

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ
ЯК ЧИННИК
ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

*Огляд інтернет-ресурсів
(4–17.02)*

2013 № 4

Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки

Інформаційно-аналітичний бюлетень
Додаток до журналу «Україна: події, факти, коментарі»
Огляд інтернет-ресурсів
(4–17.02)
№ 4

Засновники:

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

Головний редактор

О. Онищенко, академік НАН України

Редакційна колегія:

В. Горвий (заступник головного редактора, науковий керівник проекту),
В. Касаткін, 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.....	4
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....	14
БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ	20
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	33
Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість.....	33
Маніпулятивні технології.....	40
Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»	44
Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки	48

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

«Барселона» создала социальную сеть для игроков и болельщиков клуба. Фаны смогут общаться с футболистами и обсуждать с ними новости.

Каталонская «Барселона» зарегистрировала 4 февраля новую социальную сеть Fcbfeel.com. В этой сети каждый игрок «Барсы» будет иметь свою собственную страницу. Болельщики смогут свободно выбирать футболиста, за которым интереснее будет следить, добавлять его в друзья, обсуждать с ним новости.

Отметим, что FCBfeel.com располагает основными функциями аналогичных социальных сетей в Интернете – размещение фото, видео, текстов, отправка личных сообщений и комментариев пользователей к общим данным.

На сегодняшний день сеть доступна на каталанском, испанском и английском языках (*«Барселона» создала социальную сеть для игроков и болельщиков клуба // InternetUA (<http://internetua.com/barselona--sozdala-socialnuua-set-dlya-igrokov-i-bolelsxikov-kluba>). – 2013. – 4.02).*

Социальная сеть Facebook повторно запустила функцию распознавания лиц, отключенную несколько недель назад на неопределенный срок.

Данное событие имеет как положительные, так и отрицательные стороны: отмечать людей на только что добавленных фотографиях снова стало очень просто, но данная функция идет вразрез с законами о защите личной информации, принятыми во многих странах мира. Собственно, именно из-за этого технология распознавания лиц была убрана из состава возможностей Facebook, сообщает Dvice.com. Негативные отзывы со стороны пользователей и представителей власти посыпались на социальную сеть буквально со всех сторон – новшеством, ранее доступным только спецслужбам по борьбе с преступностью, оказались недовольны и в США, и в Германии, и еще в нескольких странах. Шквал критики и недовольство миллионов людей угрожали не только репутации сети Facebook и одноименной компании, но и ее финансовому положению.

Отключить функцию распознавания лиц Facebook «попросил» Евросоюз, и позже к этой «просьбе» присоединились и власти США. Тем не менее, с сегодняшнего дня данная возможность вновь появилась у пользователей крупнейшей в мире социальной сети – разработчики выполнили все предъявленные требования, усовершенствовали технологию и открыв пользователям дополнительные настройки приватности.

В частности, по просьбе Евросоюза данная функция в течение определенного времени недоступна для новых пользователей из Старого Света. Кроме того, все остальные участники интернет-проекта могут самостоятельно отключать ее и запрещать автоматически распознавать их лица на снимках и ставить соответствующие пометки (*Facebook вернул функцию распознавания*

лиц // *InternetUA* (<http://internetua.com/Facebook-vernul-funkciua-raspoznaniya-lic>). – 2013. – 4.02).

Мобильный фотосервис Instagram позволил просматривать ленту новых фотографий от друзей пользователей с компьютера через интернет-браузеры

Как пишет ДЕЛЮ, сервис Instagram для создания и редактирования изображений долгое время функционировал только в формате мобильного iOS-приложения. При этом Android-приложение появилось в апреле 2012 г. Веб-версия Instagram была запущена в ноябре прошлого года, однако ее функционал был ограничен просмотром собственного аккаунта, своих отметок «Мне нравится» и комментариев.

«С сегодняшнего дня вы можете просматривать ленту новостей Instagram в веб-версии сервиса – подобно тому, как вы делаете это на мобильных устройствах», – пишет основатель Instagram К. Систром (*Instagram будет работать с браузерами // ДЕЛЮ* (<http://delo.ua/tech/instagram-budet-rabotat-s-brauzerami-196525/>). – 2013. – 6.02).

Россия создаст соцсеть для разработчиков в области высоких технологий. Рабочая группа для проработки стратегии создания промышленной социальной сети для разработчиков в области микроэлектроники, телекоммуникаций, машиностроения, биотехнологий и ряда других отраслей будет образована в феврале, сообщил 4 февраля руководитель комитета по информационной политике Государственной думы РФ А. Митрофанов.

По его словам, необходимо внести изменения в российское законодательство, придав облачным технологиям юридический статус. «В ближайшее время должна быть создана рабочая группа, которая всесторонне изучит вопрос и даст соответствующие рекомендации», – сказал А. Митрофанов. Рабочая группа должна предложить юридическое оформление и форму участия государства в создаваемой индустриальной соцсети, а также проработать необходимые изменения в законодательство.

Совместное заседание Комитета Государственной думы по информационной политике, информационным технологиям и связи и Комитета Совета Федерации по бюджету и финансовым рынкам, посвященное необходимости создания информационной среды для разработчиков в области высоких технологий, состоялось 4 февраля.

По словам первого заместителя председателя Комитета СФ по бюджету и финансовым рынкам В. Петрова, государство из уже существующих федеральных целевых программ на создание социальной сети для разработчиков готово выделить 20–30 млрд р.

Один из инициаторов идеи, председатель совета директоров «Центра электронных технологий» (ЦЭТ) Е. Бабаян (сын разработчика советского

компьютера «Эльбрус» Б. Бабаян) говорит, что сегодня лишь немногим очень крупным корпорациям по силам создать собственное облако для разработчиков, большинству компаний даже международных подобное не по карману. «Мы можем стать лидерами на рынке создания сред для разработчиков. Однако действовать надо быстро, у нас есть максимум полтора-два года», – сказал Е. Бабаян.

ЦЭТ был создан в 2012 г. для стимулирования разработчиков в области микроэлектроники Фондом «Сколково», «Роснано», «Ростелекомом», Российской венчурной компанией, ITFY в сотрудничестве с IBM (*Россия создаст соцсеть для разработчиков в области высоких технологий // InternetUA (<http://internetua.com/rossiya-sozdast-socset-dlya-razrabotcsikov-v-oblasti-visokih-tehnologii>). – 2013. – 5.02*).

Сеть микроблогов Twitter планирует ввести опцию «двухфакторной аутентификации» (2FA), которая позволит исключить возможность взлома аккаунтов хакерами или вандалами даже в случае, если им удалось завладеть паролем пользователя, сообщает The Guardian.

Система 2FA, которую Google уже предлагает пользователям своего почтового сервиса, блокирует доступ к аккаунту со всех устройств и интернет-адресов, если после ввода пароля не ввести короткий номер, отправляемый на мобильный телефон, привязанный к аккаунту.

В начале февраля представители Twitter сообщили, что хакерам удалось получить пароли и электронные адреса 250 тыс. пользователей (*Twitter планирует усилить защиту аккаунтов, добавив опцию смс-аутентификации // Media бизнес (<http://www.mediabusines.com.ua/content/view/33665/118/lang,ru/>). – 2013. – 6.02*).

Оновлений дизайн Facebook докотився й до України.

Новий формат Facebook Timeline з публікаціями в одну колонку вже доступний для деяких користувачів з України.

Правда, у Новій Зеландії оновлений формат передбачав ширшу ліву колонку з публікаціями – а варіант, який тестується в Україні, показує публікації у правій ширшій колонці:

Власниця цього Timeline стверджує, що при скролінгу ліва частина фіксується внизу, а продовжує скролитись лише права частина. Правда, якщо ви зайдете на її Timeline – скоріше за все, побачите стару його версію. Нагадаємо, що на початку січня Facebook розпочав запуск нового формату Timeline з публікаціями в одну колонку в Новій Зеландії (*Оновлений дизайн Facebook докотився й до України // Ukrainian Watcher (<http://watcher.com.ua/2013/02/06/onovlenyy-dyzayn-facebook-dokotyvsya-y-do->*

ukrayiny/). – 2013. – 6.02).

Как сообщает AIN.UA, LiveJournal продолжает тихо «умирать». По крайней мере англоязычный сегмент пользователей LiveJournal окончательно «вымер» и теперь представлен только одним сообществом сплетен о публичных людях ohnotheydidnt, а также его «специфическими ответвлениями» – ontd_political, omonatheydidnt и aramatheydidnt.

Робот блогосферы обнаружил топ постов англоязычного сегмента, который наглядно иллюстрирует ситуацию. Сообщество стало последним оазисом англоязычной активности в LiveJournal. Впрочем, на странице статистики LiveJournal все выглядит иначе. Согласно данным, которые вроде бы регулярно обновляются (последнее обновление заявлено сегодняшним днем), американских пользователей (4,5 млн) в LiveJournal вдвое больше, чем российских (2,5 млн). На третьем месте англичане (439 тыс.), а на четвертом украинцы (430 тыс.).

Статистика выглядит не очень правдоподобно, хотя, учитывая засилье американских ботов, можно допустить, что данные более или менее адекватны.

Глава LiveJournal И. Дронов 1 февраля 2013 г. предупредил, что англоязычных пользователей ждут полезные нововведения, но, по всей видимости, это уже никому из них не интересно. В частности он объявил, что так называемый «социальный капитал» теперь будет подсчитываться для всего мира, а не только для пользователей кириллических сервисов, введение которых в России примерно совпало со взлетом VK.com, «Одноклассников» и постепенным забвением LiveJournal.

В сентябре 2012 г., после затяжного молчания создатель LiveJournal Б. Фицпатрик сделал опрос, «как поживает мое детище?» Ответы были разные: одни считают, что сервис мертв, другие – что скорее жив. Самый интересный ответ по версии flashr: «blogging was killed by fashionable 16 year olds and russians» (блогерство было убито модными 16-летками и русскими).

Напомним, в ноябре 2011 г. известный российский блоггер и деятель Рунета, А. Носик, принял решение покинуть должность медиа-директора компании SUP Media. Ранее свой пост покинул директор по маркетингу украинского LiveJournal В. Медушивский (*Англоязычный сегмент LiveJournal «вымер» – осталось только одно сообщество // AIN.UA (<http://ain.ua/2013/02/05/111199>).* – 2013. – 5.02).

Из твитов создали ночную карту земли.

Многие любят ночные снимки земли, сделанные из космоса. Когда планета переливается огнями больших городов, начинаешь чувствовать необычное умиротворение. Веб-дизайнер из Франции Ф. Эрневэйн, вдохновившись этой картиной, решил создать сайт Tweet Ping.

Ресурс представляет собой своеобразную ночную карту мира, на которой постепенно загораются сотни огоньков. Эти источники света не имеют ничего общего с лампочками. Вспышками на карте изображаются локации, из которых отправляются твиты. Чем больше сообщений в Twitter будет отправлено из какого-то места, тем ярче оно загорится на карте.

Также сайт предоставляет статистику, рассказывая о том, сколько твитов было отправлено из разных частей света после того, как пользователь открыл страницу. Случайно выбранные твиты мелькают над поверхностью суши, правда, прочитать их практически невозможно, они сменяют друг друга чересчур быстро, пишет The Verge.

Разумеется, Tweet Ping – далеко не первый ресурс, позволяющий следить за статистикой использования Twitter. К тому же, практическая польза от сайта не слишком велика. По всей вероятности, Tweet Ping использует открытый поток твитов, который предлагает Twitter (это около одного процента от всех сообщений, то есть, примерно 3,4 млн твитов).

Однако уникальный визуальный стиль сайта позволяет пользователю проникнуться ощущением единства с цивилизацией, почувствовать биение жизни в информационных потоках. Таким образом, Ф. Эйнвэйну удалось превратить статистику в настоящее современное искусство (*Из твитов создали ночную карту земли // InternetUA (<http://internetua.com/iz-tvitov-sozdali-nocsnuua-kartu-zemli>). – 2013. – 5.02*).

Facebook анонсировал новое видеоприложение Developers Live для разработчиков, которое поможет им всегда быть в курсе оперативных новостей, а также предоставит доступ к обучающим материалам, разговорным сессиям и другим полезным ресурсам в видеоформате.

По словам представителя социальной сети, Developers Live будет поддерживать прямые трансляции так же хорошо, как заранее записанные и интерактивные курирующие ролики.

Facebook пытается организовать для разработчиков «центральное место, чтобы узнавать и изучать новые инструменты». Здесь они получают «доступ к продукт-менеджерам и инженерам», которые создают все эти инструменты и документацию.

Вот что Facebook обещает разработчикам:

- разработчики мобильных приложений узнают, как проникнуть глубже в экосистему и растить свои продукты с Facebook;
- разработчики игр научатся лучше встраивать свои продукты в сеть и мобайл;
- веб-сайты и авторы узнают, как использовать Facebook для увеличения трафика.

Первый вебинар запланирован уже на 19 февраля 2013 г. Д. Парди, директор по продуктам Facebook, расскажет о трех самых важных вещах в

2013 г., которые должен знать разработчик мобильных приложений. Вы можете зарегистрироваться на ивент – где бы вы думали? – в Facebook!

Видеоканал, безусловно, очень хороший способ достучаться до разработчиков, однако рано говорить о том, что это самый эффективный метод их обучения. У Facebook уже есть специфический блог, в котором регулярно hostят хакатоны. Тяжело проводить подобные ивенты во всех уголках мира, но как бы то ни было, бизнес компании строится на веб-сайте. Из чего следует, что ей нужно постоянно работать над построением своих отношений с разработчиками в онлайн-режиме.

Возникает вопрос: насколько хорошо первое мероприятие, которое должно быть посвящено мобильному измерению, будет работать на мобильных устройствах?

Напомним, ежедневная аудитория мобильных сервисов Facebook по итогам двух последних месяцев прошлого года впервые превысила по численности пользователей, которые заходят в социальную сеть через веб-браузеры. М. Цукерберг заявил, что «Facebook стала мобильной компанией» (*Facebook запускает обучающее видео-приложение для разработчиков // AIN.UA (<http://ain.ua/2013/02/07/111478>). – 2013. – 7.02*).

Twitter розпочинає показувати старі твіти в результатах пошуку як через мобільні додатки, так і у десктопній версії. Раніше результати пошуку у Twitter видавали твіти максимум тижневої давності.

Старші твіти (Twitter не уточнює наскільки старші) будуть з'являтися в результатах пошуку залежно від їхньої популярності, враховуючи їх ретвіти, кліки, кількість додавань до улюбленого. Наразі старші твіти становитимуть невеликий відсоток у результатах пошуку, але компанія має намір збільшувати їх відсоток – щоб із часом досягнути видачі найрелевантнішого контенту за пошуковим запитом користувача (*Twitter менер показує старі твіти у результатах пошуку // UkrainianWatcher (<http://watcher.com.ua/2013/02/08/twitter-teper-pokazuye-stari-tvity-u-rezultatah-poshuku/>). – 2013. – 8.02*).

Поздно вечером в пятницу разработчики Twitter сообщили о том, что добавили возможность использования «кошачьего» мем-языка lolcat. Об этом передает tech.onliner.by.

Под термином lolcat обычно понимают изображение кота с подписью в виде текста, написанного заглавными буквами и содержащего намеренно допущенные грамматические ошибки. В этом же стиле с сегодняшнего дня можно оформить весь интерфейс Twitter. В таком случае вместо followers вы увидите FOLLOWERS, кнопка написания нового твита подбодрит вас COMPOZE NEW TWEET. KTHXBYE! и т. д.

Пользователи как обычно разделились на два лагеря. Любители кошачьих веб-мемов радуются, остальные советуют разработчикам заняться спамерами и внедрением действительно полезных функций (*В Twitter добавлена поддержка «кошачьего» мем-языка lolcat // IT Expert (http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/22637-v-twitter-dobavlena-podderzhka-koshachego-mem-yazika-lolcat.html). – 2013. – 10.02).*

Студент четвертого курса Института математики, экономики и механики Одесского национального университета им. Мечникова разработал новую социальную сеть для преподавателей, студентов и работодателей, передает «Контекст-Причерноморье».

«Мы создали наш проект WCUS, это расшифровывается как we care – и study, т. е. “мы заботимся – вы обучаетесь”. Собственно, суть нашего проекта – это создание соцсети, которая организует работу между собой преподавателей, абитуриентов, студентов и работодателей. Нам идея пришла потому, что такого, полностью собранного проекта, в Интернете пока нет.

WCUS не является коммерческим проектом, поэтому мы пытаемся заинтересовать все ниши, и каждый там сможет найти что-то для себя, а что-то дать другим. Для студентов там будет электронная библиотека, возможность контактировать на форуме с учащимися по их же специальности по Одессе или по всей Украине и многое, многое другое. Для преподавателей – это элементарная связь со студентами. Они смогут давать домашнее задание по сети, и никто не сможет сказать «я забыл, вы это не давали», – рассказал в ходе пресс-конференции сам разработчик проекта В. Делинский.

Отвечая на вопрос о степени готовности проекта, разработчик сообщил, что проект на сегодняшний день находится на стадии тестирования – готово около 80 %. К началу нового учебного года проект будет запущен в стенах ОНУ им. Мечникова.

Также В. Делинский отметил, что, кроме ОНУ, проектом заинтересовались ещё два вуза – один одесский, один – николаевский.

В будущем студент планирует охватить все высшие учебные заведения Украины своей социальной сетью (*Студент создал новую соцсеть // IT Expert (http://internetua.com/student-sozdal-novuuu-socset). – 2013. – 10.02).*

Разработчики социальной сети «Одноклассники» обновили встроенный в нее сервис «Праздники». В его базу, в дополнение к известным российским и общемировым праздничным дням, были добавлены «локальные» праздники, отмечаемые только на территории отдельных государств.

Отмечается, что теперь в «Одноклассниках» свои праздники могут найти все пользователи этой социальной сети, проживающие в 229 странах мира, ведь их в базе насчитывается более 700. Кроме того, каждый пользователь

«Одноклассников» может отметить в сервисе «Праздники» какую-то дату, важную лично для него (***В «Одноклассниках» появились новые праздники // InternetUA (<http://internetua.com/v-odnoklassnikah-poyavilis-novie-prazdniki>). – 2013. – 8.02).***

LinkedIn в 2013 г. сделает упор на контент в социальной сети.

В компании LinkedIn говорят, что значительную часть 2012 г. они были заняты модификацией своей сети для того, чтобы работники и работодатели со всего мира здесь могли комфортно находить друг друга и заниматься развитием собственной карьеры или бизнес-стратегии. Однако в 2013 г. LinkedIn намерена сменить стратегию и в качестве своего основного направления ресурс выбрал направление контента.

Как рассказали в LinkedIn, в 2013 г. перед компанией стоит задача превратить LinkedIn не только в площадку для поиска профессионалов, но и в информационный хаб, где эти профессионалы смогут находить нужные им данные по работе. Кроме того, LinkedIn намерена в 2013 г. открыть производство собственного контента и запустить ряд маркетинговых программ, связанных с маркетингом.

