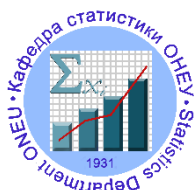


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА СТАТИСТИКИ



«СТАТИСТИКА – ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 6

Частина II



**Одеса
2020**

УДК 311
ББК 60.6

Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень: збірник наукових студентських праць. Випуск 6. Частина II. – Одеса, ОНЕУ. – 2020. – 203 с.

Автори:

Вітковська К. В. – к.е.н., доцент кафедри статистики Одеського національного економічного університету,

Милашко О. Г. – к.е.н., доцент кафедри статистики Одеського національного економічного університету,

Ольвінська Ю. О. – к.е.н., доцент кафедри статистики Одеського національного економічного університету,

Погорелова Т. В. – к.е.н., доцент кафедри статистики Одеського національного економічного університету,

Самотоєнкова О. В. – к.е.н., доцент кафедри статистики Одеського національного економічного університету,

Тарасова К. І. – к.е.н., доцент кафедри статистики Одеського національного економічного університету,

Агапченко К. А. – студентка факультету менеджменту, обліку та інформаційних технологій Одеського національного економічного університету,

Бабенко С. Ю. – студент факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Балюк Н. В. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Березорудський А. М. – студент факультету менеджменту, обліку та інформаційних технологій Одеського національного економічного університету,

Білоус О. Ю. – студент факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Бойко В. С. – студентка факультету менеджменту, обліку та інформаційних технологій Одеського національного економічного університету,

Бурлаченко К. В. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Гаращенко О. В. – студентка факультету менеджменту, обліку та інформаційних технологій Одеського національного економічного університету,

Іванченко Т. А. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Клюс І. Г. – студентка факультету міжнародної економіки Одеського національного економічного університету,

Кошева Ю. С. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Кравченко О. В. – студентка факультету менеджменту, обліку та інформаційних технологій Одеського національного економічного університету,

Кудін П. М. – студент факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Мівшук Ю. І. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Ожоганіч І. Г. – студентка факультету міжнародної економіки Одеського національного економічного університету,

Письменна В. Е. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Пруденко А. А. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Рубель Г. А. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Сазонов К. О. – студент факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Чайковська О. О. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету,

Штельмашук М. С. – студентка факультету економіки та управління підприємництвом Одеського національного економічного університету.

У збірнику наводяться результати дослідження студентів та викладачів кафедри статистики щодо застосування сучасних статистичних методів для оцінки соціально-економічних процесів у деяких країнах світу, в Україні та окремих регіонах. Висновки та рекомендації авторів можуть бути корисними для викладачів, аспірантів і студентів, які займаються аналізом процесів, що відбуваються в суспільстві та економіці країни.

© колектив авторів, 2020

ЗМІСТ

Бойко В.С., Ольвінська Ю.О. Теорія статистики в працях А.Кетле	6
Клюс І.Г., Милашко О.Г. Аналіз розвитку готельного господарства Закарпатської області	13
Рубель Г.А., Самотоєнкова О.В. Аналіз динаміки, структури та активності ринку нерухомості в Україні	22
Кошева Ю.С., Милашко О.Г. Статистичний аналіз середньої заробітної плати в регіонах	32
Кудін П.М., Тарасова К.І. Статистичне оцінювання споживання продуктів харчування	37
Бойко В.С., Вітківська К.В. Статистичний аналіз зайнятості в Україні	44
Кравченко О.В., Самотоєнкова О.В. Статистична оцінка динаміки та потенціалу закладів вищої освіти в Україні	53
Березорудський А.М., Вітківська К.В. Статистична оцінка впливу факторів на обсяг капітальних інвестицій в Україні .	61
Білоус О.Ю., Ольвінська Ю.О. Аналіз фінансової стійкості ПРАТ «ВО Стальканат-Сілур»	68
Іванченко Т.А., Ольвінська Ю.О. Переробка сміття в Україні: проблеми та перспективи	75
Березорудський А.М., Погорєлова Т.В. Статистична оцінка структури продовольчого ринку України	80
Агапченко К.А., Погорєлова Т.В. Статистична характеристика розвитку фермерського господарства в Україні ...	85
Бойко В.С., Погорєлова Т.В. Статистична оцінка земельного фонду України	90
Бойко В.С., Милашко О.Г. Статистичний аспект французько-українських відносин	100
Березорудський А.М., Милашко О.Г. Партнерство України з Чехією	108
Агапченко К.А., Милашко О.Г. Партнерство України з Норвегією	113
Ожоганич Т.Ю., Милашко О.Г. Дослідження стану зовнішнього сальдо товарів та послуг Люксембургу	119

