

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

*Огляд інтернет-ресурсів
(23.09–6.10)*

2013 № 18

Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки

Інформаційно-аналітичний бюлетень
Додаток до журналу «Україна: події, факти, коментарі»
Огляд інтернет-ресурсів
(23.09–6.10)
№ 18

Засновники:

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського
Служба інформаційно-аналітичного забезпечення
органів державної влади (СІАЗ)

Головний редактор

В. Горовий, д-р іст. наук, проф.

Редакційна колегія:

Т. Касаткіна, Л. Чуприна

Заснований у 2011 році
Виходить двічі на місяць

© Національна бібліотека України
імені В. І. Вернадського, 2013

Київ 2013

ЗМІСТ

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	5
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	15
БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ	25
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	38
Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість	38
Маніпулятивні технології.....	40
Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»	48
Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки	53

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Видеохостинг YouTube анонсував впровадження нової системи коментування. Тепер всі коментарії на YouTube будуть пов'язані з соціальною мережею Google+, пишуть «Коментарії». Сповідання про це з'явилося 24 вересня в офіційному блозі YouTube.

Коментарії користувачів Google+, знаходячись в друзях у того чи іншого користувача видеохостинга, будуть відображатися вище решти постів. Це дозволить бачити в першу чергу релевантні коментарії знайомих і друзів, а не пости, розміщені незнайомими учасниками дискусії. Крім того, зверху будуть підніматися пости самого автора, розмістившого ролик, і коментарії популярних на YouTube видеоблогерів. Також на ресурсі з'являться налаштування приватності коментаріїв.

Впродовж наступного тижня нова система коментування з'явиться на сторінках YouTube-каналів. Впровадити систему для всіх відео, розміщених на сайті, планується до кінця 2013 р. По словам представників сервісу, нововведення призначені зробити спілкування на сайті простіше і цікавіше. Діювавшая до цього часу система коментування на YouTube автоматично сортувала всі коментарії до відео за часом їх розміщення.

Видеохостинг YouTube, запущений в 2005 р., в 2006 р. був куплений компанією Google. В березні 2013 р. щомісячна аудиторія YouTube досягла одного мільярда осіб. Активними користувачами соціальної мережі Google під назвою Google+ є більше 350 млн осіб.

Як повідомляє кореспондент «Харків. Коментарії», YouTube і Google потрапили в ТОП-25 популярних українських сайтів за вересень (*YouTube збирається прив'язати коментарії юзерів до Google+ // Коментарії: Харків (<http://kharkov.comments.ua/news/2013/09/25/193727.html>). – 2013. – 25.09*).

Китайський холдинг Alibaba, найбільший гравець на ринку електронної комерції в країні, запустив власну мобільну соціальну мережу Laiwang, повідомляє газета China Daily.

Laiwang в перекладі з китайського означає «приходь і йди». Соціальна мережа стала першим продуктом компанії, випущеним після того як Alibaba оголосила про реструктуризацію раніше в цьому місяці. Холдинг тоді ж заявив про наміри зосередитися на мобільному інтернет-бізнесі.

«Ми – компанія з сильними генами електронної торгівлі, але ми хочемо створити платформу, яка зробить людей ближче і задовольнить їх

потребности в эру мобильного Интернета», – отметил исполнительный директор Alibaba Л. Чжаоси.

По его мнению, эра персональных компьютеров закончилась, и расширение компании в сферу социальных медиа – естественная эволюция, основанная на все большем распространении смартфонов.

Следует отметить, что количество пользователей мобильного Интернета в Китае возросло в этом году до 800 млн человек.

Аналитики согласны с доводами Л. Чжаоси, но сомневаются в успехе его приложения, поскольку рынок сервисов для обмена быстрыми сообщениями в Китае переполнен. Самая популярная мобильная соцсеть – WeChat, число ее пользователей превышает 400 млн. А в августе этого года в стране появились сразу два подобных приложения – Yixin от оператора China Telecom и WeMeet от компании Hangzhou Kuoyue Tech.

Все они надеются повторить успех приложения WeChat, которое существует с 2011 г. В этом подозревают и Laiwang, но Л. Чжаоси отрицает эти слухи. Тем не менее, новая соцсеть ничем значительно не отличается от WeChat, если не считать несколько незначительных нововведений. Например, в Laiwang можно обмениваться не только текстовыми сообщениями, но и рисунками, выполненными от руки, а также автоматически удалять сообщения сразу после просмотра получателями (*В Китае появилась очередная мобильная соцсеть // InternetUA (<http://internetua.com/v-kitae-poyavilas-ocserednaya-mobilnaya-socset>). – 2013. – 26.09*).

Популярный сервис видеохостинга YouTube предлагает новую услугу своим активным пользователям. Об этом сообщает Imena.ua.

Отныне люди, снимающие собственные видеоролики, получают возможность использовать в них композиции из специальной библиотеки.

Услуга хороша тем, что не просто облегчает работу домашним режиссёрам, но и гарантирует отсутствие вообще каких-либо проблем с авторским правом.

Сегодня в библиотеке находится уже 150 абсолютно бесплатных композиций на все случаи жизни. Пользователям не придётся тратить время на микширование и обработку – музыка накладывается на видео непосредственно из YouTube.

Новый сервис избавляет авторов видео от проблем с авторами песен. Для этого в менеджере видеосервиса необходимо выбрать пункт «Аудио», где вам предложат выбрать композицию по жанру и другим параметрам. Естественно, что предусмотрен также и поиск композиций по названиям.

Руководство YouTube призвало музыкантов пополнять созданную библиотеку. Так что можно не сомневаться, что количество треков будет постоянно увеличиваться (*На YouTube появится бесплатная музыка // Комментарии: Харьков (<http://kharkov.comments.ua/news/2013/09/26/170104.html>). – 2013. – 26.09*).

В Facebook появилась возможность редактировать опубликованные ранее посты, пишет Лента.ру. Раньше для того, чтобы внести правку в запись, ее нужно было удалить, исправить и опубликовать заново. Таким образом, терялись все оставленные под постом комментарии и все «заработанные» лайки.

Историю изменений того или иного поста теперь можно будет посмотреть, нажав на специальную ссылку рядом со временем публикации сообщения. Пока новая функция доступна в тестовом режиме для ограниченного числа пользователей.

Соответствующая опция была добавлена на сайт социальной сети, а также в мобильное приложение Facebook для Android. Ожидается, что в скором времени возможность редактировать опубликованные сообщения появится также в приложении социальной сети для операционной системы iOS (**В Facebook появилась возможность исправлять посты после публикации // Левый берег** (http://society.lb.ua/life/2013/09/27/229606_facebook_poyavilas_vozmozhnost.html). – 2013. – 27.09).

Социальная сеть «Одноклассники», проект Mail.Ru Group, объявила о запуске приложения «Одноклассники: сообщения» для платформы Windows RT.

«Ежедневно пользователи “Одноклассников” отправляют более 300 млн сообщений своим друзьям и близким. Значительная часть из них отправляется с мобильных устройств. В первую очередь это обусловлено тем, что они всегда под рукой – доступ в Интернет возможен практически в любом месте и в любое время. Специально для владельцев устройств на платформе Windows RT было выпущено приложение “Одноклассники: сообщения”», – заявили в Mail.Ru.

Общаться со своими друзьями в приложении можно как в режиме тет-а-тет, создав неограниченное количество диалогов, так и пригласив несколько человек в один мультичат. При общении в мультичатах есть возможность ответить определенному пользователю.

Чтобы ни одно сообщение не осталось пропущенным, была реализована поддержка push-оповещений. Кроме того, любую переписку можно закрепить на рабочем столе своего устройства (**Соцсеть «Одноклассники» обзавелась приложением под WindowsRT // InternetUA** (<http://internetua.com/socset-odnoklassniki--obzavelas-prilojeniem-pod-WindowsRT>). – 2013. – 28.09).

Facebook улучшила свой «социальный» поисковик Graph Search. Отныне соцсеть сможет искать по статусам пользователей, постам, комментариям, подписям к снимкам, чекинам в Foursquare и так далее, пишет «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/92365-facebook-uluchshila-svoj-sotsialnyj-poiskovik-graph-search.htm>).

Facebook отмечает, что при поиске информации в соцсети можно сортировать по дате и месту публикации. Таким образом, к примеру, можно будет найти записи, опубликованные в течение последних трех дней с места работы пользователя.

Пользователи, имеющие доступ к Graph Search, смогут искать по чекинам из Foursquare, собственным записям и комментариям. Запросы вводятся на естественном языке. Отметим, что Graph Search, как и раньше, предоставит для поиска исключительно открытые посты. Записи, доступ к которым ограничен настройками приватности, индексироваться по-прежнему не будет.

Facebook анонсировала бета-версию Graph Search в январе 2013 г. Он позволяет быстро находить в социальной сети информацию о пользователях, фотографии, музыку, информацию о различных местах и заведениях. Функция индексирует пользовательские профили, контент и связи между ними, сообщают «Вести».

Graph Search все еще находится в стадии тестирования. Русский язык она не поддерживает. Пользователи, имеющие доступ к функции, по-прежнему отмечают, что система работает не идеально. Тем не менее, Facebook возлагает на систему большие надежды, так как она может сильно помочь монетизации ресурса за счет более точно таргетированной рекламы. Пока что Graph Search недоступен в мобильных приложениях Facebook, однако, по всей видимости, эта функция будет представлена до конца года.

Перед Facebook стоит задача справиться с огромным потоком данных, который повлечет за собой Graph Search. В мае компания заявляла, что 1,1-миллиардная аудитория сайта каждую минуту публикует 3,3 млн новых записей, фотографий и другого контента. Кроме того, нужно иметь в виду, что с появлением Graph Search пользователи больше не могут скрыть свой профиль из чужих результатов поиска. До появления этой системы юзеры могли настроить приватность так, чтобы тот, кто не входит в список друзей, не мог прочитать о них даже основную информацию.

Как ранее сообщал «Обозреватель», в Facebook появится функция поиска, позволяющая отслеживать в социальной сети обсуждение той или иной темы в режиме реального времени. Новый поисковый инструмент позволит СМИ, маркетологам и другим специалистам осуществлять поиск контента в соцсети по заданным темам, а также ключевым словам заголовков и статей (*Facebook улучшила свой «социальный» поисковик Graph Search // Обозреватель (<http://tech.obozrevatel.com/news/92365-facebook-uluchshila-svoj-sotsialnyj-poiskovik-graph-search.htm>). – 2013. – 3.10).*

Соцсеть «ВКонтакте» разрабатывает технологию, которая будет блокировать возможность загрузки на сайт пиратского видео. Об этом сообщает IT Expert со ссылкой на «РБК-Украина».

Ожидается, что блокировка нелегального контента будет аналогична применяемой в YouTube технологии Content ID, которая позволяет зарегистрировать защищенный авторским правом ролик, после чего загрузить его на сайт даже в видеоизмененном качестве и с вырезанными фрагментами становится невозможно.

Заместитель гендиректора «СТС Медиа» (компания, которая является правообладателем на ряд сериалов, размещенных в соцсети) С. Петров отметил, что пока пиратский контент соцсеть удаляет только по запросу компаний-правообладателей.

Летом этого года администрация «ВКонтакте» внедрила технологию «цифрового отпечатка», которая затрудняет загрузку пользователями пиратских аудиофайлов (*«ВКонтакте» блокирует загрузку на сайт пиратского видео // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/30273-vkontakte-zablokiruet-zagruzku-na-sajt-piratskogo-video.html>). – 2013. – 1.10).*

Чего никогда не будет «ВКонтакте»

В преддверии нового обзора самых крупных обновлений «ВКонтакте», который традиционно выпускают в первой половине месяца, авторы блога Live составили подборку функционала, которого никогда не будет в социальной сети, как бы пользователи не хотели. А ведь многие нововведения добавляются в первую очередь в ответ на просьбы подписчиков Live в комментариях в записям блога. С другой стороны, пользователи часто просят функции, которых «ВКонтакте» никогда не будет, потому что не может быть никогда. Как отмечают авторы подборки, любой опытный пользователь, который понимает идеологию соцсети, не воспримет всерьез такие просьбы.

Самых «наболевших» требований набралось семь. Вдогонку к ним еще пять, которые блогеры даже расписывать не стали – и без того понятно, почему они реализации не подлежат. Что же это за функционал такой, которого никогда не будет во «ВКонтакте», как ни проси, читайте ниже.

Гости страницы

Как отмечают в Live, это одна из самых распространенных просьб пользователей. Разработчики в ответ на нее предоставили пользователям, у которых свыше 100 подписчиков, возможность смотреть статистику страницы, в которой указывается количество заходов на страницу, а также пол, возраст и география посетителей. Но не их имена. Есть множество сайтов и приложений,

которые якобы предоставляют такую возможность. Все они делятся на три типа:

- сервис не дает совершенно никакой информации, а просто ворует логин и пароль, после чего рассылает от имени пользователя спам. Или это скрипт, который добавляет на сайт новые блоки с рекламой

- сервис предоставляет вам ссылку, которую пользователь размещает на своей стене, а каждый, кто по ней перейдет, будет показан как гость страницы. На самом же деле он мог по ней перейти просто из новостной ленты. Это просто «ловушка» для друзей и подписчиков

- сервис показывает тех, кто часто комментирует и лайкает записи на стене. И это не гости страницы.

Первые вредят, вторые заставляют обманывать друзей и подписчиков, а третьи просто врут, предоставляя совершенно другую информацию. Но нет инструмента, который бы мог показать тех, кто заходит в ваш профиль. А все потому, что беспрепятственная возможность смотреть гостей страницы приведет к нежеланию миллионов пользователей гулять по профилям. Это барьер, который мешает социальной сети, поэтому такого функционала никогда не будет.

Массовое удаление записей со стены

Многие пользователи «ВКонтакте» иногда срываются и удаляются из соцсети. Как правило, спустя некоторое время они начинают жалеть о содеянном, поэтому удаление профиля проходит не сразу – на протяжении полугода пользователю дается возможность снова открыть свою страницу одним кликом.

Записи на странице – это публичный контент, в отличие от личных сообщений, которые можно удалить в два клика. Ценная информация для посетителей страницы, с помощью которой можно составить мнение о человеке. Незачем лишать их этой возможности. «ВКонтакте» – социальная сеть, а не форум с анонимами.

Кнопка «Мне не нравится»

«Если дать пользователям возможность оценивать любой контент лайками и дизлайками, количество комментариев резко снизится, – пишут составители блога Live. – Если вам не понравилась запись, и вы судорожно ищите кнопку “Мне не нравится”, чтобы дать понять это автору, лучше оставьте комментарий со своим мнением насчет прочитанного или увиденного. Давайте не будем превращаться в стадо, жмущее кнопки, вместо того, чтобы нормально общаться».

Многие возразят, что на YouTube, например, есть дизлайки и никому они не мешают. Но важно понимать, что там они используются как инструмент ранжирования контента. Чтобы фильтровать контент. «ВКонтакте» контент не ранжируется, а подается в хронологии. Поэтому функционального смысла для кнопки «Мне не нравится» в социальной сети нет. Пользователь сам управляет тем, что видит, и система не предпринимает попыток что-то модифицировать, опираясь на сигналы от других пользователей.

Смайлы Trollface

Многим эти рожицы кажутся забавными и они действительно выражают большой спектр эмоций. Но если привычные «колобки» не могут вызывать неприязнь или отвращение, то такие «тролфэйсы» воспринимают далеко не все. «Если вам так уж хочется отправить другу криво нарисованное лицо – воспользуйтесь возможностью прикреплять картинки к сообщению или отправьте подарок “ВКонтакте”», – пишут в Live.

Дать возможность включать смайлы тем, кто их хочет, и отключать тем, кто не хочет, тоже нельзя – любой сайт должен быть одинаков для всех. Вот почему.

Пример № 1. Раньше, заходя в группу, пользователи могли видеть открытые меню, написанное на wiki-разметке. В связи с тем, что далеко не каждый человек дизайнер, гуляя по таким группам, хотелось вынуть глаза и не видеть большинство из них. Поэтому в одно время было принято решение свернуть меню под кнопку. Теперь все группы выглядят, как и должны – с тем интерфейсом, который предоставляет сайт. Если же пользователь хочет увидеть творчество администраторов (далеко не всегда это можно назвать творчеством), пусть жмёт на кнопку для раскрытия меню и любитесь.

Пример № 2. До недавнего времени пользователи могли наблюдать в записях и комментариях непонятные символы в виде квадратов или прямоугольников. Это были смайлы, которые можно вставлять через Android и iOS устройства. И видели их только пользователи смартфонов на этих операционных системах. Было решено добавить отображение этих смайлов и в полной версии сайта, чтобы все могли видеть то, что видят и другие.

Графические темы

Разработчики и дизайнеры делают для вас максимально удобную и понятную навигацию по сайту. Она работает, работает быстро, и этого достаточно. Все оттенки и размеры кнопок выверены и максимально адаптированы под удобство и глаза пользователя. «Картинки на фоне, а уж тем более анимации, говорят лишь о вашем безвкусици... Поставьте обои на рабочий стол. На сайте они не нужны», – пишет автор записи.

Анимации

Они уже есть в виде прикрепляемых документов. Они начинают проигрываться только после клика на них по той же причине, почему и видео не проигрываются сами по себе в разделе видеозаписей: мигающие кнопки, анимации на аватарах и т. п. – привет из двухтысячных. Какой бы мощный компьютер не был, несколько запущенных анимаций в некоторых случаях могут «положить» любой браузер.

Изменение цвета и размера текста в записях

В тексте важен посыл. «Если вы не можете донести свои мысли без выделения каких-то фраз крупным и/или цветным текстом, воспользуйтесь заметками. Там вы сможете хоть весь текст выделить жирным шрифтом», – рекомендует автор.

Ну и коротко по списку еще несколько вещей, которых во «ВКонтакте» никогда не будет:

Стикеры на аватарах;

Статус VIP;

Оценки на фотографиях;

Возможность скрыть статус Онлайн;

Оранжевый цвет сайта (*Чего никогда не будет «ВКонтакте» // InternetUA (<http://internetua.com/cego-nikogda-ne-budet--vkontakte>). – 2013. – 2.10).*

Дизайнер з Майами Н. Рохас запустила додаток Faces of Facebook, у якому на одній сторінці зібрані фотографії з профілів усіх 1,277 млрд користувачів Facebook. І цей неймовірний лічильник постійно оновлюється в режимі реального часу.

Фотографії, взяті виключно з профілю, а не з якихось інших сторінок, розташовані зліва направо і зверху вниз відповідно з датою, коли кожен з користувачів приєднався до Facebook, починаючи з М. Цукерберга.

