# 9.2. Соціальні медіа

Соціальні медіа – це широкий термін, який охоплює різні онлайн-платформи та сервіси, призначені для обміну інформацією, створення контенту та взаємодії між користувачами. Головна ідея соціальних медіа полягає в тому, щоб люди могли з'єднуватися, спілкуватися та ділитися різноманітним контентом в онлайн середовищі.

#### До соціальних медіа можна віднести багато видів онлайн-сервісів та платформ:

* **Соціальні мережі.** Популярні платформи, такі як Facebook, Instagram, , де користувачі можуть створювати профілі, встановлювати зв'язки з іншими користувачами, обмінюватись повідомленнями та контентом, а також переглядати стрічки з інформацією. Прикладами є Facebook, Instagram, TikTok та багато інших.
* **Професійні соціальні мережі.** Різновид соціальних мереж, орієнтованих на побудову ділових контактів та зв'язків між професіоналами. Основною метою є надання фахівцям майданчику для взаємодії, обміну знаннями, пошуку нових можливостей та партнерів. Це допомагає у розвитку кар'єри та бізнесу. До таких мереж належать LinkedIn, GitHub, Dribbble, Behance..
* **Блокчейн-соціальні медіа**. Новий напрямок, який використовує технологію блокчейн для підвищення безпеки та прозорості соціальних медіа. Прикладом може бути платформа Steemit, Minds, Mastodon.
* **Блоги та мікроблоги**. Різновиди сайтів та додатків для ведення онлайн-щоденників та публікації записів. Платформи для блогів - WordPress та Blogger, популярні мікроблоги - Twitter та Tumblr.
* **Медіа-хостинг.** Сервіс, що надає можливість завантажувати, зберігати та поширювати мультимедійний контент в інтернеті: фотографії, відео, аудіо, презентації та інші форми мультимедійного контенту. Популярні сервіси медіа-хостингу – YouTube, Flickr, Vimeo, SoundCloud, Dropbox, Google Drive.
* **Форуми та спільноти**. Майданчики для спілкування та об'єднання людей за інтересами у мережі, обміну інформацією та координації дій цільової аудиторії. Це можуть бути платформи для обговорення цікавих тем, таких як Reddit і Quora, а також спеціалізовані форуми та спільноти.
* **Ігрові платформи**. Онлайн-ігри з багатокористувацьким режимом, де гравці можуть взаємодіяти один з одним.

Соціальні медіа мають широкий спектр застосувань, від особистого спілкування та розваг до бізнес-комунікації та маркетингу. Вони мають значний вплив на сучасне суспільство, полегшуючи глобальну взаємодію, обмін інформацією та формування спільнот.

#### Основні елементи та функції соціальних медіа:

* **Профілі користувачів**. Користувачі можуть створювати персональні профілі, де вони надають інформацію про себе, свої інтереси, фотографії, приватну інформацію тощо.
* **Соціальні зв'язки.** Встановлення зв'язків та взаємодії з іншими користувачами: додавати друзів, слідкувати за подіями, коментувати, ставити лайки, репости та інші форми взаємодії.
* **Публікація контенту**. Створення та публікація різноманітної інформації: текстові повідомлення, фотографії, відео, аудіозаписи та інші медіафайли. Цей контент може бути доступним для перегляду іншим користувачам, які можуть залишати коментарі або реагувати на нього.
* **Стрічка новин**. Соціальні медіа часто надають персоналізовану стрічку новин, на основі інтересів і зв'язків користувача. У цій стрічці відображається контент від інших користувачів, пабліків або спільнот, на які користувач підписаний.
* **Спільноти та групи**. Користувачі можуть об'єднуватись у спільноти та групи із спільними інтересами, цілями чи хобі. Це надає можливість користувачам спілкуватися та ділитися контентом у більш вузькій тематичній сфері.
* **Зворотній зв'язок та рейтинги**. Соціальні медіа надають можливість оцінювати та коментувати контент інших користувачів, що сприяє взаємодії та обміну думками.
* **Реклама та монетизація**. Багато соціальних медіа надають можливості для реклами та монетизації контенту: розміщення реклами, партнерські програми, спонсорські контенти та інші форми монетизації для користувачів та компаній.