Генеральный директор LinkedIn Д. Вейнер говорит, что в перспективе LinkedIn может разделить собственные доходы от работы примерно пополам между поступлениями от контентных услуг и непосредственно от кадровой деятельности. Ожидается, что первым контентным направлением для соцсети станет ресурс LinkedIn Today, а также развитие программы LinkedIn Influencers, в рамках которой выявляются наиболее популярные и влиятельные участники LinkedIn.

Напомним, что на прошлой неделе LinkedIn показала квартальные итоги, оказавшиеся выше ожиданий рынка на фоне роста пользовательской базы и увеличения продаж компании. В IV квартале 2012 г. выручка компании возросла на 81 % до 303,6 млн долл., превысив ожидания рынка на уровне 279,7 млн долл. Операционная прибыль компании составила 35 центов на акцию, что также выше прогноза в 19 центов на акцию.

По итогам IV квартала пользовательская база LinkedIn возросла на 8 % до 202 млн. Выручка компании от платных услуг сети, непосредственно связанных с поиском и подбором нового персонала, составила 161 млн долл., что на 90 % больше, чем годом ранее. На сегодняшний день выручка компании от рекламы и от платных услуг делится примерно поровну.

LinkedIn прогнозирует, что в I квартале текущего года продажи ресурса составят 305–310 млн долл., тогда как за весь год выручка ожидается на уровне 1,41–1,44 млрд долл. Доход компании в IV квартале от отображения рекламы возрос на 68 % до 83,2 млн долл. Чистая прибыль компании в IV квартале составила 11,5 млн долл. или 10 центов на акцию, против 6,92 млн долл. или 6 центов на акцию (***LinkedIn в 2013 г. делает упор на контент в социальной***

Одновременно с построением партнерских отношений с крупными медиа-компаниями Facebook видит перспективы для своего роста на рынке книжном, кино и фитнес-инструментов. Глава отдела развития бизнеса Facebook Д. Роуз видит будущее экосистемы приложений соцсети именно в этих отраслях.

Когда Facebook только запустила приложения, главным «двигателем прогресса» были прежде всего игры. Доминирующими игроками были тогда компании типа Zynga. В настоящее время игровая индустрия соцсети все еще прибыльный бизнес, и руководство соцсети отчисляет миллиарды долларов разработчикам, однако играть на этом рынке уже становится непросто.

Д. Роуз уверен, что следующая волна популярности будет исходить от генераторов контента вроде новостных медиа-корпораций. Обнаружилось, что пользователи делятся друг с другом тоннами статей и новостных заметок. За ними следует музыка, с растущими крупными поставщиками вроде Spotify. Д. Роуз добавил, что музыка стала социальной благодаря Facebook: пользователям стало в разы проще открывать для себя новое, так как друзья делятся тем, что слушают сами.

Д. Роуз подытожил прошлое прогнозом о грядущем: следующей волной контента будут фильмы, книги и фитнес-приложения. В киноиндустрии крупнейшей фигурой является Netflix, которая недавно, преодолев все законодательные барьеры, запустила возможность «делиться» контентом. Теперь пользователи смогут сообщить через ленту обновлений, что они в данный момент смотрят, и рекомендовать фильмы или телепрограммы друзьям.

В компании готовят ввести функционал, позволяющий поставщикам контента считывать информацию, которой делятся пользователи, чтобы выдавать наиболее релевантные рекомендации. Таким образом, создается замкнутый круг коммуникации, при котором Facebook привлекает пользователей на сайт Netflix, и те, делаясь статусами о том, что смотрят, возвращают трафик обратно на Facebook.

Что касается книг, то соцсеть заинтересована в приложениях типа GoodReads, которые также позволяют делиться с друзьями информацией об интересных книжных новинках.

Фитнес стал крайне популярным среди пользователей мобильных версий. Приложения в этой сфере Д. Роуз считает очень перспективными, так как многие пользователи, занимаясь спортом, часто делятся информацией о своих достижениях: публикуют результаты тренировок, дальность пробега, выполняемые упражнения и прочий контент (*Facebook интересуется кино, книгами и фитнесом* // *Media* *бізнес*

Впервые в российском Интернете появилась социальная бизнес-сеть Vitobi, которая позволит объединить в едином интернет-пространстве все российские и зарубежные компании и даст возможность эффективного взаимодействия для развития бизнеса.

Глава государства В. Путин неоднократно говорил о необходимости создания единого бизнес-пространства, без которого невозможно наладить коммуникацию между участниками рынка, представителями власти и бизнес-сообщества, а также молодыми, начинающими компаниями и предпринимателями. Представители крупных, средних и мелких компаний также уверены в том, что создание удобной, функциональной и открытой интернет-площадки назрело давно, но до сих пор не было ни одной понятной бизнес-сети, позволяющей получить полный спектр услуг: от организации собственного бизнеса, поиска инвесторов, эффективного позиционирования компании на рынке до реализации социально ответственной задачи бизнеса и поиска инновационных идей. Существующие порталы либо узкоспециализированы, либо представляют собой смесь поисковой системы и доски объявлений, без активного участия компаний в продвижении и создании контента.

Социальная бизнес-сеть Vitobi.org – предлагает другой подход – формирование профессионального сообщества, развитие предпринимательства и инновационных проектов через создание информационной среды и коммуникацию между всеми участниками российского бизнеса.

Среди основных преимуществ Vitobi.org:

- участники портала четко сегментированы по отраслям промышленности и по группам: стартап, мелкий бизнес, средние и крупные компании, фонды и банки, государственные структуры;
- портал станет удобным и эффективным инструментом для реализации социально ответственной функции бизнеса, путем формирования инновационных концепций и реализации различных программ помощи малому и среднему предпринимательству;
- возможность напрямую контактировать как по межотраслевой «горизонтали», так и по «вертикали»: фонд (банк)-стартап, компания-банк и т. д.;
- регистрация только юридических лиц (включая ИП) исключает «флуд», свойственный социальным сетям;
- поиск инвестиций и партнеров под инновационные бизнес-идеи, а также получение грантов и финансовых вложений в проект за счет участия российских и зарубежных инвестиционных фондов и банков;
- страница на портале станет малозатратной частью PR-кампании.

– развитие малого и среднего предпринимательства в регионах, благодаря эффективному сотрудничеству в рамках портала региональных властей и бизнеса;

– на портале есть возможность ведения блогов, создания ленты новостей, списка партнеров, коллег, «черные списки» компаний, возможность размещения аналитических материалов, просмотр статистики по различным отраслям бизнеса, четкое разделение по регионам, отраслям и пр. (*В Рунете появилась социальная бизнес-сеть // Мир Интернета (<http://mirineta.com/1512-v-runete-poyavilas-socialnaya-biznes-set.html>). – 2013. – 13.02).*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Facebook помог девушке найти свою биологическую мать.

М. Цукерберг не раз говорил, что главная цель Facebook – соединять людей, даже если те находятся на очень большом расстоянии. По большому счету, так оно и есть (ну почти). Но случаются необычные истории, как, например, с молодой жительницей штата Юта, которой социальная сеть помогла найти свою биологическую мать.

Д. Саймонс выросла в приемной семье, но всегда хотела найти своих биологических родителей. В последнее время пользователи Facebook частенько что-нибудь выпрашивали, собирая на спор нужное количество отметок «Мне нравится», и девушка поняла, что это неплохая идея.

Она тоже сделала фотографию с плакатом, на котором описала свою ситуацию, и сделала ее главной на своей странице. Друзья и друзья друзей поделились этим снимком сто пятьдесят тысяч раз. Первые несколько звонков от настоящих мам оказались подставными, но потом Д. Саймон повезло, и она нашла ту, которую искала.

«Она прислала мне мои детские фотографии, которые ей дала моя приемная мама. Вдобавок, она знала, что при родах врачи настояли на кесаревом сечении», – поведала девушка.

Воссоединение с мамой для Д. Саймон еще впереди, но она несказанно рада, что Facebook помог ей. К сожалению, отец еще не объявился, но девушка не теряет надежды (*Facebook помог девушке найти свою биологическую мать // InternetUA (<http://internetua.com/Facebook-pomog-devushke-naiti-svoua-biologiceskuua-mat>). – 2013. – 3.02).*

Священнослужители становятся все активнее в Интернете. «Сегодня» разобралась в их онлайн-активностях и выяснила, что попадают и фейковые страницы.

Глава РПЦ патриарх Кирилл призвал священников активнее пользоваться

Интернетом, мотивируя это тем, что «не присутствовать в соцсетях – значит расписаться в собственной беспомощности и нерадении о спасении братьев». «Сегодня» промониторила странички религиозных сообществ и деятелей.

Например, архиепископ УПЦ КП Е. Зоря – активный пользователь Facebook. Мало того что у него почти три с половиной тысячи друзей, он по несколько раз в день оставляет на своей странице посты о Святом писании, актуальных политических событиях и спорных вопросах истории. «Я веду свою личную страницу, чтобы иметь возможность общаться с людьми, которых вряд ли встречу в жизни. Когда есть время, отвечаю на вопросы прихожан, но вообще, считаю, что Интернет никогда не заменит личного общения и может служить только дополнением», – объяснил нам Е. Зоря.

Глава Синодального информационно-просветительского отдела УПЦ МП Г. Коваленко чуть менее активен: на своей странице он пишет, что его вдохновляет А. Макаревич, а перед Крещением намекнул, что Бог не всемогущ: «Не набирайте воду в речках и лужах. Не думайте, что Господь, освящающий все водное естество, еще будет и фильтром по очистке воды, которую мы же загадили».

А вот под именем патриарха Филарета (предстоятеля УПЦ КП) «ВКонтакте» явно скрывается кто-то другой: «Во имя отца, сына и святого духа освящаю сей паблик (группа в соцсети. – Авт.)», – пишет лжепатриарх и бросает ссылку на страницу о кино с нецензурными словами в названии. В группе «РПЦ: душепопечительское служение» на стене можно найти записи со ссылками: «Люди в черном, или Кто такие готы?», «Новый опыт киевского флешмоба». Люди просят о помощи, но служители церкви им почему-то не отвечают, зато постят наставляющие на путь истинный записи: «Духовную брань с бесами нужно вести смирением, частым исповеданием, молитвою (Свт. Григорий Двоеслов). (Испытано! Приносит победы!)».

Альтернативные церкви: баптисты, иеговисты проявляют в Интернете еще большую активность. В группе «Онлайн церковь» в обсуждении с просьбами прихожан на вопрос, что делать, если человек не может найти себе квартиру, отвечают: «Мы можем начать молиться за твоего знакомого». Официальная церковь утверждает, что Интернет – очень важная площадка для религиозного просвещения: «Конечно, это влияет на количество прихожан, особенно молодых. Стараемся привлекать их разными оригинальными способами (актуальные новости, ссылки на мероприятия, просто интересные картинки), и в итоге людей, которые интересуются религией, становится больше», – рассказал «Сегодня» глава пресс-службы УПЦ МП В. Анисимов (*Балаева Т. Лжепатриарх Филарет бросает ссылки на неприличные фильмы // Сегодня (<http://www.segodnya.ua/ukraine/Lzhepatriarh-Filaret-brosaet-ssylki-na-neprilichnye-filmy-.html>). – 2013. – 5.02).*

Премьер-министр Украины Н. Азаров поблагодарил М. Цукерберга за

Facebook. Об этом глава правительства написал на своей странице в социальной сети. «Прочитал сегодня в Интернете, что Facebook празднует свой девятый день рождения.

Пользуясь случаем, хочу поздравить с этим “мини-юбилеем” всех подписчиков моей страницы», – написал Н. Азаров.

Он отметил, что с помощью социальной сети узнает о проблемах граждан.

«Так сложилось, что именно эта сеть уже почти два года является моим каналом общения с людьми в Интернете. Благодаря ей, я узнаю объективную ситуацию в регионах, помогаю решить возникшие проблемы. Иногда черпаю идеи и предложения, которые могут пригодиться в работе», – написал глава правительства.

«Поэтому хочу поблагодарить создателя Facebook, и всех тех, кто работает в этой компании, за такую полезную и для многих уже незаменимую площадку, – подчеркнул Премьер-министр. – Удачи и неиссякаемой энергии в Вашей работе» (*Н. Азаров поблагодарил Цукерберга за Facebook // Версии.com (<http://www.versii.com.ua/news/272300/>). – 2013. – 5.02).*

Суды используют соцсети для коммуникаций с подсудимыми и свидетелями.

Эстонские суды теперь используют социальные сети для коммуникации с подсудимыми, свидетелями и другими участниками процесса.

Правда, самих документов людям в Facebook или Twitter не шлют, а предоставляют ссылку на официальный сайт суда. Там нужно зарегистрироваться, используя паспортные данные.

После этого электронная система предоставляет доступ к нужным документам. 78 % эстонцев пользуются Интернетом и почти половина из них зарегистрированы в Facebook. Поэтому нововведение значительно ускоряет ход судебных дел и позволяет государству сэкономить средства на бумажных листах (*Повестку в суд европейцам отправят через Facebook // InternetUA (<http://internetua.com/povestku-v-sud-evropeicam-otpravlyat-cherez-Facebook>). – 2013. – 7.02).*

В Московском патриархате подумают, как Церкви присутствовать в социальных сетях.

Председатель Информационного отдела Московского патриархата В. Легойда сообщил в среду РИА «Новости», что завершившийся накануне Архиерейский собор РПЦ дал поручение разработать концепцию присутствия Церкви в социальных сетях. Она должна появиться менее чем через два года.

В своем докладе на Архиерейском соборе патриарх Кирилл отметил, что проснувшийся интерес к жизни РПЦ в социальных медиа нужно обратить во

благо, рассказывая правду тем, кто прежде слышал о Церкви лишь клевету и ложь. Предстоятель РПЦ убежден в том, что блоги и социальные сети, аудиторию которых преимущественно составляет молодежь, дают новые возможности для христианского свидетельства, и этим нужно пользоваться.

По словам В. Легойды, понимание этой работы существует уже давно. «Мы серьезно изучали ситуацию в социальных сетях, мы провели несколько внутренних семинаров в Синодальном информационном отделе со специалистами по развитию социальных сетей... Я думаю, что в ближайшие два года или раньше какие-то результаты должны быть», – сказал руководитель Информационного отдела РПЦ.

Он пояснил, что разработкой программы участия Церкви в соцсетях займется Миссионерский, Молодежный и Информационный отделы Московского патриархата. В. Легойда отметил, что специфика социальных сетей в том, что это «быстро меняющаяся среда», и сослался на экспертов, которые полагают, что в течение пяти – шести лет на смену концепту социальных сетей придет некий другой концепт.

«Соответственно, это тоже является профессиональной задачей – как вот в этом быстро меняющемся мире успеть говорить о главном, что вообще не всегда легко поддается выражению в том формате, который предлагают современные СМИ... Я надеюсь, эта задача будет успешно реализована, с учетом и нашего опыта, и опыта зарубежного, у нас есть взаимодействие с зарубежными коллегами», – сказал В. Легойда (***В Московском патриархате подумают, как Церкви присутствовать в социальных сетях // InternetUA (<http://internetua.com/v-moskovskom-patriarhate-podumauat--kak-cerkvi-prisutstvovat-v-socialnih-setyah>). – 2013. – 7.02).***

Социальная сеть Facebook впечатляет не только числом зарегистрированных участников, но и некоторыми другими, довольно грустными цифрами. Так, около 8 тыс. членов Facebook ежедневно отходят в мир иной. Что же происходит с их профилями?

Несколько месяцев назад один из пользователей сети – Р. Херл – потерял своего друга. Человек умер внезапно и Р. Херл узнал об этом из сообщения на Facebook. Он зашёл на его страницу и обнаружил там несколько комментариев, который тот оставил как раз в день своей смерти.

После этого Р. Херлу пришла в голову идея каким либо образом увековечить память о своём друге на Facebook.

Что происходит с людьми, которые нас покидают и насколько Facebook – подходящее место для увековечивания их памяти? – подумал он.

Р. Херл не захотел создавать «памятник» безвременно ушедшим людям на специализированных ресурсах, таких как Legacy.com или Tributes. Так, Legacy перепечатывает некрологи из местных газет и просит около 50 долл. в год за сайт-мемориал. А Tributes берёт за страницу с одним фото и некрологом

10 долл. единоразово.

Но Р. Херл посчитал, что раз Facebook – именно то место, где многие люди проводят большую часть своей онлайн-жизни, необходимо как раз в этой системе создать отдельный раздел – нечто вроде кладбища, на котором можно «хоронить» пользователей сети, которые уже отошли в мир иной.

В результате он основал сайт Evertalk. На сегодняшний день этому приложению уже около четырех недель и оно насчитывает свыше 3 тыс. виртуальных монументов, установленных в честь умерших владельцев аккаунтов на Facebook.

Примечательно, что немало монументов воздвигнуто в честь различных звезд, таких как Р. Кинг и У. Хьюстон.

Используя функционал Facebook, приложение Evertalk позволяет пользователям, потерявшим своих близких, создавать фото- и видеостраницы, а также гостевую книгу. К тому же, Evertalk включает опцию для создания страницы пожертвований.

Приложение полностью работоспособно и без Facebook, заявляет разработчик, однако большинство людей не хочет покидать эту социальную сеть во время пребывания в Интернете.

Evertalk включает множество различных опций, вроде свечи памяти. Кстати, одна из опций – просто оставить профиль как есть. Одна семья именно так и поступила с профилем своего больного отца. И каждый год на странице появляются... молитвы за его здоровье.

Инсталляционный пакет Evertalk можно скачать бесплатно и, конечно же, просмотр уже созданных онлайн-мемориалов также не требует оплаты. Те, кто хочет опубликовать страницу, могут выбрать тарифный план 2 долл. месяц или 29 долл. в год, в рамках последнего доступно создание неограниченного числа страниц. При этом первый месяц предлагается бесплатно. Скоро ожидается введение довольно компромиссного тарифного плана, по которому Evertalk сможет продавать виртуальные цветы на вашей странице (*Evertalk – онлайн-кладбище мёртвых аккаунтов Facebook // InternetUA (http://internetua.com/Evertalk---onlain-kladbisxe-m-rtvih-akkauntov-Facebook) – 2013. – 8.02).*

Херсонцы хотят заставить депутатов голосовать персонально.

В социальных сетях херсонцы обсуждают возможность проведения акции в поддержку персонального голосования, а руководитель общественной организации «Развитие» А. Парфенова предложила выйти на улицы Херсона, чтобы озвучить представителям местных властей заявление общественности. Пока что время и место пикета не выбраны, но уже написан окончательный текст заявления.