Щоб переглянути всі ці профілі окремо, знадобилося б 36 років, 5 місяців і приблизно 10 днів, а так – все благополучно вмістилося на одному екрані. Мишкою можна натиснути у будь-якому місці екрану, щоб збільшити масштаб і потрапити в підсумку на чийсь сторінку.

Н. Рохас використовувала спеціальний комп'ютерний код, щоб зібрати і систематизувати всі картинки. «Ми не порушуємо ніяких правил конфіденційності Facebook, бо ми ніде не зберігаємо особисту інформацію користувача, їх фотографії та імена», – говорить автор.

«Ми тут всі упереміш: великі сім'ї, жінки в паранджі, фанати Лео Месії, прихильники одностатевих шлюбів, чихуахуа, індійських богів, туристи, що підпирають нахилену Пізанську вежу, новонароджені тощо», – пояснює символічність своєї задумки Н. Рохас. Всі такі різні, але всьому є місце на одній сторінці.

Через сайт проекту можна зайти у свій акаунт на Facebook і знайти власне місце в цьому шаленому мільярді людей, а також знайти всіх своїх друзів (*Усі обличчя Facebook можна побачити разом // iPress.ua (http://ipress.ua/news/dodatok_faces_of_facebook_vidobraziv_fotografii_usih_1277_mlrd_korystuvachiv_sotsmerezhi_29603.html). – 2013. – 2.10).*

Основатели Path не захотели продавать свою компанию Google за 100 млн дол. и теперь ищут способы, как монетизировать 20 млн пользователей

Д. Морин заявляет, что никакая реклама никогда не появится в его социальной сети Path. «Да! Я совершенно определенно это заявляю», – говорит

он в своем конференц-зале в даунтауне Сан-Франциско. – Мы уверены, что того уровня приватности, который нам нужен, нельзя достигнуть иным способом». Довольно громкое заявление, особенно в мире интернет-стартапов, с их главной мантрой «больше пользователей, больше рекламы, выше стоимость».

Но Д. Морин всегда шел против течения. В январе 2010 г. он бросил доходную работу в Facebook и создал его антитезу: частную сеть для мобильных устройств Path, которая соединяла между собой только горстку родственников и друзей. Затем, всего через месяц после запуска и имея лишь 10 тыс. активных пользователей, Д. Морин отклонил предложение о покупке в 100 млн дол. от Google. Д. Морин называет тот день самым черным в истории Path, но, пожав плечами, добавляет: «Мы решили плыть против течения и продолжаем строить планы на далекое будущее».

Это решение выглядело необдуманым. Быстрый рост Path затормозился. Шумиха стихла. Многие в Кремниевой долине списали Path, посчитав эту нишевую социальную сеть умершей, а Д. Морин стал примером страхов про чрезмерные амбиции. В течение следующих двух лет Path просто выживала, едва держась на плаву, и медленно увеличивала число пользователей. Но этой зимой случилось кое-что неожиданное – Path стала набирать обороты. Сеть, имевшая всего 5 млн пользователей в январе, побила отметку 20 млн в конце августа. Инвесторы снова начинают обращать на нее внимание, и компания оценивается свыше чем 300 млн дол.

Path – это мобильное приложение, чтобы вы могли поделиться своей личной жизнью с избранным кругом лиц. В то время как крупные платформы типа Facebook и Twitter засорены сообщениями от рекламщиков, разных СМИ и от того самого человека, с которым вы не разговаривали со средней школы, Path связывает вас именно с теми людьми, от которых вы хотите получать фотографии их детей. Пусть Facebook остается шумным мегаклубом, Path будет закрытой вечеринкой для своих. Вначале пользователь мог иметь не более 50 связей, позднее их количество увеличили до 150. Пользователи хвалят дизайнерские особенности Path вроде меню, анимированных в стиле Pixar, и смайликов Emojі. Д. Морин говорит, что эти инструменты позволяют показать настоящие эмоции, которые так трудно передать через устройства. «Сеть обеспечивают основную человеческую потребность – быть действительно близко к людям, которые вам дороги, – говорит актер и инвестор Path Э. Кутчер. – Это моя основная социальная сеть, безопасное место, где я могу поделиться своей жизнью с теми, кого я люблю».

Но privacy и виральность несовместимы. В июне 2012 г. Path имела 3 млн пользователей, тогда как Instagram, модная социальная сеть для публикации фотографий, запущенная примерно в одно время с Path, уже собрала 30 млн пользователей (впоследствии они все стали пользователями Facebook, который купил Instagram за 715 млн дол.).

Path оказалась на перепутье – надо было масштабировать бизнес или признать поражение. В декабре 2012 г. Д. Морин и сооснователь Д. Миеро

приняли решение опустить «защитные решетки» Path. Они оформили партнерство с Twitter, в марте 2013 г. добавили возможность частных сообщений, а в мае создали для пользователей возможность приглашать знакомых в Path через систему прямых сообщений в Twitter и Gmail. Благодаря этим изменениям количество зарегистрированных пользователей Path достигло 10-миллионной отметки в апреле и перешагнуло 20-миллионную отметку в августе.

Несмотря на увеличение числа пользователей, качественные показатели Path по-прежнему привлекательны. Активные пользователи проверяют приложение в среднем 19 раз в день и проводят в нем 20 минут (для сравнения, у Facebook – 17 минут, у Pinterest – 3 минуты). Некоторые СМИ критикуют данные о росте Path, утверждая, что это – результат рекламы в Facebook и на других площадках, но Д. Морин утверждает, что число пользователей увеличивается без накруток: 60 % новых пользователей пригласили их друзья, уже использующие Path, 30 % – органический прирост и лишь 5 % – от рекламы.

Для компании, сфокусированной на приватности, у Path было достаточно неловких ситуаций. В феврале 2012 г. сеть уличили в загрузке данных адресных книг ее пользователей к себе на серверы. За этот проступок Федеральная торговая комиссия оштрафовала Path на 800 тыс. дол. Другие социальные сети занимались тем же самым, но, в отличие от них, Д. Морин извинился и стер загруженные данные. Спустя несколько месяцев, в апреле, Path стала участником нового скандала. Компанию обвинили в рассылке спама друзьям пользователей путем sms в Великобритании. Facebook тогда заблокировал для Path возможность находить друзей в своей сети. «Мы совершили ошибку, и она, вероятно, будет нас преследовать некоторое время», – говорит Д. Морин.

Но самая главная проблема, стоящая перед Д. Морином, – как заработать деньги. Отказавшись от рекламы, ему приходится продавать виртуальные товары вроде эмоциональных стикеров и фотофильтров. Подобные цифровые безделушки приносят японскому приложению для сообщений Line 0,48 дол. с пользователя, то есть речь о сумме порядка 10 млн дол. в год для Path. И это, конечно, не бизнес.

Поэтому Д. Морин планирует развернуть сервис премиум-подписки, которая даст пользователям доступ к специальному контенту, дополнительным настройкам и месту для хранения файлов на сервере. Подобная модель используется в сервисе Evernote: около 4 % из 65 млн пользователей платят 45 дол. в месяц за дополнительные возможности. Но Evernote и другие freemium-продукты, например, Dropbox, имеют значительное количество корпоративных клиентов, а в случае Path – их нет. Да к тому же все социальные сети – конкуренты Path – бесплатны.

Другой вариант монетизации социальной сети – создание платформы для разработчиков приложений, эта тема хорошо знакома Д. Морину еще по Facebook. У Path уже есть несколько десятков разработчиков, предлагающих различные приложения от спорта до изучения Библии, но социальная сеть

нуждается в аудитории размером в Facebook или Twitter, чтобы начать зарабатывать на платформе.

Кажется, получился замкнутый круг. «Мы идем более длинным путем, чем другие социальные сети, – оптимистично настроен Д. Морин. – И да, это временами трудно» (*Анти-Facebook: как социальная сеть Path пытается развивать бизнес, отказавшись от рекламы // InternetUA (<http://internetua.com/anti-Facebook--kak-socialnaya-set-Path-pitaetsya-razvivat-biznes--otkazavshis-ot-reklami>). – 2013. – 30.09).*

Социальная сеть «Одноклассники» ведет переговоры с правообладателями и закончила работу над технологией «цифровых отпечатков», способной облегчить поиск пиратского видео, сообщают «Известия» со ссылкой на А. Исрапилова, директора по маркетингу и развитию бизнеса соцсети «Одноклассники».

В частности, договоренности достигнуты с компаниями Yellow, Black & White и ВГТРК, к удалению пиратского контента приступила и «Амедиа». В этих компаниях подтвердили факт сотрудничества с социальной сетью. «С “Одноклассниками” есть предварительные договоренности. В их плеере будет крутиться наш контент», – заявил Д. Медников, заместитель гендиректора ВГТРК. По его словам, показ будет бесплатным, но с рекламой, которую станет продавать сама соцсеть.

А. Исрапилов также подтвердил, что в «Одноклассниках» разработана собственная технология «отпечатков пальцев» для видео, сродни Content ID, созданной в Google. Она существенно облегчает поиск пиратского видео и может даже помочь автоматизировать процесс удаления чужих роликов. Над подобным решением, напомним, работает и «ВКонтакте» (*«Одноклассники» занялись легализацией видео // InternetUA (<http://internetua.com/odnoklassniki-zanyalis-legalizaciei-video>). – 2013. – 3.10).*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Освітню соцмережу українських студентів вже вподобали за кордоном.

Українські студенти створили безкоштовний веб-сервіс за принципом соцмережі, який пропонує корисні інструменти для навчання, пише День.

Сайт instudies може покращити якість та комунікацію між студентами, зробити навчальний процес ефективнішим за рахунок цього. У instudies користувачі мають можливість обговорювати навчальний матеріал у режимі онлайн, створюючи закриті групи. Сайт пропонує такі інструменти як домашнє завдання, конспекти, блоги груп, чат, розклад, події, особисті повідомлення.

Для створення першої версії соцмережі Є. Гореву, В. Котельникову та О. Крехотуну знадобився рік. І ще рік для того, щоб її дошліфувати та доопрацювати.

Нині цим веб-сервісом користуються тисячі студентів із Росії, Молдови, Білорусі. У подальших планах творців – розширення та вихід на міжнародний ринок. Засновники вважають, що поява *instudies* є наразі актуальною, адже багато методів системи освіти вже застаріли. У той час як впровадження у освіту нових технологій підніме процес навчання на новий рівень (*Освітню соцмережу українських студентів вже вподобали за кордоном // Інформаційне агентство «Регіональні Новини» (http://regionews.ua/node/114261). – 2013. – 20.09).*

Для Києва запустился поиск жилья в аренду по друзьям «ВКонтакте».

Российский сервис FriendRent.ru запустился в открытом доступе. С его помощью можно в сети «ВКонтакте» искать и фильтровать предложения об аренде квартир среди объявлений друзей. Сервис работает, в том числе, для Києва, сообщает The Village. Его разработали выпускники математико-механического факультета Санкт-Петербургского государственного университета Д. Качмар и А. Константинов.

У пользователя «ВКонтакте», в среднем, около 50 тыс. друзей, и сервис осуществляет поиск по их базе. Чем больше друзей в сети, тем больше объявлений увидит пользователь.

Как Д. Качмар рассказал AIN.UA, идею создания подсказали друзья: «Так получилось, что в практически в один момент времени несколько моих друзей начали искать недвижимость для аренды. Захотелось им помочь и автоматизировать процесс. Потом подключилось сарафанное радио. Стало понятно, что людям нужен такой сервис».

Создатели сервиса обещают, что риелторские объявления фильтруются и не допускаются в результаты поиска. Пока что фильтрация агентских объявлений проводится с помощью краудсорсинга, «вручную»: по определенному алгоритму отсеиваются «подозрительные» объявления из выдачи, которые затем проходят экспертную оценку. «Об алгоритме рассказывать пока не хотелось бы, начнут спамить», – говорит Д. Качмар. В перспективе возможен запуск приложения и для других украинских городов, а также в других социальных сетях (*Для Києва запустился поиск жилья в аренду по друзьям «ВКонтакте» // AIN.UA (http://ain.ua/2013/09/20/326447). – 2013. – 20.09).*

Турецька Партія справедливості і розвитку, очолювана прем'єр-міністром Р. Ердоганом, має намір розширити свою присутність там, де домінує опозиція, – у соціальних мережах. Нині наймається шеститисячна армія добровольців для

спілкування у соціальних мережах: вони будуть здобувати прихильність громадян та опонувати критикам.

Партія організовує приїзд молодих людей, які добре володіють Інтернетом, до Анкари, де в аудиторіях їх навчають бути «представниками у соціальних мережах».

Молодь поширюватиме новини та фотографії, переважно у Twitter та Facebook, а також на Instagram і YouTube. Вони мають просувати погляди партії та моніторити онлайн дискусії.

«Наша мета – розвивати позитивну політичну мову, цьому ми навчаємо наших волонтерів, – цитує The Wall Street Journal представників партії, які відповідальні за кампанію. – А якщо опозиційний табір буде поширювати дезінформацію про нашу партію, ми будемо виправляти, надаючи точну інформацію, і завжди вживаючи позитивну мову».

Уряд відмовився повідомити імена когось з учасників, пояснюючи це тим, що не хочуть оприлюднювати особисту інформацію.

Ініціатива виникла після того, як у червні сотні тисяч людей вийшли на протести, при цьому соціальні мережі зіграли тоді важливу роль у координації дій демонстрантів. Аналітики зазначали: ці події призвели до розуміння, що уряд має використовувати соцмережі більш ефективно напередодні президентських виборів наступного року.

Учасники «армії» будуть сконцентровані у містах, де були найбільші антиурядові протести, і де найбільше користуються соціальними мережами. Так, 1000 представників буде у Стамбулі, 600 в Анкарі, 400 у Ізмірі, решта – по всій території Туреччини (*Правляча партія Туреччини підготує команду активістів, які представлятимуть владу у соцмережах // Телекритика (<http://osvita.mediasapiens.ua/material/22998>). – 2013. – 20.09).*

МЧС России и Фонд перспективных исследований (ФПИ) заявили о планах создания соцсети, которая позволит пользователям обмениваться информацией о чрезвычайных ситуациях и связываться со спасателями онлайн. Об этом сообщила газета «Ведомости» в номере от 23 сентября 2013 г.

По информации издания, пользователи новой социальной сети смогут самостоятельно оценивать уровень угрозы и выкладывать всю доступную им информацию в общий доступ. При этом, чтобы обеспечить оперативное реагирование в требующих вмешательства чрезвычайных ситуациях, все сообщения в сети будут отслеживаться спасателями.

Как сообщается, сайт получит адрес team112.ru. Запуск проекта в тестовом режиме (для жителей Москвы) запланирован на лето 2014 г. ФПИ выделит на разработку портала 200 миллионов рублей. Для выполнения заказа в ведомственном институте МЧС уже создана специальная лаборатория со штатом из 30 человек.

Соцсеть team112.ru – один из этапов перехода МЧС на единую систему связи жителей со всеми экстренными службами (*Российское МЧС создаст*

Украинские чиновники, кроме профильных страниц в Интернете общаются с пользователями и на официальных страницах ведомств, и отдельно через свои личные страницы в соцсетях. Здесь наиболее активны парламентарии от оппозиции. Тогда как официальная страница ВР (на Facebook) последний раз обновлялась – 22 августа 2013 г.

В частности самыми активными в обновлении новостей (Twitter, Facebook и «ВКонтакте») являются АП, Кабмин, МВД, Миндоходов, Минобразования, Минобороны, Минрегион и Минэкологии.

Только на Facebook общаются чиновники из еще десяти министерств. Из них реже всего обновляют новости на Минкультуры (9 марта), Минэнергетики (21 марта), Минагрополитики (1 апреля) и Минспорта (1 мая).

Тогда как Минздрав и Минпромполитики и вовсе нет в соцсетях.

Как ранее сообщал IT Expert, среди отечественных политиков в соцсетях больше всего друзей у нардепа С. Тигипко, премьера Н. Азарова, и министра Н. Королевской (*Чиновники обновляют новости в соцсетях каждый час // IT Expert (http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/30045-chinovniki-obnovlyayut-novosti-v-sotssetyakh-kazhdyj-chas.html). – 2013. – 24.09).*

ГП «Администрация морских портов Украины» создала официальную страницу в социальной сети Facebook, на котором планируются размещаться новости АМПУ, новости морехозяйственного комплекса Украины и мира. Об этом сообщает IT Expert со ссылкой на пресс-службу Мининфраструктуры Украины.

Кроме того, на странице можно найти видео- и фотоматериалы о работе АМПУ и ее филиалов.

Администрация морских портов приглашает журналистов, экспертов отрасли, участников рынка, работников морехозяйственного комплекса присоединиться к обсуждениям, высказывать конструктивную критику процесса реформирования портовой отрасли (*Администрация морских портов Украины открыла свою официальную страницу в Facebook // IT Expert (http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/30093-administratsiya-morskikh-portov-ukrainy-otkryla-svoyu-ofitsialnuyu-stranitsu-v-facebook.html). – 2013. – 25.09).*

В Луганске пропавшую девушку нашли благодаря соцсетям.

С помощью интернет-страничек оперативники определяют круг знакомств и вычисляют нахождение людей.

В Луганской области 17-летняя девушка ушла в школу и не вернулась домой. Об этом «Сегодня» сообщили в пресс-службе областной милиции Луганска.

Правоохранители сбились с ног, разыскивая школьницу. Однако розыскные мероприятия были безрезультатны. Тогда оперативники криминальной милиции по делам детей провели мониторинг соцсетей в Интернете, таких как «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook и Mail.ru. В итоге было установлено, что разыскиваемая девушка зарегистрирована в социальной сети «ВКонтакте».

«Благодаря интернет-страничке Елены сотрудники милиции вычислили круг ее друзей. Установив контакт с некоторыми из них, оперативники довольно быстро определили местонахождение разыскиваемой девушки. Оказалось, что все это время, пока родители и милиция ее искали, она находилась у своего друга дома в г. Луганске. Сотрудники милиции вернули беглянку домой и передали родителям», – рассказали в пресс-службе областной милиции Луганска (*В Луганске пропавшую девушку нашли благодаря соцсетям // InternetUA (http://internetua.com/v-luganske-propavshuuu-devushku-nashli-blagodarya-socsetyam). – 2013. – 25.09).*

Комментарии на Facebook вынудили «Кофе-Хауз» перейти на украинский и перевести сайт.

В конце августа этого года пользователь Facebook И. Филиппович пожаловался у себя в посте, что в ресторане «Кофе-Хауз» его отказались обслужить на украинском языке, этой записью тогда поделились 328 пользователя, пишет AIN.UA (<http://ain.ua/2013/09/25/386616>).

