

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ



- **Социальная сеть (Интернет)** — интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом. К ним относятся и тематические форумы, особенно отраслевые, которые активно развиваются в последнее время.



- Связь осуществляется посредством веб-сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями.
- Также бывают социальные сети для поиска не только людей по интересам, но и самих объектов этих интересов: веб-сайтов, прослушиваемой музыки и т. п.



Обычно на сайте сети возможно указать информацию о себе (дату рождения, школу, вуз, любимые занятия и другое), по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники. Различаются открытые и закрытые социальные сети. Одна из обычных черт социальных сетей — система «друзей» и «групп».



В контакте 50 ЛЕТ СПУСТЯ главная поиск группы люди пригласить помощь выйти Поиск

Моя Страница ред.
Мои Друзья (2)
Мои Фотографии
Мои Видеозаписи
Мои Сообщения
Мои Заметки
Мои Группы
Мои Встречи (26)
Мои Новости
Мои Настройки

Павел Дуров

спбгу '06

Павел Дуров

Пол: мужской
Семейное положение: не женат
День рождения: 10 октября 1984
Родной город: Турин, Санкт-Петербург, Москва
Полит. взгляды: умеренные

Информация

Контактная информация

Личная информация

Деятельность: UNESCO, MENSA High IQ Society
Интересы: Интернет, PHP, MySQL, CSS, XML, DOM, GNU, Debian, UNIX, Social Networking, новые технологии, webdev
Любимая музыка: The Beatles, RHCP, Louis Armstrong, Frank Sinatra, Blackmore's Night, Rammstein, Vanessa Mae, Snoop Dogg, Traumwohnung, Mylene Farmer, Andrew Lloyd Webber, T.A.T.U., The Killers
Любимые фильмы: Matrix Trilogy, Fight Club, Y for Vendetta, Lord of the Rings, Lord of War, The Hitchhiker's Guide to the Galaxy, Godfather
Любимые игры: Dreamfall, The Longest Journey, Discworld 2, Discworld Noir, Quake 3, Starcraft, Fallout
Любимые цитаты: Не беспокойся о том, что у тебя нет высокого чина. Беспокойся о том, достоин ли ты того, чтобы иметь высокий чин.
Конфуций
О себе: Больше всего ценю в людях честность, трудолюбие и преданность идее.

Образование

Фотографии с Павлом (5)

Друзья Павла

Отправить Павлу сообщение

Добавить в друзья

86%

Общие друзья (2)

Друзья

Друзья (339) ↓ Все

Анастасия Кичигина
Ваша Манчиль
Vladislav =VS= Belyafsky

Социальное программное обеспечение

Социальное программное обеспечение — это широкий диапазон программных систем, позволяющих пользователям взаимодействовать и обмениваться данными. Многие из этих приложений имеют такие общие характеристики как:

- сервис-ориентированный дизайн,
- возможность удаленного размещения данных и медиафайлов.

Такие приложения принято относить к **системам Веб 2.0**.

Внутри социального ПО можно выделить две группы программных инструментов: **коммуникационные и интерактивные**.



- **Коммуникационные инструменты** применяются для записи, хранения и представления коммуникационных данных, чаще всего в текстовом виде, но все больше в аудио- и видеоформатах.
- **Интерактивные инструменты** применяются для поддержки опосредованного данными (различных медиаформатов) взаимодействия между отдельными пользователями и их группами. В отличие от коммуникационных инструментов, акцент делается на поддержке связности пользователей и механизмов общения между ними.

- **Интерактивные инструменты** преимущественно синхронны, позволяя взаимодействовать пользователям в режиме реального времени (как в случае интернет-телефонии, видеочатов и т. п.) либо почти синхронно (службы мгновенного обмена сообщениями, текстовые чаты и т. п.)