В частности, в нем говорится: «Ми вимагаємо від депутатів Верховної Ради зробити все, що в їх силах для забезпечення виконання норми Конституції

України про особисте голосування. Зокрема досягнути відповідних політичних домовленостей і показати приклад дотримання слова, запровадити технічні засоби забезпечення особистого голосування, розмежувати час обговорення питань та голосування щодо них. А на перспективу – розробити, внести та ухвалити законопроект про внесення змін до Конституції України щодо ухвалення рішень (за незначним винятком) відносно більшістю за наявності відповідного кворуму, як це є у більшості європейських парламентів».

Остаются открытыми следующие вопросы: поддержит ли большинство идею выйти на улицы города с требованиями к местным властям и какой эффект может возыметь подобная акция? *(Херсонцы хотят заставить депутатов голосовать персонально // www.0552.ua (http://www.0552.ua/news/272010). – 2013. – 12.02).*

Хэштег «#метеорит» возглавил утром 15 февраля список мировых трендов сервиса микроблогов Twitter. Это произошло после того, как МЧС сообщило о выпадении в Челябинске метеоритных осадков.

Кроме того, по состоянию на 11:35 по Москве в списке наиболее обсуждаемых тем Twitter числились #RussianMeteor (вторая строчка), Urales, Chelyabinsk и «Урале» (шестая, седьмая и восьмая строчки соответственно). Еще несколько тем, связанных с метеоритом, заняли верхние места в списке трендов Twitter в России.

«Метеоритной» теме посвятили 15 февраля и «дудл» (анимированный логотип) на главной странице поисковика Google. Однако речь в этом случае идет не о челябинском метеорите, а об астероиде 2012 DA14, который сблизится с Землей в ночь с 15 на 16 января по московскому времени.

В результате падения метеорита в Челябинской области по разным данным пострадали от 50 до 150 человек. В основном это ушибы и порезы от стекол, выбитых взрывной волной. При этом в МЧС заявили, что не нашли обломков самого метеорита *(Челябинский метеорит возглавил мировые тренды Twitter // InternetUA (http://internetua.com/chelyabinskii-meteorit-vozglavil-mirovie-trendi-Twitter). – 2013. – 15.02).*

Священники заводят страницы в «Одноклассниках» и «ВКонтакте», чтобы привлечь молодежь.

Теперь пообщаться со священниками можно не только в церкви, но и в социальных сетях. Там можно заказать молитву, службу Божью, освящение колодца, авто, дома и даже поставить виртуальную свечу в интернет-часовнях, пишет molbuk.ua.

«Мы создали сайт Буковинско-Черновицкой епархии УПК КП, – рассказал настоятель храма Преподобной Параскевы отец Н. Семелюка. –

Время идет вперед. Надо использовать плоды цивилизации для проповеди слова Божия. Церковь это не запрещает. На сайте информируем прихожан о событиях, которые происходят в храмах, размещаем фото, проповеди».

Поддерживает отца Николая и настоятель храма Пресвятой Троицы отец В. Плишка. «Церковь призвана быть там, где есть люди. А поскольку значительная часть черновчан, особенно молодых, просто “живет” в социальных сетях, то священник должен искать их там, – пояснил священнослужитель. – Год назад мы открыли свой сайт. Это как подручная книга, из которой можно узнать много интересной информации о молитвах, воскресную школу, богослужение, крещение ребенка, венчание, похороны. Люди пишут нам о своих жизненных и семейных проблемах, просят совета».

Помогает переступить церковный порог виртуально и отец Р. Грищук с Глубокой, который имеет свои страницы в «Одноклассниках» и «ВКонтакте». «Мне часто пишут студенты и школьники, которые просят совета в определенных жизненных ситуациях. Молодые люди спрашивают, как правильно молиться, можно ли жить в гражданском браке, позволяет ли церковь расставаться. Много писем присылают наши заробитчане, которые чувствуют себя одинокими в чужих странах» (*Священники заводят страницы в «Одноклассниках» и «ВКонтакте», чтобы привлечь молодежь // InternetUA (<http://internetua.com/svyasxenniki-zavodyat-stranici-v--odnoklassnikah--i--vkontakte---cstobi-privlecs-molodej>). – 2013. – 15.02).*

БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Оценена активность брендов в сети «ВКонтакте».

Социальные медиа стали для многих компаний неотъемлемой частью маркетинговых коммуникаций. В самой популярной в России социальной сети «ВКонтакте» на конец января действовало уже 68 сообществ различных брендов, насчитывающих свыше 100 тыс. человек. В три таких группы – МТС, Сбербанк и Raffaello – вступили более 1 млн пользователей. Но, утверждает компания Socialist, по активности своих участников сообщества МТС и Сбербанк заметно проигрывают тому же Raffaello, а также менее массовым группам Lundenilona, Pampers, Clearasil.

Специализирующая на рекламе в цифровых медиа компания Socialist представила анализ поведения различных брендов в самой популярной в России социальной сети – «ВКонтакте». По итогам декабря 2012 г. ее ежедневная аудитория, согласно данным исследовательской компании TNS Russia, достигла почти 24 млн россиян в возрасте 12–54 лет, тогда как у «Одноклассников» этот показатель равнялся 16,5 млн, у «Моего мира» Mail.ru – 5,4 млн, у Facebook – 4,1 млн человек.

Всего на 26 января во «ВКонтакте», как подсчитали в Socialist, было 68 сообществ от имени различных брендов, чья численность превысила

100 тыс. человек. Для анализа компания взяла первые 50. Рассматривались только официальные сообщества, причем разные группы, созданные от имени одного бренда, анализировались отдельно: например, на 17-м месте по численности оказалось сообщество Adidas с 331,8 тыс. участников, а на 45-м – Adidas Originals с 151,8 тыс.

Далее компания просканировала так называемые стены сообществ (их главные страницы), подсчитав активность участников группы за месяц с 26 декабря по 25 января. Фиксировались сообщения на стене, комментарии к ним, лайки (отметки, что пользователю нравится данное сообщение или комментарий) и репосты (перенос сообщения из группы на свою личную страницу). Каждое такое действие оценивалось в один балл. Их общее количество Socialist рассматривает как неуникальную активность, поскольку один и тот же человек может написать сразу несколько сообщений и поставить десяток лайков к разным комментариям. Была подсчитана и активность уникальная, когда учитывалось только число уникальных авторов сообщений и комментариев, лайков и репостов.

На основе этих данных был выведен коэффициент активности участников группы. Под ним подразумевается соотношение общего числа сообщений, комментариев, лайков и репостов к численности группы. Так, сообщество МТС на 26 января насчитывало свыше 1,34 млн человек. По этому показателю оператор занимает первое место. За анализируемый месяц на стене МТС появилось 31 сообщение, 453 комментария к ним, 4,14 тыс. лайков и 402 репоста. Таким образом, неуникальная активность оценена в 5026 балла. Отношение к числу участников группы получается всего 0,37 %. Уникальная активность у МТС равна 1536 баллам: один автор сообщения (на стене МТС появляются сообщения только от имени компании), 173 комментатора, 1322 уникальных лайка и 140 уникальных репостов. Коэффициент уникальной активности равен уже 0,11 %. По этому показателю сообщество занимает только 46-е место из 50 возможных.

У Сбербанка, чье сообщество насчитывает более 1,1 млн человек, коэффициенты уникальной и неуникальной активности также оказались невелики: 0,28 % и 0,9 % соответственно. Зато у группы Raffaello при общей численности 1,317 млн человек эти показатели равны 4,06 %, неуникальной – и вовсе 18,97 %. Высокая активность также свойственна группам, созданным от имени производителя шампуней Lundenilona, средства по уходу за кожей Clearasil, подгузников Pampers и косметики Avon.

Использованный Socialist подход актуален, но вряд ли применим для оценки результатов работы бренда в социальных сетях, считает директор по социальным медиа агентства AdWatch Isobar И. Тулинов. Он напоминает, что уровень активности пользователей в таких группах слабо коррелирует с ключевыми для рекламодателей показателями: уровнем знания бренда, лояльности к нему, готовностью рекомендовать его знакомым.

Работа в социальных сетях позволяет проводить таргетированные

кампании и оперативно получать связь от пользователей, уточняет пресс-секретарь МТС В. Кузьменко основную цель создания собственных групп в сетях «ВКонтакте», Facebook и Twitter. Для Сбербанка, как уверяют в его пресс-службе, количество лайков в соцсетях не является определяющим показателем. «Для нас важно повысить финансовую грамотность населения, а это можно увидеть по количеству и уровню вопросов, которые задают пользователи сетей», – пояснили в банке. В «Вымпелкоме», чье сообщество «Билайн» с 809 тыс. участников занимает четвертое место, признались, что при выборе контента, который размещается в соцсетях, непременно учитывают, насколько активно пользователи реагируют на размещаемый материал (*Оценена активность брендов в сети «ВКонтакте» // Media бизнес (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/33628/118/lang,ru/>). – 2013. – 4.02).*

Twitter пытается создать собственный телевизионный рейтинг.

Twitter продолжает идти в направлении создания собственного телевизионного рейтинга. Если в прошлом году первым шагом в этом деле стало заключение договора с исследовательской компанией Nielsen, то в 2013 г. американцы пошли дальше и приобрели компанию-телеизмерителя – Bluefin Labs, сообщает cableman.ru.

По неофициальной информации, сделка по покупке BlueFin Labs становится для Twitter самой дорогой за всю историю компании. По данным издания Business Insider, Twitter уже закрыла сделку по приобретению BlueFin Labs.

Продукты купленной компании ориентированы на медийные проекты и помогают им понять, как люди применяют социальные сетевые ресурсы применительно к их телевизионным пристрастиям.

В конце прошлого года Twitter объявил о намерении создать собственный телерейтинг. Новый сервис получит название Nielsen Twitter TV Rating и будет запущен в эксплуатацию осенью 2013 г. Планируется, что данные рейтинга будут основываться на мнении телезрителей, являющихся пользователями Twitter. Новый сервис будет собирать упоминания различных каналов и телепрограмм в записях блоггеров, а затем анализировать их и преобразовывать в статистику.

Nielsen Twitter TV Rating станет дополнительным инструментом для рекламодателей для оценки привлекательности ресурсов, на которых они собираются размещать свои площадки, а для телеканалов – для измерения аудитории и оценки качества своего контента. Учитывая, что в сервисе зарегистрировано свыше 500 млн пользователей, из них активных – более 200 млн, а количество ежедневных твитов превышает отметку в 340 млн, данные нового телеизмерения должны быть интересными (*Twitter пытается создать собственный телевизионный рейтинг // IT Expert*

(<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/22454-twitter-priobrela-kompaniiu-teleizmeritelya.html>). – 2013. – 6.02).

10 маркетинговых стратегий для соцсетей на 2013 г.

Популярность социальных сетей стремительно возрастает, так что уже никто не может игнорировать влияние социального маркетинга. Поэтому необходимо заранее составить стратегию по работе в социальных сетях в 2013 г. В этом году вы должны извлечь урок из ошибок прошлого и планировать будущее. Вот список из 10 стратегий для социального маркетинга на 2013 г.

1. Сделайте обзор всего сделанного в 2012 г.

Первое, о чем нужно помнить, составляя маркетинговый план, это о том, что вы делали в прошлом году. Вам нужно извлечь урок из ошибок, совершенных в 2012 г.

2. Определите цели на 2013 г.

Социальные сети так же обширны, как и океан. Есть масса мельчайших деталей, с которыми вы вряд ли сможете разобраться за ближайшие дни. Вы должны понимать все аспекты социального маркетинга, а прийти к этому пониманию в одиночку невозможно.

Таким образом, вам нужно собрать команду экспертов, ответственных за постановку целей на 2013 г. На чистом листе вы должны правильно разметить ваш план. Не важно, обращаетесь вы к клиентам или к потребителям – вам нужно иметь грамотно выстроенную стратегию. Поэтому цели, которых вы хотите достичь, лучше обрисовать за максимально короткое время.

3. Очеловечьте социальные сети своим присутствием.

Обычно, занимаясь социальным маркетингом, компании и маркетологи совершают очевидные ошибки. Например, они недооценивают важность человеческого фактора при запуске кампании в Facebook или Twitter.

Они зачастую забывают или пренебрегают человечностью социального маркетинга. Поэтому вы должны создать свой личный бренд в социальных сетях.

4. Исследуйте все ваши локальные и таргетированные социальные сети.

Вам нужно попытаться сделать все, на что вы способны, чтобы выявить все локальные социальные сети в своей нише. Те из них, что связаны непосредственно с вашим городом, дадут вам больше информации о том, что происходит вокруг. В социальном маркетинге очень важно знать, о чем говорят люди, и лучший способ добиться этого – участвовать в жизни локальной соцсети.

Во-вторых, вы должны таргетировать социальные сети в своей нише. Это поможет вам узнать всех ваших конкурентов. Более того, вы можете объединиться с ними и продвигать ваш товар или услугу более эффективно.

Таким образом, локальные и таргетированные социальные сети очень

важны в социальном маркетинге.

5. Скоординируйте работу рекламы в Интернете и за его пределами.

Это один из важнейших аспектов социального маркетинга. В этом году вы должны совместить онлайн- и офлайн-рекламу. Все ваши рекламные кампании – как в Интернете, так и за его пределами – должны строиться на взаимодействии. Поэтому ваша правая рука должна знать, что делает левая.

В этом году ваша команда маркетологов должна проводить оба вида кампании одновременно. Соедините их, чтобы добиться большего в социальном маркетинге.

6. Создавайте все больше вирусного контента.

Если вы хотите увеличить посещаемость вашего блога или сайта, вы должны создавать контент, который может стать вирусным. А это всегда проблема.

В этом году вы должны приложить дополнительные усилия к созданию вирусного контента, поскольку легко вам не будет. Вам нужно задаться целью, чтобы как можно больше людей посетило ваш сайт за день. Вы должны выяснить, как с этим справляются другие. Но это требует обширных исследований и серьезной работы с фактами.

7. Оптимизация SEO для социальных сетей.

Понятно, что оптимизация SEO – старый трюк, и вы можете сказать, что с этим не надо делать ничего дополнительно. Но, в социальном маркетинге SEO отличается от органического поиска.

Чтобы в социальных сетях добиться большего, вам нужно добиться устойчивого присутствия в социальных сетях. Ваша команда по SEO должна знать, как этого добиться в Facebook или Twitter.

Так что в этом году перепишите свою стратегию по SEO в социальных сетях.

8. Объедините все возможные мультимедийные инструменты.

Чтобы ваши усилия в социальном маркетинге не прошли даром, вам нужно объединить все мультимедийные инструменты. Это означает, что для эффективной работы вашего социального маркетинга, контент должен быть динамичным и ярким.

Среди этих инструментов могут быть фото, видео, инфографика и прочее. Вам нужно использовать их, чтобы ваш контент был более релевантным. Вы также можете использовать приложения и дополнения.

9. Следите за мейнстримом.

Если вы хотите научиться маркетингу, вам нужно посмотреть, как крупные игроки вроде MNC работают с мейнстримными носителями. Как все мы знаем, социальные сети постепенно замещают традиционные каналы, но последние работают с массами все еще эффективнее. Так что вы должны включить в свою стратегию работу с мейнстримными каналами. 2013 г. будет также и их годом, соответственно рекламодатели будут нуждаться в них.

10. Наконец, выходите за пределы Facebook и Twitter.

В 2013 г. подумайте о том, что находится за пределами Facebook и Twitter, вы должны исследовать и другие возможности, с помощью которых можете привлечь внимание людей.

Вы можете опробовать платный носитель для большего воздействия. Это может быть дорого, но вам нужно быть готовым пробовать все, что есть на рынке (*10 маркетинговых стратегий для соцсетей на 2013 г. // Marketing Media Review* (<http://mmr.ua/news/id/10-marketingovyh-strategij-dlja-socsetej-na-2013-god-33487/>). – 2013. – 6.02).

Исследование: малый бизнес предпочитает LinkedIn и не любит Twitter.

Лишь 3 % владельцев малого бизнеса заявили, что потенциально самым выгодным социальным ресурсом для них является Twitter, выяснили консультанты компании Vistage International.

Большинство же представителей малого бизнеса выбирают LinkedIn (41 %), показали результаты недавнего исследования.

Эта профессиональная социальная сеть популярнее среди предпринимателей, чем YouTube (16 %) и Facebook (14 %) вместе взятые.

Как правило, владельцы небольших компаний ограничены во времени и средствах, чтобы выяснить наиболее подходящие способы использования социальных медиа для своего бизнеса.

Лишь четверо из десяти представителей малого бизнеса сказали, что в их компании продвижением в социальных медиа занимается специально выделенный для этого сотрудник. При этом половина из них проводят в социальных сетях еженедельно от одного до пяти часов, а треть – вообще не пользуются социальными медиа.

Результаты исследования красноречиво говорят о том, что Twitter так и не смог продемонстрировать малому бизнесу свои преимущества, несмотря на предпринятые попытки (*Исследование: малый бизнес предпочитает LinkedIn и не любит Twitter // Media бизнес* (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/33651/118/lang,ru/>). – 2013. – 5.02).

Facebook будет отмечать специальным значком таргетированную рекламу.

Социальная сеть Facebook под давлением правозащитных организаций планирует изменить работу системы рекламы на страницах своего ресурса. Компания планирует отмечать специальным значком ту рекламу, отображение которой основано на данных, собранных о поведении пользователя в сети.

Ранее на Facebook оказывали давление многие организации по защите прав потребителей и ряд национальных регуляторов стран, которые заявляли, что Facebook слишком активно собирает пользовательские данные и ничего об

этом не сообщает самим пользователям.

В итоге, компания будет размещать серый значок «X» рядом с роликом или объявлением, которое базируется на поведенческом анализе. Нажав на значок, пользователь может убрать такую рекламу. Кроме того, в меню AdChoise пользователь сможет заблокировать показы поведенческой рекламы. На сегодня на Facebook также есть значок «X» рядом с блоком объявлений, но он не разделяет таргетированную и обычную рекламу.

Отметим, что решение об уведомлении относительно рекламы было принято после того, как американская Федеральная комиссия по торговле пригрозила Facebook разбирательством относительно ее рекламной практики, заявив, что пользователи ресурса должны иметь «четкое и ясное понимание» того, какая реклама базируется на поведенческом анализе. Новая система заработает на Facebook в конце марта (*Facebook будет отмечать специальным значком таргетированную рекламу // Media бизнес (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/33668/118/lang,ru/>). – 2013. – 6.02).*

Як працюватиме офіційна біржа з розміщення рекламних постів у спільнотах «ВКонтакте».