Соціальні медіа – це місце, де багато людей проводить свій час. Завдяки активної участі в соціальних мережах, публікації регулярного контенту та взаємодії з підписниками збільшується популярність бренду. Пабліки в соціальних медіа можуть значно сприяти просуванню сайту, залучаючи трафік, підвищуючи видимість та покращуючи взаємодію з цільовою аудиторією.

* Публікація цікавого контенту у соціальних пабліках привертає увагу аудиторії. Це можуть бути пости, зображення, відео, інфографіка, посилання на сторінки сайту та інша інформація.
* Якщо контент стає популярним у соціальних медіа, він може швидко поширюватися через репости, лайки та коментарі. Це може призвести до вірусного поширення даного контенту та значного збільшення видимості сайту. Користувачі, які знаходять контент цікавим та корисним, можуть самі ділитися посиланнями на сайт зі своїми друзями.
* Соціальні медіа надають платформу для взаємодії з аудиторією, які можна використовувати для відповідей на запитання користувачів, обговорень, збору відгуків та проведення опитувань. Це допомагає зміцнити зв'язок з аудиторією, покращити їхню відвідуваність на сайті.
* Організація акцій та конкурсів у соціальних мережах, де однією з умов участі є відвідування сайту, може стимулювати активність та збільшити відвідуваність.
* Багато соціальних платформ пропонують можливості для таргетованої реклами. Це дозволяє доступитися до вужчої аудиторії, яка може бути зацікавлена у конкретному продукті чи послузі.
* Соціальні медіа надають інструменти аналізу та вимірювання, які дозволяють оцінити ефективність публікацій та різних заходів. Можна визначити, які типи контенту найбільш популярні у аудиторії та як вони взаємодіють із сайтом.

Просування сайту через соціальні медіа – це довгострокова стратегія, яка допомагає встановити зв'язок із аудиторією та збільшити відвідуваність на сайті. Налаштування та керування соціальними медіа-майданчиками потребує часу та зусиль, але може значно покращити популярність сайту.

## Соціальні мережі

Сьогодні соціальні мережі виконують функції всіх видів сайтів, а саме інтернет-представництв, сайтів інформаційних послуг та веб-сервісів.

### Соціальні мережі як інтернет-представництва

Соціальні мережі вже давно стали одним із основних майданчиків, де компанії чи бренди можуть створити свої представництва (пабліки). Сучасні компанії, незалежно від їх масштабів, мають свій акаунт у популярних соціальних мережах.

Великі та середні компанії використовують сторінки у соціальних мережах як сайт-вітрину, тоді як продаж товару відбувається на основному сайті – корпоративному сайті або в інтернет-магазині. Невеликі компанії та приватні підприємці використовують сторінки в соціальних мережах як торгівельний майданчик.

### Соціальні мережі як інформаційні ресурси

Соціальні мережі завжди приваблюють користувача своїм контентом. Сторінки, групи та паблики в соціальних мережах активно використовуються компаніями, брендами та видавництвами як інформаційний майданчик.

Компанії використовують соціальні мережі для того, щоб розповідати про свій бренд, його переваги, новинки асортименту, акції та конкурси. Багато компаній використовують систему автоматичного розсилання в особистих повідомленнях. Користувач, що підписався на розсилку, регулярно отримує інформаційні та новинні листи в особистих повідомленнях, а також має можливість безпосередньо поставити запитання представникам бренду.

Видавництва та новинні агентства також використовують соціальні мережі як один з основних майданчиків для розміщення матеріалів.

### Соціальні мережі як веб-сервіси

Сучасні соціальні мережі - це фактично самодостатні екосистеми, в яких користувач може не лише спілкуватися та споживати контент, а й різноманітно та цікаво проводити час. Соціальні мережі можуть бути оснащені унікальним функціоналом, що дозволяє користувачеві виконувати певні завдання.

Так, у більшості соціальних мереж користувач може скористатися такими вбудованими сервісами як аудіо- та відеопрогравач, редактор фотографій, пошукові системи, аудіо- та відеодзвінки/повідомлення. API соціальних мереж можна використовувати для доступу до даних із соціальних мереж та використання їх у веб-додатках.

Соціальні мережі можна використовувати як веб-сервіси у різних сферах.