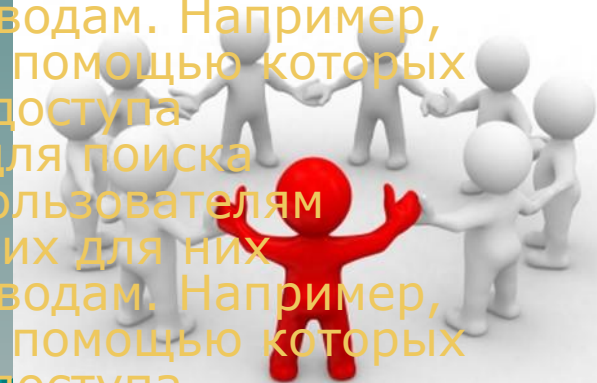
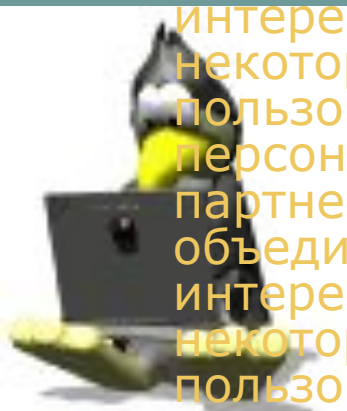
Помимо типичных социальных сетей имеются следующие типы ресурсов в формате Веб 2.0:

- ◆ **Социальные закладки** (social bookmarking). Некоторые веб-сайты позволяют пользователям предоставлять в распоряжение других список закладок или популярных веб-сайтов. Такие сайты также могут использоваться для поиска пользователей с общими интересами. Пример: [Delicious](#).
- ◆ **Социальные каталоги** (social cataloging) напоминают социальные закладки, но ориентированы на использование в академической сфере, позволяя пользователям работать с базами данных цитат из научных статей. Примеры: Academic Search Premier, [LexisNexis Academic University](#), CiteULike, Connotea.
- ◆ **Социальные библиотеки** представляют собой приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим. Предусмотрена поддержка системы рекомендаций, рейтингов и т. п. Примеры: [discogs.com](#), [IMDb.com](#).
- ◆ **Социальные сети вебмастеров** используются для анонсирования полезных материалов, позволяющие авторам оставлять ссылки на их посты, общаться, голосовать за интересные анонсы и т. п. Часто имеют рейтинги или рекомендации.
- ◆ **Многопользовательские сетевые игры** (Massively Multiplayer Online Games) имитируют виртуальные миры с различными системами подсчёта очков, уровней, состязательности, победителей и проигравших. Пример: [World of Warcraft](#).



