

действий всех участников судопроизводства, правильность выносимых судом постановлений, устраняет нарушения закона, оказывает помощь суду в осуществлении правосудия.

Источники

1. О прокуратуре Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 8 мая 2007 г., № 220-3 : с изм. и доп. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2012.
2. Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 11 янв. 1999 г., № 238-3 : принят Палатой представителей 10 дек. 1998 г. ; одобрен Советом Респ. 18 дек. 1998 г. : в ред. от 04.01.2012 г. № 337-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2012.
3. Кеник, А. А. Прокурорский надзор : учеб. пособие / А. А. Кеник. — Минск : Амалфея, 2008. — 576 с.
4. Сухарева, А. Я. Прокурорский надзор : учеб. пособие / А. Я. Сухарева. — М. : Норма, 2004. — 472 с.
5. Бессарабов, В. Г. Прокурорский проверяет надзор : учебник. — М. : ТК Велби : Проспект, 2007. — 218 с.
6. Голустьян, О. А. Прокурорский надзор : учебник для ВУЗов. — М. : Юнити – Дана : Закон и право, 2004. — 256 с.
7. Конституция Республики Беларусь 1994 г. : с изм. и доп., принятыми на республиканских референдумах 24.11.1996 г. и 17.10.2004 г. — Минск : Амалфея, 2005. — 48 с.

<http://edoc.bseu.by>

М. С. Карпук

Научный руководитель – кандидат социологических наук З. В. Пунчик

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В статье подробно рассматривается один из подходов интеллектуального анализа социальных сетей — Social Media Mining. Автором делается акцент на направлениях использования данного подхода, представляется способ визуализации получаемых данных интеллектуального анализа, рассматриваются конкретные примеры действия Social Media Mining.

Особое место в жизни практически каждого современного человека заняли социальные сети. Наряду с этим всегда сохранялось желание понять суть происходящих в обществе процессов для осуществления более эффективного контроля и управления ими. Таким образом, сложились предпосылки для анализа данных из социальных сетей.

Social Media Mining — это процесс представления, анализа и извлечения действительных структур из данных социальных сетей [1, с. 16].

Извлечение информации из социальных сетей активно используют в продвижении услуг, продаже, здравоохранении и даже в политике. С помощью инструментов Social Media Mining государственный сектор анали-

зирует материалы СМИ для выявления заинтересованности граждан в тех или иных государственных мероприятиях, а также проводит анализ информации из социальных сетей для выявления возможных мошеннических и террористических группировок. Во время президентских выборов в США в 2016 г., количество записей в социальной сети Twitter, связанных с данными событиями, за день до старта выборов превысило более миллиарда. Авторитетное интернет-издание «TechCrunch» подтверждает, что социальные сети были намного эффективнее традиционных опросов и «экзит-поллов» в прогнозировании конечного результата выборов [2].

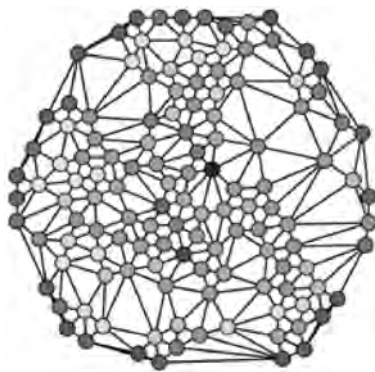
Выделяют три основных направления использования Social Media Mining:

- анализ всех информационных потоков между пользователями в социальных сетях — направлен на формирование их классификации. Он позволяет выявить лидеров мнений и обнаруживать утечку информации;
- персонализированное обращение к пользователям сети – выделение их реальных потребностей, подбор и показ контента и сервисов согласно интересам. Применение технологий Social Media Mining позволяет в том числе узнавать недостающую информацию о пользователях, анализируя данные об их друзьях и сообществах в социальной сети. Обогащение данных позволяет с большей долей вероятности предугадывать потребности людей;
- поиск аномалий, компьютерных ботов и мошенников. Компании с помощью технологий Social Media Mining могут пресекать действия мошенников. Анализируя связи между пользователями, банковские организации могут выявлять преступные схемы и личную заинтересованность сотрудников при совершении операций, повышая эффективность политики безопасности в социальной сети [3].

Наиболее часто используемым средством для визуализации данных анализа в данной области является граф, где узлами (актерами) являются пользователи социальной сети, а дуги демонстрируют взаимоотношения (связи) или потоки информации между узлами. Каждый узел описывается атрибутами и несет в себе ряд характеристик, а его цвет обозначает силу его связи с другими узлами. В градации от красного цвета узлов до синего связь возрастает. Совокупности связей между актерами образуют сетевую структуру [1, с. 30] (см. рисунок).