* **Маркетинг та просування продуктів або послуг.** Офіційні акаунти компанії на популярних соціальних платформах можна використовувати для розміщення реклами, надання інформації про продукти, проведення конкурсів та акцій, а також для спілкування з клієнтами та отримання зворотного зв'язку.
* **Спілкування з клієнтами та підтримка користувачів.** Можна відповідати на запитання, надавати допомогу та вирішувати проблеми користувачів через коментарі, прямі повідомлення або спеціальні сторінки для підтримки.
* **Збір зворотного зв'язку та дослідження ринку**. Бізнес може опублікувати опитування, обговорення або поставити запитання, щоб отримати думки та переваги користувачів. Це допомагає компаніям краще зрозуміти свою аудиторію та внести покращення у свої продукти чи послуги.
* **Розвиток бренду та створення спільноти**. Компанії можуть публікувати цікавий і корисний контент: статті, відео, інфографіку та інші матеріали, щоб привернути увагу своєї аудиторії. Можуть проводитися конкурси та заходи з певними заохоченнями.
* **Рекрутинг та пошук працівників**. Компанії можуть розміщувати вакансії та використовувати пошук працівників.
* **Освіта та навчання**. Можна створювати групи або сторінки, де студенти можуть обмінюватися інформацією, ставити запитання та отримувати зворотний зв'язок. Тут можна використовувати відео- та аудіоматеріали для навчання та онлайн-курси.

## Професійні соціальні мережі

Професійні соціальні мережі - це онлайн-платформи, що призначені для взаємодії між професіоналами, підприємцями, працівниками та представниками різних галузей. Вони створені для полегшення професійних контактів, обміну досвідом, пошуку ділових партнерів та просування в кар'єрі.

* LinkedIn. Платформа надає можливості для пошуку роботи, підвищення освіти, отримання навичок та професійного спілкування.
* AngelList. Платформа поєднує стартапи, інвесторів та талановитих професіоналів, зацікавлених в інноваційних проектах.
* Behance (Adobe). Надає майданчик для творчих професіоналів, де вони можуть показувати свої проекти, отримувати зворотний зв'язок та налагоджувати контакти у креативній індустрії.
* ResearchGate. Платформа, що призначена для вчених та дослідників. Вони можуть обмінюватися науковими статтями, знаходити колег та брати участь у обговореннях.
* Stack Overflow. Платформа для програмістів та розробників програмного забезпечення. Користувачі можуть ставити запитання, ділитися знаннями та знаходити відповіді на технічні проблеми.

Професійні соціальні мережі є популярними у сучасному світі праці, полегшуючи пошук роботи, рекрутинг, обмін знаннями та досвідом. Вони сприяють створенню професійного бренду та зміцненню зв'язків всередині галузі.

## Блокчейн-соціальні медіа

Це соціальні медіа-платформи, побудовані на технології блокчейн. Блокчейн - це розподілена база даних, яка записує та зберігає інформацію у вигляді блоків, пов'язаних між собою ланцюжком.

* Блокчейн-соціальні медіа пропонують покращену прозорість та захист даних користувачами. Замість того, щоб дані зберігалися на централізованих серверах, вони зберігаються в розподіленій мережі вузлів, що робить їх більш стійкими до несанкціонованого доступу та цензури.
* Блокчейн-соціальні медіа пропонують децентралізовані стимули для користувачів. Наприклад, деякі платформи використовують токени, які можна заробляти за створення якісного контенту, внесок у розвиток платформи та інші корисні дії. Це дозволяє користувачам отримувати винагороду за свої зусилля та стимулює створення якісного контенту.
* Блокчейн-соціальні медіа можуть допомогти боротися з неправдивими новинами та недостовірною інформацією. Деякі платформи використовують системи перевірки та підтвердження контенту через консенсус спільноти, що стимулює користувачів створювати якісний контент та усувати неправдиву інформацію.
* Блокчейн-соціальні медіа пропонують нові моделі монетизації контенту. Наприклад, платформи можуть використовувати рекламу, спонсорські контракти, платні тарифи, продаж преміум-контенту та краудфандинг для генерації доходу. Це дозволяє користувачам вибирати моделі монетизації, які найкраще відповідають їх контенту та цілям.

