

Теорія соціальних мереж в соціології розглядає соціальні взаємовідносини в термінах вузлів та зв'язків. Форма соціальної мережі допомагає визначити ступінь своєї корисності для її учасників. У теорії соціальних мереж використовується погляд, коли атрибути окремих акторів менш важливі, аніж стосунки та зв'язки з іншими акторами в мережі.

Існує декілька методів аналізу соціальних мереж: 1) метод рефлексивного аналізу соціальних мереж – цей метод дозволяє проаналізувати діяльність агентів соціальної мережі нелінійно, де дія певного суб'єкту розглядається як система відображення об'єктивної реальності та дій інших суб'єктів [1, с.48-53]; 2) метод інформаційно-психологічного впливу на користувачів – вивчення таких явищ як «спіраль мовчання» (за Е. Ноель-Нойман); стадний інстинкт у соціальних мережах; довіра всьому опублікованому в мережі; присутність лідерів думок; прагнення самореалізації чи заміни реальності [3]; 3) метод мікротаргетингу – вивчення спілкування в мережі як інформаційні війни, що ведуться за допомогою інтелектуального інструментарію, а соціальні мережі є новим методом впливу на громадську думку і полягає у публікації персоналізованих повідомлень на рівні окремої людини для привернення її уваги та завоювання прихильності (за Г.Почепцовим) [2, с. 134].

До переліку основних функцій соціальних мереж, належать: створення індивідуальних профілів, взаємодія користувачів, можливість досягнення спільної мети шляхом кооперації, обмін ресурсами, можливість задоволення потреб за рахунок накопичення ресурсів. Основними особливостями соціальних мереж є: гнучкість, різноманітність сервісів, як потрібних, так і непотрібних; необхідність виставлення свого приватного життя напоказ, відсутність конфіденційності; змістовність, велика кількість цікавих людей і матеріалів; різноманітна тематика; широкі можливості для спілкування, знайомств, зустрічі старих друзів і знайомих; суспільна значущість.

Соціальна мережа спрямована на побудову співтовариств в інтернеті з людей зі схожими інтересами або діяльністю. Зв'язок здійснюється за допомогою внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями.

Беззаперечним є факт – що соціальні мережі в інтернет просторі стали новим явищем у світовому розвитку, що отримало назву «глобальна революція у спілкуванні». Соціокультурний феномен соціальних мереж є засобом конструювання сучасного інформаційно-комунікативного простору і головним концептом інформаційного суспільства, феноменом століття, в який втягнуті всі народи й цивілізації, в якому сучасна людина існує як «громадянин інформаційно-комунікативного суспільства».

Список літератури

1. Курбан О. Соціальні мережеві технології: типологія та класифікація / О.Курбан // Вісник КНУКІМ. Серія: Соціальні комунікації. – 2013. – Вип. 2. – С. 48-53.