

УДК 316.774:004.738.5-053.6

DOI <https://doi.org/10.32782/humanitas/2021.4.3>

Тарас ЗАБОЛОЦЬКИЙ

аспірант кафедри соціальної роботи та педагогіки вищої школи, Волинський національний університет імені Лесі Українки, просп. Волі, 13, м. Луцьк, Україна, 43025

ORCID: 0000-0002-4484-3056

Бібліографічний опис статті: Заблоцький, Т. (2021). Моделі взаємодії молоді в кіберпросторі. *Ввічливість. Humanitas*, 4, 16–21, doi: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2021.4.3>

МОДЕЛІ ВЗАЄМОДІЇ МОЛОДІ В КІБЕРПРОСТОРИ

У статті наведено аналіз виявлених та досліджених моделей взаємодії молоді в кіберпросторі, їх систематизація та опис. Дослідження показало, що одним з основних напрямів, які покращують інтернет-пошук, допомагають користувачам відсіювати непотрібну та шкідливу інформацію та сприяють комфортному спілкуванню, є саме моделі взаємодії молоді в кіберпросторі. Оскільки останнім часом їх стає все більше, важливо правильно обрати власну, навчитися вчасно розпізнавати та комфортно співіснувати з іншими. Метою дослідження є виявлення нових та систематизація наявних моделей взаємодії молоді в кіберпросторі, адже саме в Інтернеті найвищі досягнення людини об'єднуються з примітивними інстинктами її особистості та з'являється такий бажаний новий спосіб самовираження та спілкування, де можна прикинутися тим, ким хочеться, і виявити свої емоції, які так і залишаться без контролю.

Після пандемії COVID-19 соціальне дистанціювання дедалі більше поширюється серед молоді, тому сучасні Інтернет-користувачі адаптують свою поведінку відповідно до нової віртуальної реальності. Міцні соціальні зв'язки стають вагомою причиною для інтенсивнішого спілкування, яке здійснюється за допомогою всіх доступних медіаресурсів у будь-який час та незалежно від місця перебування. Як наслідок, виникло чимало нових форм та моделей взаємодії, особливо серед молодих людей. Тема статті вирізняється суттєвою новизною та браком досліджень (порівняно із зарубіжними). Автори навели, описали та систематизували приклади наявних моделей взаємодії молоді в кіберпросторі залежно від мотивації користування мережею Інтернет, поведінки, цілей та мети користувачів, висловили поради стосовно деяких із них. Також авторами запропоновано власну модель взаємодії молоді в кіберпросторі.

Ключові слова: модель, взаємодія, кіберпростір, молодь, Інтернет.

Taras ZABOLOTSKYI

Postgraduate Student at the Department of Social Pedagogy and Pedagogy of Higher School, Lesya Ukrainka Volyn National University, 13, Voli Avenue, Lutsk, Ukraine, 43025

ORCID: 0000-0002-4484-3056

To cite this article: Zabolotskyi, T. (2021). Modeli vzayemodiyi molodi u kiberprostorі [Models of youth interaction in cyberspace]. *Vvichlyvist. Humanitas*, 4, 16–21, doi: <https://doi.org/10.32782/humanitas/2021.4.3>

MODELS OF YOUTH INTERACTION IN CYBERSPACE

This article presents an analysis of identified and researched models of youth interaction in Cyberspace, their systematization and description. The research has shown that one of the main areas, which improve Internet search, help users to weed out unnecessary and harmful information and promote comfortable communication with each other, are namely models of youth interaction in Cyberspace. As there are more and more of them lately, it is important to choose the own model, learn to recognize in time and coexist comfortably with others. Therefore, the aim of the study is to identify new and systematize existing models of youth interaction in Cyberspace, because namely on the Internet, the highest achievements of the person are combined with the primitive instincts of his personality and such a desirable new way of self-expression and communication appears, where you can pretend to be who you want and show your emotions, which will remain out of control.