Білоус О.Ю., Вітковська К.В. Формування вибірових сукупностей для обстеження ділової активності підприємств у країнах ЄС	125
Чайковська О.О., Вітковська К.В. Організація вибірових обстежень у різних країнах світу	132
Мившук Ю.І., Самотоєнкова О.В. Статистична оцінка ринку страхових послуг в Україні	140
Штельмашук М.С., Ольвінська Ю.О. Статистичний аналіз шлюбності та розлучуваності у сучасній Україні	146
Агапченко К.А., Ольвінська Ю.О. Зародження статистичної науки в працях політичних арифметиків	152
Гаращенко О.В., Ольвінська Ю.О. Уільям Петті – засновник школи політичної арифметики	155
Штельмашук М.С., Вітковська К.В. Досвід проведення вибірового обстеження студентами спеціальності «Економіка» з актуальних проблем університету	159
Бабенко С.Ю., Ольвінська Ю.О. Статистичний аналіз ринку алкогольної продукції в Україні	166
Письменна В.Е., Ольвінська Ю.О. Дослідження споживчої поведінки у сфері б'юті-індустрії під час пандемії	172
Сазонов К.О., Ольвінська Ю.О. Сутність концепції сталого розвитку регіону та роль статистичних показників у його дослідженні	175
Балюк Н.В., Ольвінська Ю.О. Аналіз динаміки номінальної та реальної заробітної плати в Україні	183
Бурлаченко К.В., Ольвінська Ю.О. Статистичний аналіз ринку кави в Україні	189
Пруденко А.А., Ольвінська Ю.О. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища	193

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЕЛЕМЕНТ НОВОГО СОЦІАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Пруденко А. А.¹, Ольвінська Ю. О.²

1 – студент, факультет економіки та управління підприємництвом,

2 – канд. екон. наук, доцент, кафедра статистики

Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Пруденко А. А., Ольвінська Ю. О. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. У статті розглянуто умови виникнення, поширення і використання соціальних мереж у формуванні нового соціального середовища здійснення соціальних зв'язків. Аналізуються властивості соціальних мереж та їх вплив на сучасне суспільство. Доведено, що у контексті розвитку системи соціальних комунікацій роль соціальних мереж передбачає як консолідацію нових видів ефективної віртуальної комунікації у суспільстві, так і фрагментацію соціального віртуального середовища, а також руйнування традиційної лінійності суспільних зв'язків.

Ключові слова: соціальна мережа, соціальне середовище, соціальні зв'язки, система соціальних комунікацій.

rudenko A. A., Olvinskaya J. O. Social networks as elements of a new social environment. The article considers conditions of occurrence, distribution and use of social networks in shaping a new social environment related social ties. Properties of social networks and their impact on modern society is being analyzed. It is shown in the context of the social communication system development that the role of social networks involves consolidation of new effective communication types in a virtual community and social fragmentation of the virtual environment and furthermore to destruction of traditional social relations linearity.

Keywords: social network, social environment, social networks, social communication system.

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Пруденко, А. А. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища [Текст] / А. А. Пруденко, Ю. О. Ольвінська // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 6. Частина II – Одеса, ОНЕУ. – 2020. – С. 193 – 202.

Актуальність теми зумовлена нагальною потребою дослідження особливостей соціальних мереж як типу соціальних структур, що утворилися в результаті розвитку електронних соціальних комунікацій.

У соціології, як ні у жодної іншої науки, є широкі можливості

дослідження впливу соціальних Інтернет-мереж на розвиток суспільства, і можливі та актуальні наслідки цього впливу. Починаючи з другої половини 90-х років ХХ століття, нові інформаційні та комунікаційні технології активно впроваджуються в усі сфери життєдіяльності суспільства. Їх можливості у процесі культурних, соціально-економічних і політичних перетворень стають предметом інтересу соціологів, політологів, філософів, юристів, економістів.