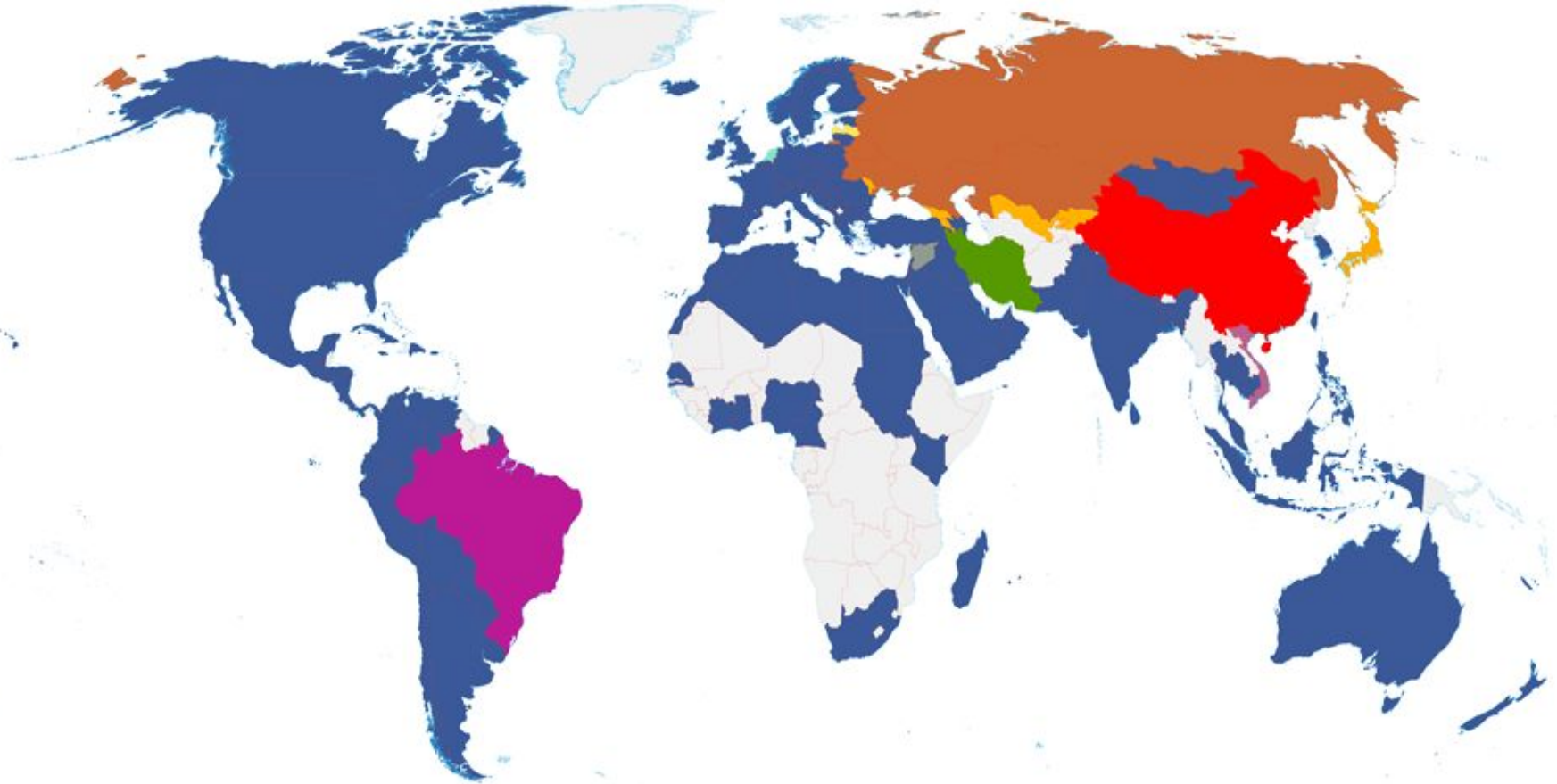


- ◆ **Геосоциальные сети** позволяют налаживать социальные связи на основании физического положения пользователя. При этом используются различные инструменты геолокации, например GPS, которые дают возможность определить нынешнее местоположение пользователя, а также создавать профайлы мест, которые пользователи посещают.
- ◆ **Профессиональные социальные сети** создаются для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей. Примеры: LinkedIn создаются для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей. Примеры: LinkedIn, Профессионалы.ру.
- ◆ **Возрастные и гендерные социальные сети** создаются для общения пользователей определенной гендерной или возрастной принадлежности. Например, социальные сети для детей, подростков, девушек.
- ◆ **Сервисные социальные сети** позволяют пользователям объединяться в он-лайн режиме вокруг общих для них интересов, увлечений или по различным поводам. Например, некоторые сайты предоставляют сервисы, с помощью которых пользователи могут размещать для общего доступа персональную информацию, необходимую для поиска партнеров. Примеры: LinkedIn позволяют пользователям объединяться в он-лайн режиме вокруг общих для них интересов, увлечений или по различным поводам. Например, некоторые сайты предоставляют сервисы, с помощью которых пользователи могут размещать для общего доступа персональную информацию, необходимую для поиска



WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

December 2010



- | | | | | | | |
|----------|------------|---------------|----------|-------|------|------|
| Facebook | V Kontakte | Odnoklassniki | Draugiem | Hyves | Zing | Mixi |
| Orkut | QZone | Maktoob | Cloob | | | |

Результаты опроса исследовательской компании ROMIR в рамках всероссийского проекта «Мониторинг Интернета»

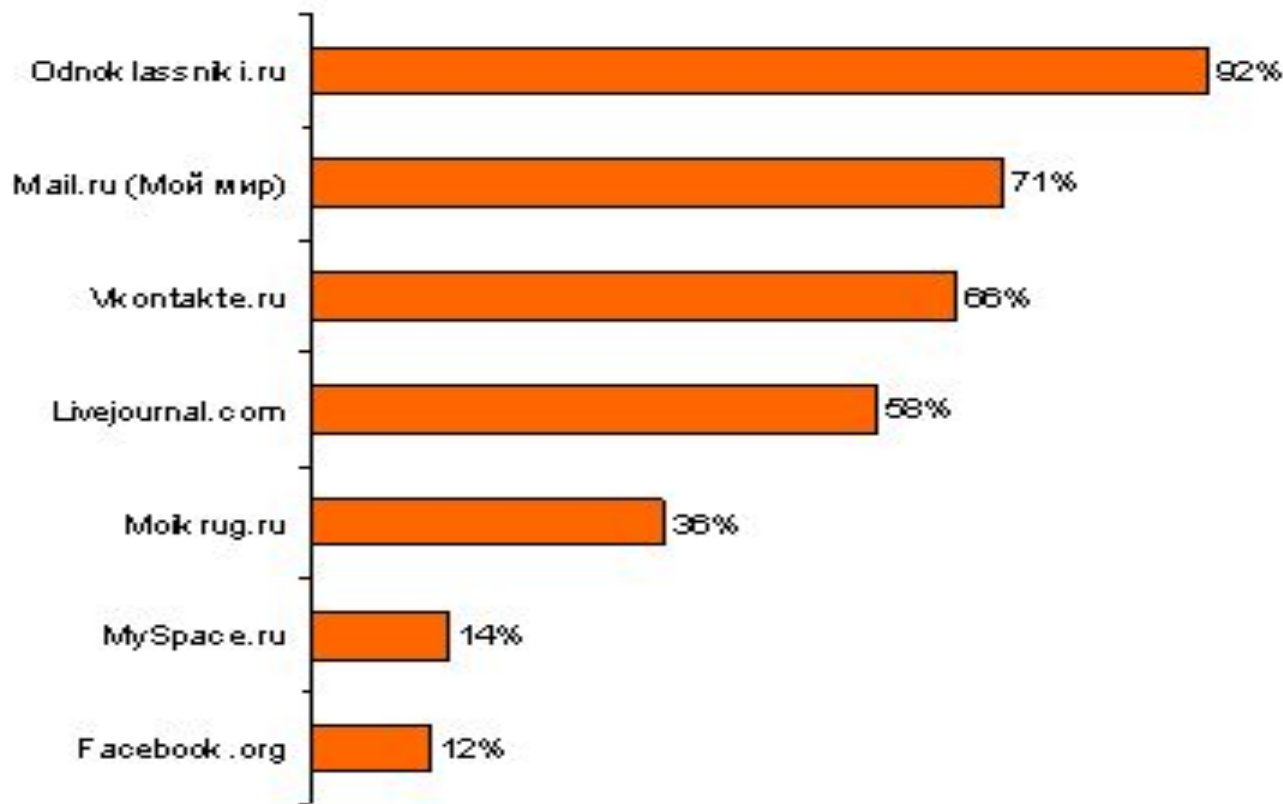
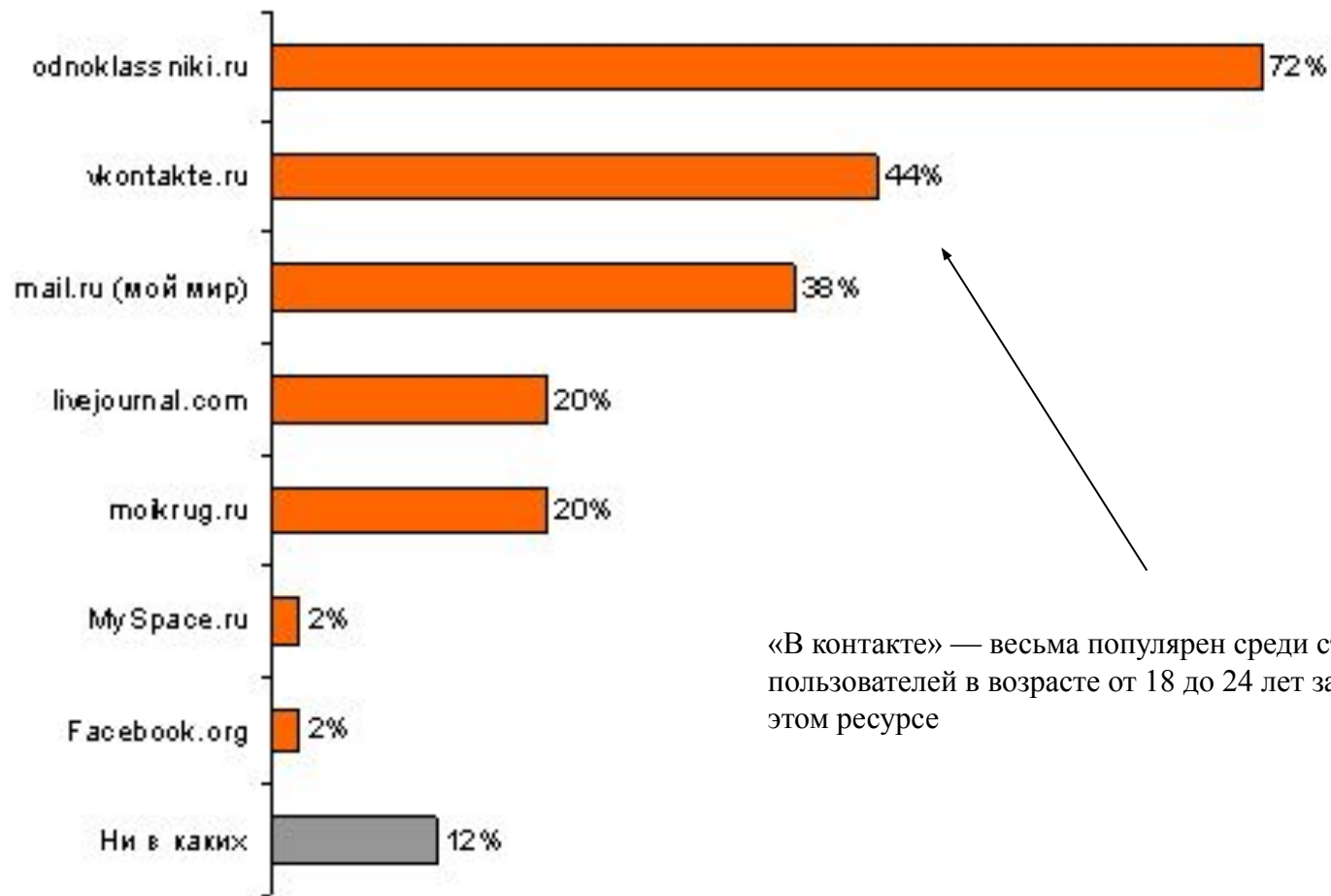