Social distancing is becoming more widespread among youth, so modern Internet users are adapting their behavior to the new virtual reality after the COVID-19 pandemic. Strong social ties are a great reason for more intensive communication, which is implemented with all available media resources at any time and regardless of location. As a result, many new forms and models of interaction have emerged, especially among young people. The topic of the article is characterized by significant novelty and a substantial lack of research, compared to foreign ones. The authors cited, described and systematized examples of existing models of youth interaction in Cyberspace, depending on the motivation of using the Internet, the behavior, goals and objectives of users, gave advice regarding some of them. In addition, the authors suggested their own model of youth interaction in Cyberspace.

Key words: model, interaction, Cyberspace, youth, Internet.

Актуальність проблеми. Сучасне суспільство зазнало чималих змін унаслідок появи нових інформаційних технологій, що зумовили виникнення та популяризацію низки соціальних мереж, відкрили незвідані можливості комунікації людей, забезпечили доступ отримання та передання різноманітної як потрібної та цікавої, так і шкідливої інформації. Із кожним днем стрімко зростає кількість користувачів мережі Інтернет, а також кількість різноманітних джерел взаємодії людей та Інтернет-ресурсів (соціальні мережі, форуми, блоги, чати, вебінари, онлайн-ігри, Інтернет-магазини тощо), де можна здійснити покупки, платежі, оперативно дізнатися свіжі новини, поспілкуватися (незалежно від часових рамок та місцеперебування) (Федорова, 2015: 311).

Варто зазначити, що з популяризацією кіберпростору у взаємодії та житті людей з'являються й приховані загрози, як-от: викрадення та присвоєння особистих даних, образи та булінг із боку інших користувачів, шахрайські вияви, доступність та поширеність небезпечної та неправдивої інформації тощо. Це все зумовило появу низки моделей взаємодії молоді в кіберпросторі. Відомо, що серед сучасних досліджень виявлено недостатню кількість праць, присвячених такому новому, проте актуальному питанню, на відміну від доробок зарубіжних учених. Ось чому автори виявили нагальну потребу в перегляді, аналізі та систематизації дослідження формування моделей взаємодії молоді в кіберпросторі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі дослідження моделей взаємодії молоді в кіберпросторі була приділена увага таких науковців, як М. Нікітіна, Т. Вілсон, Н. Іщук, Т. Осенянка, М. Бонхофф, Т. Блискун, Б. Рассел та ін. Наприклад, М. Нікітіна вважає, що на вибір моделі взаємодії в кіберпросторі безпосередньо впливає наявність у користувача соціальних мереж власної думки, яка може змінюватися під впливом інших користувачів; чітко виділення так званих «лідерів», які мають впливову репутацію, через що їм більше довіряють; наявність можливості впливу на думку та поведінку інших, яка дозволяє здійснювати інформаційне управління в соціальних мережах. Автор зазначає, що молоді надаються широкі можливості спілкування, обміну поглядами, отримання та оцінювання інформації, але

також вони стають засобом безпосереднього управління (Нікітіна, 2014). Т. Вілсон стверджує, що модель поведінки індивіда залежить від джерел та каналів інформації, як активного, так і пасивного її пошуку та використання. Таким чином, вона містить міжособистісну комунікацію та пасивне сприйняття інформації, як-от під час перегляду реклами без будь-якого наміру діяти (Wilson, 2000: 49).

Н. Заїкіна вважає, що найвагоміші досягнення людського інтелекту та та найпримітивніші інстинкти особистості об'єднує саме кіберпростір, а як приклад цих явищ розглядає питання зміни статі в мережевих іграх та міжособистісного спілкування, адже Інтернет дає можливість бути таким, яким хочеться, обирати ту модель взаємодії, яка зручна і бажана, та безконтрольно виявляти свої емоції і виражати думки (Заїкіна, 2019).

У своїх дослідженнях О. Блискун зазначила, що саме з появою та популяризацією мережі Інтернет в житті виникають різноманітні форми агресивної поведінки, або кіберагресії, особливо серед молоді. Концепція автора базується на розумінні того, що реальність та кіберпростір мають суттєво відмінні фізичні параметри та структури суспільної взаємодії між особами, які повинні сприйматися як два зовсім різні світи, а також на принципі Б. Рассела, який висуває гіпотетичне уявлення про те, що «скрізь, де можливо, підставляти конструкції з відомих об'єктів замість виведення невідомих...». Автори наводять приклади моделі агресивної соціальної взаємодії в реальному та Інтернет-просторі та наслідки такої поведінки (Блискун, 2012).