Проблеми розвитку та властивостей мережевого суспільства взагалі і соціальних Інтернет-мереж зокрема, а також віртуалізації сучасного суспільства досліджуються багатьма західними і вітчизняними вченими, зокрема: П. Бурд'є, В. Бюлем, Г. Градосельською, Ж. Делезом, Д. Івановим, І. Семеновою, В. Сілаєвою, Г. Градосельською, М. Кастельсом, С. Коноплицьким, Н. Коритніковою, Є. Прохоренко, С. Романенко, А. Фоміним, В. Щербиною та ін. Формування і розвиток якісно нового типу комунікативних структур вимагають глибокого переосмислення не тільки комунікативної природи соціальної реальності, але й вивчення їх впливу на стан суспільних відносин.

Постановка проблеми. Проблема дослідження ролі і місця соціальних мереж у просторах сучасного суспільства також обумовлена тим, що мережі перетворилися на своєрідний глобальний координаційний центр соціальних зв'язків, оскільки вони здатні компенсувати не тільки нормативний вакуум, а й регулювати комунікативні процеси у віртуальному просторі, що є особливою властивістю сучасного рівня розвитку системи соціальних комунікацій. Проблема розгляду соціальних мереж, як конструктора соціального середовища сучасного суспільства актуалізує дослідження змісту функціональних можливостей комунікації з використанням соціальних мереж, характеру та вимог до спілкування в умовах нового соціального середовища. Сьогодні широкої популярності набуває мережева комунікація, зокрема, соціальні мережі. Останні виступають інструментом, за допомогою якого велика кількість користувачів глобальної мережі отримує додаткові можливості у спілкуванні та поширенні інформації різного соціально-культурного значення. Проблема ситуація пояснюється виникненням протиріч між швидким поширенням спілкування у мережевому просторі та рівнем науково-теоретичного узагальнення соціологічних проявів їх впливу на суспільні зв'язки, формуванням мережевої культури, процесами самоорганізації мережевих спільнот і намаганням використання старих схем регулювання віртуальних соціальних зв'язків.

Метою статті є аналіз властивостей соціальних мереж та їх впливу на формування нового середовища соціальних зв'язків. Вивчення соціальних мереж має проводитися з урахуванням системного розгляду мережевих феноменів, а також закономірностей формування соціальних спільнот та організаційної поведінки під впливом умов віртуальної реальності.

Виклад основного матеріалу. Соціокультурні перетворення, інформаційно-технологічна революція, поширення інформатизації в глобальному масштабі є невід'ємним елементом процесів зміни сучасного суспільства [5, с. 42]. З'явилась його нова форма – мережеве суспільство. В основу цього суспільства покладено мережевий принцип організації, який об'єднує і нову економіку, і ділове спілкування, і глобальний обмін інформацією та знанням.

Сучасний науковий інтерес до комунікації визначений тим зрушенням, який зроблений загальною зміною місця і ролі комунікації і комунікативних технологій у різних суспільних сферах, інтенсивним розвитком засобів комунікації. Значну роль у розвитку нових підходів до дослідження комунікації в другій половині XX століття відіграли теорії «мережевого суспільства» і «мережевої комунікації» в соціально-філософському знанні в 1990-х роках в значній мірі стимульовано роботами М. Кастельса, що розглянув мережеві ефекти глобалізації та запропонував поняття мережевого простору, основними компонентами якого є ресурси, якими обмінюється актори мережі, а місце розташування акторів визначається віддаленістю від центрів перерозподілу ресурсів. М. Кастельс у своїх роботах звертається до метафори «мережа» для опису стану сучасного соціуму [5; 6]. Нагадаємо, що мережа є одним з основних способів, за допомогою яких досягається ефект структурування соціальних впливів у просторі суспільства [3].

Процеси технологізації та автоматизації діяльності дозволили перенести «центр ваги» у суспільстві з процесів виробництва на процеси управління, в яких основне навантаження падає саме на організацію комунікації. Теоретичні підвалини інформатизації суспільної діяльності формуються у межах соціальної інформатики, представники якої вивчають інформаційнотехнологічні процеси, інформаційні системи, питання їх створення, впровадження у різні суспільні підсистеми, особливості використання тощо [7]. Становлення системи соціальних комунікацій визначило появу спеціального напрямку досліджень в соціології [8] та формування спеціального наукового напрямку системного вивчення феномену соціальних комунікацій як окремого виду соціальної діяльності [9]. Зауважимо, що безперервна трансформація соціокультурної реальності вимагає усвідомлення сучасної комунікативної ситуації та вироблення відповідних стратегій, тактик управління комунікативними процесами, здатності суспільства сприймати і конструювати комунікативні інновації, брати активну участь у їх реалізації. Тому особливе значення набуває функція соціальної комунікації зміцнення структуроутворюючих засад суспільства, перетворення його у цілісний соціальний організм, а також його підтримка та збереження цієї цілісності. Відомо, що будь-які інновації в системі соціальних зв'язків та відносин на їх основі викликають зміни у суспільстві. Такою інновацією в добу інформаційного суспільства став Інтернет, де сама комунікація проходить за допомогою сервісів, які їм