По поводу обычной записи в социальной сети разгорелись споры, к теме подключились оппозиционные политики, тем более, что опубликована она была накануне Дня независимости. Кстати, через пару дней тот же пользователь опубликовал призыв бойкотировать магазин Rozetka.UA из-за того, что у него нет украинской версии сайта.

А на днях глава КГГА А. Попов в письме-ответе на запрос депутата В. Кириленко сообщил, что информация об услугах в сети «Кофе-Хауз» (в том числе, меню и чеки) предоставляется на украинском языке, администрация провела разъяснительную работу с сотрудниками, кроме того, компания занимается разработкой украинской версии сайта. Facebook-страница сети ресторанов также перешла на украинский язык.

В СМИ также появлялась информация о том, что из-за этого скандала в сети уменьшился поток посетителей и выручка просела на 36 %, но это непроверенные данные (*Комментарии на Facebook вынудили «Кофе-Хауз» перейти на украинский и перевести сайт // AIN.UA (http://ain.ua/2013/09/25/386616). – 2013. – 25.09).*

С. Кравченко активно использует в своей политической деятельности социальные сети.

Луганский городской голова С. Кравченко оказался в лидерах по активности городских голов областных центров Украины в Интернете, в частности, он занял четвертую позицию из 25, пишут «Луганск.Комментарии» со ссылкой на пресс-службу Института политической информации.

С 14 по 26 сентября Институт политической информации проанализировал активность городских голов областных центров Украины в Интернете. Установлено, что из 25 руководителей лишь 14 проявляют себя каким-то образом в сети.

Наиболее активные пользователи социальных сетей, и Интернета в целом, оказались мэры городов-миллионников.

Для общения с общественностью и своими избирателями, городские головы Днепропетровска, Одессы и Харькова используют социальные сети Facebook и «ВКонтакте», у всех троих существуют персональные сайты. На страницах в социальных сетях часто публикуются различного рода отчеты, а также информация о деятельности администрации.

«Недалеко от первой тройки отстали градоначальники Луганска и Львова», – отметили в пресс-службе.

Как отмечают сотрудники Института политической информации, тот факт, что Интернет в своей политической деятельности активнее используют мэры крупных городов, не вызывает удивления, поскольку именно в мегаполисах проживают основные пользователи Интернета.

«Традиционные медиа становятся менее популярными и для того, чтобы донести необходимую информацию избирателям, политики начинают использовать новые каналы коммуникации. Наиболее популярной социальной сетью среди городских голов оказался Facebook. Эту систему используют 12 управленцев, в то время как «ВКонтакте» – восемь. Однако большинство мэров свои персональные аккаунты ведут не самостоятельно. В этом им помогают либо пресс-службы, либо соответствующие управления в составе администрации», – рассказали в пресс-службе.

Среди функционирующих профайлов, аналитики обнаружили серьезные недостатки, которые ограничивают возможности взаимодействия с пользователями. Среди основных проблем они выделили устаревшую и неактуальную информацию, ограничение доступа к подписчикам и «друзьям» политика, а так же отсутствие возможности для комментирования сообщений.

Также в ходе анализа установлено, что регионализация никак не влияет на активность политика в сети. Не используют современные сетевые технологии приблизительно одинаковое количество городских голов, как на западе, так и на востоке Украины (*С. Кравченко активно использует в своей политической деятельности социальные сети // «Трибун» Луганск (<http://tribun.com.ua/14767>). – 2013. – 25.09).*

Facebook начнет «сливать» телеканалам обсуждения пользователями сериалов.

Соціальна мережа Facebook стане ділитися з найбільш великими американськими телеканалами статистикою обговорення користувачами програм і серіалів. Об цьому 29 вересня повідомила The Wall Street Journal.

По інформації видавництва, аналітики Facebook будуть складати спеціальні звіти, засновані на даних про пости, присвячені тій чи іншій програмі чи епізоду серіалу. Така статистика буде включати в себе кількість постів і загальне число обговорюючих тему користувачів соціальної мережі, а також інформацію про лайки і репости, отримані записями. Звіти Facebook стануть щотижневими і будуть доступні в розпорядження чотирьох великих телеканалів (ABC, NBC, Fox і CBS).

Раніше соціальна мережа почала надавати інформацію про користувачів активності таким медіакомпаніям, як BuzzFeed, CNN, NBC News, Sky Television і Slate. В тестовому режимі компанія отримала доступ до нового пошукового інструменту, що дозволяє здійснювати пошук контенту в соціальній мережі за заданими темами і ключовими словами статей і заголовків. Крім того, представники медіа отримали можливість збирати дані про середній вік і стать людей, обговорюючих ту чи іншу новинну тему, а також про географію розміщення постів і коментарів до них.

Як пише The Wall Street Journal, свій інструмент аналізу телевізійних уподобань користувачів аудиторії також готує до запуску і інша соціальна мережа – Twitter. Сервіс мікроблогів планує разом з компанією Nielsen опублікувати телерейтинг під назвою Nielsen Twitter TV Rating. Раніше Twitter і Nielsen запустили сервіс, що відслідковує найпопулярніші у користувачів телепередачі в режимі реального часу.

Соціальна мережа Facebook була заснована в 2004 р. В 2012 р. загальна прибуток Facebook перевищила 5 млрд дол. США. Доходи від продажу реклами склали більше 85 % всієї виручки соціальної мережі (*Facebook почне «сливати» телеканалам обговорення користувачами серіалів // Подробности.UA (<http://podrobnosti.ua/internet/2013/09/30/933104.html>). – 2013. – 30.09).*

Facebook опублікував настанови для батьків і вчителів, які мають навчити дорослих допомогти підліткам робити безпечний, розумний та відповідальний вибір в онлайн-світі.

Батьки, вчителі та лідери спільнот, на думку Facebook, мають підтримувати підлітків у цифровому світі. Навчити їх безпеці, цифровій грамотності та громадянській участі. Посібник акцентує увагу на цифровій гігієні та цифровому громадянстві, мобільній безпеці, а також на розробці настанов чи норм поведінки у соціальних медіа на рівні шкільного класу чи якоїсь спільноти.

Facebook залучив до розробки настанов організації, які спеціалізуються на відповідних темах. Наприклад, Family Online Safety Institute's Platform for Good, WiredSafety, ConnectSafely.org, Edutopia – The George Lucas Educational Foundation, Girl Scouts of Northern California та ін. Крім того, персонально

долучилася Р. Вайзмен – авторка книги про те, як дорослим взаємодіяти з підлітками у світі соціальних медіа. На цю ж тему Р. Вайзмен опублікувала Facebook-історію у вигляді досить цікавого есе (*Facebook опублікував настанови для батьків та вчителів // Ukrainian Watcher* (<http://watcher.com.ua/2013/09/26/facebook-opublikuvav-nastanovy-dlya-batkiv-ta-vchyteliv/>). – 2013. – 26.09).

Запущен сервис для вставки твитов в научные работы.

По адресу Tweet2Cite.com начал действовать бесплатный сервис, который оформляет записи из Twitter в соответствии с требованиями, выдвигаемыми в США к цитатам в научных работах. Об этом пишет Mashable.

Чтобы превратить запись из Twitter в цитату, готовую к вставке в академический труд, нужно скопировать ссылку на твит, вставить ее в строку ввода на сайте Tweet2Cite.com и нажать кнопку Go!.

В ответ Tweet2Cite.com выдает два варианта оформления твита. Первый соответствует требованиям Ассоциации по изучению современного языка (MLA), а второй – требованиям Американской ассоциации психологов (APA).

Обе ассоциации рассматривают посты в Twitter как частный вариант цитат и составили конкретные рекомендации к их оформлению. Так, MLA советует использовать шаблон «Фамилия и имя автора (Ник). «Текст твита». Дата, время». В конце цитаты надо указать, что это твит.

Сервис Tweet2Cite.com создал Б. Хедлунд. Разработчик пояснил, что изучает веб-программирование и утилита, преобразующая твиты в цитаты, стала для него своего рода упражнением (*Запущен сервис для вставки твитов в научные работы // InternetUA* (<http://internetua.com/zapusxen-servis-dlya-vstavki-tvitov-v-naucsnie-raboti>). – 2013. – 30.09).

Посол Британии намекнул, что свободу слова в Украине спасут только социальные сети.

В Украине существует хорошая перспектива, чтобы удержать свободу слова в стране. Об этом заявил посол Великобритании в Украине С. Смит, комментируя ухудшение состояния свободы слова в Украине.

«Когда мы слушаем о таких случаях, и, конечно, это тоже предмет озабоченности по поводу ваших проблем, но я слышал и о других случаях, где было давление на журналистов», – отметил он. Об этом сообщает «Украинская правда».

«Всегда, когда мы слышим об этом – это предмет нашей озабоченности. Это отражает, что существует еще площадь для улучшения ситуации в этой стране. Но в Украине есть и позитивное движение в использовании новых способов коммуникации», – заявил С. Смит.

«В Украине и в других странах Европы надо быть осмотрительным и надо обеспокоиться, что контроль прессы – либо коммерческий, либо политический контроль – является в некоторой степени угрозой для свободной прессы. Эта проблема существует в Украине и с ней надо бороться», – уточнил посол.

Дипломат сообщил, что Великобритания «следила за историей вокруг телеканала TVi, и это было предметом нашей озабоченности».

«Подчеркиваю – площадь для свободного выражения мнения в Украине, особенно, то, что отражается через использование социальных сетей, – здесь существует хорошая перспектива, чтобы удержать свободу слова в стране», – подытожил С. Смит (*Посол Британии намекнул, что свободу слова в Украине спасут только социальные сети // фрАза (http://faza.ua/news/03.10.13/177525/posol_britanii_nameknul_chno_svobodu_slova_v_ukraine_spasut_tolko_sotsialnye_seti.html). – 2013. – 3.10).*

Религиозный совет Палестинской национальной администрации (ПНА) признал право мужчин и женщин общаться в Интернете. Сообщение об этом появилось на сайте израильской газеты The Jerusalem Post.

Как сказано в специальной фетве (решение, основанное на принципах ислама), благодаря социальным сетям технологии онлайн-общения между представителями противоположного пола в последнее время получили серьезное развитие, и возможности сдерживать это общение и каким-либо образом запрещать его больше нет.

Тем не менее, представители религиозного совета отметили, что такое общение в сети все равно должно соответствовать нормам исламской шариатской морали, принятым в обществе. Например, как указано в новой фетве, сайты интернет-знакомств и социальные сети должны использоваться мужчинами и женщинами исключительно с целью заключения брака. При этом, женщинам запрещается давать в Интернете подробное описание себя, выкладывать свои фотографии или использовать в ходе общения слова, «возбуждающие инстинкты и желания». Вести онлайн-беседы с мужчинами женщины также должны «в открытой комнате в присутствии членов семьи». В том случае, если беседа между мужчиной и женщиной ведется с помощью аудиозвонка, мужчинам запрещается говорить «тихим и мягким голосом».

По информации The Jerusalem Post, действие фетвы распространяется только на жителей Западного берега реки Иордан, контролируемого Палестинской национальной администрацией.

Решение религиозного совета ослабить нормы, регулирующие отношения мужчин и женщин в Интернете, принято на фоне ужесточения контроля за личной жизнью граждан со стороны группировки ХАМАС, управляющей Палестинской автономией. В марте 2013 г. представители ХАМАС запретили женщинам участвовать в ежегодном марафоне, после чего мероприятие было отменено его организаторами. Ранее женщинам в Палестине было запрещено

курить кальян в общественных местах и ездить на мотоциклах. Среди мужского населения был введен запрет на работу в женских салонах красоты (*Религиозные лидеры Палестины разрешили мужчинам и женщинам общаться в соцсетях // InternetUA (<http://internetua.com/v-palestine-mujcsinam-i-jensxinam-razreshili-obsxatsya-cserez-internet>). – 2013. – 4.10).*

БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Пять способов использовать социальные сети для достижения более высоких продаж:

1. Пост должен содержать ясный призыв к действию.

Пользователи и подписчики переходят на странички в социальных сетях по нескольким причинам, но в целом, они просто хотят или что-то сделать или узнать новую информацию.

Некоторые пользователи ищут информацию о компании, о продуктах и услугах; некоторые хотят получить специальные предложения или скидки; кто-то хочет узнать о мероприятиях или вакансиях, а кто-то интересуется мнением экспертов, ищет определенные рекомендации.

Если вы им их не предоставляете, то они не вернутся к вам. Используйте обновления статуса, чтобы предоставить им то, что они хотят и получить то, что хотите вы: продажи.

Размещайте такие призывы к действию, как «Нажимай сюда, чтобы получить эксклюзивную скидку» или «Зайди, чтобы выигрывать...»

Но не забывайте о правиле 70-20-10, которое означает, что 70 % информации контента должны соответствовать потребностям пользователей, 20 % контента должно исходить от других пользователей и 10 % промо.

Как только вы поймете, почему пользователи подписываются на вашу страницу, убедитесь, что вы даете нужную им информацию.

2. Говорите о срочности специального предложения.

В связи с тем, что большинство социальных сетей публикуют контент в форме ленты новостей, у брендов очень мало времени, чтобы привлечь внимание потребителей/пользователей/фолловеров. Если они увидят обновление с сообщением, которое заставит их «действовать», вы выиграете.

Используйте такие словосочетания как «в течение ограниченного времени», «Распродажи только на этой неделе», «Получите это первым», так пользователи точно заметят ваш пост.

Также используйте различные методы, чтобы у подписчиков был стимул приобрести ваш товар именно сейчас. В зависимости от сферы вашего бизнеса, вы, например, можете снижать цену на доставку, вводить дополнительную неделю для сервиса или сообщать о специальном предложении: купи один товар, получи второй бесплатно.

В Facebook можно использовать приложение, чтобы продвигать такое предложение как «топ-10 пользователей, расшаривших это в Facebook, получат скидку при покупке» и т. д.

3. Предлагайте уникальные предложения для подписчиков.

Эта идея похожа на предыдущую, но с отличием в том, что вы должны убедиться в том, что такого предложения больше нигде нет. Для того, чтобы пользователи подписывались на вас и вы оставались в предпочтении, предлагайте что-то эксклюзивное для каждой сети.

4. Поощряйте расшаривание постов.

Не будет лишним попросить ваших подписчиков поделиться информацией с вашей страницы. В идеале, ваша информация должна быть настолько интересной, что пользователи сами захотят поделиться этим с другими, но немного поспособствовать этому тоже можно.

Если ваша информация касается конкурса на Facebook, то можно дописать: «Поделись этой информацией, и твой шанс выиграть приз вырастет».

Если вы просите ваших пользователей поделиться информацией, скорее всего они так и сделают.

5. Ваши страницы в социальных сетях должны постоянно обновляться.

Ваши потенциальные пользователи в социальных сетях должны четко понимать, чем вы занимаетесь. Поэтому информация на различных профилях (Facebook, Google+, Twitter, LinkedIn и др.) должна обновляться и соответствовать действительности.

Например, Facebook смягчил правила относительно призывов к действию на обложках, но не все компании обновили свои обложки, чтобы использовать эту опцию.

Поэтому никогда не забывайте давать пользователям всю необходимую информацию о вашей компании (*5 способов увеличить продажи с помощью социальных сетей // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/5-sposobov-uvelichit-prodazhi-s-pomoschju-socialnyh-setej-36247/>). – 2013. – 23.09*).

Как сообщает SearchBlog, в конце прошлой недели крупнейшая в мире соцсеть Facebook обновила патенты, охраняющие технологию реалтайм-поиска контента. Кроме того, соцсеть готовится представить рекламодателям принципиально новую технологию таргетинга.

Отметим, что в настоящее время патентная документация ожидает одобрения американским Ведомством по патентам и товарным знакам США. Папка документов, переданных на рассмотрение в Ведомство в апреле текущего года, носит название «Real Time Content Searching In Social Network» («Поиск контента в режиме реалтайм в социальной сети»). В патентах описываются технологии мгновенного получения, идентификации, индексирования социальной сетью Facebook контента, публикуемого пользователями на её страницах. «В поиске могут применяться фильтры с тем, чтобы его результаты можно было отсортировать определённым образом. К примеру, на основе социальных взаимосвязей или применительно к определённым группам. Реалтайм-поиск осуществляет постоянное сканирование постов, сопоставляя их с ключевыми словами в запросах, а также

целым рядом других характеристик пользователей (местоположение, интересы, взаимодействие с другими пользователями)», – поясняется в описании к патенту.

Однако это еще не всё, по сообщениям отдельных источников, команда Facebook недавно завершила разработку алгоритмов, которые научились лучше понимать и анализировать поведение пользователей не только в соцсети, но и в их повседневной жизни. Кроме того, сообщается, что в настоящее время компания работает над созданием искусственного интеллекта, который, моделируя поведение пользователей в глобальной сети, мог бы осуществлять обработку информации точно также как это делает мозг человека. Совмещение данного метода с контентом и данными, которыми делятся пользователи в соцсети, могли бы позволить Facebook ввести в собственный функционал целый комплекс принципиально новых инструментов и совершить настоящий прорыв в технологиях таргетинга. Технология получила название «Глубокое изучение» и планируется к дальнейшей реализации.

Возможно именно это дополнение и было внесено в патентные документы Facebook, ожидающие одобрения Ведомством по патентам и товарным знакам США (*Facebook обновил патенты, охраняющие реалтайм-поиск, и создал новую технологию таргетинга // Itua.info (<http://itua.info/internet/36668.html>). – 2013. – 23.09).*

Есть масса вещей, с помощью которых можно оценить свою работу в социальных сетях. Специалисты из DreamGrow составили список ключевых показателей эффективности (KPI), которые можно использовать для конкретной деятельности.

Важно только помнить о необходимости установки, по крайней мере, нескольких показателей, определяющих получаете ли вы прибыль. В противном случае KPI у вас будут, а денег не прибавится.

Прежде чем начать, не забудьте определить базовую линию. Посмотрите на список выбранных вами для соцсетей KPI и запишите текущие показатели. Эти цифры важны, но скорость изменений является главным показателем для большинства этих метрик. К примеру, будет очень круто, если у вас за день появится тысяча фолловеров, а вот если тысяча фолловеров у вас появилась за год, будет уже не так интересно.

Сосредоточьтесь на скорости изменений выбранных вами KPI. Это также может быть выражено в частоте событий. Например, вы можете просчитать, сколько комментариев в Facebook вы получаете за день, неделю или месяц.