Мета статті – проаналізувати та систематизувати моделі взаємодії молоді в кіберпросторі, обґрунтувати її оптимальну модель.

Виклад основного матеріалу дослідження. Варто зазначити, що останнім часом значна увага приділяється формуванню моделей взаємодії молоді в кіберпросторі, проте лише певна частина дослідників їх чітко класифікували (залежно від мотивації користування мережею Інтернет, поведінки, цілей та мети користувачів) (Bates, 2010).

На думку Н. Іщук, користувачі кіберпростору класифікуються так: консюмер – той, хто не уявляє життя без Інтернету, надає перевагу читанню різноманітної інформації без окремо визначе-

ного інформаційного ресурсу; енафіст – той, хто характеризується вимогливим та вибіркоким ставленням до мережевих медіа та комунікації в Інтернеті; просюмер – той, хто не тільки користується інформацією в мережі, а й створює текстовий, графічний контент, має потребу висловити власну позицію та думку (Ищук, 2013).

Методом власного спостереження Т. Осенянка виділяє та пропонує розглянути такі моделі взаємодії людей в Інтернеті, як справжня модель, модель «містер або місіс Ікс», модель «троль». Дослідник радить вести себе достойно з особою, яка обирає для себе будь-яку модель, адже «нам подобається повертатися туди, де нам було приємно спілкуватися». Оскільки користування кіберпростором входить у перелік буденних звичок молоді, автор зазначає, що кожен сам для себе обирає відповідну модель поведінки, працюючи з обраним ресурсом (Осенянка, 2011).

Так, співробітники компанії «Booz-Allen Hamilton» та «Nielsen/NetRatings Inc» пропонують класифікувати моделі взаємодії молоді в кіберпросторі, керуючись їхньою поведінкою та наводячи такі показники, як тривалість сесії, кількість відвідуваних сайтів, тривалість користування сайтом, середня кількість відкритих сторінок, тривалість користування сторінкою. Автори статті систематизували дані та помістили їх у таблицю 1.

Варто зауважити, що користувачі, що підпадають під модель «Виконавці якої-небудь однієї місії» ставлять собі за ціль вирішити конкретне завдання або шукають конкретну інформацію, «Користувачі без цілі» – просто відпочити

та розважитися, «Поціновувачі інформації» – поглиблене вивчення якої-небудь інформації, пошук якої ведеться на різноманітних сайтах, «Просто користувачі» – широке, проте поверхневе вивчення інформації, хоча вони найбільше часу проводять в Інтернеті (Beard, 2001).

Цікаво, що «Квапливі» користувачі, як правило, встигають лише переглянути декілька елементів загальної інформації або залишити електронну пошту. Вони не помічають жодних рекламних повідомлень, що не стосуються потрібної їм інформації, та є потенційно нецікавими для роботодавців. «Шукачі фактів» переглядають сторінки дуже швидко, тому навряд чи схильні робити покупки, а «Виконавці якої-небудь цілі» відкриті лише до тих повідомлень, які можуть перегукуватися з їхньою ціллю. Гарно побудована банерна реклама в такому разі обов'язково дасть позитивний результат.

Керуючись мотивацією користування кіберпростором, компанія «Google» запропонувала свою класифікацію моделей. Використанням мобільних додатків для здійснення пошуку поточної, оновленої та повторюваної інформації, щоб володіти останніми подіями, керуються «Шукачі даних, що повторюються», а «Діячі, які нудьгують» ведуть себе так, щоб просто «вбити час», чимось себе зайняти, розважитися. Саме вони короткочасно підключаються до мережі, зокрема соціальних мереж, за допомогою мобільних пристроїв. Також чітко виділена модель «Користувачів, які терміново чогось потребують». Їм потрібно отримати доступ чи інформацію, обмежену в часі. Користувачі шукають інформацію, яка залежить

Таблиця 1

Класифікація моделі взаємодії молоді в кіберпросторі відповідно до «Booz-Allen Hamilton» та «Nielsen/NetRatings Inc» (Beard, 2001)