надаються [2], що, у свою чергу, викликало стрімке зростання значення соціальних мереж.

У світі існує понад 206 соціальних мереж, їх кількість зростає кожен день [10].

Усі відомі на сьогоднішній день соціальні мережі можна умовно розділити на три категорії:

1. На загальну тематику (створені для приватного спілкування).
2. Спеціалізовані.
3. Ділові.

Соціальні мережі на загальну тематику, наприклад Facebook, Вконтакте.ру та Однокласники, спрямовані на налагодження і підтримку вже існуючих контактів та пошук нових знайомих. Вони мають велику популярність серед школярів та студентів, що використовують веб-сервіси як платформу для спілкування у мережі. Вищезазначені соціальні мережі вже накопичили величезну базу контактів і профілів, з яких можна багато дізнатись про людину та її уподобання.

Спеціалізовані соціальні мережі займають певну нішу в своєму секторі, і збирають аудиторію за інтересами. Наприклад, Last.Fm – музична соціальна мережа, яка розбудовує зв'язки між користувачами за принципом музичних уподобань. Geni – сімейна соціальна мережа, об'єднує людей на основі родинних зв'язків. Соціальна мережа MyChurch надає можливість будь-якій людині створити свою церкву та своє коло спілкування. Autokadabra.ru - соціальна мережа автолюбителів.

Ділові соціальні мережі, такі як LinkedIn, Plaxo та МойКруг, спрямовані на професійний розвиток своїх користувачів та побудову кар'єри. Новою в цьому переліку є українська ділова соціальна мережа PROFEO, запуск якої відбувся у квітні 2008 року. PROFEO має україномовний інтерфейс і спрямована на професійний розвиток людини в Україні. Специфіка нової мережі полягає в унікальному для України поєднанні різних послуг та сервісів, доступних з одного ресурсу: онлайн-адресна книжка, блоги, форуми, галерея, миттєві повідомлення та групи за професійними інтересами.

Виходячи з попереднього огляду можна стверджувати, що мережеві комунікації стають універсальним способом структурування соціального простору. Суть мережі полягає у здатності вибудовування гнучкої і одночасної взаємодії безлічі вузлів зв'язку. У соціальній мережі функції вузлів виконують індивіди, які є соціальними акторами. Відповідно, соціальна мережа як окремий вид мережі – це система пов'язаних між собою каналами зв'язку акторів. Таким чином, мережа являє собою систему, котра складається з рівноправних вузлів, пов'язаних один з іншим горизонтальними зв'язками; необхідною умовою існування мережі є розподілений тип зв'язку між вузлами, тобто кожен вузол у конкретний момент часу пов'язаний з будь-яким вузлом системи. Отже, мережева комунікація створює нову, суб'єктивно-орієнтовану реальність, яка

відображатиме мозаїчність думок, інтересів і бажань учасників мережевого спілкування. Комунікаційний процес, пов'язаний з «віртуальною ідентичністю» не може не робити істотного впливу на формування сучасного соціального середовища, комунікативного простору, і в цілому на образ людини в інформаційному суспільстві. Це підтверджується тим, що всесвітня мережа надає найширші технічні можливості для спілкування, в ній порівняно легко знайти людей зі схожими інтересами та поглядами на світ. Ці чинники зумовили появу і розвиток великої кількості спільнот в Інтернеті, таких як Вікіпедія, веб-форуми, чати, мережеві ігри і т.д. У подібних спільнотах змінюється образ мислення, формується власна мережева культура.

