

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ
ЯК ЧИННИК
ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

*Огляд інтернет-ресурсів
(01–14.04)*

2013 № 8

Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки

Інформаційно-аналітичний бюлетень
Додаток до журналу «Україна: події, факти, коментарі»
Огляд інтернет-ресурсів
(01–14.04)
№ 8

Засновники:

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

Головний редактор

В. Горовий, д-р іст. наук, проф.

Редакційна колегія:

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.....	15
БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ	22
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	37
Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість.....	37
Маніпулятивні технології.....	45
Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»	53
Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки	59

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

З 1 по 20 березня 2013 р. Інститут Горшеніна провів всеукраїнське соціологічне дослідження на тему: «Сучасна молодь України».

Всього опитано 2000 респондентів у віці від 15 до 21 року в містах з населенням більше 100 тис. осіб, розташованих у 24 областях України і АР Крим. Квотами у вибірці були: вік, стать і тип населеного пункту, у якому мешкає респондент. Похибка репрезентативності дослідження не перевищує + / -2,2 %.

Більшість молодих українців (72,3 %) як основне джерело інформації про події обирають Інтернет. Більше половини опитаних (58,2 %) отримують інформацію за допомоги телебачення; 21,7 % – за допомоги спілкування з людьми; 12,4 % – за допомоги друкованих ЗМІ; 5,8 % – віддають перевагу радіо. Інше джерело інформації про події використовують 0,8 % респондентів, а 2,2 % – вагалися з відповіддю на дане питання.

Більшість української молоді (71,9 %) користується Інтернетом щодня. Кожен п'ятий (19,3 %) опитаний виходить в Інтернет кілька разів на тиждень, 3,9 % – кілька разів на місяць; 0,9 % – епізодично, але не рідше одного разу на півріччя. Не користуються Інтернетом 2,9 % респондентів, а 1,1 % – важко відповісти на це питання.

Більшій частині представників молодого покоління України (65,8 %) Інтернет необхідний для пошуку інформації. Для роботи та навчання використовують всесвітню мережу 58,7 % опитаних; для спілкування в чатах, на форумах, у соціальних мережах – 47,6 %; для прослуховування музики, перегляду фільмів, читання книг – 41,1 %. Використовують Інтернет для того, щоб бути в курсі подій у країні і у світі 39,6 % респондентів; користуються електронною поштою – 33,1 %; грають в ігри онлайн – 24,6 %; шукають в Інтернеті нових друзів, людей, близьких за інтересами – 23,4 %. Спілкуються з родичами в мережі – 22,2 %; здійснюють покупки в Інтернеті – 10,5 %; переглядають сайти еротичного змісту – 4,5 %. Відповідь «інше» на це запитання вибрали 1,2 % молодих українців, а 0,6 % – вагалися з відповіддю на питання.

Більше половини українських юнаків і дівчат (62,4 %) щодня користуються соціальними мережами. Більше чверті опитаних (28,6 %) виходять у соціальні мережі декілька разів на тиждень; 7,3 % – кілька разів на місяць; 1,3 % – епізодично, але не рідше одного разу на півріччя. Вагалися з відповіддю на це питання 0,4 % респондентів (**62 % української молоді щодня користується соцмережами // СІТІ** (<http://citi.cv.ua/news/suspilstvo/62-ukrainskoi-molodi-schodnya-koristuetsya-socmerezhami/>). – 2013. – 2.04).

Сервис микроблогов Twitter расширяет функционал опции Cards («визитки»), главным обновлением которой стала возможность скачать приложение напрямую из твита или же перейти к самому приложению, если оно уже скачано. Об этом сообщается в официальном блоге Twitter для разработчиков.

Например, если пользователь опубликовал в своём микроблоге сообщение при помощи приложения соцсети Path, то под его твитом появится ссылка либо на скачивание приложения Path, либо на само приложение, если оно уже установлено на смартфоне или планшете пользователя.

Работать новая функция будет как на устройствах iPhone и iPad, так и на гаджетах Android. Про расширение для Windows Phone пока не сообщается.

Расширение функционала «визиток» Twitter актуально и для ритейлеров. Теперь у них появилась возможность прикреплять к твитам о продукте информацию о его цене и других характеристиках. Также к твитам теперь можно прикреплять целые галереи изображений.