У травні – липні 2013 р. «ВКонтакте» запустить офіційну біржу для купівлі-продажу постів у спільнотах. О. Круглов, євангеліст «ВКонтакте», під час одного з вебінарів розповів деякі подробиці про цю біржу:

1. Щоб продавати рекламу в своїй спільноті на біржі, адміністратор повинен буде в налаштуваннях увімкнути цю опцію.
2. «ВКонтакте» попередньо буде модерувати всі рекламні повідомлення.
3. Адміністратор групи має одобрити кожне рекламне повідомлення.
4. Якщо адміністратор спільноти буде розміщувати рекламні публікації в обхід офіційної біржі, спільноту за це можуть забанити за порушення правил.
5. Адміністратори спільнот самі будуть встановлювати бажану ціну за рекламні публікації.
6. Рекламна публікація в спільноті буде розміщуватися не частіше одного разу на день.
7. «ВКонтакте» буде забирати собі 10–15 % від вартості розміщених рекламних повідомлень.

О. Круглов також зазначив, що, за його підрахунками, не більше 3000 спільнот підійдуть для розміщення реклами після запуску біржі (*Як працюватиме офіційна біржа з розміщення рекламних постів у спільнотах «ВКонтакте» // UkrainianWatcher (<http://watcher.com.ua/2013/02/08/yak-pratsyuvatyme-ofitsiyna-birzha-z-rozmischennya-reklamnyh-postiv-u-spilnotah-vkontakte/>). – 2013. – 8.02).*

Twitter поднимает стоимость рекламы в рамках Promoted Trends.

Согласно данным интернет-издания All Things Digital, социальная сеть Twitter, судя по всему, отмечает рост спроса на услуги собственной рекламы со стороны самых крупных рекламодателей. На прошлой неделе сеть микроблогинга подняла стоимость сервиса Promoted Trends до 200 тыс. долл. в день.

Новая цена – это 33-процентное увеличение цены на использование сервиса от прежнего уровня. Всего же данный сервис был введен в строй еще в 2010 г. и с тех пор его цена возросла на 150 % (изначально он стоил 80 тыс. долл. в день).

Twitter продвигает данную функцию как возможность для бизнеса увеличить заинтересованность пользователей в бренде, услуге или продукте. Promoted Trends появляется в секции Twitter Trends и становится доступен максимально широкому кругу пользователей по всему миру. Кроме того, объявления в Promoted Trends имеют специальное цветовое выделение, повышающее заметность данных. Если бы у компании была 100-процентная загрузка по Promoted Trends, то Twitter это бы принесло дополнительную выручку в 73 млн долл. в год. Ранее в рамках данной промо-возможности свои продукты продвигали компании Virgin, HBO, Samsung, JetBlue и др.

В Twitter говорят, что одновременно с появлением данных рекламодателя в секции Promoted Trends, которая отображается справа на домашних страницах пользователей, Twitter также предоставляет доступ к специальным страницам для рекламодателей, при помощи которых последние могут отслеживать эффективность рекламной кампании (*Twitter поднимает стоимость рекламы в рамках Promoted Trends // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/twitter-podnimaet-stoimost-reklamy-v-ramkah-promoted-trends-33553/>). – 2013. – 11.02*).

Согласно прогнозу аналитической компании Gartner, к 2015 г. до половины новых покупателей интернет-магазинов будут приходиться за покупками из социальных сетей. В свою очередь, интернет-магазины будут идентифицировать значительную часть пользователей из социальных сетей.

На сегодняшний день лишь около 5 % клиентов интернет-магазинов из социальных сетей опознаются последними, так как магазины уже установили в числе своего программного обеспечения решения для идентификации пользователей из соцсетей. В Gartner прогнозируют, что в ближайшие несколько лет это число значительно возрастет, а социальные сети будут достаточно активно использовать собственную аудиторию для маркетинговых целей.

Gartner советует интернет-магазинам уже сегодня заняться созданием систем кросс-авторизации пользователей с социальными сетями, чтобы

максимально облегчить для пользователей процесс создания и размещения заказа на покупку товара. Для пользователей единые системы авторизации также достаточно удобны, так как им не приходится регистрироваться на разных ресурсах, а пользоваться всего одним логином/паролем для идентификации.

По прогнозам Gartner, в ближайшие два года многие интернет-магазины начнут поддержку открытых технологий для управления авторизацией. «Поддержка таких технологий, как OAuth или OpenID, на сегодняшний день является стандартной для большинства IAM-вендоров, но традиционные системы управления интернет-торговлей пока не всегда обеспечивают подобную поддержку, – говорит А. Аллен, аналитик Gartner. – Мы ожидаем, что в будущем поддержка открытых протоколов авторизации станет стандартной для большинства операторов интернет-торговли» (***Gartner: интернет-магазины будут получать до 50 % покупателей из соцсетей // Marketing Media Review (http://mmr.ua/news/id/gartner-internet-magaziny-budut-poluchat-do-50-pokupatelej-iz-socsetej-33567/). – 2013. – 12.02).***

Facebook звинуватили в крадіжці кнопки Like.

Компанія Rembrandt Social Media подала позов проти Facebook, у якому звинувачує найбільшу соціальну мережу світу в незаконному використанні патентів, що належать компанії, які описують функцію, аналогічну використовуваній у Facebook кнопки Like.

Два патенти, на які Rembrandt Social Media посилається у своєму позові, були отримані голландським програмістом І. ван де Меєром у 1998 р., за кілька років до появи Facebook. Голландець був автором соціального сервісу Surfbook, який давав змогу обмінюватися контентом з друзями за допомогою спеціальної кнопки. У 2004 р. він помер.

Rembrandt Social Media, якій нині належать патенти небіжчика, подала позов до федерального суду штату Вірджинія. На думку позивача, успіх Facebook частково базується на незаконному використанні патентів І. ван де Меєра. Позивач розраховує на отримання ліцензійних відрахувань строком до 2021 р.

Facebook нерідко стає метою патентних позовів: тільки у 2012 р. проти соцмережі їх було подано близько двох десятків (***Facebook звинуватили в крадіжці кнопки Like // СВІТ24.net (http://svit24.net/technology/67-technology/56617-facebook-zvynuvatyly-v-kradizhci-knopky-like).*** – 2013. – 12.02).

Реклама в новостной ленте Facebook эффективнее обычной.

Nanigans – компания, занимающаяся исследованием эффективности рекламы на Facebook, – опубликовала результаты своего последнего исследования.

Компания изучила реакцию на рекламу пользователей соцсети в США и пришла к выводу, что объявления, появляющиеся в правой части страницы, работают слабо: только 0,4 % пользователей переходит по ним, тогда как по объявлениям в новостной ленте переходит 1,87 % человек, что в 46 раз больше.

Коэффициент окупаемости инвестиций рекламы в ленте также оказался на 14 % выше. Интересно, что стоимость за переход по объявлению в новостной ленте меньше (0,26 долл.), чем стоимость доменной рекламы на Facebook (0,82 долл.).

Что касается рекламы на Facebook для мобильных устройств, то количество переходов по ним составляет 3,38 %, что почти в два раза больше, чем переходы с обычных компьютеров. Стоимость за клик по объявлению в мобильной новостной ленте также почти вдвое меньше (0,14 долл.), чем стоимость за клик в обычной (0,26 долл.) (*Реклама в новостной ленте Facebook эффективнее обычной // Reklamaster (<http://reklamaster.com/news/id/39619/index.html>). – 2013. – 12.02).*

Маркетинг в социальных медиа – инструмент далеко не новый. Однако до сих пор не все бренды сумели достичь в нем успеха, что позволяет им сомневаться в его эффективности. Мы напоминаем перечень основных «за» и «против» SMM, которые и определяют сильные и слабые стороны этого инструмента.

«За»:

1. Социальные медиа помогают SEO. Продуманный маркетинг в социальных медиа может поддержать ваши усилия в сфере SEO. Google постоянно пытается найти пути быть полезным своим пользователям с помощью максимально полезных результатов поиска. Если люди часто делятся контентом с вашего сайта, Google вынужден признать, что этот контент качественный.

2. Социальные медиа создают отношения. Это, вероятно, наиболее известное преимущество SMM и, скорее всего, наиболее важное. Исследования показывают, что чем больше времени проводит потребитель с брендом, тем более вероятно, что он купит у него что-нибудь. Создать и укрепить отношения очень трудно при помощи одного только сайта компании. Социальные медиа дают вашему бренду голос и персонализируют опыт сообщества потребителей, которые выражают интерес к вашему бренду. Эти отношения создают положительную шумиху и положительное восприятие бренда.

3. Социальный контент можно использовать повторно. Контент, который вы распространяете в одном социальном медиа, может быть использован и в другом. Один простой блог может быть обновлен несколько раз в зависимости от того, как и где вы сообщаете о нем. Будьте уверены, что вы используете правильные хештэги в Twitter, Pinterest и Google+ (но не в Facebook), и помните о хорошем побуждении к действию, когда постите в Facebook.

4. Нишевые сети означают таргетированных потребителей. Социальные медиа могут быть очень благотворными, если вы активны в каналах, где находится ваша целевая аудитория. Если вы представляете собой B2B-компанию, подумайте о том, чтобы проводить больше времени в LinkedIn. Продвигаете фэшн-бренд? Используйте Pinterest. Социальные медиа перестают быть представлены двумя главными мощными игроками, которые собирают общую аудиторию, и двигаются в сторону фрагментации разных сайтов, на которых собираются группы потребителей со схожими характеристиками.

5. Создание контента, генерируемого потребителями. Генерируемый потребителями контент – святой Грааль SMM. Положительный комментарий или твит не только служит чудесным одобрением вашего бренда, но также имеет намного больший резонанс, чем сообщение, созданное маркетинговой командой бренда.

«Против»:

1. Нет контента = нет ничего. Сложность с социальными медиа заключается в том, что они неэффективны без контента. Если вы хотите сделать свой бренд социальным, вы должны инвестировать время и усилия в создание контента.

2. Успех требует времени. SMM – это марафон, а не спринт. Бренд должен установить присутствие, построить сообщество, научиться создавать совершенный контент и придумать способы отслеживать эффективность этих усилий. А на все это нужно время.

3. Социальный контент имеет очень короткий срок жизни. Выше говорилось о том, что контент в социальных медиа может использоваться несколько раз, однако социальный контент устаревает очень быстро, так что требуется постоянно создавать новый. Контент устаревает с разной скоростью в разных каналах, что еще больше усложняет создание контента для социальных медиа.

4. Постоянная потребность в мониторинге. В течение секунды в социальных медиа могут вестись буквально миллионы разговоров. И вероятность того, что несколько из них будут о вашем бренде, достаточно велика. Для брендов важно постоянно мониторить вовлечение и упоминания о себе. Это позволяет им быть проактивными в простых вопросах клиентского обслуживания и предвидеть отрицательную реакцию потребителей, когда происходят значительные проблемы (*«За» и «против» SMM // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/za-i-protiv-smm-33550/>). – 2013. – 11.02).*

«ВКонтакте» запускает новый механизм для ретаргетирования рекламных объявлений.

Ретаргетинг – инструмент, позволяющий рекламодателям обращаться к клиентам, которые уже просмотрели рекламируемый продукт. К тем, кто посетил сайт рекламодателя, но не совершил покупку или, наоборот, приобрел

определенные виды товаров. Рекламодатель также получит возможность самостоятельно задавать параметры для выявления целевой группы своих клиентов.

При помощи нового механизма и собственной базы партнеры «ВКонтакте» смогут находить пересечение аудиторий бизнеса и социальной сети для более прицельного таргетирования объявлений.

Первое время возможность ретаргетировать объявления получают только крупные партнеры «ВКонтакте», подтвердившие достаточный объем покупаемой рекламы на 2013 г. (**«ВКонтакте» запускает возможность ретаргетировать рекламные объявления // Media бизнес** (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/33752/118/lang,ru/>). – 2013. – 13.02).

Twitter в партнерстве с American Express запускает сервис оплаты покупок через микроблоги. На старте проекта твитами можно заплатить за планшетники Kindle Fire от Amazon и дизайнерские украшения. Сервис микроблогов не получит доход от перевода денег, но рассчитывает на выгоду от увеличения рекламы товаров.

Сервис микроблогов Twitter совместно с платежной системой American Express запустил сервис pay-by-tweet, благодаря которому держатели кредитных карт смогут покупать товары, отправив короткое сообщение, пишет Financial Times.

«Мы превращаем твиты в реальный механизм оплаты», – говорит глава подразделения American Express по цифровому партнерству и развитию Л. Берланд. Таким образом, пользователи Twitter смогут откликаться на предложения продавцов и осуществлять покупки, не покидая сервис микроблогов, объяснила она.

По условиям соглашения, пользователи, которые связывают аккаунты Twitter и American Express, смогут отслеживать в ленте новостей актуальные предложения – пока это скидочные карты Amex, планшетные компьютеры Kindle Fire от Amazon и украшения от дизайнера Д. Каран. Выбрав товар, покупатель отправляет сообщение с соответствующим его запросу хэштегом (тематическая метка для того, чтобы указать тему или отметить ключевое слово, к которому относится высказывание). После ответа на запрос от American Express компания будет передавать информацию о запросе магазинам и переводить средства.

По словам Л. Берланд, Twitter не будет получать доход от выручки American Express за транзакции: «Мы самостоятельно создали эту технологию на их платформе».

Но по словам одного из источников, Twitter может получить выгоду от увеличения рекламы товаров компаний, занимающихся электронной коммерцией, – магазины будут заинтересованы в том, чтобы публиковать

больше коммерческих предложений на сервисе микроблогов, за размещение которых необходимо платить.

«Мы уверены, что торговля станет одной из сфер, в связи с которой рекламодатели начнут использовать нашу платформу», – цитирует The Wall Street Journal вице-президента Twitter по бренд-стратегиям Д. Люненфельда.

Ранее Twitter ввел сервис Twitsclusives, с помощью которого продавцы предоставляли потребителям скидочные коды, которыми можно было воспользоваться в магазинах. Впрочем, эта услуга не приобрела широкой популярности среди потребителей.

Но социальные сервисы в долгосрочной перспективе рассматривают электронную коммерцию как новый источник прибыли, хотя пока непонятно, будут ли они получать прибыль от транзакций. Л. Берланд отказалась комментировать вопрос о том, будет ли аналогичный платежный механизм запущен на ресурсе крупнейшей социальной сети Facebook.

Впрочем, Facebook запускает довольно много собственных инструментов для оплаты. Среди объявленных – тестирование системы платной отправки сообщений пользователям не из списка друзей, функция платного продвижения собственных сообщений в ленте новостей других пользователей, функция отправки личных сообщений М. Цукербергу за 100 долл., сервис покупки сувениров и подарков Facebook Gifts (*Twitter и American Express запускают возможность покупки товаров напрямую через сервис микроблогов // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/twitter-i-american-express-zapuskajut-vozmozhnost-pokupki-tovarov-naprijamuju-cherez-servis-mikroblogov-33568/>). – 2013. – 12.02).*

Ранее пользователи гигантской социальной сети могли продвигать только собственные сообщения, новая функция позволит оплатить продвижение публикаций друзей.

Продвигаемая публикация не будет видна за пределами первоначальных настроек приватности, но займёт более заметное место в френд-ленте пользователей.

Использовать функцию можно, выбрав соответствующий вариант из выпадающего меню в правом верхнем углу сообщения или когда пользователь хочет поделиться полученной публикацией и нажимает кнопку «Поделиться».

Если в Promoted Posts и Sponsored Stories иногда может быть неясно, кто заплатил за то, чтобы сообщение появилось в новостной ленте, то в новой функции будет указано, кто заказал продвижение публикации. Продвигаемое сообщение будет включать в себя пометку: «Спонсировано [имя пользователя]».

Эти продвигаемые сообщения будут доступны только для пользователей со стационарного компьютера, которые имеют не менее 5 тыс. друзей или подписчиков. Facebook пока экспериментирует с ценами на различные виды

продвигаемых сообщений, но там, где новая функция уже доступна, фигурирует стоимость 7 долл., сообщает Inside Facebook.

Facebook рассчитывает, что пользователи могут продвигать сообщения своих друзей, чтобы помочь им обнародовать информацию о важных событиях, собрать деньги на благотворительность или найти потерявшихся, например.

Пока что новая функция появилась не у всех пользователей, возможность воспользоваться ею будет вводиться постепенно, по различным регионам (*Facebook позволит пользователям оплатить продвижение публикаций их друзей* // *Media бизнес* (http://www.mediabusiness.com.ua/?option=com_content&task=view&id=33792&Itemid=). – 2013. – 15.02).

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість

Содержимое пользовательской страницы в социальной сети может помочь в выявлении психических проблем человека, сообщает Mashable со ссылкой на данные, приведенные учеными из Университета Миссури (США).

В ходе исследования американские специалисты провели опрос среди 200 студентов колледжа, попросив их оценить свой уровень экстраверсии, паранойи и удовольствия от общения. Кроме того, по просьбе исследователей участники опроса предоставили им для ознакомления свои профили в Facebook, предварительно скрыв в них то, что они сами посчитают нужным.

По результатам исследования выяснилось, что люди, демонстрирующие высокий уровень социальной ангедонии, то есть не получающие значимого удовольствия от социальных взаимодействий, выкладывают мало фотографий и публикуют мало сообщений. Те же, кто скрыл значительную часть данных в своем профиле, показали высокий уровень паранойи и оказались более внушаемыми и непоследовательными в своих действиях.

Таким образом, изучение социальных профилей людей поможет врачам-психиатрам узнать больше о пациентах и составить более детальную клиническую картину, считают ученые. «Интернет предоставляет уникальный доступ к психике человека», – подчеркивают специалисты (*Психическое заболевание можно диагностировать по странице в Facebook* // *InternetUA* (<http://internetua.com/psihiceskoe-zabolevanie-mojno-diagnostirovat-po-stranice-v-Facebook>). – 2013. – 3.02).

Что нам известно о вирусной культуре в сети?

Вы слышали о семье Корделл? Эти американцы привлекли к себе внимание в Интернете и СМИ с помощью всего лишь одной фотографии. История началась с того, что Р. Корделл пообещал купить своим детям щенка, если их фотография в Facebook с объясняющей ситуацию надписью наберет миллион лайков. Каким же было удивление доброго папы, когда он обнаружил, что цель была достигнута всего за 13 часов. Невероятная история этого семейства из Мэнсфилда вновь подняла вопрос о вирусной культуре, тем более что Р. Корделл сам является специалистом по СМИ и в первую очередь интересуется тем, как информация могла приобрести вирусный характер в первой половине XIX в.

Но что вообще нам известно о вирусной культуре? Как объяснить, что фотографии просящих собаку маленьких девочек набирают миллион лайков в Facebook, тогда как ваши отпускные снимки со щенками вряд ли вызовут у кого-то интерес?

Вы удивитесь, но вирусная культура XXI в довольно похожа на то, что было в начале XIX в. По крайней мере, именно это утверждает Р. Корделл на сайте The Atlantic. Как в те времена, так и сегодня вирусный контент отличался примерно аналогичными свойствами: краткость, юмор, связь с культурными ценностями и красота. «Двести лет назад вирусными становились отнюдь не философские трактаты. Нет, это были небольшие истории, из которых можно было вынести урок», – объясняет Р. Корделл американскому ресурсу.