Соціальна мережа, що володіє конструктивним потенціалом в динаміці масових інформаційних потоків і функціями, наприклад, як накопичення та реалізація соціального-капіталу, безумовно, має аксіологічний статус у сучасному суспільстві. Основна цінність соціальної мережі полягає у тому, що вона в сучасних умовах виступає не просто засобом комунікації, а виявляє себе як механізм конструювання соціального середовища в сучасному суспільстві. На це вказують спеціальні дослідження. Так, аналізуючи процес виникнення та розвитку соціальних мереж та ті функції, які вони виконують у сучасному світі, науковці дійшли висновку, що поширення і використання соціальних Інтернет-мереж має певні соціальні наслідки, зокрема:

1. зрощування, переплетіння реального та віртуального соціального життя;
2. інтернет-залежність (як соціально-психологічне явище та як феномен масової культури);
3. поява нових видів девіантної поведінки у формі, наприклад, різних виявлень хакерства;
4. «глобалізація» життєвого простору людини (створення груп, які реально включають людей, що фізично проживають та перебувають у різних країнах);
5. фрагментація суспільства, створення великої кількості віртуальних груп за інтересами;
6. поява нових технологій у політичному житті, сфері дозвілля тощо;
7. формування кіберкультури (Інтернет-культури) як нового напрямку розвитку суспільства, безпосередньо пов'язаного з появою, розвитком і проникненням у соціальне і культурне життя досягнень інформаційних технологій [2].

Функціонування та розвиток соціальних мереж дозволяє визначити їх певні характеристичні риси та особливості. Можна перенести таку властивість великих поліфункціональних систем на соціальну мережу, тому багатогранність її функціонування у сучасному комунікативному транснаціональному просторі можна визначити як багатфункціональність [3]. Багатфункціональність соціальних мереж у широкому сенсі – це

принцип, згідно з яким кожен орган або структура виконує в організмі більш, ніж одну функцію одночасно або у різні періоди його індивідуального розвитку, або онтогенезу.

Багатофункціональність мережевої комунікації полягає не тільки в наявності великого числа функцій, які постійно нарощуються (у зв'язку з чим класифікація функцій стає актуальною науковою проблемою), а у тому, що багато з них можуть реалізовуватися одночасно. Актор соціальної мережі має сукупність мотивів і потреб, які визначають, в свою чергу, її функції, а вся привабливість мережі полягає саме у тому, щоб наявні потреби відразу ж задовольнялися. Цим визначається нелінійність мережевої комунікації: підключення до спілкування багатьох учасників одночасно супроводжується одночасним використанням різних комунікаційних засобів, а також різних способів зворотнього зв'язку.

Однією з характерних рис соціальної мережі, на яку ми хотіли б звернути увагу, є соціабельність, котру можна визначити як почуття легкості та невимушеності в соціальних взаєминах особистості, засноване на володінні ефективними навичками соціальної взаємодії. В основі соціабельності лежить феномен довіри. Саме довіра є найбільш значущим чинником створення соціальних мереж, особливо, якщо мова йде про соціальні мережі з щільною структурою, що припускають високий рівень надійності. Мережа не є групою незв'язаних людей, на відміну від ієрархічних відносин у ній начальників і підлеглих. У даному аспекті не спостерігається протиріччя з визначенням мережі як взаємозв'язку ієрархічних позицій, наприклад, адміністратора або модератора і користувача сайту, тому як мережа тримається на особистому бажанні, а не на формальній необхідності і посадових обов'язках.

Соціабельність дозволяє користувачу підтримувати певне число контактів, а кількість таких контактів показує їх оптимальне використання - обмін інформацією та ресурсами, кооперацію (при позитивній сумісності) або конфронтацію (при негативній). Прикладами соціальних мереж, які володіють значним обсягом соціального капіталу, значить, і високим ступенем довірчих відносин, є неформальні дружні корпорації представників ділового співтовариства; коло хороших знайомих і близьких друзів серед політиків, що підтримують неформальні відносини; клуби та асоціації, що об'єднують людей за принципом земляцтва, спільного навчання чи служби.

В останній час Інтернет перетворився на публічний ресурс глобального масштабу і управління його використанням повинне стати одним з основних питань порядку денного інформаційного суспільства. У зв'язку з цим, розгляд проблеми управління комунікативними потоками у віртуальному просторі обумовлено, по-перше, тим, що, забезпечуючи доступ до величезних інформаційних ресурсів, полегшуючи спілкування і дозволяючи використовувати мультимедійні засоби, Інтернет водночас активізує процеси гіперіндивідуалізації особистості.

