

Інформація, надана підрозділом конкурентної розвідки, повинна дозволяти прогнозувати дії конкурента. Але її треба безупинно заново перевіряти у поступовій динаміці розвитку. Під час перевірки інформації, котра надходить з джерел, треба бути впевненим у цьому, що першоджерело в неї надійне і не одне.

Процес конкурентної розвідки є послідовність певних етапів, які ведуть аналітика до найточнішим і адекватним умовиводів, заснованим на наявній в момент інформації. На кожному з етапів співробітник виконує певні функції, а процес подається як єдина система, компоненти якої утворюють складну структуру.

УДК 004.73; 004.77

Михальський Н. – ст. гр. СНмз-61

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА

Науковий керівник: ст. викладач Маєвський О.В.

Myhal's'kyu N.

Ternopil Ivan Pul'uy National Technical University

SOCIAL MEDIA

Supervisor: Majeviskiy A.

Ключові слова: Соціальні медіа, мережа Інтернет

Keywords: Social media, Internet

Соціальні медіа являють собою сукупність онлайн-сервісів та Інтернет-додатків, які дозволяють користувачам спілкуватися один з одним в тому числі, і в режимі реального часу. При цьому користувачі можуть обмінюватися між собою думками, новинами, інформацією, в тому числі і мультимедійною.

Соціальні медіа базуються на ідеологічній і технологічній базі веб 2.0, що дозволяє створення і обмін контентом, створеним самими користувачами, на відміну від попередньої концепції Інтернету, яка передбачає, як і у випадку традиційних ЗМІ, централізоване створення контенту, що поставляється користувачам-читачам.

Очевидно, соціальні медіа є найціннішим джерелом інформації для конкурентної розвідки, надаючи абсолютно на легальних умовах різнобічну інформацію про людей, події, компанії, бренди, продукти. Явища, що отримали останнім часом широке поширення – інформаційні операції, активна інформаційна протидія в рамках конкурентної боротьби, мережева мобілізація, в багатьох випадках базується на маніпулюванні даними саме в соціальних медіа.

Виділяють сім різновидів соціальних медіа, це: соціальні мережі; блоги; форуми [1]; сайти відгуків; сервери фото- та відеохостингу; віртуальні служби знайомств і геосоціальні мережі. Слід зазначити, що чітких меж між цими різновидами розмиті.

Під соціальною мережею в мережі Інтернет розуміється онлайн-сервіс, призначений для побудови, відображення і організації соціальних взаємовідносин [2], що забезпечує надання широкого спектру можливостей для обміну інформацією, можливість користувача надати інформацію про самого себе (створити свій профіль),

побудувати зв'язки, знайти друзів за інтересами, підключити родичів, колег, однокласників тощо.

Під блогом розуміють веб-сайт, основний зміст якого – періодично додані користувачами записи (текст, зображення або мультимедіа). Для блогів характерні недовгі записи [3] (особливо, у випадках так званих «мікроблогів») тимчасової значущості, блоги зазвичай публічні і передбачають сторонніх читачів, які можуть вступити в публічну полеміку з автором (у коментарі до блогозапису або своїх блогах). Сукупність усіх блогів в мережі Інтернет називають блогосферою.

Веб-форуми є веб-додатками, призначеними для організації спілкування відвідувачів деяких Інтернет-ресурсів (веб-сайтів або порталів). На ресурсах веб-форуму користувачі задають цікаві для них теми, які потім обговорюються і іншими користувачами шляхом розміщення повідомлень (посту) всередині цих тем.

Веб-сайти відгуків створюються з метою підвищення ефективності і якості надаваних (не обов'язково в Інтернет-середовищі) послуг і товарів. Користувачі, відвідуючи веб-сайти відгуків, залишають там свої повідомлення, беруть участь в анкетуваннях, формують думки про ту чи іншу послугу чи товар.

Фотохостинг – це веб-сайт, що дозволяє публікувати будь-які зображення (найчастіше, цифрові фотографії) в мережі Інтернет. Основна перевага фотохостингу – зручність демонстрації розміщених фотографій. Відповідно, відеохостинг – це веб-сайт, що дозволяє завантажувати і переглядати відеоінформацію у веб-браузері. Відеохостинг набирає популярності у зв'язку з розвитком ширококутового доступу до мережі Інтернет.

Віртуальна служба знайомств є Інтернет-сервісом, який надає послуги по віртуальному знайомству користувачів з цілями спілкування, створення сім'ї, серйозних відносин тощо. При використанні віртуальної служби знайомств користувач створює анкету, в якій вказує свій псевдонім (нік-нейм) та інші параметри, потрібні службі (стать, вік, мета знайомства, інтереси, фотографії). Після реєстрації користувач може спілкуватися з іншими користувачами, отримувати повідомлення і відповідати на них.

Геосоціальні мережі – це різновид соціальних мереж, в яких користувачі залишають дані про своє місцезнаходження, що дозволяє об'єднувати і координувати їх дії на підставі інформації про те, які люди присутні в тих чи інших місцях, які події відбуваються в цих місцях.

Література.

1. Соціальні мережеві сервіси // Вікісторінка. Wikipage.com.ua. – Режим доступу: http://wikipage.com.ua/Internet/sotsaln_merezhev_servsi.html. – Дата доступу: 4 квітня 2016 року. – Заголовок з екрану.

2. Соціальна мережа // Вікісторінка. Wikipage.com.ua. – Режим доступу: http://wikipage.com.ua/Internet/sotsalna_merezha.html. – Дата доступу: 4 квітня 2016 року. – Заголовок з екрану.

3. Блогери // Мифы или реальность. – Режим доступу: <http://molomo.com.ua/myth/blogers.html>. – Дата доступу: 4 квітня 2016 року. – Заголовок з екрану.