Таким образом, вирусная культура обладает набором четких характеристик. В первую очередь, опубликованный контент должен быть простым и лаконичным. Одна лишь только поразительная простота может позволить ему «заразить» всю сеть. Юные Корделлы прекрасно поняли это: что может быть проще фотографии с надписью «Привет, все! Мы хотим щенка! Папа сказал, что у нас будет, если мы наберем миллион лайков!» Такое послание предельно ясно и лаконично, что только повышает его эффективность. Чем проще «переварить» контент, тем больше людей будут продвигать его дальше.

Еще один важный момент в вирусной культуре – это сила эмоций. Она объясняет, например, успех LOLcats и прочих «няшных» мемов, которыми буквально кишит Интернет. Чем больше эмоций и сопереживания вызывает контент (от смеха до слез), тем больше шансов на то, что он добьется успеха в сети и за ее пределами. История этих мечтавших о собаке детей, вероятно, тронула многих людей, которые узнали себя в юных Корделлах!

Чтобы контент действительно мог стать вирусным, его, как несложно догадаться, должны распространять. Таким образом, его размещение играет важнейшую роль. А где сегодня в Интернете легче всего привлечь внимание к фотографии, видео или истории? Как напоминает Р. Корделл, вопрос авторских прав и права на распространение информации не слишком волнует пользователей сети. Там царит «дикая атмосфера» обмена. В первую очередь это касается Facebook, который в силу своей природы социальной сети как раз

таки направлен на обмен информацией. Иначе говоря, XXI в. может стать эпохой вирусного контента: в отличие от предыдущих столетий сегодня цифровые технологии обладают совершенно иными масштабами, чем их предшественницы. Сегодня больше нет необходимости воспроизводить контент: им можно поделиться с окружающими одним кликом мыши.

А. Мерсье, специалист по информационным технологиям и директор центра веб-журналистики в Университете Лотарингии, согласился ответить на вопросы об основных принципах вирусной информации.

– Существуют ли какие-то правила, которых нужно придерживаться, чтобы информация стала вирусной?

А. Мерсье: «Правил нет. Главное – это присутствие в социальных сетях с наибольшим количеством пользователей, например, Twitter и Facebook. Разумеется, чем больше у вас “последователей”, тем выше вероятность того, что ваш контент увидят. Когда вы пишете в Twitter Please retweet, то вероятность пересылки сообщения возрастает на 30 %. Когда вы просите людей оказать вам услугу, зовете их на помощь, это облегчает общение. Что бы ни говорил Ж. Сегела, в Интернете находится место не только для человеческой злобы. Что касается тематики, чаще всего внимание к себе привлекает нечто зрелищное, неожиданное, необычное. Или же изображение, которое обладает большой зрительной силой, удивляет и шокирует. Нет какой-либо конкретной темы, которая бы работала лучше других. Кроме того, успехом пользуется то, над чем можно посмеяться. Несерьезные и забавные вещи. То, что можно с удовольствием порекомендовать друзьям. Наконец, следует отметить и важность своеобразного “вызова”. В описанном вами случае пользователи помогли детям получить щенка. Это игра, некая коллективная задача. Люди чувствуют, что к ним обращаются, и хотят откликнуться».

– Вирусная культура зародилась только в XXI в. вместе с Интернетом или же существовала и в прошлом?

– Слухи и рассказы существовали всегда. Тем не менее, с появлением Интернета передача информации сильно ускорилась и привела к глобализации явления. Обратная сторона медали в том, что это может привести к культурному шоку, как было со снятым провокатором видео о жизни пророка Мухаммеда. Аудитория по всему миру воспринимает информацию через разные культурные призмы. Но это может даже усилить вирусную силу контента. Мы делимся чем-то не только, если оно нам нравится, но и когда оно вызывает у нас негодование: «Посмотрите, что они натворили!», «Какой ужас!» т. д. Сегодня так обстоят дела с фотографией французского солдата в Мали (опубликована AFP 21 января. – Ред.), который закрыл лицо платком с изображением черепа и напоминает, таким образом, персонажа из известной видеоигры. Люди делятся ей, потому что шокированы снимком или недовольны реакцией генштаба, который осудил поведение солдата.

– Вирусная информация существует только в Интернете?

– Существует фотографии и видеоролики, которые сначала пользуются

популярностью исключительно в Интернете, однако затем попадают и в традиционные СМИ, что привлекает к ним еще больше внимания. Так, например, обстоят дела с Gangnam Style. Даже если люди и не наткнулись на него в Интернете, они могли увидеть его по телевидению или услышать о нем в радиопередаче. Все это увеличивает его вирусную силу и скорость распространения в социальных сетях.

Тем не менее, традиционные СМИ не могут быть инструментом создания вирусной информации. Для «вируса» требуется «заражение», передача от одного человека к другому. Программы по телевидению смотрят множество людей в один и тот же момент. Только сеть может сделать контент предметом распространения, повторов и комментариев в форме возмущенных отзывов, эмоциональных заявлений, видеофрагментов (*Что нам известно о вирусной культуре в сети? // Marketing Media Review (<http://mnr.ua/news/id/chto-nam-izvestno-o-virusnoj-kulture-v-seti-33448/>). – 2013. – 3.02*).

Более 60 % пользователей социальной сети Facebook признались, что иногда устают от нее и берут отпуск, не заходя на свою страничку как минимум несколько недель. Такие данные приводятся в докладе, подготовленном в рамках проекта исследовательского центра Pew «Интернет и американская жизнь», сообщает ТАСС-Телеком.

Основные причины, по которым американцы решают отдохнуть от Facebook, – нехватка времени и потеря интереса. Между тем, некоторые пользователи заявили, что решили хотя бы временно не пользоваться соцсетью, осознав, что она «не является реальной жизнью».

Кто-то решает взять отпуск из-за боязни, что Facebook нарушает их право на неприкосновенность частной жизни. Другие считают, что на просторах соцсети «слишком много сплетен».

Как показало исследование, на Facebook регулярно заходят около двух третей взрослых интернет-пользователей. Порядка 27 % из них заявили, что намерены в нынешнем году проводить в соцсети меньше времени.

Большая часть пользователей – 92 % – так или иначе продолжает поддерживать свой профиль. При этом 42 % пользователей в возрасте от 18 до 29 лет проводят в соцсети меньше времени, чем год назад. Среди тех, кому за 50, аналогичный показатель составляет только 23 %.

По данным самого Facebook, количество его активных пользователей превышает 1 млрд человек, около 82 % из них находятся за пределами США и Канады (*Более 60 % пользователей Facebook признались, что устают от соцсети // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/22501-bolee-60-polzovateley-facebook-priznalis-chto-ustaiut-ot-sotsseti.html>). – 2013. – 7.02*).

Как сообщает AIN.UA, поведение человека – бизнес для Facebook. Успех

социальной сети основан на понимании того, как ведут себя люди: как они представляют себя, что запоминают, кому доверяют и как они ищут информацию. В конце прошлого месяца Facebook представил новый инструмент поиска Graph Search, который должен помочь пользователям найти ответы на многие вопросы. Перед запуском нового инструмента, социальная сеть собрала группу людей для изучения того, как пользователи ищут информацию.

В команду попали два лингвиста, Ph.D в области психологии, несколько статистов и программисты социальной сети. Перед ними стояла амбициозная цель: научить компьютеры Facebook лучше общаться с людьми. К. Химес, которая покинула магистерскую программу по лингвистике в Стенфорде для того, чтобы присоединиться к команде в 2011 г., говорит, что целью работы команды было создание естественного и интуитивного языка. В марте 2012 г. к ней присоединилась Э. Кэмпбелл, которая получила докторскую степень в области лингвистики в Университете Беркли.

Когда команда начала свою работу, поисковый механизм Facebook был неэффективен и понимал только компьютерный язык. Машину пришлось учить формировать вопросы, как детей в садиках учат строить предложения из слов. Л. Чэн, который отвечал за интеграцию естественного языка в рамках проекта, говорит, что поисковой системе приходилось приспосабливаться к большому количеству пользовательских требований, учитывая объем аудитории соцсети. «Если раньше к компьютеру необходимо было обращаться на компьютерном языке, то теперь к пользователю – на человеческом», – говорит Л. Чэн.

Исследования проводились в лаборатории штаб-квартиры Facebook. Члены команды изучали, как пользователи работают с разными версиями поискового механизма социальной сети, делали пометки, а инженеры думали как это воплотить. Они обращались к словарям, газетам и парламентским заседаниям, чтобы охватить практически бесконечное количество способов, которыми люди задают вопросы. Также они периодически обновляли поисковый механизм и следили за тем, как на это реагировали определенные группы людей.

Этот проект показывает, как в Facebook создают продукты. Он изучает поведение человека и тестирует идеи. Его цель – привлечь в социальную сеть еще больше людей. То, что удалось создать социальной сети Facebook, не реплика того, как люди общаются в повседневной жизни, говорит профессор из Стенфорда К. Насс, который специализируется на взаимодействии человека с компьютером. Скорее, поисковый механизм отражает идеализированное представление о том, как общаются люди. «Это не чистая психология человеческого общения», – говорит профессор К. Насс и добавляет, что это психология, которая стимулирует человека задержаться на сайте подольше и кликать на рекламные объявления.

Он объясняет, почему в социальной сети Facebook есть кнопка Like, но нет кнопки Dislike. Негативные эмоции отталкивают людей, объясняет эксперт.

Принцип наличия кнопки Like основан на психологической концепции под названием гомофилия: идея о том, что людям нравятся подобные люди и вещи. Причина, почему фотография профиля пользователя всплывает при публикации спонсируемых историй, заключается в том, что люди лучше запоминают лица, а не слова.

Facebook постоянно тестирует новые функции на глобальной аудитории, обращая пристальное внимание на ответы. В первой итерации поисковый механизм показывал информацию, основываясь на данных, которые были в распоряжении Facebook: фотографии, интересы и лайки. В конечном итоге поисковый инструмент пройдет по пользовательским статусам и по другим видам деятельности, начиная от того, что пользователь ест и что прячет. Поисковый механизм только набирает обороты, говорит руководство социальной сети. Это позволит протестировать, что работает, а что нет.

В прошлом поисковый механизм Facebook отвечал на специфические и конкретные вопросы. К примеру, для того чтобы найти студента-коллегу из Стенфорда, пользователю необходимо было набрать в строке поиска *people who attended Stanford*. Поисковый механизм не понимал фразы *people who went to Stanford* или *studied at Stanford*.

Для Л. Чэна, переломный момент наступил во время тестирования инструмента с пользователями. Они сидели по двое в небольшой комнате с ноутбуками. Члены команды обучали пользователей на раннем этапе развития поискового механизма. Они попросили пользователей найти одноклассника через социальную сеть. Подопытные ввели ключевые слова, как привыкли искать информацию с помощью поисковых машин. Это не сработало. Потом они начали искать с помощью коротких и длинных предложений. Тоже ничего не вышло.

Программисты, которые наблюдали за работой пользователей со стороны, выглядели измотанными. «Если написанный ими код не работал и не позволял общаться с людьми, это сводило их с ума», – вспоминает Л. Чэн. «Потом они поняли, что им нужно структурировать код», – добавляет член команды. Сегодня, поисковый механизм может различать 25 близких синонимов к слову студент. Если запрос сочетается с информацией о дате поступления или выпуска, о текущих студентах или включает в себя более подробное описание, то поисковая система сможет распознать 275 тыс. способов поиска по слову студент.

Инструмент поиска уже стал предметом пристального внимания. Пока неизвестно, как новый поисковик будет конкурировать с Google, который доминирует на рынке, а также, как быстро он сможет заработать для Facebook дополнительные деньги. Много работы предстоит для разработчиков. Поисковый механизм, по-прежнему сталкивается с проблемой распознавания многих вопросов. Он не может распознавать двусмысленные предложения, которые понятны при общении тет-а-тет. «Компьютеры работают плохо в контексте», – говорит лингвист Э. Кэмпбелл.

Даже без контекста Facebook пытается добиться доверия реального мира. Алгоритм ответа основывается на пользователе, который лучше всего знаком с ситуацией и может предоставить хороший ответ. Компания делает ставку на принцип гомофилии: если информация поступит от человека, которого пользователь любит или уважает, то он обязательно нажмет на ссылку. «Психология – это дешевый трюк для достижения цели», – подытоживает профессор К. Насс (*Как Facebook научил свой поисковый механизм понимать людей // AIN.UA (<http://ain.ua/2013/02/06/111397>). – 2013. – 6.02*).

Популярность социальных сетей привела к увеличению числа суицидов в мире. Об этом рассказала эксперт по психическому здоровью, психотерапевт Т. Берадзе.

Врач объяснила, что человек склонен сравнивать себя с другими людьми, «путешествуя» по чужим страничкам. При этом появляется естественное чувство зависти. Эта зависть может быть либо мотивационной, либо деструктивной. Если зависть деструктивная, человека наполняет злость, он начинает ненавидеть объект зависти и причинять вред себе (*Социальные сети могут довести до самубийства // Донецкие вести (<http://donetskie.com/novosti/2013/02/12/sotsialnye-seti-mogut-dovesti-do-samubiystva>). – 2013. – 12.02*).

Одним из самых негативных факторов, влияющих на имидж науки, являются негативные комментарии в Интернете к научным новостям и статьям. К такому выводу пришли американские исследователи из университета штата Висконсин в городе Мэдисон. По их словам, интернет-тролли могут не только серьезно снижать престиж науки в обществе, но и ставить под сомнение целесообразность ее существования.

В ходе исследования ученые проследили за реакцией нескольких тысяч добровольцев на научно-популярные статьи, к которым были добавлены комментарии «троллей», пишет РИА «Новости». В некоторых случаях негативные комментарии были конструктивными по своей природе и относились к тематике статьи. В других случаях блогеры интересовались, сколько денег налогоплательщиков было впустую затрачено на исследование, обвиняли автора в ангажированности, демонстрировали свое неверие в справедливость науки в целом.

Люди, читавшие статьи с комментариями «троллей», гораздо ниже оценивали значимость науки для общества по сравнению с добровольцами, просматривавшими те же самые тексты с обычными отзывами. При этом реакция человека зависела от его образования и религиозности: как правило, религиозные люди и малообразованные добровольцы охотнее верили «троллям» и крайне скептически относились к самим научно-популярным

статьям (*Интернет-троллей назвали одной из главных угроз для науки // InternetUA* (<http://internetua.com/internet-trollei-nazvali-odnoi-iz-glavnih-ugroz-dlya-nauki>). – 2013. – 17.02).

Маніпулятивні технології

Несколько тысяч российских интернет-пользователей были введены в заблуждение действиями мошенников, создавших в сети Instagram поддельные аккаунты известных авиаперевозчиков и объявивших о проведении розыгрыша билетов, сообщает TwiTabloid.

Организаторы розыгрыша обещали пользователям бесплатные перелеты за счет авиакомпаний в обмен на ссылку на их аккаунт в Instagram, снабженную рекламным хэштегом. Поддельные учетные записи выдавались за официальные аккаунты «Аэрофлота», S7 Airlines и Emirates. Билеты, как сообщалось, будут розданы первым 20 тыс. участников «акции» (в случае с S7 – первым 5 тыс.). При этом на сайтах авиаперевозчиков не сообщалось о проведении каких-либо конкурсов.

Как отмечает TwiTabloid, поддельный аккаунт @aeroflotairlines получил свыше 4 тыс. подписчиков, в то время как официальный – @aeroflot – имеет всего лишь около 3 тыс. фолловеров. Попытку обзавестись бесплатным билетом на рейс «Аэрофлота» предприняли более 2 тыс. человек, а в конкурсе, проводившемся от имени S7, на момент публикации материала участвовали более 1700 пользователей. Фальшивый аккаунт Emirates собрал более 27 тыс. постов с фотографиями и ссылками. При этом официальных аккаунтов в Instagram у S7 и Emirates не существует.

Отметим также, что одновременно в Instagram проводились фальшивые акции от имени РЖД и Петербургского метрополитена (*Россиян разыграли в сети при помощи несуществующих авиабилетов // InternetUA* (<http://internetua.com/rossiyan-razigrali-v-seti-pri-pomosxi-nesusxestvuuasxih-aviabiletov>). – 2013. – 3.02).

Умаодан – армия платных блогеров в Китае

Умаодан – это армия интернетчиков, которых нанимает правительство Китая; немало людей также работает добровольно. Число таких людей, по некоторым оценкам, 280–300 тыс. человек (!).

Они сидят в чатах, на форумах, в блогах, и в резкой или ироничной форме опровергают сообщения с негативной информацией о правительстве Китая и его политике.

Если человек где-то напишет, например, что правительство скрывает данные о загрязнении воздуха или эпидемиях, или даже просто напишет, что

менты, сволочи такие, оштрафовали его, он уже через 15 мин. начинает получать комментарии, в которых сам он высмеивается, а его слова выставляются бредом и абсурдом.

Такой способ гораздо более эффективен, чем пассивная цензура Интернета, когда просто блокируется доступ к определенным сайтам, таким как Twitter.

Забавно само это неофициальное название «умаодан», буквально «пол-юаневая партия» или «пол-юаневое сообщество». Считается, что таким агентам платят по пол-юаня (2,5 р.) за каждый пост, что, впрочем, ненамного меньше, чем расценки на российских и украинских фриланс-сайтах (*Умаодан – армия платных блоггеров в Кумае // InternetUA (<http://internetua.com/umaodan---armiya-platnih-bloggerov-v-kitae>). – 2013. – 15.02).*

Контроль над Интернетом уже сегодня определяет состояние национальной безопасности.

Международный саммит по вопросам киберпространства, прошедший в декабре 2012 г. в Дубаи (Объединённые Арабские Эмираты), прежде всего показал, что противоречия, связанные с международными телекоммуникациями, усугубляются. Так, США отказались подписать новый договор, регламентирующий право всех государств заниматься управлением Интернета. Их поддержали Франция, Великобритания, Канада и еще с полсотни стран. На другой стороне оказались Россия, Китай, Индия и другие государства, настаивающие на равноправии в глобальной сети.

Камнем преткновения стала организация ICAP (Internet Corporation for Assigned Names), формально общественная, но, по сути, являющаяся инструментом проведения политики Вашингтона в киберпространстве, так как была учреждена Национальной администрацией США по телекоммуникациям и информации. Россия и Китай предложили передать контроль над Интернетом ООН, а именно: Международному союзу электросвязи (International Telecommunication Union, ITU), и, вместе с этим, выработать правила адресации и нумерации в сети, связав их с местным законодательством и установив контроль над циркуляцией информации в каждой стране.

США, Евросоюз, а также корпорации, работающие в этих странах, тут же заявили о попытке цензуры и ограничении прав человека в киберпространстве. В общем, итог саммита нулевой.