### Приклади блокчейн-соціальних медіа-платформ

* Steemit (https://steemit.com/). Платформа для обміну контентом, яка використовує блокчейн для винагороди користувачів за створення та поширення контенту.
* Minds (https://www.minds.com/). Розподілена соціальна мережа з відкритим кодом, яка фокусується на свободі слова та конфіденційності. Використовується блокчейн для захисту даних користувачів та запобігання цензурі. Користувачі можуть заробляти гроші або криптовалюту, а токени можна використовувати для збільшення популярності своїх публікацій або краудфандингу інших користувачів.
* Mastodon (https://mastodon.social/). Найбільша децентралізована соціальна мережа в Інтернеті. Замість одного веб-сайту це мережа мільйонів користувачів у незалежних спільнотах, які можуть безперешкодно взаємодіяти між собою. Користувачі можуть створювати власні сервери.
* Diaspora (https://diasporafoundation.org/). Складається з мережі взаємопов'язаних вузлів, що розташовуються у різних людей та організацій. Кожен вузол є окремим веб-сервером і працює на своїй копії движка. Користувачі мережі можуть створити обліковий запис на будь-якому з цих серверів, але при цьому будуть взаємодіяти з іншими серверами.
* Secure Scuttlebutt (https://www.scuttlebutt.nz/). Соціальна мережа p2p, що працює і в офлайні. Дозволяє ділитися інформацією, використовуючи лише епізодичний доступ до мережі Інтернет або навіть за повної його відсутності.
* Hubzilla (https://hubzilla.org/) – Потужна платформа для створення соціальних мереж із прозорою системою ідентифікації та засобами керування. Має єдину систему автентифікації для роботи як соціальна мережа, форуми, дискусійні групи, Wiki, системи для публікації статей і веб-сайтів.

## Відео-платформи

Відео-платформи - це соціальні медіа, що надають користувачам можливості створювати, завантажувати, переглядати, коментувати та спілкуватися навколо відеоматеріалів. Найбільш популярними відео-платформами є YouTube, Vimeo, TikTok і Instagram.

#### Основні функції відео-платформ

* Користувачі можуть завантажувати власні відеофайли на платформу: оригінальний контент, відео, створене для розваг, освіти, інформації та інших цілей.
* Відео-платформи надають можливість користувачам переглядати відеоконтент, завантажений іншими користувачами. Вони зазвичай пропонують інтуїтивний інтерфейс для пошуку та перегляду відео, а також можуть пропонувати рекомендації на основі переваг та поведінки користувача.
* Користувачі можуть залишати коментарі під відео, висловлюючи свої думки, ставлячи запитання або спілкуючись з авторами та іншими глядачами. Можна ставити лайки або дизлайки, щоб висловити свою оцінку відео.
* Користувачі можуть підписуватись на канали або облікові записи авторів, щоб отримувати оновлення та сповіщення про нові відео. Це дозволяє користувачам стежити за активністю своїх улюблених авторів та бути в курсі останніх оновлень.
* Відео-платформи надають можливість створення спільнот навколо відеоконтенту. Користувачі можуть обговорювати відео, ділитися думками та ідеями, утворювати групи із спільними інтересами та підписуватись на інших учасників спільноти.
* Деякі відеоплатформи надають можливість монетизації контенту для авторів. Це розміщення реклами на відео, участь у партнерських програмах, продаж цифрових товарів чи отримання донатів від глядачів.
* Відео-платформи пропонують інструменти для аналізу статистики переглядів, взаємодії глядачів та інших метриків. Це дозволяє авторам оцінити популярність та вплив свого контенту, а також приймати рішення на основі цих даних.

Відео-платформи є потужним інструментом для брендів, маркетологів та освітніх закладів для досягнення своєї аудиторії та просування своїх цілей.

