

УДК 004.738.5:316.472.4(043.2)

ВІРТУАЛЬНІ СПІЛЬНОТИ В ІНТЕРНЕТІ

Косько В. О.

*Національний авіаційний університет, м. Київ
Науковий керівник – Мелешко М. А., к.т.н., доц., професор кафедри КММТ*

Анотація. *Розглянуто та підтверджено актуальність вивчення віртуальних спільнот в мережі Інтернет. Проведений аналіз їх типології та моделі використання. Досліджено існуючі спільноти.*

Ключові слова: *віртуальна спільнота, онлайн-сервіси, Prodigy, America Online, Electronic Cafe, World Wide Web, програмне забезпечення.*

Матеріали досліджень: 1) дослідити історію віртуальних спільнот; 2) проаналізувати що таке віртуальні спільноти; 3) сформулювати типологію веб-спільнот; 4) проаналізувати процес створення віртуальних спільнот та їх організацію.

Актуальність теми. Поняття спільноти лежить в основі Інтернету з моменту його народження. Протягом багатьох років вчені використовували Інтернет для обміну даними, спільною роботою над дослідженнями та обміну повідомленнями. По суті, вчені сформували інтерактивні дослідницькі спільноти, які існували не у фізичному кампусі, а в Інтернеті. За останні кілька років мільйони користувачів комп'ютерів у всьому світі почали випускати Інтернет і комерційні онлайн-сервіси, такі як *Prodigy* і *America Online*. Багато приєдналися до одного або кількох спільнот, які виникли для задоволення потреб користувачів у спілкуванні, інформації та розвагах. Таких спільнот з кожним днем стає все більше, тому дослідити такий феномен як віртуальні спільноти у цей час вкрай необхідно.

Історія віртуальних спільнот. Одним із старших віртуальних співтовариств є створена в 1985 році група ентузіастів високих технологій, які проживають в основному недалеко від Сан-Франциско. Термін «*віртуальна спільнота*» вперше використав у статті Джина Янгблада, написаній у 1984 році, але опублікованій у 1986 році, про *Electronic Cafe* (1984), мистецький проект художників Кіта Геловея та Шеррі Рабінович, який об'єднав п'ять ресторанів у Лос-Анджелесі та художній музей. Термін набув популярності після статті 1987 року Говард Рейнгольд для *The Whole Earth Review*.

Дослідження поняття «Віртуальна спільнота». Віртуальні спільноти — це соціальні угруповання, які з'являються в Мережі, коли достатньо людей ведуть ці публічні дискусії досить довго, з достатнім людським почуттям, щоб сформувані мережі особистих стосунків у кіберпросторі.

Група дослідників зі Школи комунікації Анненберга при Університеті Південної Каліфорнії визначила чотири основні компоненти, які сприяють створенню «відчуття спільноти»:

- задоволення потреб, яке показує, наскільки спільнота задовольняє потреби учасника;
- включення, яке показує, наскільки учасники відкриті та заохочуються до участі в планах і діяльності один одного;
- взаємний вплив, який показує, наскільки учасники відкрито обговорюють проблеми та впливають один на одного;
- спільні емоційні переживання, які включають події, які особливо викликають почуття та зазвичай запам'ятовуються, такі як поїздки, дні народження, ювілеї, весілля тощо.

Учасники ВС — користувачі мережі Інтернет, що виявили бажання брати участь у спільноті, зареєструвавшись, взаємодіють у межах спільноти, створюючи інформаційне наповнення.

Інформаційне наповнення (контент) віртуальної спільноти — дискусії та повідомлення, які створюють учасники. Сформувались різноманітні типи віртуальних спільнот, які відрізняються як за способом організації, так і за аудиторією (глобальні, локальні) та тематичним спрямуванням.

Типологія віртуальних спільнот. Сьогодні віртуальні спільноти функціонують на основі Всесвітньої мережі Інтернет, причому лише частина з них знаходиться у глобальному середовищі *WWW*. За ступенем інтеграції у *WWW* віртуальні спільноти поділяються на такі типи:

- соціальні мережі – фактично неінтегровані у веб;
- дискусійні листи – частково інтегровані у веб;
- публічні соціальні мережі – значною мірою інтегровані у веб;
- веб-спільноти – повністю інтегровані у веб.