Оппоненты продолжают обвинять друг друга, а многие аналитики уже заявили о начале новой холодной войны – на этот раз в интернет-пространстве, которая затрагивает и многие другие сферы.

Хотя такой вывод был озвучен намного раньше. Еще в 2007 г., например, компания McAfee Inc. издала доклад, посвященный проблеме кибербезопасности, где этот термин был употреблен впервые. После чего понятие кибербезопасности вошло в широкий оборот. А о новой эре

кибервойны, которая очень напоминает холодную войну, еще в конце 2011 г. заявила газета «Вашингтон пост». В одной из ее публикаций рассказывалось о сложной операции китайцев, которые осуществили более чем 300 компьютерных атак. В итоге были успешно взломаны серверы Торговой палаты США.

Похоже, Дубайский саммит официально подтвердил, что в киберпространстве уже наглядно проявляются признаки, свойственные историческому противостоянию двух общественно-политических систем – СССР и США. Тогда холодная война разделила мир на два антагонистических лагеря – социалистический и капиталистический. Среди 178 государств, представители которых съехались на саммит, также наметилось две противостоящих группировки: речь идет о праве на участие в управлении Интернетом и вопросах суверенитета. Есть, между прочим, еще и третья группа стран, подобная Движению неприсоединения.

Далее, в годы холодной войны СССР и США обходились в основном дипломатическими мерами, не переступая т. н. красную черту, за которой могла начаться ядерная война. Как считает известный социолог и автор экономической теории мир-систем И. Валлерстайн, между лидерами стран после Ялтинского соглашения строго соблюдалась договоренность о невмешательстве. Конфликты происходили на периферии – в странах Азии, Африки и Южной Америки.

Конфликты в киберпространстве практически вообще вынесены за рамки дипломатического диалога. США, в частности, обвиняют Китай в кибершпионаже и системных хакерских атаках, но не напрямую.

Об этом говорится в различных докладах, исследованиях аналитических центров и публикациях в прессе.

До использования средств вооруженной борьбы не доходят, хотя США ранее законодательно и утвердили право применения вооруженной силы в ответ на кибератаки. Кстати, во второй половине XX в. тайные операции за рубежом осуществляли ЦРУ. Они организовывали «отряды смерти» в Латинской Америке, поддерживали сепаратистов и террористов в странах Азии и Африки, теперь подобного рода деятельность, в немалой степени, перенесена в лаборатории программистов. Например, известный сегодня вирус «Стакнет», поразивший компьютеры на атомной станции в Иране, был сделан не без помощи американских и израильских спецслужб. Можно предположить, что и кибератаки на американские нефтяные компании связаны с интересами тех государств, которые подвергаются давлению со стороны Вашингтона.

Вполне очевидно, что на полную мощь (а оценить ее крайне сложно, если возможно) наступательное кибероружие пока не применялось ни одним государством. Госдепартамент, скажем, предпочитает манипулировать общественным мнением в других странах через Интернет, в том числе посредством поддельных аккаунтов в социальных сетях. Пекин же, в свою очередь, устанавливает «Великий китайский брандмауэр», ставит под вопрос

целесообразность работы компании Google в стране и сажает местных кибердиссидентов за решетку.

Наконец, холодная война повлекла за собой такой эффект, как гонка вооружений. То же самое происходит и в киберполитике сегодня. США первыми, в 2010 г., создали киберкомандование. Китай, Иран и другие страны тоже поспешили обзавестись своими кибервойсками с соответствующими доктринами и стратегиями.

Стремительно наращиваются бюджеты национальной кибербезопасности. Руководство киберкомандования США в январе 2013 г. заявило, что штат этого рода войск будет увеличен в пять раз.

Британия тоже спешит произвести апгрейд (повышения класса) своих кибервозможностей. Лондон обосновывает это необходимостью обезопасить сеть, в связи с тем, дескать, что 6 % ВВП Британии зарабатывается с помощью манипуляций, которые так или иначе связаны с Интернетом. Британская экономика – одна из самых развитых онлайн-экономик в мире. Она оценивается в 100 млрд фунтов стерлингов в год, и эти показатели в ближайшее время будут расти. Лондон разработал свою стратегию кибербезопасности, подключив к ней частные инвестиции, и опробовал ее во время проведения олимпиады.

Россия тоже старается идти в ногу с этими переменами. Ранее вице-премьер Д. Рогозин говорил о необходимости создания отечественных кибервойск, а после саммита в Дубаи президент РФ В. Путин в декабре 2012 г. поручил ФСБ «действовать системно и наступательно в борьбе с преступлениями в киберпространстве». Состоявшийся в начале февраля «Инфофорум-15», на котором выступали отечественные специалисты и представители властных структур, подтвердил необходимость выстраивания адекватной политики в мировом киберпространстве.

Все это однозначно приведет к рецидиву пропагандистской борьбы, столь характерной для холодной войны. Идеологизация международных отношений, радикальный национализм и редакторские войны (например, в Wikipedia) в сети увеличиваются в геометрической прогрессии. Страдают от этого не только потребители информации, но и, как говорят, простые граждане. При этом страны Запада продолжают полагать, что их методы действий в киберпространстве являются самыми совершенными и они смогут в одиночку успешно противостоять возможным вызовам и угрозам со стороны хакеров, киберпреступников, мошенников, сетевых воинов, виртуальных группировок, кибертеррористов и т. д.

В реальности и некоторые страны, и отдельные группы хакеров начинают вполне удачно копировать методы Запада в кибервойне.

Примерами здесь могут являться посадка американского беспилотника иранскими военными и применение ливанской «Хизбаллой» дронов (военных роботов), которые проникают на периферию Израиля. (Во время военных операций против Ливана в 2006 г. Израиль запускал дроны для разведки обстановки).

Можно сказать, что пока Запад продолжает отмалчиваться или включать заезженную пластинку о правах человека и свободе в киберпространстве, Россия ведет работу с более благоразумными и более надежными партнерами. В частности, инициативы, связанные с безопасностью киберпространства, начинают реализовываться в ШОС. Переговоры с участниками БРИКС также показывают, что у России есть понимание проблематики не только с Индией и Китаем, но и с Южной Африкой и Бразилией, а это означает синхронизацию общих усилий еще на двух континентах. Контроль над серверами, кабелями и рубильниками уже сегодня определяет состояние национальной безопасности. Как в свое время – политика сдерживания, которую проводили СССР и США. И эта тенденция, судя по всему, будет усиливаться (*Савин Л. Холодная кибервойна* // *Столетие* (http://www.stoletie.ru/geopolitika/holodnaja_kibervojna_632.htm). – 2013. – 11.02).

Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»

Крупнейшая в мире соцсеть Facebook разрабатывает приложение для смартфонов, позволяющее отслеживать местоположение пользователей соцсети.

Как сообщает Bloomberg, релиз приложения которого ожидается в середине марта, – оно якобы разрабатывается с целью помочь людям найти друг друга, а также друзей из контакт-листа, находящихся поблизости.

Следует отметить, что программа будет работать даже в фоновом режиме.

Facebook взялась дорабатывать и наращивать функционал, чтобы извлечь прибыль из потенциального 1 млрд пользователей мобильных устройств, которые заходят на сайт соцсети через смартфоны и планшеты.

Эксперты считают, что программа для слежения за пользователями могла бы в этом случае помочь Facebook продавать рекламу, таргетинг которой осуществляется исходя из критериев местоположения пользователей в данный момент или на основе анализа ежедневных маршрутов.

С другой стороны, релиз подобного приложения может возмутить защитников персональных данных, которые будут обеспокоены вопросами использования компанией личной информации о частной жизни пользователей.

Отметим, что Facebook уже отслеживает координаты GPS, когда пользователи обновляют статус или публикуют фото со смартфонов. Функционал нового приложения позволит компании пойти дальше, постоянно отслеживать в фоновом режиме передвижения пользователей даже в тот момент, когда приложение не активно.

Несмотря на то что Facebook, согласно регламенту разработчиков ПО для iOS, нужно спрашивать у пользователей разрешения на отслеживание программой местоположения, возможно, что такое разрешение уже получено.

Дело в том, что в пользовательском соглашении содержится пункт о том, что компания может использовать информацию о геоположении для информирования о людях или событиях, происходящих неподалеку, или предлагать товары и услуги, в которых пользователи могут быть заинтересованы, находясь в определенной локации (*Facebook будет отслеживать местоположение пользователей мобильных устройств // Фокус (<http://focus.ua/tech/259458/>). – 2013. – 5.02).*

В Україні щороку викривають з десяток, а інколи й більше шпигунів-іноземців, ідеться у сюжеті «Новин 2+2».

Професійні чекісти переконують: завдяки цим викриттям вдається відвести загрозу бути завербованими від сотень українців. Звісно, українців не простих, а корисних.

Юзер – цінна знахідка для шпигуна. Зазвичай це відбувається так: через Facebook ви запрошуєте друзів, приміром, у бар. Між коктейлями встигаєте написати «ВКонтакте», що, мовляв, їжа там не дуже.

І насамкінець фотографуєте себе на телефон. Звісно, щоб викласти знімок у мережу. Адже нові сервіси там пропонують вказувати, з ким ви проводите час і навіть не проти переспати.

«Якщо бачиш хлопців, з якими дівчина воліє фотографуватися, то в принципі їй можна підібрати кого завгодно», – каже фахівець з інформаційної безпеки Ю. Колесніков.

За такою ж схемою загадкова білявка обкрутила фіндиректора світової ІТ-компанії. Уже після того, як у нього ніжно вивідали комерційну таємницю, чоловік дізнався: красуня з мережі А. Сонвейн насправді є індійським конкурентом.

«Хтось любить випити, хтось веде розпусне життя. На чому його завербувати – це вже справа техніки», – пояснює екс-розвідник В. Кравченко.

Чи не найефективніший метод тримати агента під контролем – це тиск через родичів. Ю. Колесніков стикався з цим не раз.

«Наприклад, коли людину змусили “стукати” на своїх товаришів, бо просто його дівчину підвели до чоловічої камери і пообіцяли там забути», – пригадує фахівець з інформаційної безпеки.

Ю. Колеснікова у соцмережах представляє чорна кішка чоловіка – таким чином він хоче уникнути зайвого інтересу спецслужб.

«Ці мережі можна використовувати багатогранно. З одного боку, як пошук кандидата для вербування, а з іншого боку, як підстава розвідкам або іншим центрам своїх осіб», – зазначає екс-голова Служби зовнішньої розвідки України М. Маломуж і додає, що шпигунські війни стали віртуальними та змінюють реальність (*Сучасні шпигуни вербують собі агентів завдяки соцмережам // ТСН (<http://tsn.ua/ukrayina/suchasni-shpiguni-verbuyut-sobi->*

agentiv-zavdyaki-socmerezham-280948.html). – 2013. – 6.02).

Британская полиция задержала жителя северной Англии, который обвиняется в том, что разместил в Интернете угрозу массового убийства детей в США, сообщает ИТАР-ТАСС со ссылкой на Sky News.

Арестованный, 24-летний Р. Эллиотт, проживает в г. Саут-Шилдс в графстве Тайн-энд-Уир.

По данным следствия, он разместил анонимное сообщение в сети Facebook на странице, посвященной памяти скончавшегося недавно ученика одной из школ графства Уоррен в американском штате Теннесси.

Сообщение гласило: «У моего отца есть три ствола. Я намерен сначала убить его и выбросить на помойку. Потом я сяду в машину и быстро помчусь. Если получится, я намерен убить 200 детей, а потом я убью себя».

По мнению британских следователей, речь шла о циничной шутке, однако сообщение вызвало панику среди жителей американского штата Теннесси.

После обнаружения в Интернете этой информации в 11 школах графства Уоррен была выставлена полицейская охрана, около 3 тыс. детей два дня не ходили на занятия.

Полиция поставила в известность министерство внутренней безопасности США. Правоохранительные органы начали экстренный поиск автора угрозы.

В результате проведенных следственных действий было установлено, что человек, разместивший в Интернете угрозу массового убийства детей, находится в Англии. Британская полиция вычислила подозреваемого и арестовала его.

Сотрудница пресс-службы британской полиции сообщила: «Нет оснований полагать, что это сообщение представляло непосредственную угрозу для какой-либо из школ в Великобритании и в США». Однако автор сообщения оставлен под стражей, ему предъявлено обвинение в угрозе совершения убийства (*Арестован мужчина, угрожавший в Facebook убить 200 американских детей // InternetUA (<http://internetua.com/arrestovan-mujcsina-ugrojavshii-v-Facebook-ubit-200-amerikanskih-detei>). – 2013. – 10.02).*

Британська газета The Guardian стверджує, що в розпорядження редакції потрапив відеозапис презентації програмного забезпечення під назвою RIOT (Rapid Information Overlay Technology), яке розробив американський військовий підрядчик Raytheon у 2010 р. Це система, створена для швидкого витягання інформації про підозрюваних громадян із соціальних мереж, у тому числі Facebook, Twitter і Foursquare.

Журналісти назвали цей запис доказом того, що влада може використовувати соціальні мережі для високотехнологічного стеження за

громадянами. Буквально в декілька кліків миші слідчий отримує відомості про активність підозрюваного: про його соціальні контакти, карти переміщень тощо. Інформація витягується в тому числі з EXIF-заголовків фотографій, опублікованих в особистих фотоальбомах на різних сайтах.

Представники Raytheon кажуть, що програма зроблена тільки в демонстраційних цілях і її не передавали для використання жодному клієнтові. Однак у журналістів є дані про те, що розробка такої була передана урядовим агентствам США, які використовували її для створення системи національного масштабу, «здатної не тільки збирати інформацію, але нібито навіть передбачати дії громадян». Наприклад, слідчий виводить на екран інформацію про підозрювану людину на ім'я Нік. Система повідомляє, що Нік відвідує спортзал зазвичай о шостій ранку, найчастіше по понеділках, судячи з його чекіна в Foursquare і даними GPS з мобільного телефону.

Таким чином, якщо потрібно встановити бекдор – програму, що дає змогу отримати повний контроль над пристроєм, використовуючи ту чи іншу уразливість, – на ноутбук Ніка, то агенти легко отримують потрібні відомості: потрібно всього лише зайти в роздягальню конкретного спортзалу о 6:20 у такий-то день (*Владу США звинуватили у шпигунстві за громадянами за допомогою соціальних мереж // СВІТ24.net (<http://svit24.net/technology/67-technology/56606-vladu-ssha-zvynuvatily-u-shpygunstvi-za-gromadjanamy-za-dopomogoy-socialnyh-merezh>). – 2013. – 12.02).*

Президент России В. Путин поручил ФСБ блокировать попытки радикалов использовать для своей пропаганды «ресурсы Интернета и социальных сетей». Заявление В. Путина прозвучало 14 февраля на расширенной коллегии ФСБ, сообщает «Интерфакс».

Президент подчеркнул, что при нейтрализации «разного рода экстремистских структур» нужно действовать «максимально решительно». «Прямая связь экстремистских и террористических группировок очевидна», – отметил он.

Как добавляет РИА «Новости», В. Путин подчеркнул, что эффективное противодействие экстремистам требует не только тщательно спланированных спецмероприятий, но и юридической чистоты.

Также на расширенной коллегии В. Путин заявил о необходимости в короткие сроки создать единую систему обнаружения, предупреждения и отражения компьютерных атак на информационные ресурсы России. Соответствующий указ президент подписал еще 15 января 2013 г.

Такая система должна прогнозировать ситуацию с информационной безопасностью и контролировать защищенность объектов критической инфраструктуры России. В документе не уточнялось, в какие сроки должна быть создана система (*Путин поручил ФСБ не пускать радикалов в соцсети // InternetUA (<http://internetua.com/putin-porucsil-fsb-ne-puskat-radikalov-v>*

socseti). – 2013. – 14.02).

Пресс-служба «ВКонтакте» объяснила блокировку нескольких сообществ, в которых общались сторонники идеологии «чайлдфри» – сознательно отказывающиеся от деторождения. Как сообщил «Ленте.ру» представитель пресс-службы Г. Лобушкин, эти группы были заблокированы «из-за содержащихся в них шокирующих контентов и призывов разной направленности».

В пресс-службе отметили, что блокировка сообществ не была связана с самой идеологией «чайлдфри». «“ВКонтакте”, как площадка, уважает мнение каждого и всем дает высказаться», – говорится в письме.

Ранее прокуратура Санкт-Петербурга сообщила, что руководство «ВКонтакте» заблокировало по ее требованию несколько групп и один личный аккаунт. Прокуратура сочла, что сообщества пропагандировали нарушение прав несовершеннолетних: в них, в частности, «содержалась крайне негативная информация, призывающая к противозаконным действиям по отношению к детям и матерям», а также «отрицающая семейные ценности и формирующая неуважение к родителям».

В пресс-службе «ВКонтакте» заявили, что взгляды руководства соцсети и прокуратуры на некоторые материалы в данных сообществах просто «совпали». При этом блокировку личного аккаунта пресс-служба опровергла.

Руководству одной из самых популярных в России соцсетей не первый раз приходится блокировать контент по требованию властей. Так, в ноябре 2012 г. «ВКонтакте» заблокировала группу «Суицид против догхантеров», которая была внесена в реестр запрещенных сайтов (*«ВКонтакте» объяснила блокировку сообществ «чайлдфри» // InternetUA (<http://internetua.com/vkontakte--ob-yasnila-blokirovku-soobsxestv--csaildfri>).* – 2013. – 15.02).

Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки

Антивирусная компания Panda Security предупредила пользователей об обнаружении новой хакерской кампании в соцсети Facebook, в которой мошенники распространяют спам с использованием известного вредоносного кода Blackhole, заражающего пользовательские ПК. Для рассылки вредоноса злоумышленники оформляют свои сообщения под видом сообщений от администрации Facebook.

В сообщениях мошенники обманным путем пытаются спровоцировать пользователей Facebook перейти по вредоносной ссылке, чтобы загрузить указанное вредоносное ПО. Чтобы обмануть пользователей, хакеры сообщают

пользователям о том, что по какой-либо причине их аккаунт был заблокирован, однако внимательного пользователя должно насторожить то обстоятельство, что для того, чтобы «разблокировать» свой аккаунт, пользователю предложено: во-первых, что-то скачать, а во-вторых, скачать это с некоего сайта, который находится за пределами домена facebook.com.

Л. Корронс, старший технический специалист Panda, говорит, что система атаки выстроена таким образом, что при нажатии на вредоносную ссылку в письме, происходит почти с десяток редиректов с одного сайта на другой. Это нужно для того, чтобы было сложнее отследить реальных организаторов кампании по заражению компьютеров.

По словам Л. Корронса, в целом, данная атака должна быть опознана внимательным пользователем, так как каких-то сверхсложных нюансов здесь нет. Более того, сам вредоносный код Blackhole на хакерском рынке позиционируется, как «конструктор», который позволяет неопытным организаторам нападений получить работающий экземпляр вредоносного кода. В случае с Facebook мошенники пытаются сыграть на последних уязвимостях в Java, которые в последнем Java 7 Update 13 уже были закрыты.

