікальною рисою для подальшого творення мережі вже самими комунікаторами.

Для аналізу було використано матеріали реальних комунікацій автора у соціальних інтернет-мережах за період 2008-2009 рр. Спочатку було досліджено певну кількість різних СІЖ, щоб визначити сукупність критеріїв для відбирання тих СІЖ, які досліджуватимуться більш ретельно. При цьому враховувалось, що СІЖ має бути функціональною, оскільки без виконання певних функцій соціальна інтернет-мережа перестає бути середовищем соціальних комунікацій, а отже не є предметом зацікавлення для дослідження. На цих засадах було відібрано 12 СІЖ для подальшого дослідження: LiveJournal, Profeo, Twitter, «ХайВей», «Хабрахабр», dirty.ru, Politiko, Ukrainian Scientists Worldwide, «Используй Мас», Livemocha, Imhonet, Delicious.

У підрозділі 2.2 «*Структурно-логічна організація соціальних інтернет-мереж*» проаналізовано розгалужену структуру СІЖ, кожен з елементів яких, в свою чергу, може мати безліч складових, що направлені на виконання певних комунікаційних функцій. Виділення основних структурних елементів, без яких СІЖ не зможе вважатися повноцінною, та перестане виконувати свої основні завдання, дозволить побудувати схематичну модель СІЖ. Остання може використовуватися як у подальших теоретичних дослідженнях соціальних інтернет-мереж з точки зору комунікативістики, так і у практичній роботі при створенні СІЖ на концептуальному рівні.

На основі аналізу функціонування соціальних інтернет-мереж у дисертаційній роботі запропоновано таку СІЖ, яка містить структурні елементи двох рівнів:

- до структурних елементів СІЖ першого рівня належать сторінки користувачів, спільноти та механізм пошуку;

- до структурних елементів другого рівня належать веб-адреса, ім'я та прізвище користувача/його псевдонім/назва спільноти, аватара, анкета, список друзів у СІЖ, записи та коментарі (опціонально), електронна поштова скринька користувача всередині мережі.

Розглянувши кожен з елементів СІЖ, можна зробити висновок, що основу комунікаційних процесів усередині СІЖ складає пошук необхідної інформації, згенерованої користувачами мережі. Слід зауважити, що чим простішим для пошуку буде певне інформаційне повідомлення (або його джерело) тим більше ймовірність, що його знайдуть зацікавлені користувачі. Як показав аналіз структурних одиниць СІЖ, більшість елементів другого порядку впливають на результати пошуків: веб-адреса, ім'я/псевдонім користувача чи назва спільноти, анкета, список друзів, записи, коментарі.

Крім одноразового пошуку потрібної інформації, елементи соціальних інтернет-мереж спрямовані також і на пошук та встановлення довготривалих контактів для спілкування за інтересами та обміну інформацією. Цьому сприяє механізм списку друзів, який допомагає відслідковувати записи та активність доданих у нього користувачів мережі, а також можливість особистого

спілкування через електронну поштову скриньку в СІЖ.

У підрозділі 2.3 «*Принципи контентного наповнення соціальних інтернет-мереж*» визначено та проаналізовано основні принципи наповнення сторінок СІЖ – частоту оновлення та актуалізацію інформації. Останній параметр безпосередньо пов'язаний із інформаційними потребами та їхньою тематичною спрямованістю.

У межах дослідження було виявлено, що інтернет-аудиторія прагне задовольнити інформаційні потреби у тематичній інформації з таких галузей: товари та послуги, бізнес, медицина, освіта, погода, електронні поштові системи. При цьому найбільші інформаційні потреби в таких групах інтересів: хобі або різні види дозвілля, кінематограф, музика, література, фотографія, дизайн, спорт, автомобілі, комп'ютерні ігри, іноземні мови, технології, подорожі тощо. Така перевага вузькоспрямованих тематичних запитів кореспондується з останніми тенденціями розвитку соціальних інтернет-мереж – розвитком так званих нішевих (вузькоспеціалізованих) СІЖ. Також для визначення міри задоволення інформаційних потреб соціальними інтернет-мережами у роботі було виведено класифікацію СІЖ за різними параметрами.