Інтернет спільноти за інтересами учасників можна поділити на:

- спільноти брендів;
- підтримка спільнот;

- навчальні спільноти;
- мережеві спільноти;
- соціальні спільноти;
- спільноти фанів.

Усі веб-спільноти поділяються на два типи: організаційні та комунікативні. До організаційних належать спільноти, які дають змогу виконувати конкретні специфічні завдання: виконувати операції купівлі-продажу товарів та контенту (електронний аукціон – *eBay*), здійснювати торгівлю акціями на фондовій біржі (електронна біржа – *Forex*), реалізувати суспільнозначливі проекти (електронна енциклопедія – *Wikipedia*), розміщувати оголошення (електронна дошка оголошень – *Craigslist*) тощо.

До комунікативних належать спільноти, основною метою яких є організація спілкування. Відповідно до технічної платформи та способу реалізації усі веб-спільноти належать до одного з таких типів:

- чат;
- гостьова книга;
- блог;
- форум.

Складові ВС. Щоб досягти великих результатів у веденні спільнот потрібно розробити стратегію. Так як у період, коли зростає кількість користувачів віртуальних спільнот виникає потреба навиків їх класифікації, які допоможуть оцінити наскільки вони ефективно працюють. Дозволить сформуванню плану розвитку спільноти. Її опис покаже специфіку кожного виду віртуальних спільнот залежно від визначених характеристик, адже кожна із них має визначені правила, щодо забезпечення якісної роботи. Класифікація побудована, відповідно до сучасних сфер та технологій використання віртуальних спільнот, представлена на рис. 1.

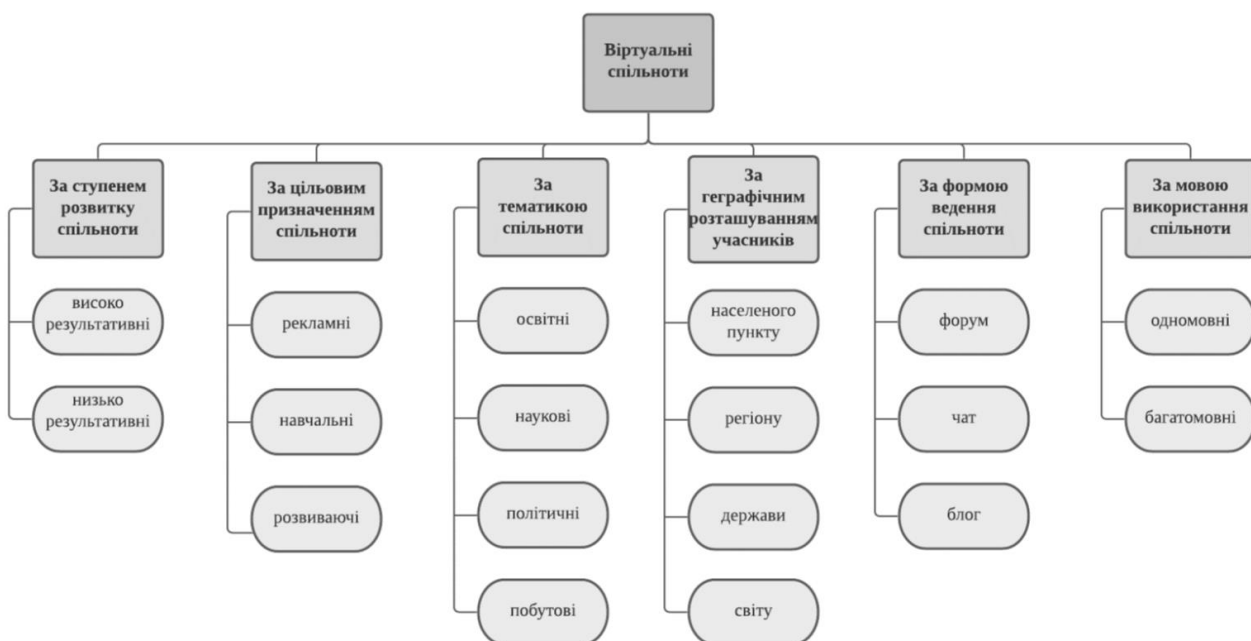


Рис. 1. Класифікація віртуальних спільнот відповідно до їх особливостей

Використовуючи класифікацію, ми зможемо не лише створити стратегію розвитку спільноти, але й проаналізувати відповідність вже створеної спільноти зважаючи на описані її особливості (рис. 2). Використовуючи можливості *UML*, розроблено схематичне представлення взаємодії життєвоважливих компонент віртуальної спільноти. Так як вона найкраще дозволяє представити взаємозв'язок сутностей, інтерфейсів та компонентів.