Модель взаємодії	Тривалість сесії	Відвідувані сайти	Тривалість користування сторінкою
«Квапливі»	Близько 1 хвилини	1–2 сайти, знайомі користувачеві	15 секунд
«Шукачі фактів»	Близько 9 хвилини	Сайти електронної комерції, Інтернет-магазини	30 секунд
«Виконавці якої-небудь однієї місії»	Близько 10 хвилини	Незнайомі сайти, що входять до якої-небудь категорії	1,5 хвилини
«Повторні користувачі»	Близько 14 хвилини	У 95% випадках сайти, які раніше відвідувалися не менше 4 разів	2 хвилини
«Користувачі без цілі»	Близько 33 хвилини	Сайти новин та відпочинку, сайти з іграми та розвагами	2 хвилини
«Поціновувачі інформації»	Близько 37 хвилини	Різнманітні сайти-пошуковики	20 хвилини
«Просто користувачі»	Близько 70 хвилини	Інтернет-магазини, онлайн-спільноти, сайти новин	45 хвилини

від соціального або просторово-часового контексту (Мельник, 2012).

На думку авторів, найзручнішою та найкориснішою моделлю взаємодії молоді в кіберпросторі варто вважати «Справжню модель». Вона є приблизно однаковою в межах таких електронних ресурсів, як соціальні мережі, форуми, чати. Молода людина поводиться звично на просторах Інтернету, показуючи себе такою, якою вона є в реальному житті, або ж мінімально зміненою.

Профіль або особиста сторінка такого користувача характеризується реальними особистими фото або ж картинками, які вдало описують відчуття та внутрішній стан людини. Фотогалерея, як правило, багата на різноманітні файли (зокрема, жартівливі та смішні), оскільки така особа не боїться здаватися кумедною. Наповненість особистої сторінки становить більше ніж 50% (включно з інтересами, захопленнями, улюбленими місцями тощо).

Молода людина, яка користується «Справжньою» моделлю взаємодії в кіберпросторі, у своїх повідомленнях, коментарях на форумах та чатах, обговореннях чітко висловлює точку зору, намагається писати коректно, не ображаючи позицію іншого, його почуття та інтереси. Якщо трапляється певна конфліктна ситуація, то поведінка такої людини є достойною, як правило, без висловлювань щодо інших учасників спілкування.

Також автори виділяють досить поширену серед молоді модель взаємодії «Містер або місіс Ікс», виокремлюючи два її види.

Перший вид – людина, як правило, дотримується нейтральної позиції щодо інших користувачів кіберпростору, позиціонує себе такою, якою вона прагне бути в реальному житті. Як правило, така особа ставить межі особистого життя та простору, не пускаючи сторонніх.

Другий вид – експериментуючи, людина намагається зрозуміти саму себе та інших людей під час спілкування.

Люди, які користуються моделлю «Містер або місіс Ікс», можуть мати декілька особистих сторінок та профілів, оскільки так вони виражають свої справжні думки та почуття, які ніколи не змогли б виразити в реальному житті чи зі свого справжнього акаунта. Під час обговорень на форумах чи вебсайтах такі особи користуються різними іменами, до того

ж вони можуть бути протилежної статі. На фото може бути зображене все, що завгодно, як-от тварини чи знаменитості, проте користувач не завантажує особисті файли. Людина вільно спілкується повідомленнями, оскільки приховує власне обличчя. Потрапляючи в конфліктні ситуації, користувач із легкістю приймає як активну позицію, впливаючи на почуття інших, не дозволяючи собі конкретно ображати, так і пасивну.

Автори вважають, що ця модель взаємодії молоді в кіберпросторі може бути в деяких випадках корисною, оскільки дає можливість проаналізувати свою реакцію на ситуації та явища, коли можна надягти маску протилежної статі чи зовсім іншої людини та спробувати зрозуміти їхню точку зору стосовно деяких питань. Проте існує ризик того, що людина «заграється та загубить власне «я».

Також автори виділяють таку модель взаємодії молоді в кіберпросторі, як «Троль». Особиста сторінка користувача такої моделі зовсім порожня або ж із фотографіями, які не є його особистими (картинки, тварини, рослини, текст тощо).