Диаграмма 1. Распределение ответов на вопрос: «Какие социальные сети вы знаете?»



«В контакте» — весьма популярен среди студентов, 73% пользователей в возрасте от 18 до 24 лет зарегистрированы на этом ресурсе

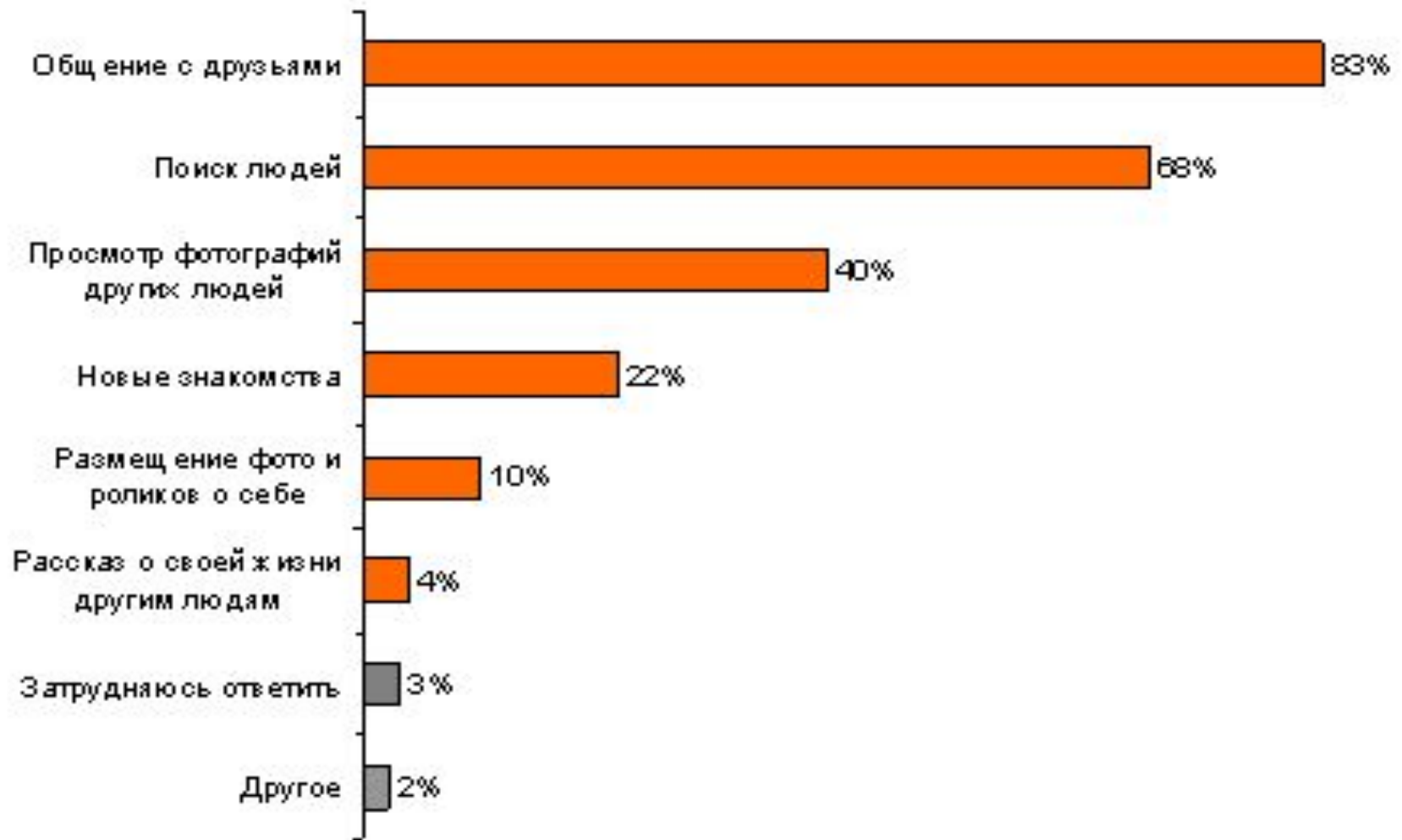
- Диаграмма 2. Распределение ответов на вопрос: «В каких сетях вы зарегистрированы?»