Л. Корронс говорит, что они отследили организаторов атаки и установили, что в конечном итоге те пытаются заразить компьютеры пользователей несколькими видами банковских троянцев.

Отметим, что практически одновременно с отчетом Panda, сама Facebook сообщила, что по ее данным в 2012 г. в соцсети появились примерно 76 млн поддельных аккаунтов. Общая пользовательская база Facebook на сегодняшний день составляет 1,06 млрд пользователей.

Под поддельными аккаунтами компания понимает аккаунты, которые в реальности не представляют конкретного пользователя: аккаунты-дубликаты, неклассифицированные аккаунты и аккаунты без определенного назначения. Из данной категории больше всего здесь насчитывается аккаунтов-дубликатов – 53 млн. Еще около 14 млн аккаунтов – это аккаунты, которые не принадлежат конкретному человеку. Для массовой рассылки спама, согласно данным компании, в 2012 г. использовались чуть менее 10 млн аккаунтов. «У нас есть выделенная команда Facebook User Operations, которая рассматривает жалобы от пользователей сети, отслеживает использование аккаунтов и блокирует потенциально опасные страницы», – сообщили в Facebook (***Новая мошенническая кампания зафиксирована на Facebook // InternetUA (<http://internetua.com/novaya-moshenniceskaya-kampaniya-zafiksirovana-na-Facebook>). – 2013. – 4.02).***

Згідно з аналізом інформаційних запитів, що надходять до МВС України, питання стосовно злочинних посягань у кіберпросторі є одними з тих, що хвилюють представників ЗМІ чи не найбільше. Фахівці відомства дали кілька порад, як не стати жертвами кіберзлочинців. Правоохоронці планують

поширити ці рекомендації серед тих категорій громадян, які є активними користувачами мережі Інтернет.

Діалог відбувся в рамках ініціативи Президента України «Відкрита розмова». У засіданні взяли участь журналісти, медіа-юристи, керівники структурних підрозділів МВС, Адміністрації Президента України та Генеральної прокуратури.

Тимчасово виконуючий обов'язки начальника управління зв'язків із громадськістю МВС України С. Бурлаков зазначив, що питання безпеки в інтернет-просторі наразі є дуже актуальним. Про це свідчить і аналіз запитів ЗМІ, і характер багатьох публікацій.

Начальник управління боротьби з кіберзлочинністю МВС М. Літвінов відповів на запитання представників медіа, що виникли у зв'язку з кількома резонансними повідомленнями щодо несанкціонованого доступу до електронних поштових скриньок журналістів. Зокрема, керівник міліцейського підрозділу дав кілька практичних порад щодо безпечного користування електронними сервісами.

У першу чергу це стосується використання антивірусних програм, користування складними паролями довжиною не менше восьми символів, що не мають жодних прив'язок до персональних даних людини.

«Ми також рекомендуємо використовувати різні паролі під час доступу до власних профілів у різних соціальних мережах, а також бути обережними під час користування точками вільного доступу WiFi. Неуважне ставлення до персональної інформації грає на руку кіберзлочинцям», – підкреслив М. Літвінов.

За його словами, також необхідно уважно ставитися до вимог безпеки при користуванні електронними сервісами, не розміщувати всієї персональної інформації у вільному доступі тощо. Якщо ж користувач виявив ознаки несанкціонованого доступу до власної електронної поштової скриньки чи профілю, слід негайно звернутися із заявою до міліції.

Правоохоронці планують розповсюдити детальні рекомендації стосовно безпечного користування веб-сервісами серед тих категорій громадян, які є активними користувачами мережі Інтернет і можуть стати жертвами зловмисників: підлітків, студентів, громадян, які мають персональні профілі в соціальних мережах.

Ще одним питанням, винесеним на розгляд засідання, став хід розслідування в умовах нового КПК тих кримінальних проваджень, які перебувають на контролі Міжвідомчої робочої групи з аналізу стану додержання законодавства про свободу слова та захист прав журналістів.

За підсумками зустрічі її учасники планують обговорити на наступному засіданні МРГ практичні шляхи реалізації порушених питань, аби ефективно убезпечити журналістів від протиправних посягань під час виконання ними своїх професійних обов'язків *(Міліціонери розповіли журналістам, як уберегти від зламу електронні поштові скриньки // Міністерство*

(<http://mvs.gov.ua/mvs/control/main/uk/publish/article/813543;jsessionid=6E63643B0A9705CCD514EFC7A0802948>). – 2013. – 1.02).

Соцсеть Facebook обвиняет разработчика приложений в распространении информации о пользователях ресурса, после того как первая обновила средства безопасности на своей платформе. Компания Profile Technology нарушила соглашение с Facebook относительно удаления пользовательских данных и предоставляла к ним доступ через собственный поисковик ProfileEngine.com, говорится в иске Facebook, сообщает cybersecurity.ru

Согласно тексту иска, Profile Technology должна была удалить пользовательскую информацию еще в октябре 2010 г., но продолжает ее использовать и по сей день. В жалобе Facebook говорится, что представители компании обращались к Profile с просьбой об удалении данных, но безрезультатно и последняя продолжала их использовать на своих сайтах. Среди спорных данных Facebook называла имена пользователей, регистрационную информацию, фотографии, данные об их друзьях и некоторые другие сведения.

В самой Profile Technology говорят, что не понимают сути иска, так как стороны находились в переговорном процессе и обсуждали принципы работы с пользовательскими сведениями. Более того, в Profile говорят, что они имеют действующее партнерское соглашение с Facebook и считают иск нарушением этого соглашения (*Facebook обвинила разработчика приложений Profile Technology в незаконном доступе к данным // IT Expert* (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/22436-facebook-obvinila-razrabotchika-prilozheniy-profile-technology-v-nezakonnom-dostupe-k-dannim.html>). – 2013. – 5.02).

Хакеры подвергли нападению официальный сайт Главного управления юстиции Киевской области Минюста Украины.

В первой половине дня на главной странице ведомства можно было увидеть текст, говоривший: «Лавринович, давай до свидания!» Далее сообщалось, что ресурс прекратил своё существование, протестуя против рейдерского атаки на Интернет партию в Украине. А все дальнейшие поползновения на свободу Интернета будут сопровождать агрессивные атаки на главные веб-бандитские ресурсы украинских властей.

В сообщении хакеров также содержится требование о возврате Интернет партии Украины всех юридических прав, полном прекращении ее юридического преследования. В противном случае рейдеры обязались обрушить на казенные веб-ресурсы всю их технологическую мощь. Обращение было подписано: Восточно-европейское крыло группы Анонимус (*Хакеры*

совершили атаку на сайт Минюста // УРА-Информ (<http://ura-inform.com/neformat/2013/02/06/khakery-sovershili-ataku-na-sajt-justitsii>). – 2013. – 6.02).

Согласно сообщению исследователей «Доктор Веб», им удалось зафиксировать в социальной сети Facebook волну распространения вредоносных программ. В ходе атаки злоумышленники используют ряд тематических групп с названиями Videos Mega, Mega Videos и т. п., а также встроенное приложение, позволяющее встраивать в веб-страницу произвольный HTML-код. При этом само приложение замаскированную под видеоролик.

«Посетитель группы, желая просмотреть провокационное видео, щелкает мышью на миниатюре видеоролика, активируя тем самым заранее созданный киберпреступниками сценарий. В результате этого действия на экране отображалось диалоговое окно с предложением обновить встроенный в браузер видеопроигрыватель, причем оформление данного окна копирует дизайн страниц социальной сети Facebook», – поясняют эксперты.

В случае, если жертва соглашается установить обновление на систему загружается вредоносный архив с трояном-загрузчиком, который, в свою очередь, скачивает и запускает другое вредоносное ПО. Конечной целью атаки является установка дополнений для веб-обозревателей Google Chrome и Mozilla Firefox, предназначенных для массовой рассылки приглашений в различные группы Facebook и накрутки отметок Like (*Встроенное приложение Facebook распространяет троянские приложения // ООО «Центр информационной безопасности» (<http://www.bezpeka.com/ru/news/2013/02/07/fb-trn.html>). – 2013. – 7.02).*

Керівництво найпопулярнішої соціальної мережі Росії «ВКонтакте» вирішило видалити зі своїх сторінок відеозаписи, про незаконність поширення яких «ВКонтакте» заявили їх правовласники. Тотальне знищення відеозаписів почалося кілька тижнів тому. Нині недоступні не тільки нові епізоди популярних серіалів, а й ті, що були опубліковані кілька років тому. Превью збереглися, однак при спробі відтворення з'являється напис: «Відеозапис ... був вилучений з публічного доступу у зв'язку зі зверненням правовласника». Такі серіали, як «Теорія великого вибуху», «Декстер», «Блудлива Каліфорнія» і багато інших – більше недоступні для користувачів «ВКонтакте». При цьому деякі багатосерійні фільми не чіпали. Так само, як і окремі епізоди віддалених серіалів (*«ВКонтакте» взялась за видалення серіалів і фільмів зі своїх сторінок // Педагогічна преса (<http://pedpresa.com/blog/vkontakti-vzyalas-zaznyschennya-serialiv-ta-filmiv-zi-svojih-storinok.html>). – 2013. – 6.02).*

Криминальные 90-е прошли. Кровавые «стрелки» остались в прошлом. С наступлением XXI в. компьютеризировались все отрасли человеческой жизни. Высокими технологиями овладели врачи, преподаватели, домохозяйки и мошенники.

Электронно-вычислительную машину, как и кибернетику, придумал человек. Программное обеспечение компьютеров и сетей также пишут люди. Поэтому всему вышеперечисленному присущ человеческий фактор. В любой компьютерной программе мирового масштаба, не говоря уже о стандартных версиях для персонального компьютера, есть недоработки и ошибки. Цель специалиста по компьютерной безопасности – исключить слабые места в разработке. Задача хакера – эти слабые места обнаружить и грамотно их использовать. Так и проходят соревнования их профессионализма уже не первый десяток лет.

Невероятно, но факт!

Кибер-шалости часто освещаются СМИ, и многие из них достойны внимания. Но есть воистину резонансные и удивительные преступления, по праву признанные топовыми.

В свои 14 лет незрячий от рождения М. Вейгман был признан лучшим телефонным взломщиком современности. Обладающий уникальным слухом юноша сильно увлекся голосовыми чатами. В них он мастерски знакомился с девушками, заработав себе репутацию парня, которому невозможно отказать. Тем не менее, отказы были, и на этот случай М. Вейгман заранее приготовил коварный план. Он вторгнулся в телефонную сеть и получал доступ к номеру строптивой дамы. Пользуясь этим, он вызывал на дом к несчастной спецподразделение ФБР. Среди подростков с оскорбленными чувствами он был не один, и очень скоро «Маленький Хакер» основал банду себе подобных. В 19 М. Вейгман приговорили к тюремному заключению сроком на 11 лет. На его счету более 60 ложных вызовов полиции.

В 2008 г. состоялась одна из самых зрелищных краж в истории кибернетики. 9 млн долл. синхронно сняли с пластиковых карт по всей планете. В течение 30 минут около полуночи в 49 финансовых столицах мира затрещали 139 банкоматов. Банк RBS WorldPay дорого поплатился за слабую систему безопасности, взлом которой позволил хакерам легко считать данные, подделать пластиковые карты пользователей и снять со счетов все средства без остатка в стиле «флэш-моб».

Каждый игрок в душе знает, что обыграть казино невозможно, но продолжает играть, рассчитывая системы и надеясь на удачу. Группа друзей-хакеров на своем примере доказала, что при правильном подходе ни система, ни удача не нужны. Компьютерные гении надули игорный дом «Ritz» с помощью программы-сканера. Данная программа высчитывала скорость движения рулетки, после чего выдавала комбинацию выигрышных чисел. Мошенники вошли во вкус и дошли до выигрыша в 1 млн фунтов стерлингов.

Нереальный джек-пот насторожил сотрудников казино, ребят разоблачили, воспользоваться выигрышем им так и не удалось.

Хакер в понятии простого пользователя – это сверхчеловек. Но иногда киберпреступление является просто «бессмысленным и беспощадным». Так, например, в 2002 г. хакер А. Ламо совершил громкую атаку на внутреннюю сеть редакции газеты New York Times. В базу данных, содержащую список сотрудничающих с газетой экспертов, он внес свое имя. Толку никакого, а штраф в пользу Times равнялся сумме 65 тыс. долл.

Воровать – так миллионы!

Возможность украсть создает вора. Славянский народ же приписывает себе характерную черту брать все, что плохо лежит. Киберпреступления показывают, что эта черта интернациональная и четких критериев по расовому, половому и возрастному признаку не имеет. Так, 58-летний пенсионер из Греции обставил компанию Dassault Systemes на 300 млн долл. Незаконное проникновение в серверы, кража и перепродажа программного обеспечения привели пожилого хакера в тюрьму.

Суровые челябинские хакеры нанесли ущерб банкам США в размере 25 млн долл. Солидная банковская система Америки легко сдалась двум двадцатилетним россиянам. Хакеры Горшков и Иванов арестованы по делу кредитных карт Western Union на четыре года тюремного заключения.

В. Левин, гражданин России, был арестован в Лондоне в 1995 г. На его счету многочисленные киберпреступления, среди которых ограбление американского «Ситибанка» на 12 млн долл. За эту сумму В. Левин понес довольно легкое наказание – суд Нью-Йорка приговорил Левина к 36 месяцам тюрьмы и депортировал на родину.

Одессит Д. Голубов в криминальной кибернетике отличился своими организаторскими способностями. Он создал сайт Carderplanet.com, предназначенный исключительно для «коллег по цеху». На указанном сайте около 7 тыс. аферистов продавали друг другу краденые данные о банковских счетах по всему миру. В тюрьме «Великий Комбинатор» провел полгода.

Москвич И. Клопов посягнул ни много, ни мало на карманы участников списка Forbes. Вместе с четырьмя американскими единомышленниками ему удалось выудить с карт своих жертв 1,5 млн долл.

Криминальная Украина

Наши соотечественники от ведущих хакеров не отстают, только негоже коренному украинцу взламывать системы для получения данных об НЛЮ. Цели украинских хакеров исключительно материальные. Украина становится одним из центров мировой киберпреступности. По подсчетам специалистов, за прошедший год урон, нанесенный зарубежным пользователям хакерскими атаками наших граждан, составляет 200 млн долл.

Украинские граждане – особая и в чем-то трогательная категория киберпреступников. Из 200 млн долл. только 12,5 были украдены из банков Украины. Остальное было изъято из пользования банковских систем США и

Великобритании. Ловят украинских хакеров в основном в международных аэропортах при попытке возвращения на родину.

Двадцать украинцев организовали масштабную группировку, деятельностью которой стало похищение денежных средств из зарубежных банковских учреждений с их дальнейшей легализацией. С помощью программного обеспечения злоумышленники поражали компьютер жертвы, с которого велось управление финансовыми средствами, похищали персональный код доступа и пользовались им на свое усмотрение. Преступников ловили прямо-таки международными силами Великобритании, Нидерландов и США. Нанесенный ущерб оценивается в 40 млн долл.

Еще одна двадцатка хакеров разворовала крупнейшие банки Великобритании. Задержанных подозревают в мошенничестве, результатом которого стала кража миллионов фунтов стерлингов со счетов вкладчиков. Обвинением установлен факт кражи 6 млн фунтов стерлингов, но, по мнению следователей, украденная сумма гораздо больше.

Хакеры незаметно снимали деньги со счетов благодаря вирусу Zeus, похищающему пароли. Возраст вышеперечисленных украинских мошенников от 20 до 30 лет (*«Криминальный» Интернет: средний возраст хакеров от 20-ти до 30-ти лет // Пороги (<http://porogy.zp.ua/?page=view&article=4810>). – 2013. – 9.02*).

Специалисты из Германии и Ирландии, которые следят за соблюдением прав на не вторжение в личную жизнь пользователей Интернета, остались довольны тем, что социальная сеть Facebook, наконец, подчинилась их требованиям. А требования были таковы: удалить всю собранную в рамках сервиса распознавания лиц информацию о пользователях. Они изучили исходный код сети и удостоверились в том, что теперь все в полном порядке.

После жалоб руководителей специальных агентств по защите конфиденциальности частной информации Facebook деактивировал в прошлом году функцию автоматического распознавания лиц, благодаря которой пользователи могут быстро отметить на фото всех друзей при его выгрузке. Борцов за права пользователей насторожил тот факт, что система сама делает подсказки относительно того, кто изображен на фото. Однако в распоряжении компании оставалась кое-какая информация, и ее нужно было удалить.

Похоже, этот конфликт Facebook уладила, и уладила вовремя. У Германии и Ирландии пока нет никаких претензий к самой популярной сети мира. Надолго ли это? (*Facebook подчинился властям ЕС // InternetUA (<http://internetua.com/Facebook-podcsinilsya-vlastyam-es>). – 2013. – 9.02*).

Если брать во внимание число вирусных инцидентов и сетевых мошенничеств, то наиболее безопасными среди популярных социальных сетей

являются Facebook и LinkedIn. Тогда как больше всего вирусных атак ощущают пользователи «ВКонтакте». Об этом IT Эксперт рассказал К. Леонов, руководитель пресс-службы ООО «Доктор Веб».

«Почему социальные сети? Очевидно, что этот канал дает злоумышленникам возможность при минимальных затратах разослать свои вредоносные творения максимальному числу пользователей, которые не смогут обезопасить себя. Помимо этого, играет роль и эффект доверительного отношения к тому, что публикуют друзья пользователя в социальной сети. Однако все меняется при взломе аккаунта – злоумышленники получают возможность разместить на стене пользователя вредоносную ссылку, которая также появится в ленте друзей. Если еще и снабдить ссылку интересным текстовым посланием – не многие смогут раскрыть настоящий смысл», – объяснил он.

По словам эксперта, основная цель кибермошенников – заработать деньги.

«Их уже не интересуют красивый код или сложный функционал программы – их место заняли монетизация (как с ее помощью можно заработать) и способы распространения по максимальной аудитории», – рассказал К. Леонов.

В то же время руководитель пресс-службы «Доктор Веб» отметил, никто не сможет гарантировать всестороннюю защиту. Однако можно придерживаться нескольких правил, которые помогут вам обезопасить себя в социальных сетях:

- устанавливать обновления только с сайта разработчика приложения;
- не открывать непроверенные ссылки;
- пользоваться антивирусом с обновляемыми антивирусными базами;
- регулярно осуществлять смену пароля (*Регулярная смена пароля в соцсетях и обновляемый антивирус помогут избежать вирусных атак // InternetUA (<http://internetua.com/regulyarnaya-smena-parolya-v-socsetyah-i-obnovlyaemii-antivirus-pomogut-izbejat-virusnih-atak>). – 2013. – 9.02).*

Доступ ко многим популярным сайтам 7 февраля был нарушен из-за сбоя в сервисе Connect социальной сети Facebook, сообщает издание All Things Digital.