Вы можете объединить несколько KPI в том, что наиболее важно для вас. Коэффициенты вроде комментариев под постом в блоге и ретвиты фолловеров помогут вам измерить активность аудитории и ее вовлеченность.

ДИСТРИБУЦИЯ

Какие социальные сети вы используете; как могут люди узнать о вас; видят ли они вас вообще?

- фолловеры;
- фанаты;
- количество упоминаний;
- охват;
- социальные «Закладки» (SumbleUpon, Delicious);
- входящие ссылки;
- подписчики блога.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Как сильно ваши подписчики готовы общаться с вами, распространять вашу информацию и взаимодействовать друг с другом?

- ретвиты;
- пересылка сообщения другу;
- распространение в социальных сетях;
- комментарии;
- «лайки» или рейтинги;
- рецензии;
- участники и активные участники;
- просмотры страниц;
- уникальные посетители;
- трафик с сайтов социальных сетей;
- время, проведенное на сайте;
- скорость ответа.

ВЛИЯНИЕ

Как меняется поведение в связи с деятельностью в социальных сетях? Эта брендинговая величина должна конвертироваться в продажи.

- шеринг диалогов в сравнении с конкурентами;
- потребительская лояльность;
- удовлетворение;
- позитивные, нейтральные или негативные настроения;
- количество последователей бренда.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ROI

Сколько продаж и прочих действий вы совершаете в реальном мире благодаря социальным сетям?

- конверсии (почтовая подписка, скачивания, установка виджетов и инструментов, и т. д.);
- доходы от продаж;
- зарегистрированные пользователи;
- решение проблем и скорость их решения;
- количество лидов (в день, неделю, месяц);
- стоимость лида;
- скорость конверсии лида;
- стоимость продажи;
- доход (с одного фолловера, лида, покупателя);
- пожизненная ценность клиента;

- стоимость поддержки (с покупателя в рамках социального канала);
- доля постоянных клиентов (в социальных сетях в сравнении с другими каналами);
- сумма транзакции с одного клиента;
- деньги на счету в банке, чистая прибыль, и т. д.

ВНУТРЕННИЕ ДЕЛА

Этот список предназначен для вашей команды, работающей в социальных сетях. Эту работу имеет смысл просчитывать, если рост вашего внутреннего производства такой же или лучше, чем рост в рамках других KPI.

- посты в блогах;
- электронные книги;
- презентации;
- видеоролики;
- обновления страниц в Facebook;
- твиты;
- записи на форумах;
- бюджет на маркетинг в социальных сетях;
- заработная плата персонала, работающего в этой сфере;
- стоимость новых разработок в социальных сетях.

Максимальную отдачу от этих показателей вы сможете получить, если будете сравнивать их с показателями конкурентов. Раздобыв максимально возможное количество данных по этим показателям от ваших конкурентов – и вы узнаете больше о собственной производительности. То, что в том же Twitter у вас может быть 3 141 фолловер – само по себе ни о чем не говорит. Но информация о том, что у вашего конкурента 2 718 фолловеров, может подарить вам какие-то собственные инсайты (*48 показателей KPI в социальных сетях // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/48-pokazatelej-kpi-v-socialnyh-setjah-36334/>). – 2013. – 27.09*).

Три ошибки в Facebook маркетинге, которые убивают результаты.

Маркетинг в Facebook выглядит просто, но на самом деле, всё гораздо сложнее, чем кажется. Ведь простого добавления подписчиков недостаточно – «вовлечение аудитории» не оплатит все счета.

Если вы хотите, чтобы маркетинг в Facebook был полезен для вашей компании, тогда нужно любым способом выяснить, что увеличивает поиск, вовлечение, распространение, и достичь поставленных целей, – в одно и то же время.

Это возможно, но совсем нелегко (особенно если есть ограничения во времени и деньгах). Всё, что вы делаете – ежедневные действия и изменения, – необходимо объединить для лучшего результата.

А также вам нужно научиться не допускать этих трех ошибок:

Ошибка #1. Зависимость от «близкого окружения».

Одно из самых главных преимуществ социальных медиа – возможность взаимодействовать с аудиторией в любое время, но и здесь можно ошибиться...

Всё потому, что многие компании вовлекают только свое непосредственно «близкое окружение»: друзей, родственников, существующих потребителей и клиентов. Но за этим, как правило, ничего не следует.

Не существует единого надежного способа оказаться на вершине и привлечь больше фанов на Facebook. Проблема в том, что со временем люди начнут отписываться от вас.

Вот где момент, когда «новизна для подписчика» вступает в игру, потому что, чем дольше пользователи находятся в вашем списке или на странице Facebook, тем меньше внимания они будут ей уделять.

Наилучший способ поднять посещаемость страницы Facebook – создавать надежные и многократно проводимые кампании, которые вы сможете стабильно проводить. Безусловно, ваши родственник и друзья принесут вам 100 пользователей, но как вы собираетесь получить 1 000? 10 000?

Ошибка #2. Говорить об особенностях, а не преимуществах и прибыли.

Создание обновлений контента для социальных медиа выглядит легко со стороны. Но в действительности, это огромное количество мыслей и стратегий в каждых 140 символах.

Каждый обновленный статус в Facebook должен привлечь внимание, улучшить вовлечение и призвать людей к действию. Его нужно заранее продумать и скоординировать согласно ваших кампаний или обновлений.

Самое простое объяснение, почему никто не подписывается на ваши обновления – это то, что всем наплевать.

Пользователи не думают о вашей компании. Они думают только о том, что сами могут с этого иметь.

Просмотрите 20 ваших последних постов на Facebook. Они о проблемах или вопросах, которые волнуют читателей? Или они о вашей компании и продуктах?

Вместо того, чтобы бубнить о вещах, которые никому не интересны, попробуйте понять, что на самом деле волнует ваших потребителей. Говорите о результатах, о пользе ваших товаров, а не о самих товарах.

Ошибка #3. Совмещение целей и тактики.

В конце дня мы неспроста изучаем маркетинг в Facebook. Это необходимо для улучшения узнаваемости, улучшения сервис для клиентов, для совершения покупок или пожертвований.

В зависимости от основной цели и задачи, всё остальное должно быть предельно ясным. У вас должно быть максимум один-два приоритета на определенный период времени, а все ваши ежедневные усилия должны быть направлены именно на них.

Но часто встречается заметное несоответствие между тем, что мы хотим и что возможно можем получить.

К примеру, многие говорят, что хотят получать прямой доход с Facebook, но для многих это не работает. Пользователи никогда не будут покупать на

Facebook, если у вас нет узнаваемости бренда, торгового цикла, и вы не предоставите уважительной причины купить прямо сейчас, а не на другом канале.

В противном случае, самое лучшее на что вы можете надеяться – это создать контактно-генерирующий контент, такой как вебинары и руководства, вместо прямого продвижения ваших товаров. Вы потратите больше времени на увеличение узнаваемости и вовлечение. И ваши ежедневные обновления перейдут из транзакционной формы в обучающую. У вас остается прежняя цель. Но объект и стратегия – кардинально изменяться.

Потому что самый быстрый способ улучшить ваш маркетинг – это начать мыслить как потребитель, а дальше уже выстраивать ежедневную тактику согласно их мотивов и поведения (*Смит Б. 3 ошибки в Facebook маркетинге, которые убивают результаты // Marketing Media Review (http://mmr.ua/news/id/3-oshibki-v-facebook-marketinge-kotorye-ubivajut-rezultaty-36342/). – 2013. – 27.09).*

Facebook обновляет свой рекламный алгоритм, чтобы пользователи видели более релевантную для них рекламу.

Пользователи уже давно имели возможность нажать «лайк» или скрыть рекламу с ленты новостей, теперь Facebook хочет определить, какую рекламу показывать пользователям в будущем.

На практике это означает, что пользователи, которые исключили возможность показа рекламы в одной категории, нажав на опцию «скрыть», будут видеть меньше этой рекламы в будущем.

Тем временем, реклама, которую пользователи отметили «лайком» или взаимодействовали с ней, будет появляться чаще.

Это означает, что пользователи будут видеть больше релевантной для них рекламы (*Facebook изменяет алгоритм для рекламы в новостной ленте пользователей // Marketing Media Review (http://mmr.ua/news/id/facebook-izmenjaet-algoritm-dlja-reklamy-v-novostnoj-lente-polzovatelej-36350/). – 2013. – 30.09).*

Twitter удваивает численность персонала своей европейской штаб-квартиры в Дублине в преддверии IPO компании в США, сообщает CyberSecurity.

Как сообщили в Twitter, компания создает около 100 новых рабочих мест в европейской штаб-квартире, которые займутся консолидацией финансовой и маркетинговой деятельности компании в Европе.

«Менее чем за два года мы выросли от представительства с одним работником до офиса с сотней человек в нашем дублинском представительстве. На сегодня весь персонал компании работает в десяти основных направлениях.

Уже сегодня мы ищем около трех десятков сотрудников, в том числе юристов, специалистов по кадрам, продажам, маркетингу, а также несколько инженерных специальностей», – говорит С. Макинтайр, управляющий директор Twitter Ireland.

Отметим, что Дублин стал точкой остановки для массы американских ИТ-компаний, которые с одной стороны размещаются в Европе и соответствуют европейским требованиям в области регулирования данных, а с другой стороны Ирландия предлагает компаниям-резидентам сверхнизкую налоговую ставку, чем ИТ-компании активно пользуются, аккумулируя тут всю свою европейскую выручку. Последнее, впрочем, вызывает все большее недовольство других европейских стран (*Twitter расширяет европейское представительство // proIT (http://proit.com.ua/news/telecom/2013/09/26/090405.html). – 2013. – 26.09).*

Согласно исследованию SocialTwist (компания, которая поощряет пользователей, которые делятся предложениями в сети) имейл-рассылки обошли Facebook и Twitter в качестве топ-канала для распространения информации об онлайн-купонах и других предложениях.

SocialTwist запустил программу онлайн-купонов для таких производителей как Kimberly-ClarkCorp., Reckitt Benckiser, Kraft, Coca-ColaCo., и ConAgra Foods и DollarGeneral. Эти программы используют имейл-рассылку и социальные сети и дают пользователям большее вознаграждение, если пользователи делятся информацией о скидках со своими друзьями, чем просто используют их для себя.

В Twitter много обсуждений вокруг брендов фасованных товаров касаются именно рекламных скидок. Но исследование обнаружило, что только 2,6 % делятся о скидках в Twitter, 41,8 % в Facebook и 55,4 % адвокатов бренда используют имейл-рассылку.

Имейл-рассылка оказалась наиболее эффективным каналом для достижения пользователей, которые «взаимодействуют», как отмечает SocialTwist, то есть тех, кто кликает на предложение и отоваривает купон. В рамках кампаний 50,8 % новых пользователей пришли через имейл-рассылку, 26,8 % через Twitter и 22 % через Facebook.

Тем не менее, Twitter оказался самым эффективным каналом по охвату пользователей, когда пост с акцией ретвитнули.

Как отмечает В. Сандарам, директор по маркетингу SocialTwist, многие удивлены, что имейл-рассылка является лидирующим каналом для распространения информации о продукте. По его мнению, это происходит, потому что «до сих пор имейл является индивидуальным каналом». Намного чаще потребители используют имейл, чтобы поделиться предложениями о предметах роскоши и средствах личной гигиены, потому что не хотят, чтобы весь мир знал об их интересах. Поэтому пользователи используют социальные сети, чтобы поделиться предложениями о продуктах более общего характера.

Исследование также обнаружило, что старый принцип Парето актуален и для расшаривания предложений в социальных сетях: 10 % лидеров мнений отвечали за 85 % «всех желаемых маркетинговых результатов», таких как загрузка купона и его погашение. Также исследование обнаружило, что средства личной гигиены генерируют больше вовлечения с погашением купонов, чем товары для дома, хотя как отметила Social Twist маркетинг в социальных сетях работает для обеих категорий (*Исследование: имейл-рассылка эффективнее социальных медиа для распространения акционных предложений // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/issledovanie-imejl-rassylka-effektivnee-socialnyh-media-dlja-rasprostraneniya-akcionnyh-predlozhenij-36393/>). – 2013. – 2.10).*

Соцсеть Facebook расширяет возможности рекламного сервиса, ориентированного на разработчиков приложений для смартфонов и планшетов. Данный шаг Facebook становится еще одним этапом реализации кампании по развитию мобильного бизнеса крупнейшей мировой соцсети.

Система так называемой Mobile App Ads, позволяющая компаниям продвигать их мобильные приложения более чем 1,15-миллиардной аудитории Facebook, теперь включает в себя новые возможности, направленные на повышение привлекательности рекламы и увеличения времени работы с приложениями. Напомним, что с начала этого года более 145 млн сторонних приложений были установлены на платформу Facebook, а около 8400 рекламодателей использовали мобильную рекламную платформу для размещения своих объявлений.

Впрочем, 8400 рекламодателей – это лишь крошечная база от общего числа рекламодателей компании, которая превышает 1 млн представителей бизнеса. В самой Facebook говорят, что мобильная аудитория рекламодателей на сегодня является самой быстрорастущей.

Как рассказали в Facebook, новые мобильные рекламные приложения теперь позволяют, к примеру, разработчику софта для туризма, продвигать на коммерческой основе отельные или авиационные услуги, а производители музыкального софта, могут рекламировать ту или иную музыкальную запись (*Facebook расширяет возможности рекламного сервиса для создателей приложений // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/facebook-rasshirjaet-vozmozhnosti-reklamnogo-servisa-dlja-sozdatelej-prilozhenij-36388/>). – 2013. – 2.10).*

Facebook внедряет более современную систему анализа данных, которые пользователи соцсети регулярно публикуют на ее страницах. В компании считают, что она позволит предугадывать поведение людей, показывать им более важные новости и предлагать более точную рекламу.

Крупнейшая в мире социальная сеть Facebook разрабатывает технологию, которая позволит ей лучше понимать своих пользователей, сообщает Technology Review. Свет на новую технологию пролил глава Facebook по технологиям М. Шрепфер. Проект является секретным, поэтому он рассказал о нем поверхностно, опустив какие-либо детали.

Новая технология будет основана на глубоком машинном обучении (deep machine learning), в котором для обработки данных используется искусственная нейронная сеть.

Технология глубокого машинного обучения способна распознавать объекты на фотографиях, эмоции и события, даже если пользователь не рассказывал о них явным образом.

В Facebook считают, что такая технология позволит им предсказывать поведение людей, пользующихся социальной сетью и регулярно публикующих в ней информацию о своей жизни. Это пригодится для разработки новых функций и более качественного таргетирования рекламы.

Facebook уже использует машинное обучение для выделения наиболее релевантных новостей при их отображении в ленте: вместо того чтобы показывать полторы тысячи новостей, которые может увидеть пользователь, система выбирает 30–60 наиболее важных для него. Однако эффективность такой системы снижается по мере роста объема цифровой информации, рассказал М. Шрепфер.

«Объем данных неуклонно возрастает. Люди создают все больше связей между собой, а благодаря распространению мобильных устройств они все чаще появляются в сети, – добавил М. Шрепфер. – Я читаю новости далеко не раз в день. Я регулярно достаю из кармана свой мобильник, пока я жду товарища или нахожусь в кафе. Мы имеем не больше пяти минут, чтобы порадовать вас».

Глубокое машинное обучение также может быть полезным для сортировки фотографий, которые пользователи размещают в своем аккаунте, добавил глава Facebook по технологиям.

Стоит отметить, что внедрение глубокого машинного обучения ранее в некоторые свои продукты уже осуществили Google и Microsoft. Корпорация Google в прошлом году выпустила программное обеспечение, которое распознает домашних питомцев и другие объекты в видеороликах, а Microsoft создала на основе машинного обучения переводчик с английского на мандаринский китайский в режиме реального времени (*Facebook учится предсказывать поведение своих пользователей // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/facebook-uchitsja-predskazyvat-povedenie-svoih-polzovatelej-36256/>). – 2013. – 24.09*).

Удалите весь компромат из профилей в социальных сетях, если хотите получить работу.

Фотографии с котиками, обнаженными девушками, не совсем адекватные фото с вечеринок и тусовок, которые пользователи не задумываясь тысячами

выкладывают в социальных сетях, могут сыграть злую шутку во время поиска работы.

Как показали исследования, в Украине 29 % компаний проверяют профиль соискателя на вакансию в Facebook, прежде чем принять решение о его трудоустройстве – это самая популярная социальная сеть, когда речь заходит о профессиональных контактах, пишет Ain.ua. Также среди HR-менеджеров популярна российская соцсеть «ВКонтакте» – там компромат на потенциального сотрудника ищут 26 % респондентов, а сети LinkedIn доверяют 23 % сотрудников, ответственных за найм. В «Одноклассниках» мониторят претендентов только 13 % компаний, а Google+ оказалась самой непопулярной средой среди HR – только 4 % ищут там информацию о соискателях. Проверить активности будущего сотрудника абсолютно во всех вышеуказанных социальных сетях не ленятся 5 % менеджеров (*Удалите весь компромат из профилей в соц. сетях, если хотите получить работу // Страйк UA – Первый социальный портал (<http://www.socportal.info/news/удалите-весь-компромат-из-профилей-в-с>). – 2013. – 2.10).*

Сервис микроблогов Twitter обнародовал свою заявку на первичное размещение акций (IPO), сообщает «Обозреватель» (<http://finance.obozrevatel.com/economy/38042-twitter-obnarodoval-zayavku-na-ipo.htm>).

Представленные документы подтверждают ранее появившуюся информацию о том, что в ходе IPO сервис микроблогов планирует привлечь 1 млрд дол. США.

Дата проведения первичного размещения акций и название биржи, на которой будет проходить IPO по-прежнему неизвестны. Сообщается лишь, что на бирже акции сервиса микроблогов будут торговаться под кодом TWTR.

Кроме того, в заявке Twitter на IPO раскрываются некоторые параметры финансовой деятельности компании. Так, Twitter сообщает, что его активными пользователями, по состоянию на конец июня 2013 г., были 218 млн человек. Выручка компании в 2012 г. составила 317 млн дол. при убытке в 80 млн дол.

Twitter подал в Комиссию по ценным бумагам США заявку на первичное размещение акций 13 сентября. Неофициальные источники сообщали, что IPO, скорее всего, пройдет до Дня благодарения (отмечается каждый четвертый четверг ноября, то есть в 2013 г. праздник придется на 28 ноября).

