

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ И СРЕДСТВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ АКТИВНОСТИ И ВЛИЯТЕЛЬНОСТИ ЧЛЕНОВ ИНФОРМАЦИОННЫХ СООБЩЕСТВ

Бобров С.И.

*Бобров Сергей Игоревич – магистрант,
Институт комплексной безопасности и специального приборостроения
Московский технологический университет, г. Москва*

Аннотация: своим появлением современные информационные сообщества обязаны развитию интернета и информационных технологий, которые сняли многие ограничения в плане доступа к интересующей потребителей информации. Информация стала самым важным элементом для новой социальной сферы и стала определять особенности функционирования социальных структур как внутри глобального информационного пространства, так и за его пределами. В данной статье автор проводит анализ методов и средств, позволяющих определить уровень активности и влияния членов информационных сообществ.

Ключевые слова: информация, информационное сообщество, информационные технологии, информационное пространство, методы анализа информационных сообществ.

УДК 004.9

Появление концепции информационного общества предварила теория постиндустриального общества, основоположниками которой стали З. Бжезинский [2], Э. Тоффлер [9] и другие [12]. По их мнению, общественное развитие выглядит как смена стадий и появление информационного общества связано с доминированием информационного сектора экономики. Если в индустриальном обществе труд и капитал составляли основу экономики, то в информационном обществе на первое место выходят знание и информация. Недифференцированные информационные сообщества, по мнению Е. Масуды, постепенно вытеснят социальные классы в результате развития информационных технологий [16]. Э. Тоффлером и Дж. Мартином особое значение придается телекоммуникационной сети, обеспечивающей двустороннюю коммуникацию между правительством и гражданами, особенно при выработке политических решений [15].

Ввиду того, что проблема информационного общества рассматривается большим количеством исследователей, оставляя информационные сообщества без должного внимания, автором была предпринята попытка провести анализ методов и средств определения активности и влияния членов информационных сообществ, опираясь на имеющиеся исследования в данной области.

Информационное оружие по своим возможностям и последствиям от его использования по разрушительности может превзойти ядерное [4]. С.А. Авсейков отмечал необходимость изучения возможностей информационного пространства ввиду того, что информационная сфера по доходности может конкурировать с традиционным производством [1]. Следовательно, исследователям стоит обратить внимание на то, при помощи каких методов можно проводить объективное изучение информационных сообществ.

Исследования интернет-пространства и происходящих в нем процессов проводятся с двух позиций : технической и социальной. Обе позиции тесно связаны друг с другом, поскольку потребность пользователей сети в создании более удобного программного интерфейса с высокой скоростью передачи данных означает больше возможностей для сетевого общения, создания и распространения информации. Считается, что при проведении интернет-исследований приоритет отдается социальной составляющей, т.к. общественные и политические события заставляют людей обращать внимание на окружающую реальность, выражать свое отношение к ней [10]. Информационные сообщества, таким образом, формируются с целью не просто создавать и делиться информацией, но и трансформировать социальную структуру внутри и за пределами сети (*отмечено автором*). Последние технические достижения, включающие в себя искусственный интеллект, способствовали созданию нового тренда, известного как «Большие данные», которые используются для сбора и анализа информации в маркетинге, социологических опросах, определении политических предпочтений, т.д [14]. Одна из последних разработок – применение возможностей искусственного интеллекта для повышения эффективности маркетинговых кампаний или получения дохода на валютных торгах.

Нам кажется более релевантной методология исследования, предложенная М. Бакардиевой, сочетающая качественный и количественный подходы. Она положила в основу систематизации интернет-исследований позитивистскую, интерпретативную и критическую перспективы социологии. Позитивистский подход проводит статистический анализ, выявляя время и длительность пребывания пользователей, наиболее посещаемые ресурсы, выполнение наиболее частых действий. В рамках критического подхода, решается вопрос о социально-философских аспектах использования интернета.

Интерпретативный подход опирается на вопросы о причинах использования интернета, его влиянии на жизненный уклад пользователей, т.д [9].

Ю. Рыков, опираясь на ранее проведенное исследование П. ДиМаджио, приводит собственную классификацию актуальных для интернет-исследований вопросов :

- Интернет и социальное неравенство
- Структура и функционирование онлайн сообществ
- Интернет и динамика социального капитала
- Интернет и политические процессы и явления
- Использование возможностей интернета в бизнесе и экономике
- Киберкультура и культурные изменения
- Интернет в социальной сфере : науке, религии, образовании, здравоохранении, т.д. [8, с. 272].