Система Facebook Connect позволяет пользователям регистрироваться на различных сайтах с помощью аккаунта в социальной сети. В результате неполадок в ее работе стали недоступны такие сайты как MSNBC.com, Yelp и New York Magasine. При обращении к одному из этих сайтов пользователь автоматически перенаправляется на страницу Facebook с сообщением об ошибке. Для корректной работы этих сайтов нужно было выйти из своего аккаунта в социальной сети.

Представители компании подтвердили изданию All Things Digital

возникновение этой ошибки и сообщили, что она была быстро исправлена. В настоящее время все упомянутые сайты работают в нормальном режиме (*Facebook случайно нарушил работу популярных зарубежных сайтов // Media бизнес (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/33708/118/lang,ru/>). – 2013. – 8.02).*

Американская ассоциация звукозаписи (RIAA) занесла крупнейшую российскую соцсеть в список пиратских сайтов.

Целью американской RIAA было выявить сайты, работающие за пределами США и способствующие краже музыки и нарушению авторских прав. Причиной попадания в доклад о результатах проверки было то, что соцсеть, аудитория которой составляет более 90 млн человек, разрешает своим пользователям загружать фотографии, музыку и видеоролики без согласия на то правообладателей.

Особенно указывается тот факт, что скачивать музыку из «ВКонтакте» можно при помощи сторонних клиентов (например Mulve или VKMusic). Это «наносит ущерб экономике Соединенных Штатов», говорится в докладе. «RIAA в восторге от возможностей Интернета и других коммуникационных технологий эффективно распространять музыку для её любителей во всем мире, – заявил исполнительный вице-президент RIAA Н. Туркевитц. – К сожалению, этот потенциал остается в значительной степени нереализованным – мы погрязли в пиратском болоте. Мы надеемся, что наши усилия помогут развитию законной торговли».

Комментируя ситуацию, пресс-секретарь «ВКонтакте» В. Цыплухин заявил журналистам газеты «Ведомости» о том, что соцсеть ранее в письме Международной федерации производителей фонограмм (IFPI) описала механизм удаления пиратского контента из «ВКонтакте», которым уже успешно пользуются другие правообладатели, однако ответа не получила.

Помимо российской соцсети, в докладе также упоминаются файлообменник Rapidshare, крупнейший поисковик в Китае – Baidu, блог RLSLOG, собирающий ссылки на нелегальный контент, и торрент-трекеры Torrentz, The Pirate Bay, BTjunkie и isoHunt (*«ВКонтакте» попала в список крупнейших пиратских сайтов // InternetUA (<http://internetua.com/vkontakte--popala-v-spisok-krupneishih-piratskih-saitov>). – 2013. – 14.02).*

Служба безопасности Украины предостерегает граждан от мошеннической схемы, которая в последнее время вводится через сеть Интернет. Как сообщает пресс-служба ведомства, злоумышленники распространяют вредоносный программный средство Trojan, который блокирует работу операционной системы Windows. (obozrevatel.com (<http://obozrevatel.com/crime/34675-hakeryi-pod-vidom-sbu-vyimani-vayut-u->

polzovatelej-dengi.htm). – 2013. – 14.02).

При этом на монитор пораженной ПЭВМ выводится сообщение о ее блокировке правоохранительными органами за нелегальную деятельность пользователя (использование нелицензионного программного обеспечения, посещение порносайтов и т. п.) с требованием перечислить деньги на электронные кошельки. Следует отметить, что уплата средств по указанным злоумышленниками реквизитами не приводит к разблокированию ПЭВМ.

С целью психологического воздействия на пользователей, правонарушители используют официальные логотипы Службы безопасности Украины, пытаясь создать у граждан впечатление, что их программное обеспечение блокирует спецслужба.

В течение последних месяцев 2012 г. – января 2013 г. указанная мошенническая схема применена более чем в 13 странах. За рубежом пострадавшие получали сообщения в т. ч. якобы от правоохранительных органов Великобритании и ФРГ.

СБ Украины предлагает пользователям, пострадавшим от данного вируса, немедленно обратиться в правоохранительные органы, которые осуществляют мероприятия, направленные на розыск правонарушителей (*Хакеры под видом СБУ выманивают у пользователей деньги // Обозреватель (<http://obozrevatel.com/crime/34675-hakeryi-pod-vidom-sbu-vyimanivayut-u-polzovatelej-dengi.htm>). – 2013. – 14.02).*

Неизвестные взломали сайт МВД Львовской области, а также разместили на нем рекламу о продаже наркотиков, сообщила начальник пресс-службы ведомства С. Добровольская.

Следует отметить, что сайт был взломан в ночь на 14 февраля. На сайте оказалась ссылка на другой источник, где сообщались места продажи наркотиков.

«Как выяснили во время проверки, на официальный веб-сайт ГУ МВД Украины во Львовской области компьютерные хулиганы осуществили неправомерный доступ к информации. В частности, злоумышленники разместили на странице ведомственного веб-сайта гиперссылку на другую интернет-страницу, где была информация рекламного характера относительно мест продажи наркотических средств», – заявила представительница милиции.

По данному факту возбуждено дело, сайт снова работает в обычном режиме (*Хакеры взломали сайт львовской милиции и разместили рекламу наркотиков // Голос Запорожья (<http://golos.zp.ua/ukraine/8370-hakery-vzломали-sayt-lvovskoy-milicii-i-razmestili-reklamu-narkotikov.html>). – 2013. – 14.02).*

Европейская полиция сообщила о разгроме сети киберпреступников,

получавших миллионные прибыли, рассылая вирусы на десятки тысяч компьютеров по всему миру.

Одиннадцать человек – граждане России, Украины и Грузии – были задержаны, и почти все они находятся в Испании.

В заявлении Европола сказано, что преступники заражали вирусом компьютеры, которые затем рассылали сообщения якобы от имени полиции. Адресатам сообщений говорилось, что они имели доступ к незаконной информации и должны уплатить штраф (*Европол задержал в Испании киберпреступников-украинцев // InternetUA (<http://internetua.com/evropol-zaderjal-v-ispanii-kiberprestupnikov-ukraincev>). – 2013. – 15.02*).

Хакерские атаки, которым подвергаются медиа-компании и отдельные журналисты, назвали простым и дешевым способом цензуры прессы. Как сообщает Reuters, с таким заявлением выступил 14 февраля Комитет по защите журналистов (Committee to Protect Journalists).

По данным организации, за последние несколько лет количество кибератак на сайты изданий существенно возросло, причем они становятся все более сложными.

В частности, в эту тенденцию вписываются, по мнению авторов доклада, недавние нападения на американские СМИ, такие как The New York Times, Wall Street Journal и Washington Post. В то же время правозащитники подчеркнули, что число атак на прессу увеличилось за последние годы также в странах Африки и Азии.

В конце января 2013 г. об атаках на сайты изданий и взлом почты сотрудников объявили сперва в The New York Times, а затем в The Wall Street Journal. В газетах сообщили, что нападения были совершены из Китая, а их возможной целью было повлиять на освещение событий, происходящих в этой стране. Согласно заявлению The Wall Street Journal, речь идет не о единичной атаке, а о серии взломов, которые осуществляла одна и та же группа хакеров, специализирующаяся на СМИ. В Посольстве Китая в Вашингтоне причастность страны к нападению на прессу опровергли.

Между тем в начале февраля о возможном взломе данных тысяч пользователей объявили в крупнейшем сервисе микроблогов Twitter. В отделе информационной безопасности компании заявили, что хакерские атаки были делом рук профессионалов и назвали их аналогичными нападением, которым подверглись ранее другие американские IT- и медиа-компании. В феврале также стало известно об атаке на Министерство энергетики США, в результате которой хакеры получили доступ к персональным данным сотен сотрудников и подрядчиков ведомства.

12 февраля президент США Б. Обама призвал Конгресс принять закон, направленный на усиление кибербезопасности в стране, а также поручил Национальному институту стандартов и технологий (National Institute of

Standards and Technology) разработать стандарты и методики для снижения рисков от атак хакеров на самые важные объекты инфраструктуры (*Кибератаки на американские СМИ назвали дешевым способом цензуры // InternetUA* (<http://internetua.com/kiberataki-na-amerikanskie-smi-nazvali-deshevim-sposobom-cenzuri>). – 2013. – 15.02).

Специалисты по безопасности из компании FireEye обнаружили в «диком виде» ранее неизвестный эксплойт для популярной утилиты Adobe Reader, официального «вьюера» для документов в формате PDF. По имеющимся данным, этот эксплойт успешно срабатывает в новейших версиях Adobe Reader для машин Windows, Mac и Linux. Исследователи настоятельно не рекомендуют открывать PDF-файлы из неизвестных источников до выпуска исправлений.

Как написали И. Лиин, Т. Хак и Д. Беннет из компании FireEye в своем блоге, обнаруженный эксплойт срабатывает сразу в нескольких свежих версиях пакета Adobe PDF Reader, включая 9.5.3, 10.1.5 и 11.0.1. Эти версии были выпущены в январе с целью исправить 27 критических уязвимостей. При срабатывании эксплойт сбрасывает в память машины две динамических библиотеки DLL. Первая DLL-библиотека отображает фальшивое сообщение об ошибке и открывает документ-приманку, как обычно делается при целевых атаках. В свою очередь, вторая DLL-библиотека помещает в память машины еще один компонент, который уже связывается с удаленным сервером управления.

Компания FireEye уже отправила образец эксплойта в группу безопасности Adobe, а пока не вышли соответствующие исправления, призывает не открывать никакие неизвестные файлы в формате PDF, либо применять для просмотра альтернативные инструменты (FoxIT, Nitro, Sumatra и т. д.). Компания Adobe подтвердила получение данных и ведет работу над устранением проблемы. «Лаборатория Касперского» также изучила найденные образцы и заявила, что это первый обнаруженный «на свободе» эксплойт, способный выбраться за пределы «песочницы», реализованной в Adobe Reader для защиты от вредоносного контента.

Новая атака на пакет Reader появилась всего через несколько дней после обнаружения сразу двух атак на технологию Flash Player, из-за которых компании Adobe пришлось выпустить внеочередное обновление. Одна из этих атак была построена на встраивании файлов формата SWF Flash в документы Microsoft Word. Другая атака была нацелена на машины Mac и использовала вредоносные Flash-файлы, размещенные на вредоносной веб-странице. Чтобы исправить ситуацию, очередная версия Flash Player содержит функцию Click to Play (Нажать, чтобы воспроизвести), которая блокирует автоматическое воспроизведение Flash-контента при открытии документов в пакете Office 2008 или более ранней версии. Также реализован защищенный режим, уже

доступный в Office 2010 – он требует явного согласия пользователя на запуск внедренного в документ Flash-файла (***Осторожно с PDF: обнаружена новая атака на Adobe Reader // InternetUA (<http://internetua.com/ostorojno-s-PDF--obnarujena-novaya-ataka-na-Adobe-Reader>). – 2013. – 15.02).***

Как отмечают исследователи Websense, в 2012 г. количество вредоносных сайтов увеличилось почти на 600 % и превысило отметку в 100 млн. Большинство атак было направлено на легитимные популярные сайты, что заставляет исследователей изменять традиционные подходы к оценке безопасности и доверию к ресурсам сети Интернет.

По их мнению, целенаправленность атак указывает на развитие нового поколения хакеров, которые атакуют высокодоходные объекты.

Анализ проведенных атак указывает на их многоуровневый характер и использование различных векторов обхода традиционных средств безопасности.

Таким образом, эксперты Websense отмечают, что для предотвращения атак в будущем необходимо внедрять глубоко эшелонированные средства защиты, включая системы мониторинга в реальном времени.

Согласно отчету Websense 2013 Threat Report, ежедневно на каждого сотрудника организации в среднем приходится 1,7 атак. Кроме того, количество вредоносных веб-сайтов увеличилось на 600 %, при чем 85 % из них располагались на легитимных ресурсах. Половина вредоносного контента, загружаемого пользователями, выполняется на системах в течение первых 60 с.

По данным исследователей, в прошлом году США, Россия и Германия лидировали в списке стран, распространяющих вредоносное ПО, при этом Китай, США и Россия оказались лидерами по размещению C&C-серверов.

В 32 % случаев сокращенные ссылки из социальных сетей вели на вредоносный контент. Также злоумышленники активно использовали преимущества нововведений на социальных сайтах для получения выгоды (***Количество вредоносных сайтов увеличилось в 6 раз // InternetUA (<http://internetua.com/kolicsestvo-vredonosnih-saitov-velicilos-v-6-raz>). – 2013. – 15.02).***

Социальная сеть Facebook подверглась «изохронной атаке» хакеров. Об этом говорится в заявлении, распространенном службой безопасности Facebook 15 февраля.

В январе, сообщила служба безопасности, для атаки хакеры использовали сайт компании – разработчика мобильных приложений, на который заходил ряд сотрудников Facebook. При посещении этого сайта, взломанного хакерами, на ноутбуки сотрудников социальной сети попал эксплойт, позволивший в дальнейшем установить некое вредоносное ПО. Ноутбуки сотрудников

Facebook, подчеркивается в заявлении службы безопасности, были оснащены новейшей антивирусной защитой.

После того как атака была обнаружена, представители Facebook поставили в известность о произошедшем правоохранительные органы и уведомили компанию Oracle об уязвимости в ее программном обеспечении. Соответствующую программную заплатку для устранения этой уязвимости компания Oracle выпустила 1 февраля.

В заявлении Facebook подчеркивается, что нет никаких данных, свидетельствующих о том, что хакерам удалось получить доступ к персональным данным пользователей соцсети (*Facebook сообщил об «изохренной атаке» хакеров // InternetUA (<http://internetua.com/Facebook-soobsxil-ob-izosxrennoi-atake-hakerov>). – 2013. – 16.02*).

Согласно последнему опросу о безопасности, проведенному компанией Microsoft, более половины из опрошенных респондентов подвергаются в Интернете множеству опасностей. Ещё 16 % респондентов применяют проактивные меры для защиты себя и своей приватной информации.

Исследование называлось Индекс компьютерной безопасности Microsoft (Microsoft Computing Safety Index) и включало результаты опросов, полученные от 10 тыс. пользователей персональных компьютеров, планшетов и смартфонов в 20 различных государствах и регионах.

В результате было установлено, меньше половины пользователей (42 %) устанавливают обновления программного обеспечения на своих ПК и лишь 28 % респондентов проводят регулярные апдейты ПО на своих мобильных устройствах.

В целом же, учитывая различные факторы, был определен общий мировой индекс безопасности вычислительных систем. При стобалльной системе оценивания (где 100 означает полную безопасность) индекс безопасности персональных компьютеров составил 34, а таковой для мобильных устройств оказался лишь немногим выше – 40 баллов (*Большинство людей всё ещё подвергаются опасности в сети // InternetUA (<http://internetua.com/bolshinstvo-luadei-vs-esx-podvergauatsya-opasnosti-v-seti>). – 2013. – 16.02*).

По данным исследователей, хакеры отказываются от атак на домашние сети, предпочитая мобильные.

Эксперты компании Kindsight представили отчет о киберугрозах в 2012 г., согласно которому значительно увеличилось количество инфекций мобильных сетей.

В то же время, за отчетный период с 13 % до 11 % уменьшилось количество атак на домашние сети.

Согласно отчету, 6 % угроз составляют участники ботсетей, руткиты и банковские трояны. Кроме того, ботнет ZeroAccess по-прежнему является наиболее распространенной угрозой, которой подверглись 0,8 % пользователей широкополосного доступа к сети Интернет.

В мобильных сетях 0,5 % устройств подверглись атакам вирусов с высоким уровнем угрозы, количество которых увеличилось на 67 %.

При подготовке отчета эксперты провели анализ развития вредоносных программ за последние три месяца, включая созданные хакерами ZeroAccess, TDSS, Alureon, AgentTK и банковский троян Zeus, а также новый вид угрозы компрометации конфиденциальных данных, связанный с распространением системы BYOD (*Количество атак на мобильные сети увеличилось на 67 % // InternetUA (<http://internetua.com/kolichestvo-atak-na-mobilnie-seti-uvelicilos-na-67>). – 2013. – 17.02*).

Эксперты предупреждают о уязвимости систем оповещения, используемых радио- и телестанциями.

Комментируя розыгрыш хакеров, взломавших недавно системы аварийного оповещения нескольких телестанций и транслировавших сообщения о зомби «восставших из могил» и «нападениях на живых», эксперты информационной безопасности из IOActive сообщили, что данный тип атак является не только опасным, но и достаточно простым в осуществлении. Об этом со ссылкой на исследователей сообщает cio.com.

По словам специалистов, злоумышленники запросто могли посеять панику среди граждан, разместив вместо сообщения о зомби предупреждение об эпидемии сибирской язвы или, к примеру, о террористическом акте.

Кроме того, по данным IOActive, устройства, используемые радио- и телестанциями, содержат множество критических уязвимостей и не являются устойчивыми к хакерским атакам. При желании злоумышленники могут организовать несанкционированную трансляцию произвольных сообщений, зрителями которой станут миллионы человек.

«Нам удалось обнаружить ряд устройств, подключенных к сети Интернет напрямую, и, по нашему мнению, вполне вероятно, что хакеры уже эксплуатировали уязвимости в них», – предположил технический директор IOActive С. Серудо (*Хакеры могут с легкостью скомпрометировать системы аварийного оповещения // InternetUA (<http://internetua.com/hakeri-mogut-s-legkostua-skomprometirovat-sistemi-avariinogo-opovesxeniya>). – 2013. – 17.02*).

Исследование, подготовленное компанией Blue Coat Systems, работающей в сфере сетевой безопасности, говорит о растущих угрозах в плане

этой самой безопасности на операционной системе Android. Данная ОС становится главной среди всех мобильных платформ мишенью для киберпреступников, чему крайне способствует её фрагментированность и слабые темпы обновления до современных версий.

Основаниями для таких заявлений компании служит возросшее за последние полгода число вредоносных Android-приложений. Из них до 40 % распространяются посредством так называемых malware networks, вредоносных сетей, которые представляют собой распределённые структуры в глобальной сети, предназначенные для ведения разнообразных атак на протяжении длительных периодов времени. Blue Coat в настоящее время отслуживает около 500 подобных сетей, которые постоянно меняют домены и местоположение.

Основными направлениями угроз для мобильных пользователей является посещение порносайтов. К счастью, меньше одного процента их посетителей заходят туда с мобильных устройств, но для них угроза стать мишенью для вредоносного кода весьма высока (*Android продолжает набирать популярность у вирусописателей // InternetUA (<http://internetua.com/Android-prodoljaet-nabirat-populyarnost-u-virusopisatelei>). – 2013. – 17.02*).