Социальная сеть Twitter, позволяющая пользователям отправлять короткие текстовые заметки, была создана в 2006 г. В настоящее время сервис объединяет более 500 млн пользователей по всему миру и входит в десятку наиболее посещаемых ресурсов в Интернете. Стоимость компании оценивается в 10 млрд дол. (*Twitter обнародовал заявку на IPO // Обозреватель (<http://finance.obozrevatel.com/economy/38042-twitter-obnarodoval-zayavku-na-ipo.htm>). – 2013. – 4.10).*

Сервис для размещения фотографий и коротких видеороликов Instagram в ближайшие месяцы начнет демонстрировать рекламу пользователям в США. Об этом говорится в сообщении Instagram, сообщает «Обозреватель» (<http://finance.obozrevatel.com/economy/89547-v-ssha-instagram-nachnet-demonstrirovat-reklamu-polzovatelyam.htm>).

«У нас есть большие идеи на будущее, и частью их реализации является превращение Instagram в устойчивый бизнес. В ближайшие месяцы вы, возможно, начнете периодически видеть рекламу в ленте новостей в Instagram, если вы живете в США. Видеть фотографии и видео от брендов, за которыми вы не следите, станет чем-то новым, поэтому мы начнем медленно», – отмечается в сообщении сервиса.

По словам администрации Instagram, сервис хочет добиться того, чтобы рекламные фото и видео воспринимались настолько же естественно, насколько контент от брендов, на которые подписан пользователь. Кроме того, если пользователю не понравится та или иная реклама, он сможет скрыть ее и сообщить об этом команде Instagram. По словам руководства сервиса, запуск рекламы не повлияет на права пользователей на собственный контент.

Напомним, о том, что Instagram планирует начать продажу рекламы, ранее сообщила операционный директор фотосервиса Э. Уайт.

Аудитория Instagram, запущенного в 2010 г., выросла на 50 млн за последние полгода и составляет сейчас 150 млн ежемесячно активных пользователей. Порядка 60 % аудитории Instagram живет за пределами США. Пользователи могут размещать с мобильных устройств на iOS и Android фотографии, а также короткие видеоролики длиной 3–15 сек. Просматривать Instagram-страницы можно как через мобильные приложения, так и через веб-версию (***В США Instagram начнет демонстрировать рекламу пользователям // Обозреватель*** (<http://finance.obozrevatel.com/economy/89547-v-ssha-instagram-nachnet-demonstrirovat-reklamu-polzovatelyam.htm>). – 2013. – 4.10).

Стало известно, что Facebook и Cisco Systems запускают совместный продукт, предназначенный для компаний, которые хотят больше узнать о своих клиентах и увеличить лояльность к своему бренду

О новом проекте под названием «Cisco Connected Mobile Experience with Facebook Wi-Fi» стало известно на технологической конференции Interop в Нью-Йорке, где о нем рассказал главный исполнительный директор Cisco Systems Д. Чемберс.

Используя оборудование Cisco, гостиницы, рестораны, магазины и прочие организации смогут предоставлять посетителям доступ к сети Wi-Fi, подключиться к которой можно будет через свою страницу в Facebook.

Система будет автоматически перенаправлять подключившегося к данной сети пользователя на страницу в Facebook того заведения, в котором он находится, и предлагать поставить геолокационную отметку (check-in).

Пока не совсем ясно, будет ли необходимо «чекинуться» на странице компании, чтобы получить доступ в Интернет. Однако, как говорят представители Facebook и Cisco, сервис позволит бизнесу получать больше информации о своих клиентах.

Использующие данный продукт компании смогут таргетировать свои рекламные сообщения более эффективно, а пользователи социальной сети будут получать информацию только о тех брендах, которые действительно могут их заинтересовать.

Тем не менее у самих потребителей может возникнуть беспокойство, связанное с тем, что теперь в крупнейшей социальной сети будет храниться не только персональная информация, но и данные о передвижении пользователей.

Так или иначе, Facebook и Cisco Systems позиционируют совместный продукт как нечто полезное для потребителей, а представители социальной сети подчеркивают, что обработка данных будет осуществляться анонимно (*Совместный проект Facebook и Cisco: Wi-Fi за чек-ин // Marketing Media Review* (<http://mmr.ua/news/id/sovmestnyj-proekt-facebook-i-cisco-wi-fi-za-chek-in-36407/>). – 2013. – 3.10).

Компания Socialbakers, занимающаяся мониторингом и аналитикой социальных сетей, объявила о начале сотрудничества с российской соцсетью «ВКонтакте». Сообщение об этом 4 сентября появилось на официальном сайте Socialbakers.

Как говорится в посте, партнерство Socialbakers и «ВКонтакте» позволит использующим платформу соцсети брендам измерять эффективность своего присутствия и «анализировать поведение и вовлеченность подписчиков», а также их «отклик» на тот или иной контент, размещаемый в сообществе бренда.

Генеральный директор Socialbakers Я. Резаб сообщил «Ленте.ру», что компания впервые задумалась о работе с «ВКонтакте» в 2012 г., после встречи с основателем социальной сети П. Дуровым. Тестирование аналитики Socialbakers в российской соцсети началось еще три недели назад. Тогда доступ к новой статистике получили несколько компаний – партнеров Socialbakers в России.

Разработанный Socialbakers инструмент под названием Socialbakers Analytics позволяет маркетологам и представителям бизнеса в рамках одной панели инструментов получать визуальные отчеты по метрикам в различных социальных сетях. «ВКонтакте» стала первой российской соцсетью, заключившей соглашение с Socialbakers. До этого аналитические инструменты компании распространялись только на Facebook, Twitter и YouTube. Среди клиентов Socialbakers есть такие известные компании, как Nestle, Nokia и McDonalds (*Аналитики Socialbakers измеряют эффективность брендов во*

«ВКонтакте» // InternetUA (<http://internetua.com/analitiki-Socialbakers-izmeryat-effektivnost-brendov-vo--vkontakte>). – 2013. – 5.10).

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість

Учені з Королівського технологічного інституту Стокгольма заявляють, що регулярне використання соціальних мереж провокує погіршення короткочасної пам'яті та заважає мозку обробляти важливу інформацію, пише «Корреспондент.net» (<http://ua.korrespondent.net/lifestyle/health/1606905-socialni-merezhi-vplivayut-na-korotkochasnu-pamyat-lyudini-vcheni>).

Люди покладаються на робочу або короткочасну пам'ять, щоб зрозуміти, що відбувається у світі навколо. При робочій пам'яті, що добре функціонує, мозок здатний зберігати всі деталі, необхідні для виконання певного завдання. Це допомагає, наприклад, при вирішенні математичних завдань.

А довге перебування в мережі не дає мозку звільнити місце для важливої інформації. При обробці сенсорної інформації, наприклад, мови або відео, частково потрібна робоча пам'ять. Таким чином, можливості робочої пам'яті зменшуються.

Коли ж людина намагається зберегти багато інформації в робочій пам'яті, якість обробки інформації знижується. Усупереч поширеній думці, що мозку легко перевести інформацію з короткочасної пам'яті в довгострокову, спроби займатися кількома справами відразу провокують перевантаження, і це знижує ефективність роботи мозку (*Соціальні мережі впливають на короткочасну пам'ять людини – вчені // Корреспондент.net (<http://ua.korrespondent.net/lifestyle/health/1606905-socialni-merezhi-vplivayut-na-korotkochasnu-pamyat-lyudini-vcheni>). – 2013. – 24.09).*

Анонимность при интернет-общении позволяет не скрывать свои негативные эмоции и не опасаться последствий, которые могут быть в реальной жизни. Научные сотрудники Пекинского университета, Китай, решили выяснить, какая социальная сеть концентрирует в себе наибольшее количество негатива.

Проведя анализ большого количества коротких сообщений социальной сети Weibo, китайского аналога Twitter, ученые выделили основные эмоции, которые высказывают в сообщениях пользователи.

Анализу подвергалась как информация, оставленная обычными пользователями, так и сообщения от компаний, брендов и т. д.

Основной эмоцией, которой наполнен мир коротких сообщений, оказался гнев. Злые, разгневанные сообщения гораздо популярнее остальных. Следом за гневом идёт радость, затем отвращение, и печаль.

Учёные Пекинского университета пришли к выводу, что социальные сети, в которых пользователи могут оставлять только короткие сообщения, содержат больше всего именно негатива.

Результаты исследования дают возможность предположить, что Twitter, как наиболее популярная площадка для коротких высказываний, является самым крупным сосредоточением отрицательных эмоций в Интернете (*Больше всего негатива пользователи высказывают в Twitter // InternetUA (<http://internetua.com/bolshe-vsego-negativa-polzovateli-viskazivauat-v-Twitter>). – 2013. – 24.09*).

Любопытные исследования были проведены организацией Princeton Survey Research Associates International, которая задалась вопросом, какие причины могут заставить современного человека отказаться от присутствия в Интернете.

15 % американцев старше 18 лет не пользуются ни Интернетом, ни электронной почтой. Причины для такого нестандартного в наше время поведения оказались у всех разные.

Так, 34 % пользователей заявили, что просто не нуждаются в услугах современных технологий. У них другие интересы, которые находятся за пределами цифрового мира.

32 % опасаются всевозможных вирусов, шпионских программ, спама, агрессивности других пользователей и т. п. Интересно, что число таких людей увеличивается из года в года.

19 % просто не в состоянии приобрести себе компьютер или регулярно оплачивать интернет-подключение.

7 % заявили о банальном отсутствии у них свободного места для сёрфинга по сети.

Оставшиеся 8 % назвали другие, самые разные причины.

Впрочем, не всё позитивно и у тех 85 % пользователей, которые всё же более-менее регулярно пользуются сетью. Как показывает статистика, далеко не все из них имеют доступ к постоянному подключению.

Так, порядка 9 % не используют Интернет дома, только на работе (в основном из-за финансовых причин). А 44 % жалуются на невозможность обеспечить дома постоянное подключение.

Исследование проводилось посредством телефонных опросов. В опросе приняло участие 2252 американца. Но думается, что полученные данные будут справедливы и для жителей из других стран (*Учёные выяснили, кто не регистрируется в социальных сетях // InternetUA (<http://internetua.com/ucs-nie-viyasnili--kto-ne-registriruetsya-v-socialnih-setyah>). – 2013. – 27.09*).

В скором времени о социальных опросах на улице или по телефону можно будет забыть. Их заменит анализ пользовательских профилей в соцсетях. Это стало возможным благодаря новой методике, созданной учеными Университета Пенсильвании.

В качестве проверки с ее помощью они проанализировали 75 тыс. пользовательских профилей добровольцев и смогли установить все то, что обычно спрашивают в интервью. А именно – возраст человека, пол, место жительства, род занятий и прочие подобные данные. Для этого им пришлось проанализировать свыше 700 млн слов статусов и постов, а также построить соответствующие математические модели. По словам ученых, результат оказался таким же или даже лучшим по сравнению с традиционными опросными методиками психологов.

Кроме упрощения сбора первичных данных для психологических целей, созданная учеными методика позволяет также определять общее психическое состояние человека. Например, у невротика часто встречаются слова «надоело» и «в депрессии». А у здорового и активного пользователя в текстах будут слова, показывающие активную жизнь.

Разработчики считают, что их методика поможет поднять психологическую науку на новый уровень, так как одной лишь сетью Facebook пользуется более миллиарда человек. Опросить их всех традиционными методами не получится, а вот проанализировать профили – реальная задача (*Профили пользователей Facebook превратили в источник данных для психологов // InternetUA (<http://internetua.com/profili-polzovatelei-Facebook-prevratili-v-istocsnik-dannih-dlya-psihologov>). – 2013. – 4.10).*

Маніпулятивні технології

На твиттер президента США Б. Обамы подписано более 19 млн несуществующих аккаунтов, пишет «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/46103-na-twitter-obamyi-podpisalis-19-mln-mertvyih-dush.htm>).

Twitter Б. Обамы является одним из самых популярных в мировой сети и самым влиятельным среди американских политиков – количество его фолловеров достигает 36 млн, пишет Газета.ру со ссылкой на The Daily Mail.

Как показало исследование компании StatusPeople.com, только 20 % пользователей, подписанных на Twitter Ю. Обамы, это реальные люди, которые являются активными пользователями сети. 53 % вовсе являются поддельными.

В исследовании приведены данные и по другим политическим аккаунтам.

Так, 37 % фолловеров официального Twitter Белого дома, составляют боты, и только четверть является активными пользователями.

Аккаунт першої леди США також популярен серед ботів – її «зафолловили» 36 % аккаунтів, не належачих реальним користувачам (*На Twitter Обами підписано 19 млн «мертвих душ» // Обозреватель (<http://tech.obozrevatel.com/news/46103-na-twitter-obamyi-podpisalis-19-mln-mertvyih-dush.htm>). – 2013. – 25.09).*

Через сторінку віртуальної дівчинки в соціальній мережі вінницькі педагоги шукали потенційних жертв шахраїв серед підлітків. Експеримент показав, що діти без вагань повідомляють свої особисті дані та відомості про родину, до того ж погоджуються ще й на зустріч з невідомими людьми. Підлітків, які погодились побачитись із незнайомкою, запросили поспілкуватись із соціальними педагогами, які на прикладі показали, як можна помилитись в соціальній мережі та наразитись на небезпеку.

Сучасні діти з маленького віку захоплюються Інтернетом та спілкуванням у соціальних мережах. Для цього в них у сьогоденних умовах є абсолютно всі можливості: вільний доступ до Інтернету, наявність пристроїв (мобільні телефони, смартфони, планшети, комп'ютери). Інтернет – це безмежне джерело інформації, але дітей в ньому понад усе приваблюють розваги та спілкування, однак неповнолітні довірливіші, ніж дорослі. Віртуальний світ дуже зручний, але часто вкрай небезпечний для дитини, яка не має життєвого досвіду. Щоденно підлітки спілкуються у мережах не тільки з однолітками, а й з невідомими людьми, часто небезпечними. Це, власне, і було доведено в ході спілкування із дітьми в соцмережі одного з вінницьких педагогів під виглядом дівчинки.

Три місяці тому вінницькими педагогами в одній з соціальних мереж було створено сторінку 14-річної дівчини. Вона нічим не відрізняється від сторінки реальної дитини – містить багато фотографій, аудіо, відео, особистої інформації тощо. За допомогою спілкування від імені підлітка організатори хотіли перевірити, наскільки вінницькі діти безпечно користуються всесвітньою мережею. Реалізація даного проекту проходить в рамках програми «Тренінги безпечної поведінки в Інтернеті для дітей, підлітків та їх батьків» за сприяння ГО «Вінницький комітет молодіжних організацій» спільно з підлітковим клубом «Універ».

За словами начальника відділу молоді та туризму Р. Анфілова, сучасні реалії не дозволяють заборонити користуватися дітям Інтернетом, але цього й не потрібно робити: «Наше завдання – навчити дітей та підлітків безпечній поведінці в мережі, так як ми вчимо їх правилам дорожнього руху, поведінці у місті тощо».

Фотографії для створення «фейка» брались за згоди батьків реальної дитини, проте особисті дані були змінені. Від імені дівчинки листувався спеціально запрошений соціальний педагог Д. Тележинський, що погодився виступити у ролі волонтера. Підлітки щиро вірили у реальність нової подруги, тому охоче видавали особисті дані про себе та свою родину, а також

погоджувались на зустріч. У результаті, підлітків, які погодилися зустрітися з віртуальною подругою, було зібрано організаторами проекту для ознайомчої бесіди. Дітям показали, хто може спілкуватися з ними через Інтернет і яка небезпека може їх очікувати. «Нажаль, лише так можна навчити дитину обережності в Інтернеті, адже впевнена, що мало хто читає методичні матеріали стосовно даної теми, і лише за допомогою практичного прикладу можна “достукатись” до молоді», – каже керівник проекту В. Шаргородська (*Вінницькі педагоги на практиці вчать дітей уважніше ставитись до контактів в Інтернеті // Українські міста в Інтернеті (http://cityukraine.info/vd.php?rubr=city&id=71571). – 2013. – 24.09).*

Так называемые «нигерийские» невесты массово атакуют в Facebook одесситов. Об этом сообщает корреспондент «Взгляда из Одессы».

Мошенники пишут из фейковых аккаунтов пользователям Facebook от имени милостивых негритенок с фотографиями, украденными где-нибудь в сети.

Как правило они пытаются завязать беседу, в которой на ломаном английском сообщают, что «им очень понравился ваш аккаунт и фотографии» и предлагают «дальнейшее общение» с целью «поведать что-то личное», «прислать свои фотографии» и просят писать на их электронный адрес.

Тем, кто поведется на такой развод – «нигерийские невесты» рассказывают, что они – принцессы, дочери каких-нибудь низвергнутых вождей племен, президентов, находящиеся в интернатах без средств к существованию. При этом они пишут, что где-то на счету в банке у них есть огромная сумма денег. Чтобы ее снять – им нужно пару тысяч долларов на билеты (на возобновление документов) или что-то в этом роде. Они просят прислать эту сумму на их счет в обмен на вечную любовь и всяческие земные радости и блага.

Это всего лишь одна из схем – их может быть несколько, но в основе – всегда история молодой африканской девушки с непростой судьбой, которой от вас нужна определенная сумма денег.

Развод «африканских невест» известен уже давно, однако в последнее время они особо активизировались именно в украинской части Facebook. Так что, будьте бдительны!

Типичные тексты от «нигерийской невесты»:

My dear, greeting to you. How was your days and health? Hope all is well with you. My dear, i am very happy contacting you after going through your profile on face book, I would like to get to know you, and beside i have something special to disclosed with you and that is the reason why i contacted you.

I will tell you the details as soon as i get your positively reply via my personal email address.(rebeccalove987 @ yah oo. c o m) My name is Miss Favour Rebecca Joseph, I am a woman, Single never being married, I am from Rwanda in the East African presently living in orphanage in Dakar Senegal because of the death of my

parent in my country some years ago). Thanks for your understanding, and please reply me back on my email address. Goodbye!

Доходит до абсурда: «нигерийские невесты» не особо разбираясь в украинских и русских именах пишут от имени мужчин (*Одесситов в социальных сетях массово атакуют миловидные нигерийские невесты // «Взгляд из Одессы» – независимый информационный портал (http://od-news.com/index.php?option=com_content&task=view&id=37996&Itemid=2). – 2013. – 23.09).*

Иногда даже самые обычные данные, выложенные в Интернет, могут погубить семью, уничтожить бизнес или лишить денег.

В Украине постоянно растет количество пользователей социальных сетей. Так, с начала этого года украинская аудитория Facebook пополнилась полумиллионом новых пользователей и теперь составляет 2 млн 800 тыс. человек. В целом в соцсетях «висит» 30 млн украинских аккаунтов, о чем свидетельствуют данные Института Горшенина.