У підрозділі 2.4 «*Засоби впливу в соціальних інтернет-мережах*» проаналізовано явища, які кваліфікуються учасниками СІЖ, фахівцями прикладного профілю, а також деякими науковцями як впливогенні. Впливогенні засоби мають певний потенціал, оскільки їх існування породжує хвилю нових інформаційних повідомлень та продуктів, тобто викликає певну реакцію. Засоби впливу на користувачів СІЖ зазвичай характеризуються апелюванням до емоційного, рідше – до логічно-мисленнєвого (коли потрібен час на усвідомлення закладеного смислу) і можуть містити елементи провокації чи інтриги.

Отже, до впливогенних засобів у соціальних інтернет-мережах можна віднести: троллінг, фотожаби, холівари, інтернет-меми, ефект Стрейзанд (зокрема вірусна реклама), а також астротурфінг.

Вивчення кожного з проаналізованих впливогенних засобів з погляду соціальних комунікацій є доволі перспективним, оскільки масиви інформації, що їх продукують учасники соціальних інтернет-мереж, можуть стати певними суспільними індикаторами, які відкриють нові напрями вивчення цих явищ у комунікативістиці та міждисциплінарних дослідженнях.

Третій розділ «**Умови ефективного функціонування соціальних інтернет-мереж**» присвячений теоретичному і практичному вивченню принципів побудови та популяризації спільнот у СІЖ.

У підрозділі 3.1 «*Принципи побудови спільнот у соціальних інтернет-мережах*» окреслено загальні засади, що стосуються технічної та ідеологічної реалізації спільнот у СІЖ.

Обрані параметри були апробовані у ході експерименту зі створення спільноти під назвою theatre\_ua («Українське театральне життя») у СІЖ LiveJournal.

На першому (ідейному) етапі створення спільноти у СІЖ засновникові треба розглянути цілий комплекс параметрів, які впливатимуть на

комунікаційний образ спільноти. При цьому засновник спільноти може рухатись поступово від загальних параметрів до конкретних у такій послідовності:

1) Визначення спеціалізації спільноти (на цьому етапі досліджуються можливі конкуренти в усіх великих СІЖ обраного сегменту мережі Інтернет); відповідно до результатів дослідження – окреслення тих СІЖ, які можуть бути обрані для створення спільноти.

2) Визначення підвиду та формату спілкування у спільноті.

3) Формулювання технічних вимог, відповідно до контенту, яким передбачається наповнювати спільноту.

4) Комплексна робота зі структурними елементами другого порядку: формулювання веб-адреси та назви спільноти, підбір аватари, заповнення анкети.

5) Підбір дизайну спільноти, відповідно до обраного тематичного спрямування.

Таким чином, отримавши концептуальну основу для створення спільноти, засновник може перейти до наступного етапу її створення.

У підрозділі 3.2 *«Засади ефективності роботи спільнот у соціальних інтернет-мережах»* досліджується процес фактичного створення спільноти у СІЖ, протягом якого засновник вносить чи обирає основні дані спільноти, користуючись вже отриманими на першому, ідейному етапі параметрами, а також процес пошукової оптимізації спільнот.

Для просування експериментальної спільноти було використано такі методи пошукової оптимізації: перевірка релевантності ключових слів запитам користувачів, контентні методи (у ході яких було визначено частоту вживання ключових слів на сторінку), внесення адреси та деяких довідкових даних спільноти до пошукових систем та каталогів, додавання спільноти до каталогів, збільшення індексу цитування веб-сайтів.

Можна констатувати, що комплексне застосування, навіть з деякими технічними обмеженнями, різних засобів з підвищення ефективності діяльності спільноти, можна вважати ефективним. При цьому засновник спільноти повинен ретельно опрацювати спочатку кожен з структурних елементів спільноти, керуючись створеною заздалегідь ідейною концепцією, а також практичними рекомендаціями.

При подальшій популяризації спільноти та просуванні її у результатах пошукових систем проводиться блок заходів із пошукової оптимізації, деякі з яких потребують періодичного повторного проведення. Крім того, проводиться аналіз потенційної кількості користувачів спільноти, для визначення середнього максимуму можливо досяжної їхньої кількості. Користувачі залучаються до спільноти як засобами пошукової оптимізації, так і за допомогою штатної функції запрошень у соціальній інтернет-мережі.

У підрозділі 3.3 *«Прагматика побудови спільнот у соціальних інтернет-мережах»* розглянуто сформовану у ході дослідження прагматичну двоетапну модель створення спільнот у СІЖ.

У першій частині моделі *«Ідейний етап створення спільноти у СІЖ»*

міститься загальний алгоритм створення спільноти від ідейного етапу до фактичного створення. На ідейному етапі засновник спільноти аналізує й добирає більшість характеристик, які визначають подальший розвиток спільноти. Цей етап можна також назвати концептуальним, оскільки йдеться про створення детальної концепції спільноти.