Поскольку информационные сообщества создаются внутри глобального информационного пространства, мы полагаем, что они, в зависимости от целевой аудитории, затрагивают все вышеперечисленные области применения интернета. На наш взгляд, здесь большее значение имеют способности создателей информационных сообществ все время поддерживать интерес к обсуждаемым в сообществах темам, подталкивать пользователей и участников к дискуссиям. В этом вопросе особое внимание необходимо уделить роли лидеров интернет-сообществ, которые способствуют их сплочению и определяют направление движения сообществ [6]. Изучить особенности влияния и активности информационных сообществ можно при помощи следующих методов :

- Анализ социальных сетей, который представляет собой сочетание качественного и количественного методов, позволяя исследовать структуру сообществ и публичных онлайн-дискуссий, выявление методов социального влияния и лидеров сообществ, динамику мнений в течение определенного периода, общий эмоциональный настрой внутри сообщества, т.д [7]. Сюда же можно отнести индекс восприимчивости контента, рассматриваемый А.В. Щекотуровым [11].

- Автоматический анализ текстов, предполагающий использование специальных автоматизированных алгоритмов для выделения ключевых идей текстов и сообщений, выявления эмоциональной тональности и отношения к передаваемой информации [5].

- Нетнография или сетевая этнография, реализующая принципы полевого этнографического исследования в условиях виртуального пространства. Применение данного метода позволяет выявить особенности идентичности, поведенческих паттернов, культуру, структуру и отношения между членами сообщества [8].

На наш взгляд, выводы Л. Колледж и К. Джеймс о «корзине метрик» для исследования авторитетности журнала применимы по отношению к авторитетности информационных сообществ. Указанные авторы выделили ряд параметров, по которым можно судить о том, насколько влиятелен тот или иной ресурс : сообщество, издающее контент для ресурса, потребление контента, авторитет и репутация, влияние за пределами сообщества, т.д. При этом они отмечают, что нельзя основываться только на мнении одного авторитетного лица или использовании одной метрики, всегда необходимо использовать одновременно несколько показателей, особое внимание уделяя количеству цитирований и просмотров публикаций [13].

По нашему мнению, вопрос об использовании методов и средств определения активности и влиятельности членов информационных сообществ необходимо решать через анализ количественных и качественных показателей. Количественные показатели включают в себя информацию о численности и дате создания сообщества, количество посещений за определенный период времени, количество постов, репостов, эмоциональных реакций и комментариев. Качественные показатели отражают специфику публикуемого контента, причем, как показано в ряде исследований, большую степень отклика вызывают сообщения, отражающие индивидуальность сообщества и показывающие взаимодействие с его участниками, особенно – с лидерами мнений.

Список литературы

1. *Авсейков С.А.* Политические аспекты влияния глобализации на развитие российских и зарубежных информационных сообществ. Автореф...дисс.канд.полит.н. М., 2007.
2. *Бжезинский З.* Великая шахматная доска. Господство Америки и его геостратегические императивы. М., 2002.
3. *Кастельс М.* Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. М., 2004.
4. *Прокофьев В.Ф.* Тайное оружие информационной борьбы. М., 1999
5. *Самсонова А.В., Горемыкин В.А., Соколов С.В.* Инновационные маркетинговые коммуникации и электронная коммерция в социальных сетях // Вопросы региональной экономики. 2015. Т. 22. № 1. С. 74—82.

6. *Скуратов А.Б.* Лидерство в локальных интернет-сообществах : практика социально-стратификационного анализа //Вестник ЮрГУ, серия «Социально-гуманитарные науки». Т. 16, №3, 2016. С.79-82.
7. *Розина И.Н.* Виртуальные исследовательские сообщества: от зарубежных моделей к отечественным примерам // Образовательные технологии и общество. Т. 12. № 2, 2009. С. 389–408.
8. *Рыков Ю., Нагорный О.* Область интернет-исследований в социальных науках //Социологическое обозрение. Т.16, №3, 2017. С. 366-394.
9. *Тоффлер Э.* Третья волна. М., 1982.
10. *Чернов А.А.* Становление глобального информационного общества : проблемы и перспективы. М., 2003.
11. *Щекотуров А.В.* Индекс восприимчивости контента виртуального сообщества // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2016. № 1. С. 297—312.
12. *Bell D.* The Coming of Postindustrial Society. A Venture In Social Forecasting. N.Y., 1973
13. *Colledge L., James C.* A «Basket of Metrics» — the Best Support for Understanding Journal Merit. European Science Editing. 2015,41(3):61–65.
14. *Hajli N., Sims J.* Social commerce: The transfer of power from sellers to buyers // Technological Forecasting and Social Change. 2015. Vol. 94. P. 350—358.
15. *Masuda Y.* The Information Society as Postindustrial Society. Washington, 1983.