- **Каждый второй** зарегистрированный в социальных сетях, пользуется этим сервисом **каждый день** (54%), причем **женщины** посещают эти ресурсы **чаще** мужчин — ежедневно это делают 63% женщин и 49% мужчин. Также частые гости в социальных сетях — **молодежь в возрасте от 18 до 24 лет**: 68% проводят время на этих сайтах **ежедневно**. **Каждый пятый** (21%) посещает социальные сайты 2-3 раза в неделю, **каждый десятый** (11%) — **еженедельно**, лишь 2% бывают на социальных страницах **ежемесячно**, **реже одного раза в месяц** заходит **каждый двадцатый** пользователь.
- Из тех, кто проверяет свою страничку на сайте социальной сети ежедневно, **каждый второй** делает это **один раз в день** (54%), **каждый четвертый** 2-3 раза в день (24%), а **каждый час** проверяют наличие новой информации 7% пользователей.





- Диаграмма 3. Распределение ответов на вопрос: «Сколько времени в день вы тратите на общение?»



- Диаграмма 4. Распределение ответов на вопрос: «Какие функции социальных сетей вам наиболее интересны?»

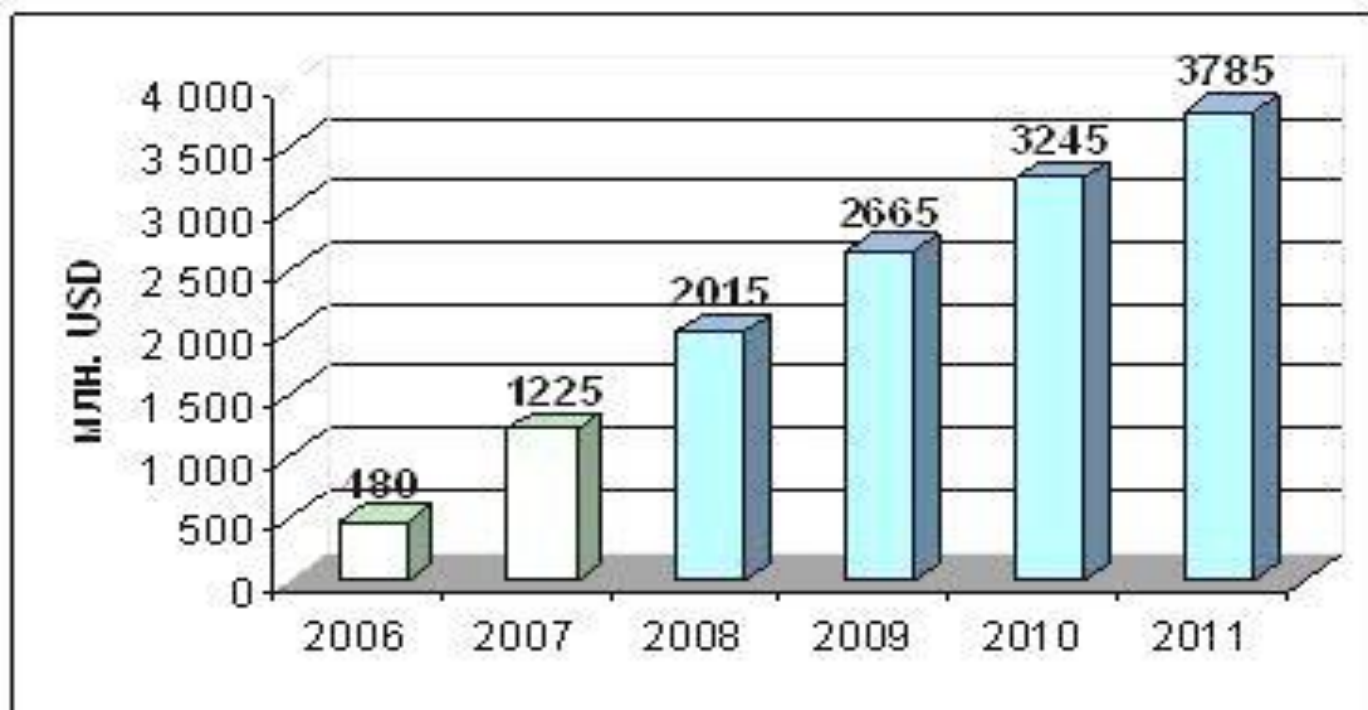
Реклама

- Для рекламодателей социальные сети предоставляют уникальные возможности непосредственного контакта с потребителями. Ежедневно миллионы пользователей ведут беседы о компаниях, их товарах и услугах, делясь своим мнением и впечатлениями. В результате отдельно взятый участник сетевого сообщества может испортить (или наоборот) репутацию компании с многомиллионным оборотом.

• Объем рынка рекламы в социальных сетях неуклонно растет. В 2007 году, по оценкам аналитической компании eMarketer, он достиг отметки в 1,225 млрд долларов. При составлении отчёта экспертами eMarketer учитывались все виды рекламы, размещённой в социальных сетях, включая медийную, контекстную и видеорекламу, а также затраты на маркетинговые проекты, в которых маркетологи создают профили для своих товаров и брендов в социальных сетях. Кроме того, в прогнозах впервые учитываются расходы на создание виджетов и приложений. По прогнозам eMarketer, к 2011 году объём рынка рекламы в социальных сетях вырастет до 3,8 млрд долл.