* Бренди можуть створювати власні офіційні канали, де вони можуть публікувати відеоконтент, пов'язаний з їхніми продуктами, послугами або цінностями: навчальні відео, демонстрація продуктів, історії успіху чи розважальні відеоролики. Контент-маркетинг дозволяє брендам встановити себе як експерти та утримувати увагу аудиторії.
* Відео-платформи пропонують різні функції для взаємодії з аудиторією, такі як коментарі, лайки, підписки та спілкування у спільнотах. Бренди можуть використовувати ці можливості для створення активної спільноти навколо свого контенту, проведення конкурсів, опитувань та збору відгуків від користувачів. Це допомагає зміцнити зв'язок з аудиторією та отримати цінний зворотний зв'язок.
* Відео-платформи мають величезний потенціал для створення вірусного контенту, який може швидко поширюватись та отримувати багато переглядів. Бренди можуть створювати унікальні та захоплюючі відеоролики, які стають популярними та обговорюються в онлайнових спільнотах, що сприяє підвищенню впізнаваності та залучення нових користувачів.
* Відео-платформи пропонують широкий вибір впливових відеоблогерів та авторів контенту, з якими бренди можуть співпрацювати. Бренди можуть використовувати партнерство з популярними відеоблогерами для створення спеціального контенту, реклами чи оглядів продуктів.
* Бренди можуть розміщувати рекламні відеоролики. Це може бути як прерол-реклама (реклама, яка показується перед початком основного відео), так і інтегрована реклама всередині контенту.
* Відео-платформи надають інструменти аналітики, які допомагають брендам та маркетологам зрозуміти, як їх відеоконтент сприймається аудиторією. Вони можуть аналізувати показники, такі як кількість переглядів, час перегляду, рейтинги та коментарі, щоб визначити успішність свого контенту та внести покращення у майбутніх кампаніях.

Відео-платформи надають багато можливостей для брендів та маркетологів для просування своїх продуктів та послуг. Вони пропонують широку аудиторію, інструменти аналітики та взаємодії з користувачем, а також можливість створення креативного та привабливого контенту. Завдяки цим можливостям бренди можуть посилити свою присутність в онлайні, встановити емоційний зв'язок з аудиторією і досягти своїх маркетингових цілей.

## Блоги і Мікроблоги

Як блоги, так і мікроблоги надають платформи для обміну інформацією, створення контенту та взаємодії з аудиторією, але вони різняться за форматом, структурою та цілями використання.

**Блог** є онлайн-платформою або сайтом, де автор (блогер) регулярно публікує свої записи (пости). Пости можуть містити текст, зображення, відео та інші медійні формати. Блоги виражають особисту думку чи досвід автора, а читачі зазвичай можуть залишати коментарі під постами, що сприяє взаємодії. Блоги зазвичай оновлюються регулярно, що дозволяє підтримувати взаємодію з аудиторією.

Багато компаній використовують блоги для просування своїх продуктів та встановлення взаємодії з клієнтами.

**Мікроблог** - це форма блогу, де повідомлення є обмеженими за довжиною (зазвичай, до кількох речень або символів), що робить їх легкими для швидкого сприйняття. Через свою стислість, мікроблоги часто використовуються для миттєвого інформування про поточні події та спілкування в реальному часі між користувачами.

## Медіа-хостинг

Медіа-хостинг надає інфраструктуру та інструменти для зберігання великих обсягів медіа-контенту: відео, аудіо та інші мультимедійні файли та забезпечує доступ до нього через веб-інтерфейс або спеціальні API.

Медіа-контент зберігається в централізованій системі. Користувачі можуть завантажувати свої файли на сервери провайдера та організовувати їх у папки або категорії для зручного керування. Користувачеві надаються інструменти для організації та управління медіа-контентом: редагування, обрізання, масштабування та оптимізації медіа-файлів, щоб адаптувати їх для різних цілей використання.

Оскільки медіа-файли знаходяться на хмарі, це дозволяє користувачам легко обмінюватися файлами або вбудовувати їх на веб-сторінки або програми. Провайдери медіа-хостингу зазвичай надають URL-адреси або коди для вбудовування файлів на інші веб-ресурси.

Медіа-хостинг забезпечує масштабованість, дозволяючи користувачам завантажувати та зберігати великі обсяги медіа-контенту. Провайдери медіа-хостингу також забезпечують заходи безпеки, такі як шифрування даних та контроль доступу, щоб захистити медіа-контент від несанкціонованого доступу та зберегти його цілісність.

Деякі провайдери медіа-хостингу надають інструменти аналітики, які дають змогу відстежувати використання медіа-контенту, такі як кількість переглядів, завантажень або вбудовувань. Це може бути корисним для оцінки популярності контенту та вимірювання його ефективності.