Однако, как говорят специалисты, увлечение сетевым общением – не такое уж безобидное занятие. И дело здесь вовсе не в интернет-зависимости, рассказывает руководитель детективного агентства «Бюро личных расследований», член Всеукраинской ассоциации детективов Д. Климов, пишет Gazeta.ua.

По словам детектива, сегодня практически всех, кто устраивается на работу, сразу проверяют в соцсетях.

При этом общение в Интернете в рабочее время – это причина трети увольнений, говорит Д. Климов. «Знакомый пожаловался, что его безосновательно попросили написать заявление на увольнение. Зашел на его страницу “ВКонтакте”. Последние два месяца он постоянно писал, что его начальники глупые и умеют только считать деньги», – делится опытом детектив.

«О каждом активном пользователе можно законно и с минимальными усилиями получить много информации: настоящее имя, фамилию, точный адрес, дату и место рождения, семейный статус, род занятий, увлечения и круг общения. Не стоит надеяться, что пароль уберет личную переписку или страницы, доступные только “друзьям”. Он может защитить только от хакера-дилетанта. Для профессионала это вопрос времени», – поясняет Д. Климов. При этом он подчеркивает, что личная информация никуда из сети не денется даже после удаления – данные будут доступны и через 20, и через 50 лет.

Часто Интернет используют для мести. Например, конкурентам.

«Однажды мужчина обратился: жена подала на развод, потому что нашла его фото на сайте знакомств. Он божился, что никогда туда не заходил и не регистрировался, попросил узнать, кто выставил его снимки. Выяснили, что это сделал бывший партнер по бизнесу, – рассказывает детектив. – Они разделились, и у моего заказчика дела пошли вверх, а у того застопорились. Он решил

отомстить. Скопировал в “Одноклассниках” снимки моего клиента и выложил их на сайте знакомств. Ссылку бросил на телефон его жены. Заказчику удалось сохранить семью, но после этого он не размещает свои фото в Интернете».

Многие украинцы стали жертвами воров из-за желания похвастаться в Интернете, говорит детектив.

«Если пишете в соцсетях, что на следующей неделе едете на десяти дней в Эмираты, – это прекрасная наводка для грабителей. Остается узнать только ваш адрес. К коллеге обратился мужчина, которого ограбили, пока он отдыхал. Преступников не нашли. Потом знакомые мне рассказали, что он за два месяца до отъезда начал писать, что собирается на две недели в Грецию. Ограбить его мог кто угодно из 4 млн пользователей социальной сети», – делится воспоминаниями Д. Климов (*Украинцев из-за соцсетей грабят и увольняют // InternetUA (http://internetua.com/ukraincev-iz-za-socsetei-grabyat-i-uvolnyauat). – 2013. – 26.09).*

В одной из популярных социальных сетей появилось предложение за 30 грн поучаствовать в собрании инициативной группы от КПУ за референдум о Таможенном союзе.

Об этом на своей странице в Facebook сообщил общественный активист А. Володарский, передает Цензор.НЕТ со ссылкой на «Комментарии».

«29.09.2013 (воскресенье) будет проходить съезд партии коммунистов по поводу референдума, в связи с этим нужны люди для массовки.

Сбор в воскресенье в 10 утра возле стадиона “Спартак”, само мероприятие с 11–12. Оплата 30 грн, сразу по окончании. Также нужны групповоды, хорошие условия. Для записи пишете в лс: имя, фамилию, номер и количество людей с вами», – такое сообщение с темой «Подработка» от пользователя соцсети Андрея пришло А. Володарскому (*Коммунисты вербуют по дешевке массовку для «инициативной группы за референдум о Таможенном союзе» // Цензор.НЕТ (http://censor.net.ua/news/254686/kommunisty_verbuyut_po_deshevke_massovku_dlya_initsiativnoyi_gruppy_za_referendum_o_tamojennom_soyuze). – 2013. – 27.09).*

Суд американского штата Калифорния обязал компанию Power Ventures выплатить штраф в размере 3 млн дол. за рассылку спама в социальной сети Facebook. Об этом говорится в опубликованном 26 сентября решении суда.

Как говорится в документе, Power Ventures признана виновной в незаконном доступе к аккаунтам пользователей, нарушении авторских прав, а также правил пользования Facebook. В ходе разбирательства была установлена причастность компании к рассылке пользователям соцсети более чем 60 тыс. рекламных писем.

Зарегистрированная на Каймановых островах компания Power Ventures, позволяла пользователям объединять аккаунты в различных социальных сетях через центр управления на своем сайте power.com. Получаемая при регистрации на сайте персональная информация об аккаунтах в Facebook в дальнейшем использовалась для рассылки спама.

Судебное разбирательство между Facebook и Power Ventures тянулось с 2008 г. В 2012 г. социальная сеть выиграла дело, однако окончательный размер штрафа был утвержден только сейчас – после рассмотрения всех апелляционных заявлений руководства Power Ventures.

Power Ventures – не единственный участник громких судебных процессов, касающихся распространения спама в Facebook. В 2009 г. за рассылку спама в соцсети к штрафу в размере 711 млн дол. суд приговорил С. Уоллеса, также известного под именем «Король спама».

Как подсчитали в августе 2013 г. итальянские эксперты А. Строппа и К. Мичели, каждый год спамеры в Facebook зарабатывают более 200 млн дол. США (*Facebook отсудила у спамеров три миллиона долларов // InternetUA (<http://internetua.com/Facebook-otsudila-u-spamerov-tri-milliona-dollarov>)*. – 2013. – 27.09).

Среднее количество спама, получаемого пользователем в социальных сетях, за первые шесть месяцев 2013 г. увеличилось на 355 % в сравнении с уровнем конца 2012 г. Об этом говорится в исследовании, опубликованном компанией Nexgate, пишет «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/17638-spama-v-sotssetyah-stalo-bolshe-na-355.htm>).

Согласно собранной статистике, спамом является каждое 200-е сообщение, распространяемое с помощью соцсетей. При этом отследить такие сообщения и заблокировать их гораздо труднее, чем «традиционные» виды спама, распространяемые через электронную почту, – только 15 % социального спама содержат ссылку, ведущую на конкретный сайт.

Как говорится в документе Nexgate, до сих пор самым популярным способом рассылки является отправка прямых сообщений с умышленно созданных для этой цели аккаунтов. На каждые семь новых аккаунтов в соцсетях приходится пять новых спам-аккаунтов. Однако постепенно все большие объемы рассылок проходят и через мобильные приложения, ориентированные на пользователей социальных сетей. В середине 2013 г. рассылкой спама занимались уже более 5 % подобных приложений.

Еще несколько лет назад объемы распространяемого через соцсети спама были значительно меньше. В 2012 г. представители Facebook заявили, что под понятие спама попадают только 4 % всех сообщений в соцсети. По оценке сервиса микроблогов Twitter в 2010 г. количество спама, рассылаемого пользователями, не превышало 1,5 % всех твитов (*Спама в соцсетях стало*

больше на 355 % // Обозреватель (<http://tech.obozrevatel.com/news/17638-spama-v-sotssetyah-stalo-bolshe-na-355.htm>). – 2013. – 2.10).

Новая функция, которая позволяет пользователям Facebook редактировать обновления своих статусов, может привести к тому, что непорядочные авторы смогут дурачить читателей, задним числом изменяя свои записи, предупреждают эксперты.

Прежде, для того чтобы внести какие-либо правки в свою запись, пользователям приходилось стирать ее и заново публиковать обновление статуса вместе с изменениями. При этом автор терял все комментарии и «лайки». Об этом пишет «Корреспондент».

Новые функциональные возможности, призванные помочь в исправлении грамматических ошибок и опечаток, означают, что содержание постов может быть изменено задним числом.

Пользователи, которые отметили пост как понравившийся или прокомментировали изначальное сообщение, не получают уведомление о произведенных изменениях.

Возможность редактировать свои посты имеется у пользователей конкурирующих социальных сетей, например, у «Живого журнала». Facebook в свою очередь до сих пор предоставлял возможность пользователям редактировать подписи к опубликованным ими фотографиям и свои комментарии к постам других людей.

Отсутствие уведомлений о произведенных в записи изменениях означает, что человек, который отметил как понравившееся безобидное сообщение – к примеру, «Обожаю своего кота» – может впоследствии обнаружить свое имя под чем-то совершенно другим или даже непристойным.

«Последние обновления Facebook, которые позволяют редактировать посты после их публикации, вызывают серьезную обеспокоенность среди моих знакомых и моих бизнес-клиентов, – говорит директор консультационной фирмы eSocialMedia К. Хэннон. – Лайк или комментарий, который делается к прежде неизменяемому содержанию, теперь может быть неправильно интерпретирован – факт, о котором многие менее информированные пользователи сейчас не знают».

По словам эксперта, возможность подставить друзей или недругов на Facebook существенно возросла.

Обновления измененных статусов помечаются как отредактированные. При этом пользователям доступна для просмотра история внесенных правок.

Возможность редактирования появилась после того, как Facebook обнаружил, что более половины пользователей входят на сайт, пользуясь мобильными телефонами, что увеличивает шанс сделать опечатку.

«Вряд ли это повлияет на что-то ещё, кроме как на исправление орфографических ошибок, – говорит М. Оуэн из компании Econsultancy. – Если это обновление поможет людям лучше контролировать свой социальный

профиль, они в конечном счете будут довольны этим и будут больше пользоваться продуктом. Это обоюдная польза как для пользователей, так и для Facebook».

Компании, имеющие свои страницы в Facebook, пока не могут пользоваться новой функцией редактирования. Но К. Хэннон говорит, что советует своим бизнес-клиентам быть осторожными.

«Обеспокоенность вызывает то, что компания может отметить как понравившийся или оставить комментарий на пост, который позже изменится на что-то, что подорвет или потенциально навредит бренду», – говорит он (*Facebook «развязал руки» непорядочным пользователям // From-ua (<http://www.from-ua.com/news/e296bd7cd721d.html>). – 2013. – 1.10).*

Группа хакеров более известная под названием Anonymous уже не раз становилась участником громких событий, доказывая отсутствие защиты пользовательских данных у крупных корпораций. Жертвами хакеров из Anonymous становились такие компании, как Sony, PayPal, MasterCard, Visa и многие другие. Более того, хакеры неоднократно получали доступ к секретным правительственным данным.

В этот раз Anonymous сделали очередное сенсационное заявление о незаконном использовании пользовательских отпечатков правительством США. Как это касается Apple? Теперь инструментом для «добровольного» сбора отпечатков пальцев стал новый iPhone 5s, обладающий сканером Touch ID.

Основным аргументом хакеров стало то, что один из глав Authentec Р. Грейди входил в администрацию Д. Буша и был связан с осведомителями NSA (Агентство национальной безопасности). Впоследствии Authentec была поглощена Apple, и именно сотрудники этой компании занимались разработкой сканера отпечатков пальцев для iPhone 5s.

Конечно же, полное обращение Anonymous не содержит какой-либо обличающей информации с реальными доказательствами против Apple, но раньше после таких заявлений хакеры получали доступ к закрытым правительственным документам. Если им удастся доказать причастность Apple к сбору биометрических данных пользователей при помощи iPhone 5s, то компания из Купертино может столкнуться с массовыми исками от лица владельцев нового флагманского смартфона по всему миру.

С другой стороны, необходимо прекрасно понимать, что все мы с вами живем в эпоху тотального контроля информации со стороны спецслужб различных стран, в том числе и нашей. Поэтому относиться к подобным заявлениям нужно с изрядной долей оптимизма. В любом случае, лишь единицы владельцев iPhone 5s будут готовы отказаться от использования смартфонов, даже после подобных заявлений (*iPhone 5s передает отпечатки пальцев в АНБ // InternetUA (<http://internetua.com/iPhone-5s-peredaet-otpechatki-palcev-v-anb>). – 2013. – 2.10).*

Скорость реакции интернет-мошенников на мировые события стремительно растёт. В среднем у сетевых преступников уходит всего 22 ч. на то, чтобы подготовить новую преступную схему, связанную с громким событием в мире.

Кроме того, участились случаи, когда хакеры просто придумывают события, чтобы привлечь внимание к своим массовым рассылкам.

Например, 6 сентября 2013 г. в сети была зафиксирована рассылка почты с ложной новостью, в которой говорилось о первых авиаударах, нанесённых США по территории Сирии.

В теме письма говорилось: «Соединенные Штаты начали бомбардировку», а само сообщение было оформлено, как web-страница CNN.

Аналитики отмечают, что время реагирования мошенников на появление новостей уменьшается с начала 2013 г. В марте 2013 г., когда был избран новый Папа Римский, первые сообщения с вирусами начали рассылать через 55 ч.

А уже 15 апреля 2013 г. после террористического акта в Бостоне прошло всего 27 ч. до появления первого вредоносного сообщения, связанного с терактом.

Отметим, что в последнее время в сети всё проще купить сценарий для DDoS-атак. Хакеры на специализированных форумах активно продают готовые инструменты для DDoS-атак.

Не так давно в Интернете обнаружили объявление о продаже PHP-сценария, по которому можно использовать для DDoS-атак уже скомпрометированные сервера (*Новый вид спама появляется уже через сутки после чрезвычайного события в мире // InternetUA (<http://internetua.com/novii-vid-spama-poyavlyaetsya-uje-cserez-sutki-posle-csrezvicsainogo-sobitiya-v-mire>). – 2013. – 1.10*).

Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»

Франция предлагает ЕС ввести регулирование для онлайн-платформ и приложений, которые доминируют в том или ином сегменте Интернета. В частности речь идет о Google, Apple, Amazon.com, Facebook. Кроме того, французы хотят обложить налогами прибыль, которую компании получают на территории ЕС.

Также среди предложений введение НДС для некоторых сайтов и сервисов. По словам министра цифровой экономики Франции, база для налогообложения обсуждается с участниками рынка, которые хоть и недовольны, но согласны на четкое определение правил игры. Предложения могут быть согласованы уже весной следующего года.

Инициатива Франции может быть в некотором мере спровоцирована материалами, обнародованными Э. Сноуденом. Регулирование будет введено

под предлогом защиты персональных данных пользователей, чтобы дать возможность европейским компаниям занять большую долю рынка в ЕС.

Французы могут найти поддержку у телекоммуникационных компаний. Последние недовольны тем, что сервисы, работающие поверх Интернета в их сетях, например, Skype, делятся с операторами мизерной долей выручки, фактически отбирая у них деньги (*Франция хочет регулировать Google и Facebook // InternetUA (<http://internetua.com/franciya-hocset-regulirovat-Google-i-Facebook>). – 2013. – 24.09*).

Губернатор штата Калифорния Д. Браун подписал закон, обязующий социальные сети удалять компрометирующую информацию со страниц несовершеннолетних пользователей по их запросу. Об этом 23 сентября сообщил SFGate.

Новый закон позволит калифорнийским подросткам, не достигшим 18 лет, отправлять в адрес администрации той или иной социальной сети просьбу удалить их фотографии, посты и комментарии, о публикации которых они сожалеют. На самих сайтах должна появиться «простая и понятная» инструкция, как это сделать. При этом, действие закона не будет распространяться на страницы пользователей, скопировавших подлежащую удалению информацию – если фотография или пост подростка были размещены на страницах других пользователей соцсети, удалить их окончательно будет уже невозможно. Закон вступит в силу с 2015 г.

По словам основателя некоммерческой организации Common Sense Media Д. Стейера, активно продвигавшего законопроект, дети часто публикуют в сети то, о чем потом сожалеют. Как считает Д. Стейер, подобные ошибки в итоге остаются с детьми на всю жизнь и «электронные последствия» их постов преследуют молодых людей повсюду.

Такие социальные сети, как Facebook, Twitter, Instagram и другие уже сегодня предоставляют всем своим пользователям вне зависимости от возраста возможность удалить со своей страницы любой смущающий их контент. Тем не менее, принятый в Калифорнии закон впервые официально закрепил право несовершеннолетних на удаление собственной информации из соцсетей.

Удаление из Интернета пользовательской информации становится предметом законодательного регулирования в Калифорнии не впервые. Принятый ранее властями штата закон дал возможность удалять из соцсетей нежелательную информацию о себе жертвам домашнего насилия (*Соцсети обяжут удалять посты по запросу американских подростков // InternetUA (<http://internetua.com/socseti-obyajut-udalyat-posti-po-zaprosu-amerikanskih-podrostkov>). – 2013. – 24.09*).

Издание The New York Times 30 сентября опубликовало новые сведения от Э. Сноудена и на сей раз сообщило о деятельности Агентства Национальной Безопасности США в плане социальных сетей. Согласно данным публикации NYTimes, американское разведывательное ведомство занималось активным мониторингом большинства социальных сетей для составления так называемых «социальных карт». В публикации говорится, что мониторинг социальных сетей велся только для слежки за гражданами США.

Согласно статье, мониторинг социальных сетей, равно как и мониторинг телефонных звонков, а также сервисов электронной почты, велся по так называемым метаданным – то есть своду наиболее общих сведений о человеке, однако если эти данные соединялись с данными о телефонных звонках и трафике электронной почты, то можно было получить достаточно целостную картинку о человеке – где он был на тот или иной момент времени, чем занимался, куда собирался ехать и т. д.

В статье говорится, что активным мониторингом соцсетей АНБ занялось три года назад, создавая «гигантские коллекции данных, чтобы строить сложнейшие графы социальных связей американцев, выявлять их контакты, местонахождение на конкретный период времени, планы на будущее и другие персональные сведения». Отмечается, что мониторинг соцсетей начался примерно тогда же, когда и активный мониторинг электронной почты.

В официальных документах говорится, что в 2010 г. ведомство специально изменило свою политику, чтобы процесс мониторинга e-mail и соцсетей был чистым с юридической точки зрения. Также в документах говорится, что подобные методы мониторинга позволяли АНБ отслеживать и находить связи между «объектами разведки» внутри США и за пределами страны. В правительстве был в том же 2010 г. принят пакет законов, который формально развязывал АНБ руки и позволял ведомству вести мониторинг в очень больших масштабах, получать большие базы метаданных без какой-либо формальной отчетности.

Интересно отметить, что вначале программа мониторинга соцсетей была ориентирована именно на зарубежных граждан, так как в США, если бы программа всплыла на поверхность, АНБ гарантировано бы получила тысячи исков. Тем не менее, в ведомстве нашли способ как шпионить и за местными гражданами – разведка начала брать данные только из публичных источников, а также данных, которые были доступны службам экономической разведки. NYTimes отмечает, что закон о деятельности АНБ был составлен достаточно хитро – само ведомство не трясло операторов соцсетей для выдачи закрытых данных, однако остальные американские ведомства, включая, налоговую службу, банки, поставщиков телекоммуникационных сервисов и многих других, без формальных запросов должны были передавать в АНБ свои сведения, чтобы разведывательное ведомство могло создавать целостную картину по персоналиям, в отношении которых ведется наблюдение.