Основним завданням управління в соціальній мережі, на нашу думку, є вплив на агентів соціальної мережі з метою формування необхідних їх думок. Тому, щодо управління комунікаційними процесами в соціальних мережах виникає дві версії: управління як самоорганізація і керування адміністративного характеру. У даному випадку правомірно вести мову про ключову роль лідерів у встановленні і моделюванні соціальних норм в рамках мережевої комунікації. Лідери спільноти, володіючи високим соціальним статусом, стають «обличчям» ком'юніті (спільноти), відповідно, сам факт спілкування з ними може сприйматися як свідчення приналежності до віртуального колективу. Лідер може регулювати комунікативні процеси в мережі, якщо володіє високим рівнем інтелектуального капіталу, передум у сфері, яка є профілюючою для даного типу спільноти. Надання допомоги іншим учасникам, включаючи здійснення процесу соціалізації нових учасників, також є атрибутами соціабельності лідера. Змінюючи в позитивну сторону емоційний стан інших учасників спільноти, постійна турбота про збереження власної репутації та репутації мережі, профілактика процесів дезінтеграції спільноти, посилюють статусне положення лідера.

Таким чином, соціальна мережа дозволяє координувати дії акторів, використовуючи переваги неформальних каналів поширення інформації. Зазначений ефект відображає властивості соціального капіталу як феномена, що має структурний і реляційний аспекти. З одного боку, особистий характер зв'язків дозволяє актору безпосередньо спостерігати дії інших акторів, отримувати інформацію про їхні дії «з перших рук», впливати на їх поведінку (спираючись на взаємні зобов'язання, групові санкції) і домагатися узгодженості своїх дій з різними учасниками соціальної мережі. З іншого боку, в ситуаціях, коли регулярний безпосередній контакт важко реалізувати повною мірою (наприклад, через простір соціальної мережі), довірчий характер соціальних відносин дозволяє індивідам отримати надійну інформацію про дії та репутації один одного від третіх осіб з числа членів соціальної мережі. У силу зазначених особливостей ефект координації може розглядатися одночасно як спостережуваний результат дії структури соціальних зв'язків і функція довіри між суб'єктами

Стосунки у соціальних мережах характеризуються підвищеною експресією і емоційністю, тому проблема управління комунікаційними процесами складно вирішувана та прогнозована. Анонімність, велика кількість можливостей для самопрезентації, бажання «бути почутим» призводить до підвищення емоційно-експресивного фону Інтернеткомунікації. Емоційність комунікативного середовища Інтернет-простору призводить до біполярності віртуальної комунікації, де двома полюсами спілкування є толерантність та агресія. Тому, механізми соціального контролю і регулювання, що впливають на динаміку інформаційних потоків, є основоположними у даному процесі. У числі цих

механізмів: саморегуляція, використання законодавчих заходів, а також програмних (апаратних) артефактів. Завдяки комплексному застосуванню зазначених заходів соціального контролю досягається суспільна згода щодо прийнятності тих чи тих форм регулювання поведінки акторів, а виходить, виникають, умови стабільного функціонування соціальної структури віртуального мережевого співтовариства. Вироблені спільнотою соціальні норми найчастіше матеріалізуються у формі так званого мережевого етикету [3].

Мережевий етикет – (або «netiquette» від англ. network etiquette, або «нетікет», або рос. «сетикет»), так називаються правила, прийняті у мережі Інтернет або, якщо хочете, кіберпросторі.

Таким чином, у соціальній мережі в умовах управління комунікаційними процесами формуються мережеві цінності, що лежать в основі мережевого спілкування. Користувачі мають два види моральних зобов'язань: один вид, пов'язаний з внутрішньогруповою діяльністю, інший – з діяльністю поза групою. Рівень моральних зобов'язань всередині групи тим вищий, чим сильніше актор відчуває внутрішньогрупову ідентичність. Проблема, що виникає в соціальному управлінні – це раціональне співвідношення державного регулювання та внутрішньомережевого. Складність же її рішення викликана тим, що заходи соціального контролю повинні, з одного боку, носити жорсткий і однозначний характер, а з іншого – забезпечувати акторам певну свободу дій, не перешкоджаючи процесам трансформації соціальної структури.

Ціннісним аспектом у даному випадку є вільна горизонтальна комунікація і самоорганізація мережі, що визначає її ентропійність. Всі учасники мережевого співтовариства визнають, насамперед, свободу слова не обмежену статусними кордонами і цінують право вільно формувати організаційні структури для досягнення більш ефективної взаємодії та генерації ідей. Тому аксіологічний статус соціальної мережі в сучасному інформаційному суспільстві, в першу чергу, виявляється в даному аспекті, тобто соціальна мережа як засіб накопичення і реалізації особистого і соціального капіталу.