Медіа-хостинг широко використовується в різних сферах: веб-розробка, блоги, соціальні мережі, електронна комерція та медіа-індустрія. Він полегшує зберігання та обмін медіа-контентом, спрощує інтеграцію з іншими веб-ресурсами та підвищує доступність та ефективність роботи з медіа-файлами.

## Форуми та інтернет-спільноти

Форуми та інтернет-спільноти – це онлайн-платформи, де користувачі можуть спілкуватися, обмінюватися інформацією, ставити питання, ділитися досвідом та обговорювати різні теми інтересу. Вони створюються для сприяння взаємодії та обміну думками між людьми, які мають спільні інтереси чи цілі.

Це сприяє формуванню спільноти однодумців, підвищенню соціальної активності та створенню цінних взаємин. Наприклад, існують спільноти, де люди можуть обговорювати здоров'я, дієту, психологічну підтримку, батьківство, програмування та багато іншого.

Основним завданням форумів та інтернет-спільнот є полегшення обміну інформацією між користувачами, створюючи структуроване середовище, де питання та відповіді можуть бути легко знайдені та доступні для всіх. Також, важливим є залучення нових користувачів, стимулювання активності учасників та створення цікавих контенту або функціональності для залучення та утримання аудиторії.

Адміністратори відповідають за управління платформою, включаючи модерацію контенту, вирішення конфліктних ситуацій та підтримку загального порядку. Вони мають стимулювати корисні та конструктивні обговорення та запобігати образам, спамам або непрофесійній поведінці.

## Ігрові платформи

Ігрові платформи в інтернеті є онлайн-сервісами та платформами, призначеними для надання ігрового контенту, взаємодії між гравцями та забезпечення різних можливостей. Ці платформи охоплюють широкий спектр пристроїв та форматів, включаючи комп'ютери, консолі, мобільні пристрої та віртуальну реальність.

Ігрові платформи надають доступ до великої кількості ігор різних жанрів та типів. Вони можуть містити як безкоштовні так і платні ігри. Користувачі можуть вибирати ігри відповідно до своїх уподобань і насолоджуватися різноманітністю ігрового контенту. Багато ігрових платформ підтримують онлайн-мультиплеєр, що дозволяє гравцям грати разом з іншими гравцями по всьому світу. Це відкриває можливості для змагального та кооперативного ігрового досвіду, а також для взаємодії та спілкування з іншими гравцями.

Ігрові платформи часто містять соціальні функції, такі як профілі користувачів, друзі, чат, групи та форуми. Це дозволяє гравцям спілкуватися, створювати комунікацію та обмінюватися інформацією про ігри. Деякі платформи також інтегруються з іншими соціальними мережами, що дозволяє користувачам розширити свою мережу контактів.

Багато платформ мають власні магазини ігор, де користувачі можуть купувати ігри та додатковий контент. Цифрова дистрибуція дозволяє користувачам отримувати доступ до ігор безпосередньо через платформу без купівлі фізичних копій ігрових дисків.

З розвитком технологій ігрові платформи стають все більш сучасними. Деякі платформи підтримують віртуальну реальність (VR) або доповнену реальність (AR), що дозволяє гравцям занурюватися в ігровий світ та взаємодіяти з ним більш реалістичним чином. Постійно вдосконалюється графіка, звук та загальна продуктивність ігрових платформ.

Ігрові платформи стають важливими центрами електронного спорту. Вони надають інфраструктуру для організації та проведення змагань із комп'ютерних ігор на професійному рівні. eSports стає все популярнішим і набуває статусу офіційного спорту, залучаючи мільйони глядачів і надаючи можливості для гравців проявити свої навички та змагатися за призові фонди.

Зі збільшенням числа геймерів та інтересу до відеоігор, можна очікувати, що ігрові платформи будуть удосконалюватися, пропонуючи ширший вибір ігор, покращені функції соціальної взаємодії, нові технології та інновації. Також очікується, що ігрові платформи ставатимуть все більш інтегрованими з іншими розважальними та комунікаційними сервісами. Наприклад, платформи можуть пропонувати потокову передачу ігрового контенту, відеоблоги, музику та інші розваги.

В цілому, ігрові платформи в Інтернеті надають величезні можливості для розваг, соціальної взаємодії та гри для змагань. Вони продовжують привертати увагу геймерів з усього світу і є важливою частиною ігрової індустрії, що динамічно розвивається.