В настоящее время одним из самых популярных продуктов в области Social Media Mining является IBM SPSS Modeler. В него входит модуль Social Network Analysis, позволяющий производить анализ связей в социальных сетях и моделирование социального поведения отдельных лиц и групп. Модуль определяет социальных лидеров, влияющих на поведение других участников сети, а также пользователей, наиболее подверженных этому влиянию [4].

В плане персонализации информации основным источником данных о пользователе является его профиль. В процессе его использования он наполняется новыми данными, фотографиями, видеоматериалами и т. д. Также учитывается местоположение пользователя, время его пребывания в сети. В итоге за сравнительно короткое время активный пользователь обрастает массивом данных, которые способны рассказать о его жизни, поведении, привычках, потребностях зачастую больше, чем он сам.



Визуализация элементов социальной сети с помощью графа

Так, приложение Google Fit от Google предоставляет пользователю возможность просмотра его перемещения за тот или иной интервал времени, физическую нагрузку на организм, активность и даже количество сожженных калорий. Происходит сбор статистики и пользователь может сравнить свои показатели с показателями пользователей приложения со всего мира.

Работодатели при поиске подходящего кандидата на ту или иную вакансию все чаще используют социальную сеть LinkedIn. Пользователи платформы заполняют свой профиль данными, а система высчитывает его эффективность. Чем больше данных содержит профиль пользователя, тем выше будет показатель его эффективности и тем выше будет возможность его попадания в выборку поиска для рекрутеров, которые путем анализа выберут подходящего работника.

Исходя из всего сказанного можно сделать вывод, что интеллектуальный анализ социальной сети – мощный и важный инструмент, дающий информацию для оптимизации ее работы, позволяющий проводить успешные маркетинговые кампании для увеличения лояльности посетителей, а также обеспечивающий поддержку безопасности. Сложность процессов, протекающих внутри сети, вынуждает применять особые методы и алгоритмы для анализа, которые ранее в этой области не применялись.

Источники

1. *Zafrani, R. Social Media Mining / R. Zafrani, M. A. Abbasi, H. Liu ; под ред. R. Zafrani. — Cambridge : CambridgeUniversityPress, 2014. — 380 с.*

2. *Analysis of social media did a better job at predicting Trump’s win than the polls [Электронный ресурс] // TechCrunch — Startup and Technology News. — 2018. — Mode of access: <https://techcrunch.com/2016/11/10/social-media-did-a-better-job-at-predicting-trumps-win-than-the-polls>. — Date of access: 11.10.2018.*

3. *Давыдов, А. Системная социология: Social Networks Mining [Электронный ресурс] / А. Давыдов // Институт социологии Российской академии наук. — 2009. — Режим доступа: http://www.isras.ru/files/File/Publication/Social_Networks_Mining_2.pdf. — Дата доступа: 12.10.2018.*

4. IBM SPSS Modeler | IBM Analytics [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании IBM. — 2018. — Mode of access: <https://www.ibm.com/products/spss-modeler>. — Date of access: 12.10.2018.

Е. А. Ключников

Научный руководитель — кандидат экономических наук, доцент Е. Н. Дудко

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В работе проанализировано состояние рынка электронной коммерции в Республике Беларусь, рассмотрены актуальные проблемы электронной коммерции, определены основные тенденции ее развития.

Электронная коммерция стала неотъемлемой частью современной экономики. Ведь все больше потребителей приобретают товары через сеть Интернет, а коммерческие организации так или иначе используют возможности данной сети при осуществлении предпринимательской деятельности.

Электронная коммерция — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, а также бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций [1].

Так, данные Национального статистического комитета о доле электронной коммерции в розничном товарообороте организаций торговли Республики Беларусь за 2010–2017 гг., представленные ниже, свидетельствуют об устойчивой и положительной динамике рынка электронной коммерции. Это в свою очередь обусловлено следующими факторами: увеличением количества интернет-пользователей и интернет-магазинов, наращиванием объемов торгового оборота в сети, формированием институтов электронного бизнеса.

Доля электронной коммерции в розничном товарообороте организаций торговли Республики Беларусь в 2010–2017 гг.

Год	Доля, %	Доля, млрд бел. руб.	Доля, млн дол. США
2010	0,8	380,67	127,76
2011	1	870,34	174
2012	1,3	2049,35	245,8
2013	1,5	3154,48	355,18
2014	1,3	3310,41	323,7
2015	2	5656,44	355,64
2016	2,8	0,876 (с учетом деноминации)	440,47
2017	2,8	1,1	568

Источник: собственная разработка на основе [2].