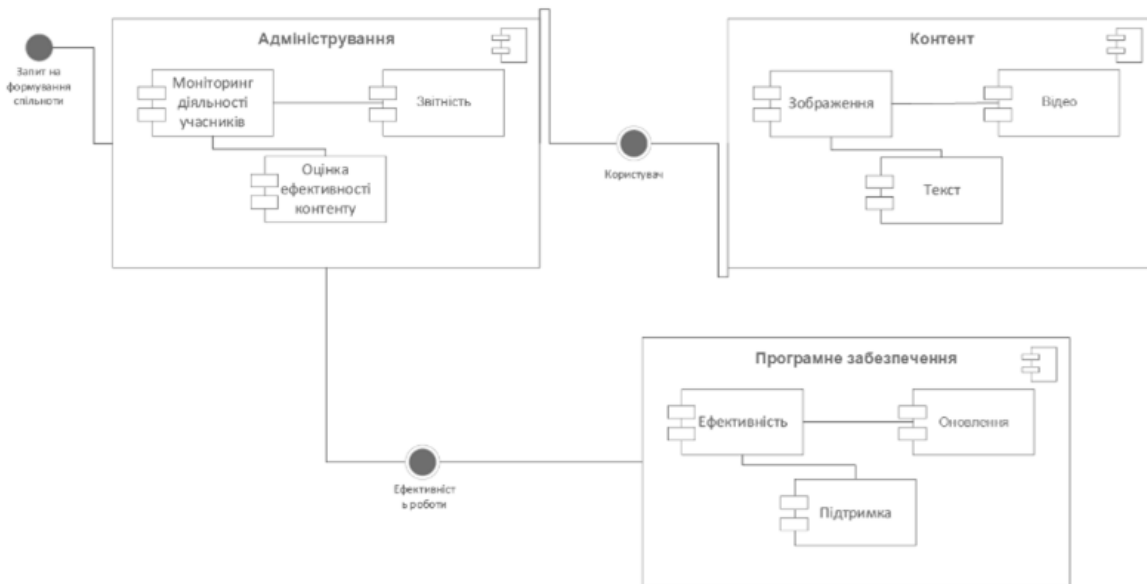


Рис. 2. Взаємозв'язок важливих складових віртуальної спільноти

Висновки. Зважаючи на вище сказане, «віртуальна спільнота» – це простір, успішність роботи якого залежить від безлічі компонентів, таких як: клієнт, адміністратор, учасник, контент та ПЗ. Для того, щоб краще зрозуміти їхню природу було створено класифікацію віртуальних спільнот. Skorиставшись розробленою класифікацією розробник легко зможе визначити особливості спільноти, яку йому необхідно створити. Тому, для того, щоб віртуальна спільнота виконувала своє призначення: дозволяла обмінюватися думками, приносила нові знання, об'єднувала однодумців необхідно якісно налагодити усі механізми її роботи.

СПИСОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Margherita Pagani. Encyclopedia of Multimedia Technology and Networking, Second Edition (3 Volumes): – I-LAB Centre for Research on the Digital Economy, Bocconi University, Italy, 2008. 1167 p.
2. Пелещишин А.М. Аналіз існуючих типів віртуальних спільнот у мережі Інтернет та побудова моделі віртуальної спільноти на основі веб-форуму / А.М. Пелещишин, Р.Б. Кравець, Ю.О. Серов // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2011. № 699: Інформаційні системи та мережі. С. 212–221.
3. Віртуальна спільнота [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://www.britannica.com/topic/virtual-community>.
4. Шість типів онлайн спільнот [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://blog.discourse.org/2021/12/types-of-online-communities/>.
5. Реальна ціна онлайн повідомлень [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://hbr-org.translate.goog/1996/05/the-real-value-of-on-line-communities?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc.
6. Класифікація віртуальних спільнот [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/08/9-1.pdf>.