«Тролі» публікують різноманітні провокаційні питання та повідомлення, ціль яких полягає у створенні конфліктної ситуації між учасниками обговорення певної теми та, як наслідок, образи. Важливо зазначити, що користувачі такої моделі не дотримуються меж увічливості та дозволяють собі висловити все те, що не можуть у реальному житті, де, як правило, вони мають низьку самооцінку та не вміють привертати до себе увагу в інший спосіб.

Зауважимо, що досить поширеними є такі види моделей: «Троль-коментатор», «Троль-офтоп», «Троль-радник» та «Троль-однорідник». Перший вид характеризується самовпевненістю та вмінням швидко шукати в кіберпросторі й надавати потрібну інформацію з окресленої тематики. Він знає все. Другий – лишає коментарі та повідомлення, які не відповідають змісту обговорення. Третій – неодмінно висловлює пораду (незалежно від корисності та потреб інших користувачів). Четвертий – нерегулярно залишає провокаційні чи й агресивні повідомлення з метою провокування конфліктних ситуацій.

Автори радять триматися осторонь цієї моделі взаємодії молоді в кіберпросторі, оскільки таке спілкування може негативно вплинути на

настрій та внутрішній світ людини. Якщо ж так трапилося, що один користувач вже вступив у дискусію з таким користувачем, потрібно бути готовим до того, що доведеться достойно виходити з цієї ситуації (Осенянка, 2011).

Шляхом дослідження та спостереження таких Інтернет-ресурсів, як блоги, соціальні мережі та форуми, автори статті пропонують виокремити ще одну власну модель взаємодії молоді в кіберпросторі – «Невидимка».

Особиста сторінка такого типу користувачів характеризується невеликою кількістю фотографій, де зображена сама особа та коло її близьких людей. Також профіль можуть доповнювати картинки, які свідчать про настрій та внутрішній світ власника. Людина, яка обирає модель взаємодії «Невидимка», віддає перевагу не залишати коментарі під постами, не вступати в дискусію та не виражати власної позиції та думки. Вона обов'язково читає текст форумів, ознайомлюється з інформацією та аналізує відгуки, проте залишає за собою право не висказуватися. На думку авторів, причиною такої поведінки може бути низка таких факторів, як невпевненість у собі, своїй корисності, доцільності та правоті; байдужість до оточення та незацікавленість у допомозі іншим; брак вільного часу; побоювання критики та обговорення з боку оточення. На жаль, у реальному житті таким людям легше слухати та підкорятися іншим, аніж бути лідером та сміливо висловлювати власну думку. Вибір цієї моделі в кіберпросторі є небезпечним, оскільки користувач далі продовжує нехтувати можли-

вістю навчитися відстоювати власну позицію, а інші особи залишаються без цікавих фактів та корисних порад.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Сформованість безпечної поведінки молоді в Інтернеті залежить від обраної моделі їх взаємодії в кіберпросторі, які класифікують за тривалістю сесії, кількістю відвідуваних сайтів, тривалістю користування сайтом, середньою кількістю відкритих сторінок, тривалістю користування сторінкою та поділяють на «Квапливі», «Шукачі фактів», «Виконувачі якої-небудь однієї місії», «Повторні користувачі», «Користувачі без цілі», «Поціновувачі інформації», «Просто користувачі», «Шукачі даних, що повторюються», «Діячі, які нудьгують» та «Користувачі, які терміново чогось потребують».

