

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДА РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОНТЕНТА	8
1.1. Термины и определения	8
1.1.1. Обзорная характеристика социальных сетей	8
1.1.2. Субъекты социальных сетей	10
1.1.3. Ресурсы в социальных сетях	11
1.1.4. Объекты социальных сетей	11
1.2. Разновидности социальных информационных сетей	14
1.2.1. Структурно-функциональные особенности сетевых структур и социальных сетей	14
1.2.2. Структура сложных сетей	16
1.2.2.1. Нагрузка узла (betweenness centrality)	16
1.2.2.2. Клики, сообщества, общины, группы, коммуны	17
1.2.2.3. Ассортативное и дисассортативное смешивание	17
1.2.2.4. Сотрудничество в социальных сетях	18
1.2.3. Классификации социальных сетей	18
1.3. Многообразие эпидемических моделей и диффузия контента в социальных сетях	20
1.3.1. Медико-биологические аналогии в описании эпидемий	20
1.3.2. Особенности определения эпидемических состояний вершин в социальных сетях	23
1.3.3. Модель инфицирования пользователей в сетях для коллективных обсуждений	26
1.3.4. Сети для авторских записей, отзывов и обзоров и модели инфицирования их пользователей	31
1.3.5. Инфицирование пользователей в сетях обмена медиаконтентом	35
1.3.6. Сети для социальных закладок и инфицирование их пользователей	38

1.3.7. Инфицирование пользователей в сетях для общения	41
1.3.8. Инфицирование пользователей в сетях по интересам	45
1.4. Средства мониторинга и анализа социальных сетей.	50
1.4.1. Многообразие систем мониторинга и анализа.	50
1.4.2. Анализ представленных на рынке систем мониторинга и анализа социальных сетей.	52
1.4.3. Системы анализа социальных сетей, используемые в научных исследованиях	61

Глава 2. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ДЛЯ ОПИСАНИЯ ПРОЦЕССОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОНТЕНТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	66
2.1. Разновидности контента, циркулирующего в социальных сетях	66
2.2. Структура данных о топологии связей социальных сетей и методики их преобразования к формату, удобному для эпидемического моделирования	70
2.2.1. Представление исходных данных для социальных сетей на основании трехместного предиката	70
2.2.2. Определение весов дуг для исследуемых социальных сетей.	72
2.2.3. Матрицы сетей	74
2.2.4. Входные данные сети в виде диагональной матрицы удельного баланса объема контента в вершинах сети	77
2.3. Оценка вероятностных параметров процесса инфицирования пользователя контентом.	78
2.4. Репрезентативная выборка данных	81

Глава 3. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ ОПИСАНИЯ

ПРОЦЕССОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ КОНТЕНТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	86
3.1. Микромоделли эпидемического процесса инфицирования пользователей социальной сети	86
3.2. Микромоделли инфицирования пользователей в процессе противоборства двух контентов	94
3.3. Методическое обеспечение эпидемического риск-анализа социальных сетей	101

Глава 4. ОЦЕНКА И РЕГУЛИРОВАНИЕ РИСКОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ДЕСТРУКТИВНЫХ КОНТЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	103
4.1. Общие рекомендации по регулированию процесса информационной диффузии в социальных сетях	103
4.2. Особенности социальных сетей для общения и рекомендации для регулирования распространения в них деструктивного контента	110
4.3. Рекомендации для регулирования распространения деструктивного контента в социальных сетях по интересам	128
4.4. Специфика социальных сетей для отзывов и обзоров и рекомендации для регулирования распространения деструктивного контента в них	147
4.5. Рекомендации для регулирования распространения деструктивного контента в социальных сетях для закладок	162
4.6. Особенности социальных сетей для авторских записей и рекомендации для регулирования распространения деструктивного контента в них	175
4.7. Рекомендации для регулирования распространения деструктивного контента в социальных сетях для обмена медиаконтентом	191
4.8. Специфика социальных сетей для коллективных обсуждений и рекомендации для регулирования распространения в них деструктивного контента	207
Заключение	222
Библиографический список	224
Приложение. ПРОГРАММНЫЙ КОМПЛЕКС «NETEPIDEMIC»	240
1. Структура данных	240
2. Технологическое обеспечение	243
3. Лингвистическое обеспечение	252
4. Пример применения программного комплекса «Netepidemic» для моделирования процессов диффузии контента в социальной сети Facebook	252