Другим і основним етапом є фактичне створення та просування спільноти, продемонстроване на схемі «Етап фактичного створення та просування спільноти у СІЖ». Він складається з трьох основних блоків дій – реєстрації, пошукової оптимізації та залучення користувачів до спільноти. Блок робіт з пошукової оптимізації – це найтриваліша фаза створення спільноти. Паралельно з цим комплексом заходів відбувається поступове наповнення спільноти контентом, щоб пошукові системи почали індексувати контент якомога оперативніше, починаючи з перших записів.

## ВИСНОВКИ

1. Поняття «соціальні мережі» є міждисциплінарним і вперше з'явилося у наукових працях з соціології у 30-х рр. ХХ ст. До цього його термінологічні синоніми («соціальна тканина» та «павутина відносин») використовувались філософами ХІХ-ХХ ст.

У наукових дослідженнях явище соціальних інтернет-мереж розглядалось здебільшого у межах різних відгалужень соціології та політології. З 1980-х рр. починається плавний перехід терміна «соціальні мережі» з соціології в інформатику та комунікації завдяки розвитку мережевих технологій та появі нових засобів комунікації. Деякі розбіжності та особливості визначення цього терміна в різних науках ускладнюють процес розуміння явища соціальних інтернет-мереж у науці про комунікації.

Аналіз та узагальнення всіх визначень СІЖ у інших науках та екстраполювання ключових ознак на галузь соціальних комунікацій, дозволяють дати уніфіковане визначення соціальних інтернет-мереж у комунікативістиці: соціальні інтернет-мережі – це мережевий сервіс, який об'єднує користувачів у віртуальні спільноти за певними ознаками (інтересами, місцем проживання тощо) або спільними справами чи цілями за допомогою програмних технічних засобів.

Соціальний аспект вивчення СІЖ пов'язаний із залученням соціальних інтернет-мереж до інформаційного простору. СІЖ інтегруються в інформаційний простір зі зростанням кількості користувачів, збільшенням часу, який проводять у СІЖ користувачі, з розширенням кола завдань, що їх СІЖ допомагають вирішувати, залученням соціально значимих діячів та інститутів до СІЖ.

У роботі впорядковано та систематизовано знання про соціальні мережі в цілому та соціальні інтернет-мережі зокрема, накопичені від моменту першої згадки про це явище до сьогодні. Для цього проаналізовано теорії, концепції, наукові та методичні розробки вітчизняних та зарубіжних учених різних галузей. Особливу увагу приділено дотичним за темою дослідженням у комунікативістиці та інформатиці.

2. Дослідження структурно-логічної організації СІЖ є важливим з погляду розуміння функціональних особливостей СІЖ. Також це є один з етапів аналітико-синтетичної побудови схематичної моделі СІЖ.

На основі аналізу особливостей функціонування соціальних інтернет-мереж запропоновано дворівневу модель структури СІЖ. До структурних елементів першого порядку було віднесено сторінки користувачів, спільноти та механізм пошуку. Саме вони є основою, на якій будується СІЖ. До структурних одиниць другого порядку належать елементи, наявність яких обов'язкова для виконання комунікаційних завдань СІЖ – насамперед встановлення нових зв'язків між учасниками: веб-адреса, ім'я та прізвище користувача або його псевдонім (або назва спільноти), аватара, анкета, список друзів у СІЖ, записи та коментарі (опціонально), електронна поштова скринька користувача всередині мережі.

3. Зважаючи на вищезазначену дворівневу модель структурно-логічної організації соціальних інтернет-мереж, варто зауважити, що основним контентоутворюючим джерелом СІЖ є різного типу записи та коментарі. Саме вони є постійно оновлюваною та розширюваною складовою частиною будь-якої публічної сторінки або спільноти, джерелом нової інформації для користувачів.

Принципи контентного наповнення СІЖ обумовлені двома основними факторами – технічним та людським. Перший здебільшого стосується пошукових механізмів, які індексують СІЖ, а отже, потрібну інформацію зі сторінок СІЖ можна знайти за допомогою пошукових систем. Ключовим принципом з цієї позиції можна вважати частоту наповнення.