Найкращою моделлю взаємодії для молоді в кіберпросторі варто вважати «Справжню модель», оскільки молода людина веде себе звично на просторах Інтернету (як у реальному житті) або ж мінімально змінюється, а модель «Містер або місіс Ікс» у кіберпросторі може бути корисною в деяких випадках, оскільки дає можливість проаналізувати свою реакцію на ситуації та явища, «приміряти маску» протилежної статі чи зовсім іншої людини. Проте є ризик того, що людина заграється та загубить власне «я». Тому з метою формування безпечної поведінки молоді в Інтернеті, підвищення рівня їх обізнаності з проблем Інтернет-безпеки необхідно залучати наявні та розробляти нові технології та форми роботи, зокрема інтерактивні.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Блискун, О. Модель агресивної поведінки молоді в мережі Інтернет. 2012. URL: <http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/28472/1/%d0%91%d0%bb%d0%b8%d1%81%d0%ba%d1%83%d0%bd.pdf>.
2. Заїкіна Н. Житель Інтернету, хто ти? 2019. URL: <http://www.vzayemodiya.net/korisne/rodina-ta-vikhovannya/34-internet-zalezhnist/25-zhitel-internetu-khto-ti.html>.
3. Ищук Н. Стратификация общества как катализатор демассификации социальных коммуникаций. 2013. URL: http://tverlingua.ru/archive/033/08_33.pdf.
4. Мельник А. Три основных модели поведения мобильных пользователей. 2012. URL: <http://ain.ua/2012/04/23/81976>.
5. Нікітіна М. Социальные сети: модели поведения участников. 2014. URL: <https://www.wiki-pro.ru/wiki/socialnye-seti-modeli-povedeniya-uchastnikov/>.
6. Осенянка Т. Модели поведения в Интернете. 2011. URL: https://iledebeaute.ru/blogs/psy_blog/2011/12/12/21266/.
7. Федорова Е., Тарасова Д., Танонихина М. Социальные сети – «ареал обитания» потенциальных клиентов организации. *Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых 15–16 октября 2015*. 2015. С. 311.
8. Bates M. Information Behavior. *UCLA Graduate School of Education & Information Studies*. 2010. URL: <http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/information-behavior.html>.

9. Beard M. The seven models of web behavior. 2001. URL: <http://www.medialifemagazine.com:8080/news2001/apr01/apr09/2-tues/news5tuesday.html>.
10. Wilson T. Human Information Behavior. Special issue on information science research. 2000. Vol. 3. P. 49.

REFERENCES:

1. Blyskun, O. (2012). *Model' agresyvnoyi povedinky molodi v merezhi Internet. [Model of aggressive behavior of young people on the Internet]*. Retrieved from <http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/28472/1/%d0%91%d0%bb%d0%b8%d1%81%d0%ba%d1%83%d0%bd.pdf> [in Ukrainian].
2. Zaikina, N. (2019). *Zhytel' Internetu, khto ty? [Who are you, the citizen of Internet?]*. Retrieved from <http://www.vzayemodiya.net/korisne/rodina-ta-vikhovannya/34-internet-zalezhnist/25-zhitel-internetu-khto-ti.html>. [in Ukrainian].
3. Ishchuk, N. (2013). *Stratyfikatsiya obshhestva kak katalyzator demassyfkatsyy sotsyalnykh kommunikatsiy. [Stratification of society as a catalyst for demassification of social communications]*. Retrieved from http://tverlingua.ru/archive/033/08_33.pdf. [in Russian].
4. Melnik, A. (2012). *Tri osnovnykh modeli povedeniya mobil'nykh pol'zovatelej. [Three main models of behavior of mobile users]*. Retrieved from <http://ain.ua/2012/04/23/81976>. [in Russian].
5. Nikitina, M. (2014). *Sotsial'nye seti: modeli povedeniya uchastnikov. [Social networks: models of behavior of participants]*. Retrieved from <https://www.wikipro.ru/wiki/sotsialnye-seti-modeli-povedeniya-uchastnikov/>. [in Russian].
6. Osenyanka, T. (2011). *Modeli povedeniya v Internete. [Models of behavior on the Internet]*. Retrieved from https://iledebeaute.ru/blogs/psy_blog/2011/12/12/21266/. [in Russian].
7. Fedorova, E., Tarasova, D., Tanonikhina, M. (2015). *Sotsial'nye seti – "areal obitaniya" potencial'nykh klientov organizatsii. Materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii studentov, aspirantov i molodykh uchenykh 15-16 oktyabrya 2015. S. 311. [Social networks – "habitat" of potential customers of the organization. Proceedings of the International scientific-practical conference of students, graduate students and young scientists October 15-16, 2015. P. 311]*. [in Russian].
8. Bates, M. (2010). *Information Behavior: UCLA Graduate School of Education & Information Studies*. Retrieved from <http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/bates/articles/information-behavior.html>. [in English].
9. Beard, M. (2001). *The seven models of web behavior*. Retrieved from <http://www.medialifemagazine.com:8080/news2001/apr01/apr09/2-tues/news5tuesday.html>. [in English].
10. Wilson, T. (2000). *Human Information Behavior: Special issue on information science research*. Vol. 3. P. 49. [in English].