



ЗАДАЧА ВІЗУАЛІЗАЦІЇ СЕМАНТИЧНОГО ПРОФІЛЮ КОРИСТУВАЧА МУЗИЧНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ

Агеєв І. В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків, вул. Пушкінська 79/2, тел.. 707-63-60
e-mail: jason4eg@gmail.com*

Інтернет змінив музичну індустрію. Тут кожен день створюються тисячі електронних ресурсів, присвячених музиці. Це як офіційні сторінки груп, співаків, так і неофіційні фан-портали. Згідно із статистикою пошукової системи Google, в 2012 році запити на музичні ресурси увійшли до десятки найпоширеніших [3].

Особливу популярність отримали музичні соціальні мережі, що об'єднують на своїй платформі меломанів, професійних і початкуючих композиторів, діджеїв, співаків. Для людей, чий стаж роботи в музиці обчислюється десятками років, обліковий запис в такій соціальній мережі є інструментом популяризації своєї діяльності. Новачки в музиці тут швидко набираються досвіду, беручи участь в обговорення різних тем, наприклад, пов'язаних з вибором і пошуком музичного устаткування, програмного забезпечення; також вони можуть завантажувати власні музичні треки, щоб їх оцінили інші учасники мережі.

Багато людей, не замислюючись, спілкуються в соціальних мережах, заповнюють свої профілі, викладають фотографії, особисте відео і добровільно дають багато іншої інформації про себе. У соціальних мережах у активних людей неминуче з'являється певний імідж (англ. image) – думка про них інших користувачів конкретної мережі.

В результаті аналізу предметної області були виявлені наступні проблеми.

1) Побудова складних призначених для користувача моделей трудомістка, а їх використання вимагає високої обчислювальної потужності;

2) Web-системи пошуку користувачів застосовуються в музичних соціальних мережах, проте вони не використовують повною мірою семантичне порівняння інтересів користувачів, яке могло б привести до підвищення ефективності складання рекомендацій;

3) При порівнянні двох користувачів у вже існуючих сервісах до уваги береться кількість однакових інтересів, але не враховується семантична схожість між різними інтересами.

Виходячи з цього ряду проблем в роботі було поставлено завдання розглянути існуючі музичні соціальні мережі і, виконавши їх аналіз, розробити



алгоритм для формалізації завдання семантичного порівняння профілів користувачів, що дозволить створити свою систему для знаходження рекомендацій користувачеві музичної соціальної мережі, враховуючи його власні інтереси, інтереси інших користувачів, а також формування їх власних візуальних профілів на основі списку рекомендацій і музики, що прослуховується.

Експерти умовно розділяють розвиток соціальних мереж на 3 частини:

- соціальні мережі середини 90-х років, піонери з найпростішим функціоналом;
- створення соціальних мереж з ширшим функціоналом для базової взаємодії(у період з 2000 року і до наших днів);
- соціальні мережі, які вирішують конкретні проблеми: пошук співробітників (бізнес-мережі), гри (ігрові мережі), пошук інформації (контент-сети) і так далі [1].

Для того, щоб називатися "Соціальною мережею" Інтернет-проект повинен надавати наступну функціональність:

- можливість створення індивідуальних профілів, в яких міститиметься певна інформація про користувача (його ім'я, сімейний статус, інтереси і ін.);
- можливість взаємодії користувачів (за допомогою перегляду профілів один одного, внутрішньої пошти, коментарів і ін.);
- можливість досягнення спільної мети шляхом кооперації (наприклад, метою соціальної мережі може бути пошук нових друзів, ведення групового блогу і ін.);
- можливість обміну ресурсами (наприклад, інформацією);
- можливість задоволення потреб за рахунок накопичення ресурсів (наприклад, шляхом участі в соціальній мережі можна обзаводитися новими знайомими і тим самим задовольняти потребу в спілкуванні) [2].

У ході виконання дослідження були розглянуті існуючі музичні соціальні мережі. Був розроблений алгоритм для формалізації завдання візуалізації семантичного профілю користувача. Надалі планується програмно реалізувати розроблений алгоритм для вирішення завдань поставлених в дослідницькій роботі.

Список літератури

1. Г. Ю. Филлимонов, С. А. Цатурян. Социальные сети как инновационный механизм «мягкого» воздействия и управления массовым сознанием // «Политика и общество». – М.: Nota Bene, 2012. – С. 65 – 75.
2. Н. А. Семенов. Социальные сети, перспективы развития и способы монетизации. Часть 2. // http://habrahabr.ru/company/SECL_GROUP/blog/23233/
3. Google Zeitgeist 2010. // <http://www.google.ru/intl/ru/press/zeitgeist2010/>