- В настоящее время наибольший интерес к социальным сетям проявляют компании таких секторов, как потребительские товары, производители спиртных напитков, автопроизводители, компании индустрии развлечений. Потребительские бренды до последнего времени не вели агрессивную рекламную политику в сети Интернет, однако на 2009 год многие из них запланировали бюджеты на маркетинг в социальных сетях.
- Рост рекламы в социальных сетях ведёт к перетягиванию бюджетов. Столь популярные площадки для размещения рекламы, как поисковые сети, веб-сайты крупных газет и журналов, интернет-СМИ, теперь вынуждены сокращать рекламные бюджеты или подстраиваться под реалии Web 2.0, оптимизируя свои сайты под функционал социальных медиа.



Источник: www.orz.com.ua



Опасности

- Многие люди не понимают, что информация, размещенная ими в социальных сетях, может быть найдена и использована кем угодно, в том числе не обязательно с благими намерениями. Информацию об участниках социальных сетей могут найти их работодатели, родители, дети, бывшие или настоящие жены или мужа, сборщики долгов, преступники, правоохранительные органы и так далее.
- Сейчас у работодателей в моде пробивать информацию в Интернете о соискателе. Из личного дневника, странички Вконтакте или Facebook можно подчерпнуть много интересного о кандидате, например то, что он забыл упомянуть на собеседовании: отзывы о бывшем работодателе, об отношении к работе, личных качествах и т.д. Для этого вполне достаточно вбить в поисковик имя и фамилию кандидата и Google выдаст все о вас и ваших похождениях, иногда **достаточно номера телефона или icq.**



- Сборщики долгов иногда используют социальные сети, чтобы найти неплательщиков или получить сведения об их имуществе.

- Известен случай проявления психосоматических расстройств на почве зависимости от общения в социальных сетях. В Белграде пользователь Павлович Снежана (Pavlovic Snezana) попала в психиатрическую клинику после того, как её заметка в социальной сети Facebook не вызвала интереса среди её друзей. Врачи клиники назвали этот случай «синдром Снежаны», объясняя поведение пациентки, как обычный стресс от неудовлетворенности социальной потребности индивидуума в современном мире.

- Некоторые работодатели запрещают пользоваться социальными сетями — не только ради экономии, но и чтобы воспрепятствовать утечке информации.



Презентацию подготовила
ученица 9 «Б» класса
Попова Зоя



Спасибо за внимание!