Другий фактор контентного наповнення – актуалізація інформації для користувачів. Головним тут є задоволення інформаційних потреб аудиторії певної СІЖ. Необхідно періодично аналізувати поточні інформаційні потреби користувачів за допомогою спеціалізованих сервісів пошукових систем або відстежувати тематичні новини та спеціальні інтернет-ресурси.

4. У соціальних інтернет-мережах є група певних засобів, які є потенційно впливовими в мережевих комунікаціях. Вони вирізняються апелюванням до емоційної сфери і зазвичай містять елемент інтриги чи провокації. До цих засобів належать: троллінг, фотожаби, холівари, інтернет-меми, ефект Стрейзанд (зокрема, вірусна реклама), астротурфінг. Їх можна кваліфікувати як впливові, оскільки вони продукують великі масиви інформації у вигляді коментарів (тролінг, холівари), творчі переробки вихідного матеріалу користувачами (фотожаби, інтернет-меми) або множення копій того самого запису на багатьох

Після аналізу впливових засобів соціальних інтернет-мереж за низкою визначених параметрів, було доведено, що цей аспект має соціальне забарвлення, а результати вивчення цих засобів є соціально значимими. Перспективи глибинних досліджень впливових засобів лежать у сфері таких наук, як соціологія, психологія та педагогіка, оскільки вони відображають насамперед суспільні настрої, вподобання та виховання.

5. Принципи побудови спільнот у соціальних інтернет-мережах виходять

зі структурно-логічної організації СІЖ. Побудова спільноти відбувається у два етапи – ідейний етап і етап фактичного створення та просування. Виділено та проаналізовано основні види роботи на зазначених етапах.

На першому етапі засновник повинен логічно пов'язати структурні компоненти з ключовими комунікаційними характеристиками майбутньої спільноти, тобто має визначити:

- тематичну спеціалізацію спільноти, проаналізувавши орієнтовну нішу в різних соціальних інтернет-мережах;

- підвид спільноти, а отже, тональність спілкування між учасникам та орієнтовний запас їхніх фонових знань;

- технічні вимоги до спільноти, зумовлені видами інформації для майбутньої публікації та вимогами до комунікаційних інструментів СІЖ.

Фактичний етап створення спільноти складається з чіткого алгоритму дій, визначеного адміністрацією у правилах спільноти. Він передбачає поетапну реєстрацію, під час якої засновник подає підготовлені на попередньому етапі дані про спільноту, а також обирає деякі технічні параметри із запропонованого списку.

Для залучення користувачів на другому етапі застосовується комплекс заходів із пошукової оптимізації (SEO). В роботі використано лише ті SEO-заходи, які за низкою технічних та ідеологічних параметрів придатні для застосування з метою просування спільнот. Серед інших заходів виділено та використано такі: перевірка релевантності ключових слів запитам користувачів, контентні методи, внесення спільноти до пошукових систем та каталогів (вручну та за допомогою сервісів автоматичної реєстрації), заходи із збільшення індексу цитування веб-сайтів.

6. Проведено експеримент зі створення та просування спільноти у СІЖ «Живий Журнал», за результатами якого побудовано прагматичну двоетапну модель створення та просування спільнот. Зазначена модель є уніфікованою, її можна застосовувати для створення будь-якої спільноти у будь-якій соціальній інтернет-мережі.

Побудова прагматичної моделі містить два етапи – ідейний та етап фактичного створення і просування, як уже зазначалося вище. Схема першого етапу містить два основних блоки, які визначають основні структурно-концептуальні характеристики спільноти, – спеціалізацію та визначення структурних елементів. Робота над блоками логічно пов'язана і потребує послідовного виконання.

Перший блок передбачає комплексну пошукову та творчу роботу, а також окреслення різних обмежень – тематичних, географічних, інформаційно-типологічних, комунікативних, технічних. Другий блок складається переважно зі структурно-контентної роботи над загальним змістом спільноти, її іміджевим складником. Слід зазначити, що контент визначається межами, окресленими у першому блоці, що спрощує роботу над ним.

Етап фактичного створення та просування спільноти складається з трьох основних блоків: реєстрації, пошукової оптимізації та залучення користувачів до спільноти. Першим блоком робіт на цьому етапі є внесення основних

реєстраційних даних, із більшістю з яких засновник визначається на попередньому етапі.

Прагматична модель створення та просування спільноти враховує та стисло описує комплекс усіх основних дій, які має здійснити засновник спільноти. Модель враховує різні кваліфікації користувачів може бути використана спеціалістами різних сфер діяльності.