NYTimes сообщает со ссылкой на свои источники, что в последние годы АНБ шпионило как за американцами, так и за гражданами других стран.

Газета отмечает, что 28 сентября обратилась за разъяснениями, но подобное обращение, как того и следовало ожидать, осталось без ответа. В NYTimes, в частности, хотели получить ответ на вопрос о том, сколько именно граждан стали объектами слежки через социальные сети.

Справедливости ради, нужно отметить, что Э. Сноуден передал в New York Times данные, согласно которым еще год-полтора назад ряд лиц, имевших доступ к сведениям о программах АНБ, предупреждали, что в своих устремлениях ведомство заходит слишком далеко и если сведения о подобных сборах данных выплывут каким-то образом на поверхность, то это грозит большими проблемами всем, вплоть до президента Б. Обамы, который, очевидно, знал о подобных программах.

Газета отмечает, что ранее уже публиковала некоторые откровения Э. Сноудена и когда потом формально обращалась за комментариями в АНБ, там не опровергали слов своего экс-сотрудника, но заявляли, что все запросы информации были обоснованными и всегда они проводились только в рамках текущих операций ведомства, а массового необоснованного изъятия данных никогда не было.

Впрочем, газета задается вопросом: где тот самый лимит текущих операций и какой предел «обоснованного» изъятия данных?

New York Times отмечает, что от Э. Сноудена они получили не только данные о самих программах, но и презентации в PowerPoint, где можно было наглядно проследить иерархию сбора данных и их обработки. Издание отмечает, что изначально ведомство АНБ было создано именно для международной разведки, поэтому мониторинг e-mail и социальных сетей, скорее всего, велся не только за американцами, но и за гражданами других стран.

В статье говорится, что АНБ впервые запрашивало доступ к мониторингу e-mail и широкого спектра электронных коммуникаций еще в 2006 г., при президенте Дж. Буше, однако тогда на специальных слушаниях в Министерстве юстиции США было заявлено, что существует очень высокий риск «неправильного» использования подобной информации, после чего АНБ получило отказ. Однако в 2008 г. уходившая с поста Администрация Дж. Буша все-таки предоставила такое право АНБ (*АНБ США шпионит через социальные сети // InternetUA (<http://internetua.com/anb-ssha-shpionit-cserez-socialnie-seti>). – 2013. – 30.09*).

Создатели протокола BitTorrent анонсировали BitTorrent Chat – пиринговый сервис для обмена мгновенными сообщениями.

Новый сервис был создан на фоне раскрытия деятельности американских спецслужб и, по задумке создателей, должен обеспечить возможность обмена сообщениями без вероятности их перехвата.

Особенностью BitTorrent Chat является децентрализация – по аналогии с принципом работы пиринговых файлообменных сетей. В его основе нет никаких центральных серверов, через которые бы проходили сообщения и на которых они могли бы храниться, не существует. Обмен происходит напрямую между пользователями.

«BitTorrent Chat работает примерно как BitTorrent Sync, за исключением того, что он адаптирован для связи в режиме реального времени», – пояснил глава по внешним коммуникациям BitTorrent К. Эверил. Сервис BitTorrent Sync был запущен в январе, он предназначен для синхронизации пользовательских файлов на разных компьютерах.

Тремя основными особенностями BitTorrent Chat, как указано на официальном сайте, являются: приватность, безопасность пересылки сообщений благодаря шифрованию и отсутствие платы и комиссий.

«Мы стремимся создать нечто надежное, что не будет зависеть от “облака”. Сервис, в котором приватность пользователей будет на первом месте», – заявил К. Эверил. На вопрос, будут ли они сотрудничать с Агентством национальной безопасности США в случае, если от него придет запрос, он ответил, что не знаком с программами спецслужб, поэтому не может дать каких-либо комментариев.

Со временем разработчики планируют сделать сервис совместимым с другими сервисами обмена мгновенными сообщениями и протоколом SIP.

В настоящее время BitTorrent Chat находится на стадии Private Alpha, что означает, что пользователи могут принять участие в его тестировании, но для этого им необходимо зарегистрироваться и ждать приглашения.

Разработчики не уточнили, для каких платформ – Windows, Mac и Linux – доступна предварительная версия. Однако сообщили, что в их планы входит разработка мобильных приложений, с помощью которых пользоваться BitTorrent Chat можно будет на смартфонах и планшетах (*Изобретатели торрентов запустили чат, защищенный от спецслужб // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/30282-izobretateli-torrentov-zapustili-chat-zashchishchennyj-ot-spetssluzhb.html>). – 2013. – 1.10).*

Сотрудники Агентства национальной безопасности США (АНБ) вынашивали планы по нейтрализации анонимной Tor, а также активно занимались поиском уязвимостей в механизме ее работы. Об этом говорится в секретных файлах АНБ, обнародованных 4 октября газетой The Guardian.

Как отмечается в секретной презентации АНБ, сотрудники американских спецслужб изучали возможность вывести из строя всю сеть Tor, не занимаясь кропотливой работой по отслеживанию данных конкретных пользователей. В АНБ планировали внедрить в сеть плохо работающие серверы, которые сделали бы подключение к сайтам через Tor «медленным и неудобным» для пользователей. Тем не менее, этот план был признан неосуществимым.

Из опубликованных The Guardian файлов следует, что АНБ признавало, что полностью раскрыть данные всех пользователей Tor также не представляется возможным. Однако, судя по тексту на слайдах агентства, слежка за отдельными людьми, использующими Tor, вполне осуществима. Для этого, в частности, могут быть использованы уязвимые места в устаревших версиях интернет-браузеров. Одна из таких уязвимостей, была обнаружена АНБ в браузере Firefox (*СМИ узнали о планах АНБ нейтрализовать анонимную сеть Tor // InternetUA (<http://internetua.com/smi-uznali-o-planah-anb-neitralizovat-anonimnuua-set-Tor>). – 2013. – 4.10).*

Членам Корпуса стражей исламской революции запретили пользоваться Facebook и другими социальными сетями. Запрет введен из соображений безопасности, сообщает «Обозреватель» со ссылкой на BBC (<http://tech.obozrevatel.com/news/03649-strazhi-islamskoj-revoljutsii-ostalis-bez-facebook.htm>).

Бригадный генерал М. Али Асуди сообщил, что Корпус играет активную роль в Интернете, но не может заходить на Facebook и другие социальные сайты. Корпус стражей исламской революции – элитное иранское военно-политическое формирование, которое является частью вооруженных сил Ирана (*Стражи исламской революции остались без Facebook // Обозреватель (<http://tech.obozrevatel.com/news/03649-strazhi-islamskoj-revoljutsii-ostalis-bez-facebook.htm>). – 2013. – 6.10).*

Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки

Хакерам из Германии удалось взломать сканер отпечатков пальцев Touch ID на iPhone 5S, сообщает в понедельник издание Gizmodo.

Взлом осуществили хакеры из ассоциации Chaos Computer Club (CCC). Как взломщики объяснили на своей онлайн-страничке, для этого им понадобилось сфотографировать отпечаток пальца владельца iPhone со стеклянной поверхности.

Дальнейшие манипуляции с телефоном хакеры записали на видео и выложили ролик на YouTube, сообщает РИА Новости.

Как сообщалось ранее, пользователи Twitter собирают деньги на приз первому взломщику сканера отпечатков пальцев Touch ID, который определится на конкурсе хакеров. Сайт istouchidhackedyet.com («Touch ID уже взломали?») ведет учет всех пользователей, добавивших в призовой фонд деньги, валюту Bitcoin или алкоголь. Кроме Twitter-юзеров конкурс финансируют несколько небольших венчурных фондов, которые внесли в копилку призера по 10–15 тыс. дол. Сканер отпечатков пальцев встроен в

кнопку «Домой» и позволяет активировать телефон, а также подтверждать совершение покупок в AppStore и iTunes.

Отпечатки пальцев пользователей iPhone 5S будут зашифрованы и сохранены на смартфоне в виде уникального параметра цифровой подписи. Таким образом, посторонние, а также сами разработчики Apple, не смогут получить доступ к образу отпечатка пальца, по утверждению производителя (***Хакеры взломали сканер отпечатков на новом iPhone 5S // Страйк UA (<http://www.socportal.info/news/хакеры-взломали-сканер-отпечатков-на>). – 2013. – 23.09).***

З 18 вересня на інтернет-видання «Херсонские Вести» здійснюється потужна DDoS-атака. Про це Інституту масової інформації (ІМІ) повідомив головний редактор видання І. Трубаєв.

За словами пана І. Трубаєва, станом на 23 вересня сайт надалі атакують. «Хостинг-провайдер змушений був відключити сайт. Системні адміністратори кажуть, що кількість запитів в секунду становить 200 тис.», – ідеться в повідомленнях «Херсонских Вестей» на Facebook.

І. Трубаєв пов'язує атаки на сайт з публікаціями видання, які стосувались рішень мерії Херсона та Херсонської облради.

«Ми три рази зверталися до прокуратури через порушення закону України “Про доступ до публічної інформації” з боку міськради. Не дають ознайомитися з документацією про витрачання бюджетних коштів департаментом ЖКГ», – сказав редактор, додавши, що видання проводить низку розслідувань про порушення в земельній, ЖКГ та комунальній власності.

ІМІ також нагадує, що «Херсонские Вести» вже неодноразово зазнавали хакерських атак через критичні матеріали стосовно місцевої влади (***Інтернет-видання «Херсонские Вести» заблоковане через DDoS-атаку // Телекритика (<http://www.telekritika.ua/internet/2013-09-23/86080>). – 2013. – 23.09).***

Експерты Центра по борьбе с информационной преступностью при Европоле подготовили прогноз развития ситуации в киберпространстве под названием Project 2020.

По мнению аналитиков, за ближайшие семь лет хакеры научатся взламывать множество цифровых устройств, среди которых будут не только компьютеризированные автомобили, но и медицинские приборы, имплантаты и беспилотники. Согласно проекту, к 2020 г. черта между кибератакой и физическим нападением на человека во многих случаях будет стерта.

Эксперты считают, что наиболее распространенными компьютерными атаками станут:

- Взломы при помощи крэмблеров для распознавания настроек пользователей, симуляции дистанционного присутствия, технологии Near Field Communication.
- Распределенные DoS-атаки через облачные сервисы.
- Использование облачных ботнетов и чужих вычислительных ресурсов.
- Физические атаки на дата-центры и точки обмена трафиком.
- Электронные атаки на критическую инфраструктуру, включая источники энергии, транспорт и информационные службы.
- Микропреступность, включая воровство и генерацию фальшивых микроплатежей.
- Бивзломы элементов многофакторной аутентификации.
- Насилие против людей с использованием компьютеров, появление вредоносных программ для людей.
- Войны кибергруппировок.
- Продвинутое криминалистическое разведка, включая дата-майнинг больших объемов данных.
- Сложные манипуляции с репутацией.
- Использование беспилотных аппаратов и роботов в преступных целях и многое другое (*Эксперты составили прогноз киберпреступности до 2020 года // InternetUA (<http://internetua.com/eksperti-sostavili-prognoz-kibeprestupnosti-do-2020-goda>). – 2013. – 1.10*).

В доступе к единым и государственным реестрам информационной сети Министерства юстиции Украины, ведение которых осуществляет государственное предприятие «Информационный центр Министерства юстиции Украины» (Госинформност), произошли сбои из-за вмешательства в сеть. Об этом сообщила глава Минюста Е. Лукаш.

Она заявила, что по предварительной информации, произошел сбой программного обеспечения, которое было разработано ООО «Арт-мастер» и ООО «3-Т», в результате чего 1 октября была заблокирована деятельность всех, кто пользуются реестрами, обеспечивающими деятельность Государственной регистрационной службы, Государственной исполнительной службы, органов юстиции и нотариусов. Об этом сообщает «Украинская правда».

«Детальный обзор программного обеспечения и анализ ситуации показал, что произошло несанкционированное вмешательство в работу компьютерного оборудования, автоматизированных систем и компьютерных сетей Министерства юстиции, что привело к блокированию информации и нарушению установленного порядка ее маршрутизации», – пояснили в ведомстве.

О преступлении сообщили правоохранителям, которые открыли внедрение и устанавливают причастных лиц.

«Качество и полнота реестров не пострадали, и по оценкам экспертов, уже 3 октября 2013 г. реестры должны заработать в обычном режиме», – спрогнозировали в министерстве.

Как сообщала ранее «фрАза», 1 октября в Украине был закрыт доступ к Единым и Государственным реестрам информационной сети Министерства юстиции. «В связи с техническими проблемами, возникшими при ведении Единых и Государственных реестров информационной сети Министерства юстиции Украины, доступ к указанным реестрам будет временно невозможен», – официально сообщил 1 октября Минюст (*Сбылись худшие из опасений. Госреестры «положили» хакеры // фрАза (http://fraz.ua/news/03.10.13/177464/sbylis_hudshie_iz_opasenij_gosreestry_»pol_ozhili»_hakery.html). – 2013. – 3.10).*

В Facebook уже несколько дней происходит массовый флешмоб – люди постят фотографии первой страницы своих паспортов, причем часто при этом на фото виден номер паспорта. Снимки разворотов документов, где на одной стороне – настоящее паспортное фото, а на второй – современный снимок человека, появляются в сети практически ежеминутно, пишут «Вести» (<http://vesti.ua/strana/18969-ukraincev-podhvatila-volna-opasnogo-fleshmoba-v-facebook>).

Как оказалось, изначально паспортная лихорадка задумывалась как конкурс одной из радиостанций. Он называется «Паспортный контроль», а для участия в нем нужно было запостить свое фото с паспорта и реальное – для того, чтобы можно было увидеть изменения, которые происходят с человеком со временем. Идею подхватили не только слушатели радиостанции, но и другие пользователи соцсетей, которые даже не догадываются, с чего все началось.

Юристы паспортной эйфории не разделяют и говорят, что такое беспечное отношение к своим документам может быть опасным.

«Ни в коем случае нельзя выставлять на всеобщее обозрение номер своего паспорта – так вы даете мошенникам шанс легко подделать ксерокопию ваших документов и, к примеру, взять кредит», – рассказал нам юрист В. Мирошниченко. По его словам, менее опасно, но все равно не желательно выставлять на показ фотографию из паспорта: «Люди могут вклеить в чужой поддельный паспорт ваше фото и оформить фирму, через которую отмываются деньги. Это менее вероятно, чем кредит, но все равно возможно. В моей практике был случай, когда директор фирмы отсидел год, потому что кто-то подделал его печать, причем подделка была даже не похожа на оригинал», – говорит юрист (*Балаева Т. Украинцев подхватила волна опасного флешмоба в Facebook // Весту (<http://vesti.ua/strana/18969-ukraincev-podhvatila-volna-opasnogo-fleshmoba-v-facebook>). – 2013. – 30.09).*

После взлома базы данных в Минюсте ищут виноватых в соцсетях и Укрзализныце.

Государственная служба Украины по вопросам защиты персональных данных, являющаяся подведомственным органом Министерства юстиции, обратилась к украинским представительствам крупнейших международных интернет-компаний Google и Facebook с требованием неукоснительно придерживаться законодательства в сфере защиты персональных данных. Об этом сообщается на официальном сайте ГСЗПД.

Госслужба направила в компанию «Google Украина» предписания с рекомендациями об устранении утечек информации при обработке информации о пользователях, которая используется для предоставления рекламных услуг. В ГСЗПД также утверждают, что «Google Украина» не уведомляет пользователей об их праве обратиться в уполномоченный орган с жалобой и о праве подать в суд за разглашение конфиденциальной информации при предоставлении рекламных услуг. Выполнить рекомендации компания «Google Украина» должна до 17 октября 2013 г., в противном случае Госслужба угрожает оштрафовать ее на 8500 грн и привлечь общественное мнение к факту невыполнения предписания. Также глава ГСЗПД А. Мервинский обратился в украинское представительство Facebook с требованием объяснить, кому и с какой целью осуществляется передача информации о посещениях пользователями социальных сетей интернет-страницы Facebook, пишет ТСН.

Кроме того, в четверг, 3 октября 2013 г., состоялась пресс-конференция, на которой заместитель главы ГСЗПД В. Козак сообщил о проведении аналогичных переговоров с Государственной администрацией железнодорожного транспорта Украины. По его словам, у ГСЗПД нет никаких данных о степени защищенности персональных данных, которые собираются Укрзализныцей при оформлении пассажирами проездных документов. При этом в УЗ сообщили, что персональные данные пассажиров не хранят: «Мы специально не собираем данные [о пассажирах], тем более, для того, чтобы использовать для каких-то неподходящих целей. У нас есть общая база, которая хранит всю нашу информацию, включая грузовые перевозки». В Укрзализныце подчеркнули, что начали вносить фамилии и имена пассажиров в билеты исключительно в рамках выполнения постановления Кабинета Министров Украины о введении именных проездных документов. Напомним, что 1 октября 2013 г. на сайте Министерства юстиции появилось сообщение, что доступ к единым государственным реестрам информационной сети министерства будет временно невозможен, из-за технических проблем. 3 октября коллектив Госинформюст заявил о рейдерском захвате предприятия «Информационный центр» Министерства юстиции (*После взлома базы данных в Минюсте ищут виноватых в соцсетях и Укрзализныце // фрАза (http://frazza.ua/news/03.10.13/177551/posle_vzloma_bazy_dannyh_v_minjuste_isc_hut_vinovatyh_v_sotssetjah_i_ukrzaliznytse.html). – 2013. – 3.10).*

Персональные данные украинцев могли попасть к аферистам.

Во время хакерской атаки реестров Минюста мошенники могли скопировать персональные данные украинцев

Работа 18 государственных реестров, в которых содержатся все персональные данные украинцев, включая имущество и социальный статус, практически восстановлена. Несколько дней назад реестры Минюста оказались недоступны для пользователей из-за атаки хакеров, что привело к коллапсу юридической системы. Нотариусы не могли визировать сделки, а украинцы не могли ни пожениться, ни получить свидетельство о смерти. Сейчас ситуация налаживается.

Но многих беспокоит другой вопрос: могли ли попасть данные украинцев в чужие руки? Ранее о том, что данные госреестров скопировали неизвестные, сообщил В. Хоруженко, заместитель гендиректора ГП «Информационный центр», который занимался обслуживанием сервером Минюста. «Сегодня» выясняла, насколько высока такая вероятность и чем чревата – особенно в свете перехода украинцев на биометрические паспорта, которые будут содержать огромное количество данных.