Висновки. Віртуалізація соціально-культурного простору суспільства має виразні соціальні прояви і соціальний зміст, що зумовлюється інтенсивною трансформацією в епоху електронних соціальних комунікацій. У віртуальному світі продовжують діяти соціальні актори, соціальні ролі і статуси, соціальність як така не зникає, вона трансформується і набуває нової архітекτονіки, засобів передачі та презентування інформації. Ми доходимо висновку про те, що соціальні мережі необхідно розглядати як інтегровану частину нового віртуального соціального середовища. З одного боку, таке становище зумовлене трансформацією технологій здійснення суспільних зв'язків, а з іншого боку, визначається масштабами користування Інтернет-сервісами, що змінює характеристики соціальних зв'язків, до яких залучається велика кількість

населення країни.

Особливості соціальних мереж зумовлюються властивостями електронної комунікації. Вони мають свою структуру, організаційно-технологічні параметри, що впливають на характер соціальних зв'язків. Функціонування та розвиток соціальних мереж дозволяє визначити їх певні характеристичні риси та особливості, зокрема, багатофункціональність, соціабельність, нелінійність. Соціальні мережі являються не тільки засобами масової комунікації, а також є елементом механізму конструювання соціального середовища в умовах сучасного суспільства, виконують низку функцій, створюючи ціннісний базис свого існування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Брун О. Е. Развитие теории социальной сети // Вестник МГИМО - Университет, 2011. – № 1 (16).
2. Иванов Д. В. Виртуализация общества. – Санкт-Петербург : «Петербургское Востоковедение», 2000.
3. Лещенко А. М. Социальные сети как механизм конструирования коммуникации в современном обществе: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук: спец. 09.00.11 «Социальная философия». – Пятигорск : 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dissercat.com/content/sotsialnye-seti-kak-mekhanizmkonstruirovaniya-kommunikatsii-v-sovremennom-obshchestve>.
4. Лобовікова О. О., Мельников А. С. Соціальні мережі як феномен інформаційного суспільства // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна, 2011. – Випуск 5.
5. Кастельс М. Информационная эпоха // Экономика, общество и культура; [пер. с англ. Б.Э. Верпаховский, А.Н. Субочев, Д.А. Тищенко]. – Москва : Государственный ун-т, Высшая школа экономики, 2000.
6. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Перевод с англ. А. Матвеева. Под ред. В. Харитонов. – Екатеринбург : УФактория, 2004.
7. Колин К. К. Социальная информатика: Учебное пособие. – Москва : Академический Проект; Москва : Фонд «Мир», 2003.
8. Конечная В. П. Социология коммуникации. Учебник. – Москва : Международный университет бизнеса и управления, 1997.
9. Соколов А. В. Введение в теорию социальной коммуникации. – Санкт-Петербург : СПбГУП, 1996.
10. List of social networking websites // Wikipedia, the free encyclopedia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites
11. Berger A. Media and Communication Research Methods. – London : 2000.
12. Buckalew J., Wulfemeyer T. Mass Media in the New Millennium: Structures, Functions, Issues and Ethics. – USA : 2005.
13. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in society // The

Communication of Ideas. – New York : 1948.

14. Mc. Luhan. The Medium is the Message [Електронний ресурс]. – Режим доступу: individual.utoronto.com.

15. Nregold W. The Nature of Communication Between Humans // The Process and Effects of Mass Communication /Ed. by W.Schramm, D.F.Roberts. Illinois Univ. Press, 1974. Communication of Ideas. – New York : 1948.

16. Toffler A. Rethinking the Future [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.amazon.oc.uk 1.

17. Scott J. Social Network Analysis: a handbook. – SAGE : 1991.

18. Wasserman S.; Faust K. Social Network Analysis: Methods and Applications. Structural Analysis in the Social Sciences. – Cambridge University Press, 1994.

19. Wellman B.; Berkowitz S. D. Social Structures: A Network Approach. Structural Analysis in the Social Sciences. – Cambridge University Press, 1988.

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

«СТАТИСТИКА – ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»

ВИПУСК 6

Частина II

**Одеса
2020**