Постійне зростання кількості інтернет-користувачів в Україні та урізноманітнення соціальних інтернет-мереж дає підстави стверджувати, що сфера мережевих комунікацій загалом, та соціальних інтернет-мереж зокрема, є перспективною для подальших досліджень. У роботі окреслено основні етапи дослідження феномену соціальних інтернет-мереж, описано їх комунікаційну характеристику, структурно-логічну організацію, контентний складник, а також досліджено умови функціонування спільнот у СІЖ і розроблено модель їх створення та просування. Дослідження систематизує спорадичні знання про соціальні інтернет-мережі у різних науках, а також закладає основні теоретичні засади цієї тематичної галузі.

### **Список опублікованих праць за темою дисертації**

#### *Статті в наукових фахових виданнях*

1. Фісенко Т. Перспективні напрямки дослідження соціальних інтернет-мереж / Т. Фісенко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2010. – Т. 39. – Квітень–червень. – С. 183–189.
2. Фісенко Т. Соціальні інтернет-мережі як засіб задоволення інформаційних потреб / Т. Фісенко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2010. – Т. 41. – Жовтень–грудень. – С. 190–194.
3. Фісенко Т. Засоби впливу у соціальних інтернет-мережах / Т. Фісенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2012. – №1 (9). – С. 152–157.
4. Фісенко Т. Структурно-логічна організація соціальних інтернет-мереж / Т. Фісенко // Діалог : Медіа-студії. – 2012. – №13. – С. 69–86.
5. Фісенко Т. Комунікаційні характеристики соціальних інтернет-мереж / Т. Фісенко // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2012. – Т. 47. – Квітень–червень. – С. 74–77.

#### *Статті в інших виданнях*

6. Фісенко Т. Принципи побудови спільнот у соціальних інтернет-мережах / Т. Фісенко // Світ соціальних комунікацій : Наук. журн. – К. : КіМУ, ДонНУ, 2012. – Т. 7 – С. 119–123.

#### *Тези наукових доповідей*

7. Фісенко Т. Дослідження соціальних інтернет-мереж у працях зарубіжних вчених у 1930-2000 рр.: комунікативний вимір / Т. Фісенко // Матеріали I міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Проблеми та перспективи розвитку науки на початку третього тисячоліття у країнах СНД», 26–28 лютого 2012 р. – Переяслав-Хмельницький, 2012. – С. 260–262.

8. Фісенко Т. Комунікаційні характеристики соціальних інтернет-мереж / Т. Фісенко // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Типологічні характеристики українського медійного контенту», 24 березня 2011 р.) – К., 2011. – С. 144–146.

### АНОТАЦІЯ

**Фісенко Т.В. Соціальні інтернет-мережі як феномен сучасного медіа-середовища. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.07 – соціальна інформатика. – Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Київ, 2012.

Дослідження присвячено визначенню сучасного стану соціальних інтернет-мереж, їхньої структури, інструментарію та засад функціонування. У дисертації окреслено основні етапи дослідження феномену соціальних інтернет-мереж у різних науках, а також дане визначення поняттю «соціальна інтернет-мережа» у межах науки про комунікацію. У ході дослідження кваліфікована структурно-логічна організація соціальних інтернет-мереж, проаналізовані їхня комунікаційна характеристика та контентний складник. Аналіз контенту повідомлень у СІЖ дозволив визначити потенційно впливові засоби, що використовуються у соціальних інтернет-мережах, та можливі наслідки їхнього використання.

У роботі визначено умови функціонування спільнот у СІЖ, розкрито принципи їхньої побудови. На основі проведених експериментальних досліджень укладено двоетапну прагматичну модель створення та просування спільнот у соціальних інтернет-мережах.

Дана робота систематизує спорадичні знання про соціальні інтернет-мережі у різних науках, а також укладає основні теоретичні засади про цю тематичну галузь.

**Ключові слова:** мережа Інтернет, мережеві комунікації, соціальна інтернет-мережа, інтернет-спільнота, блог.

### АННОТАЦИЯ

**Фисенко Т.В. Социальные интернет-сети как феномен современной медиа-среды. - Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.07 – социальная информатика. – Институт журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, Министерство образования и науки, молодежи и спорта Украины, Киев, 2012.