Глава Ассоциации защиты персональных данных Ю. Когут не исключает, что данными могли завладеть аферисты. «Возможно, базу «слили» посторонним, может аферистам. Это покажет расследование правоохранительных органов», – говорит он. По его словам, утеря информации чревата серьезными последствиями.

«Разжившись информацией об имуществе, мошенники могут сделать что угодно: продать чужую квартиру, машину, взять кредит. Или, зная о наличии имущества, пойти на шантаж или преступление, чтоб выманить деньги. Представьте: мошенник, имея данные паспорта человека, узнает, чем тот владеет: какая у него квартира, машина. Количество вариантов использования этих данных – фантастически велико. Мошенники могут взять кредит, могут пойти на другие аферы. Вплоть до того, что сегодня у вас была квартира, а завтра ее нет», – поясняет Ю. Когут.

А юрист Т. Монтян считает, что личные данные украинцев продаются постоянно, поэтому базы данных лучше вообще сделать открытыми, чтобы ими не торговали мошенники, хотя как в таком случае защититься – она не уточняет. Узнать, оформлен ли на вас кредит, можно, обратившись в Бюро кредитных историй. А все данные об имеющемся имуществе хранятся в Едином госреестре прав на недвижимое имущество.

В Ассоциации специалистов по недвижимости призывают украинцев, пострадавших от «зависания» системы, подавать в суд. «Человек имеет право на компенсацию. А убытки могут быть в связи с несовершенными сделками, разрывами контрактов... Можно говорить о возмещении морального ущерба и возможной утере персональных данных», – говорит нам президент ассоциации С. Злыдень *(Персональные данные украинцев могли попасть к аферистам //*

InternetUA (<http://internetua.com/personalnie-dannie-ukraincev-mogli-popast-k-aferistam>). – 2013. – 6.10).

Исследовательский центр «Лаборатории Касперского» выпустил отчет, раскрывающий действия кибершпионской группы Icefog, нацеленной на организации Южной Кореи и Японии и наносящей урон поставщикам компонентов оборонной отрасли США. Активность группы началась в 2011 г., а в середине 2012-го ее деятельность приобрела новый масштаб. Об этом сообщает IT Expert со ссылкой на пресс-релиз «Лаборатории Касперского».

«За последние несколько лет мы стали свидетелями множества таргетированных атак, бьющих по самым различным отраслям. Во многих случаях злоумышленники годами присутствовали в корпоративных и правительственных сетях и перехватывали терабайты ценных данных, – прокомментировал В. Камлюк, ведущий антивирусный эксперт “Лаборатории Касперского”. – Но тактика набегов Icefog демонстрирует новую тенденцию: небольшие группы хакеров начинают охотиться за информацией с “хирургической” точностью. Атака продолжается от нескольких дней до недель и, получив желаемое, злоумышленники подчищают следы и уходят. Мы ожидаем роста числа подобных групп, специализирующихся на фокусированных атаках – что-то вроде современных кибернаемников».

Исследование показывает, что среди целей группы были подрядчики оборонной отрасли (например, корейские Lig Nex1 и Selectron Industrial Company), судостроительные компании (DSME Tech, Hanjin Heavy Industries), морские грузоперевозчики, телекоммуникационные операторы (Korea Telecom), медиа-компании (Fuji TV) и Японо-китайская экономическая ассоциация. Взламывая компьютеры, киберпреступники перехватывают внутренние документы и планы организации, данные учетных записей почты и пароли для доступа к внешним и внутренним ресурсам сети, а также списки контактов и содержимое баз данных.

Во время атак злоумышленники используют вредоносные программы семейства Icefog (так же известного, как Fucobha). Специалисты «Лаборатории Касперского» обнаружили версии Icefog как для Microsoft Windows, так и для Mac OS X.

Тогда как в случае других кибершпионских кампаний компьютеры жертв оставались зараженными месяцами или даже годами, позволяя злоумышленникам постоянно перехватывать данные, операторы Icefog обрабатывают свои цели одну за другой: находят и копируют только необходимую информацию, после чего самоустраниются. Чаще всего операторы заранее знают, что им требуется на зараженных компьютерах. Они ищут определенные имена файлов, показывая навыки японского и корейского языков, и когда находят то, что искали – передают на управляющий сервер.

Эксперты «Лаборатории Касперского» с помощью техники DNS-sinkhole получили возможность мониторинга 13 из более чем 70 доменов, используемых

злоумышленниками. Это предоставило дополнительную статистику по количеству и географии жертв в мире. Также на управляющих серверах в открытом доступе, но в зашифрованном виде были обнаружены журналы с описанием каждого действия, совершенного атакующими на зараженных компьютерах. В некоторых случаях это помогло определить цели атаки и идентифицировать жертв. В дополнение к Японии и Южной Корее, было зарегистрировано множество попыток соединений из Тайваня, Гонконга, Китая, США, Австралии, Канады, Великобритании, Италии, Германии, Австрии, Сингапура, Беларуси и Малайзии. В общей сложности, эксперты «Лаборатории Касперского» наблюдали более 4 тыс. уникальных IP-адресов зараженных машин, принадлежащих сотням жертв, 350 из которых пользовались Mac OS X, и лишь несколько десятков – Microsoft Windows.

Основываясь на ряде улик, оставленных атакующими, специалисты «Лаборатории Касперского» предполагают, что члены этой группы могут находиться в одной из трех стран: Китай, Южная Корея или Япония. Стоит также отметить, что практически все внутренние сообщения, найденные во вредоносной программе, были на китайском языке, так же как и ее код с основным языком операционной системы сервера управления Icefog.

Все продукты «Лаборатории Касперского» обнаруживают и блокируют известные модификации Icefog (*«Лаборатория Касперского» обнаружила кибератаки, нацеленные на Южную Корею и Японию // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/30140-laboratoriya-kasperskogo-obnaruzhila-kiberataki-natselennye-na-yuzhnyuyu-koreyu-i-yaponiyu.html>). – 2013. – 26.09).*

Международная антивирусная компания Eset сообщила о стремительном росте активности опасной троянской программы FileCoder, которая шифрует личные файлы пользователя с целью получения выкупа за расшифровку. Согласно данным, полученным при помощи облачной технологии Eset Live Grid, активность Win32/Filecoder по сравнению со средним уровнем, зафиксированным в первой половине 2013 г., возросла более чем на 200 %.

Как рассказали CNews в компании, большую часть пострадавших составляют российские пользователи. Так, по данным Eset, на нашу страну приходится 44 % обнаружений. Кроме того, значительная доля заражений зафиксирована в Европе – от вымогателей FileCoder пострадали пользователи из Германии, Испании, Италии, Польши, Румынии, Украины и Чехии. Также заражения этим вредоносным ПО были отмечены в США.

Попав на компьютер, троян шифрует файлы пользователя, по расширению выбирая те, которые с наибольшей вероятностью представляют ценность: как правило, это документы, фотографии, музыкальные файлы и различные архивы.

В информационном окне трояна киберпреступники могут сообщить, что доступ к компьютеру пользователя ограничен, поскольку данный ПК является источником чрезвычайно опасного вируса или распространяет ссылки на

детскую порнографию. За «чрезвычайно тяжелую работу по детектированию вируса» от пользователя могут потребовать заплатить от 100 до 3 тыс. евро.

«Семейство Win32/Filecoder представляет большую угрозу, чем другие разновидности блокировщиков, поскольку может шифровать файлы пользователя. Разные модификации FileCoder используют разные по сложности алгоритмы шифрования, – пояснил Р. Липовски, аналитик антивирусной лаборатории Eset. – Суммы выкупа варьируются от 100 до 200 евро, однако некоторые варианты могут запрашивать суммы до 3 тыс. евро. Потребовать такой большой выкуп могут в тех случаях, когда зараженный компьютер принадлежит какой-либо компании».

«Деструктивность и последствия от заражения такой вредоносной программой трудно переоценить, так как пользователь лишается всех своих данных. Риски потери важной информации только увеличиваются, если речь идет о заражении компьютеров сотрудников компании, поскольку в этом случае может пострадать корпоративная информация, – отметил А. Баранов, ведущий вирусный аналитик Eset Russia. – Если в случае обычных вымогателей, которые блокируют рабочий стол пользователя, можно избавиться через несколько общеизвестных действий в ОС, то в случае с шифровальщиком на это может уйти очень много времени. Все зависит от конкретной модификации FileCoder».

Eset рекомендует пользователям оставаться под защитой регулярно обновляемого антивирусного ПО. Все решения Eset NOD32 успешно обнаруживают вредоносные файлы. Также для повышения уровня информационной безопасности в компании советуют защитить настройки используемого антивирусного ПО с помощью личного пароля и отключить службу управления удаленным рабочим столом (Remote Desktop Control) *(Троян-шифровальщик требует у пользователей деньги за разблокировку файлов // InternetUA (<http://internetua.com/troyan-shifrovalsxik-trebuet-u-polzovatelei-dengi-za-razblokirovku-failov>)). – 2013. – 26.09).*

Хакеры в США завладели личной информацией около четырех миллионов американцев, включая данные супруги президента Б. Обамы.

Как стало известно представителям ФБР, злоумышленники проникли в компьютерную корпоративную систему брокеров, где хранится информация о миллионах клиентов, передает РИА Новости по информации телерадиовещательной корпорация Би-би-си.

В частности, хакерам удалось завладеть базой данных с номерами социального обеспечения, а также данными идентификационных карт (аналог паспорта в США) М. Обамы и других известных людей.

В Интернете временно появилась конфиденциальная информация известного предпринимателя Б. Гейтса, актера Э. Катчера, музыкальных исполнителей Джея-Зи (Jay-Z, Ш. Картер) и Бейонсе (Б. Ноулз-Картер). Их данные опубликовали с неизвестного сайта, который потом был закрыт.

Позднее стало известно, что данные приобрели на портале SSNDOB – информацию о конкретном человеке можно было узнать всего за 50 центов. Согласно журналистскому расследованию, сайт SSNDOB подвергся атаке хакеров, а источником информации, возможно, оказались данные с компьютерных систем трех американских компаний, работающих в сфере предоставления информационных услуг – LexisNexis, Dun & Bradstreet и Kroll.

Все три компании заявили, что они работают с федеральными агентами по данному вопросу. В свою очередь, руководство LexisNexis заявило, что их база данных не была взломана злоумышленниками. Спецслужбы США продолжают расследование кражи данных. Предположительно утечка информации произошла в начале 2013 г. (*Хакеры в США завладели личной информацией около четырех миллионов американцев // FBC.net.ua (http://fbc.net.ua/news/societu/khakery_v_ssha_zavladeli_lichnoj.html). – 2013. – 27.09).*

Недавно раскрытая в IE уязвимость нулевого дня эксплуатируется уже три месяца. Еще неисправленная разработчиками Microsoft брешь, как выяснилось, используется злоумышленниками гораздо дольше, чем предполагалось.

Пока компания Microsoft еще только пытается устранить уязвимость нулевого дня (CVE-2013-3893) в своем web-обозревателе Internet Explorer (IE), эксперты FireEye выяснили, что злоумышленники эксплуатируют брешь гораздо дольше, чем предполагалось ранее.

Напомним, что разработчики программного гиганта признали существование уязвимости, а также факт ее использования вирусописателями еще в начале сентября 2013 г. В связи с этим также был выпущен временный инструмент для снижения уровня угрозы, которым можно заменить отсутствующее в настоящий момент исправление безопасности.

С тех пор исследователи антивирусных компаний FireEye, Websense и AlienVault выяснили, что брешь фигурировала в различных хакерских атаках, связанных с правительственными веб-ресурсами Японии, Китая, а также Тайвани.

«Согласно данным нашей системы ThreatSeeker Intelligence Cloud, организации из Тайвани становились жертвами уязвимости еще до 1 июля 2013 г.», – прокомментировал А. Уотсон из Websense (*Недавно раскрытая в IE уязвимость нулевого дня эксплуатируется уже три месяца // InternetUA (<http://internetua.com/nedavno-raskritaya-v-IE-uyazvimost-nulevogo-dnya-ekspluatiruetsya-uje-tri-mesyaca>). – 2013. – 2.10).*

Компания Adobe стала жертвой хакеров, получивших доступ к личным данным 2,9 млн пользователей, в том числе были скомпрометированы

реквизиты их банковских карт. Злоумышленники получили доступ к идентификаторам пользователей, а также к паролям учетных записей, хранящимся в зашифрованном виде.

Незашифрованные данные, уверяют в Adobe, в руки хакеров не попали, сообщает Digit. Компания проинформировала об утечке банки и начала рассылать уведомления пользователям, чьи данные были затронуты в результате атаки, произошедшей еще в августе.

Кроме персональных данных, хакеры получили исходные коды ряда продуктов Adobe, среди которых Acrobat, ColdFusion и ColdFusion Builder. Как отмечается, Adobe все чаще становится объектом для кибератак, что в самой компании связывают с широкой распространенностью ее ПО (*Хакеры похитили финансовые данные пользователей Adobe // InternetUA (<http://internetua.com/hakeri-pohitili-finansovie-dannie-polzovatelei-Adobe>). – 2013. – 4.10).*

Украина расположилась на четвертой позиции в списке стран с наибольшим числом зараженных Android-устройств. Больше всего заражения мобильных устройств на базе Android вредоносным ПО было выявлено в России. Второе место по уровню угроз заняла Саудовская Аравия, на третьем – Ирак, сообщает digit.ru.

Россия оказалась на первом месте в мире по количеству выявленных случаев заражения мобильных устройств на базе Android вредоносным ПО с показателем более 3,5 млн случаев.

На втором месте с показателем 1,8 млн оказалась Саудовская Аравия, третью позицию со значением 1,7 млн занимает Ирак. Украина с показателем 670 тыс. срабатываний – на четвертом месте. В США зафиксировано всего 76 тыс. случаев заражения Android-устройств.

Всего за сентябрь 2013 г. при сканировании по требованию пользователей на мобильных устройствах Android было зафиксировано более 11 млн случаев выявления вредоносного ПО и более четырех миллионов случаев обнаружения вредоносных программ.

Наиболее распространенной угрозой для операционной системы Android остаются троянцы семейства Android.SmsSend. На втором месте по количеству известных модификаций находятся троянцы семейства Android.SmsSpy, на третьем – программы-шпионы семейства Android.Spy. Кроме того, весьма распространены троянские программы Android.DownLoader, Android.Backdoor, Android.Gingersploit, Android.Basebridge и Android.Fakealert, а также всевозможные рекламные инструменты, например, not a virus Tool.SMSSend, not a virus Tool.Rooter и not a virus Adware.Airpush ПО (*Украина оказалась на 4-м месте по числу зараженных Android-устройств // InternetUA (<http://internetua.com/ukraina-okazalas-na-4-m-meste-po-csislu-zarajennih-Android-ustroistv>). – 2013. – 4.10).*

Хакеры создали фальшивый антивирус и обманули 200 тыс. человек.

Преступная группа под руководством белоруса создала и распространила через Интернет вредоносную программу, маскирующуюся под антивирус. От нее пострадали более 200 тыс. человек из 125 стран, заражению же подверглось 500 млн компьютеров. Злоумышленники при этом похитили около 18 млн дол. Лидера мошенников задержали в Киеве. У молодого человека в собственности находилось пять автомобилей стоимостью 100 тыс. дол. каждый.

В ходе расследования были установлены четыре участника организованной преступной группы: руководитель и три ее активных участника, все – граждане Беларуси. Об этом корреспонденту БЕЛТА сообщил представитель Следственного комитета Беларуси И. Судникович.

По его словам, средний возраст задержанных составляет 25 лет. Некоторые из них имеют высшее образование, некоторые работают. В ходе расследования было установлено, что лидер группы мошенников создал сайт, который объединил более 100 кардеров, у каждого из них была своя роль в процессе хищений.

Фальшивый антивирус, который распространяли преступники, присылал пользователям ложные уведомления о заражении многочисленными вирусами, предлагая при этом купить полную версию программы. «Обманутые и напуганные пользователи компьютеров оставляли на специальных сайтах злоумышленников реквизиты своих платежных карт», – рассказал И. Судникович.

Теперь участникам преступной группы грозит до 15 лет тюрьмы с конфискацией имущества (*Хакеры создали фальшивый антивирус и обманули 200 тыс. человек // InternetUA (<http://internetua.com/hakeri-sozdali-falshivii-antivirus-i-obmanuli-200-tisyacs-cselovek>). – 2013. – 4.10).*

Зафиксирована еще одна DDoS-атака мощностью 100 Гбит/сек.

Специалисты по сетевым коммуникациям говорят об установлении очередного антирекорда – зафиксирована DDoS-атака пиковой мощностью в 100 Гбит/сек.

В компании Incapsula говорят, что скорее всего 100-гигабитные атаки производились неоднократно, просто в прицел антиDDoS-серисов они попадают не каждый раз, да и сами организаторы подобных мощных атак предпочитают держаться в тени и без необходимости не афишировать подконтрольные мощности. М. Геффен, генеральный директор Incapsula, говорит, что как правило 100-гигабитные атаки пока направляются только на крупные проекты, так как более мелкие сервисы можно вывести из строя и гораздо меньшими по масштабам атаками.

М. Геффен говорит, что атака с использованием техники DNS Reflection использует inbound-соединения с целевым сайтом, а также полагается на

ошибки в конфигурировании DNS-серверов. Изюминка этого типа атак заключается в том, что здесь можно искусственно увеличивать мощность DDoS-трафика до 30 раз. Следовательно, во время весенней 100-гигабитной атаки у атаковавших могло и не быть подконтрольных сетевых ресурсов. Сейчас же зафиксирована «настоящая» 100-гигабитная атака.

«Здесь не применялись методики с использованием доменных серверов, но мощность атаки все равно составляла 100 Гб/сек. Это говорит о том, что у хакеров в реальности появились достаточно мощные для этого сетевые ресурсы», – говорит он. Также он отметил, что зафиксированная Incapsula 100-гигабитная сетевая атака длилась девять часов, что немного. Однако с учетом того, что сейчас редкие атаки превышают 10 Гбит, то и это достаточно показательно.

В Incapsula говорят, что даже такие супер-атаки поддаются отражению. Правда, для этого нужно иметь систему пропуска интернет-трафика не менее 100 Гбит/сек, причем желательно иметь сети доставки контента в разных географических регионах (*Зафиксирована еще одна DDoS-атака мощностью 100 Гбум/сек // InternetUA (<http://internetua.com/zafiksirovana-esxe-odna-DDoS-ataka-mosxnostua-100-gbit-sek>). – 2013. – 4.10).*