Исследование посвящено определению современного состояния социальных интернет-сетей (СИС), их структуры, инструментария и принципов функционирования. В диссертации очерчены основные этапы исследования феномена социальных интернет-сетей в различных науках. Для этого были упорядочены и систематизированы знания о социальных сетях в целом и

социальных интернет-сетях в частности, накопленные с момента первого упоминания об этом явлении до современных исследований. Для этого были проанализированы теории, концепции, научные и методические разработки отечественных и зарубежных ученых разных отраслей. Особое внимание уделено близким по теме исследованиям в коммуникативистике и информатике.

Анализ и обобщение всех определений СИС в других науках и экстраполяция ключевых признаков на отрасль социальных коммуникаций позволили дать унифицированное определение социальных интернет-сетей в коммуникативистике. В диссертации под социальными интернет-сетями понимается сетевой сервис, который объединяет пользователей в виртуальные сообщества по определенным признакам (интересам, местам проживания и т. п.) или общими делами или целями с помощью программных технических средств.

В ходе исследования квалифицирована структурно-логическая организация социальных интернет-сетей, а также проанализирована их коммуникационная характеристика и контентная составляющая. Анализ контента СИС позволил определить потенциально влиятельные средства, используемые в социальных интернет-сетях, и возможные последствия их применения.

На основе анализа особенностей функционирования социальных интернет-сетей предложено двухуровневую модель структуры СИС. К структурным элементам первого порядка были отнесены страницы пользователей, сообщества и механизм поиска. К структурным единицам второго порядка относятся элементы, наличие которых обязательно для выполнения коммуникационных задач СИС – прежде установление новых связей между участниками: веб-адрес, имя и фамилия пользователя или псевдоним (или название сообщества), аватара, анкета, список друзей в СИС, записи и комментарии (опционально), электронный почтовый ящик пользователя внутри сети.

В работе изучена группа потенциально влиятельных средств, функционирующих в сетевых коммуникациях, в частности – в СИС. Они отличаются апеллированием к эмоциональной сфере и обычно содержат элемент интриги или провокации. К этим средствам относятся: троллинг, фотожабы, холивары, интернет-мемы, эффект Стрейзанд (в частности, вирусная реклама), астротурфинг. Их можно квалифицировать как влиятельные, поскольку они производят большие массивы информации в виде комментариев (троллинг, холивары), творческие переработки исходного материала пользователями (фотожабы, интернет-мемы) или умножения копий того же записи на многих страницах самими пользователями (интернет-мемы, эффект Стрейзанд, астротурфинг).

В работе определены условия функционирования сообществ в СИС, раскрыты принципы их построения. На основе проведенных экспериментальных исследований составлена двухэтапная прагматическая модель создания и продвижения сообществ в социальных интернет-сетях.

Построение сообщества происходит в два этапа – идейный этап и этап фактического создания и продвижения. В диссертации выделены и проанализированы основные виды работы на указанных этапах. Кроме того, для привлечения пользователей на втором этапе применяется комплекс мер по поисковой оптимизации (SEO). Среди других мер были выделены и использованы следующие: проверка релевантности ключевых слов запросам пользователей, контентные методы, внесение сообществ в поисковые системы и каталоги (вручную и с помощью бесплатных сервисов автоматической регистрации), меры по увеличению индекса цитирования сайтов.

Диссертационная работа систематизирует спорадические знания о социальных интернет-сетях в разных науках, а также закладывает основные теоретические положения в этой тематической области.

**Ключевые слова:** сеть Интернет, сетевые коммуникации, социальная интернет-сеть, интернет-сообщество, блог.

### ANNOTATION

**Fisenko T. Social networking services as a phenomenon of the modern media environment. – Manuscript.**

Thesis for candidate degree in social communications in 27.00.07 speciality – social informatics. – Institute of journalism of Kyiv National University named by Taras Shevchenko, Ministry of Education and Science, Youth and Sport, Kyiv, 2012.

The thesis is devoted to the current state of social networking services (SNS), their structure, tools and principles of operation. The author outlines the main stages of study of the phenomenon of social networking services in various sciences, and defines the term «social networking service» within the science of communication. Structural and logical organization of social networking services are qualified, and their communication characteristics and content components are analyzed. Content analyzes of messages in SNS allowed to identify potentially influential tools, used in social networking services, and possible consequences of their use.

In the work the conditions of communities functioning in SNS are defined, and the principles of their construction are revealed. On the basis of experimental studies the pragmatic two-step model of communities development and promotion in SNS is concluded.

The work classifies the sporadic knowledge about social networking services in various sciences and concludes the basic theoretical principles of this subject area.

**Keywords:** Internet, network communications, social network, online community, blog.