Как отмечает портал CNET.com, Twitter запустил сервис Cards («визитки») в июне 2012 г., позволив сайтам своих партнёров демонстрировать свой контент в «наиболее привлекательном виде». Тогда сервис включал в себя возможность прикреплять к твитам фотографии, видеоролики и конспекты больших текстов. По данным издания, на сегодня сервис Cards использует более 10 тыс. разработчиков, в том числе Flickr, Foursquare и Path (*Twitter позволил скачивать приложения напрямую через твиты // tv.net.ua (<http://www.tv.net.ua/news/internet/1050725820-twitter-pozvolil-skachivat-prilozheniya-napryamuyu-cherez-tvity.html>). – 2013. – 3.04).*

Мобильный прорыв Facebook. Основатель Facebook М. Цукерберг презентовал новый проект социальной сети – набор сервисов для Android под названием Home.

Facebook Home будет запускаться вместе с операционной системой. Пользователь вместо домашнего экрана и экрана блокировки будет видеть ленту новостей из своего аккаунта в Facebook. Звонить, отправлять сообщения, менять настройки телефона можно будет прямо в Facebook. Фактически пользователь будет круглосуточно находиться в соцсети.

Скачать Facebook Home можно будет в магазине приложений для Android – Google Play – 12 апреля.

Приложение будет бесплатно, но его можно будет установить только на некоторые премиум-смартфоны – Galaxy S3, Galaxy S4, Galaxy Note II, а также смартфон HTC One X, который поступит в продажу с предустановленным Facebook Home. Версия для планшетов выйдет в течение нескольких месяцев.

NASDAQ отреагировала на презентацию Facebook Home ростом акций соцсети. На закрытии торгов акции Facebook прибавили 3 %. Об этом сообщает РосБизнесКонсалтинг (*Мобильный прорыв Facebook // Электронні Вісти (<http://elvisti.com/node/124225>). – 2013. – 6.04*).

Facebook посягает на конфиденциальность пользователей.

Домашнее программное обеспечение сервиса Facebook для телефонов Android может «уничтожить» неприкосновенность частной жизни, предупреждают отраслевые наблюдатели и аналитики.

Выпущенные 4 апреля «домашние настройки» для Android размещают каналы Facebook на главном экране телефона.

Но подробные данные, которые могут быть добыты с телефона пользователя, могут вторгаться в его частную жизнь, предупреждают комментаторы.

Многие не согласились с утверждением о том, что новые настройки помогают людям, а не приложению, говоря, что это поможет Facebook продавать рекламу.

Настройки были продемонстрированы во время выступления в офисе Facebook, основателем социальной сети М. Цукербергом. Он сказал, что это была попытка покончить с системами, ориентированными на приложения, которые были наследием компьютерного мира, в котором людям нужно было нажимать на значок для запуска программы.

После установки на телефон, настройки берут на себя ответственность за блокировку экрана и основной дисплей, превращая их в информацию, уведомления и изображения Facebook, которыми делятся пользователи (*Facebook посягает на конфиденциальность пользователей // NovostiUA (<http://novostiua.net/techniks/34989-facebook-posyagaet-na-konfidencialnost-polzovateley.html>). – 2013. – 7.04*).

Половина пользователей Instagram сидит на Android.

В это сложно поверить, но буквально год назад сервис Instagram, один из первенцев в области легкой художественной обработки фотографий на мобильных устройствах, предлагался только тем, кто пользуется гаджетами Apple. Несправедливость, конечно, исправили. Разработчики компании явно не зря старались, поскольку на сегодняшний день обладатели Android-устройств составляют почти половину активной аудитории Instagram.

Ежемесячная активная аудитория Instagram насчитывает 100 млн человек, и примерно 50 млн из них выступают за лагерь Android.

«Пользователи Android помогли, как никто другой, распространению сервиса по всему миру, – с нескрываемой радостью сообщил инженер Instagram Ф. МакАллистер. – Они запечатлели столько всяких событий, это просто поразительно».

Instagram дружит с любым Android-устройством, обладающим камерой и платформой версии 2.2 и выше. Его можно загрузить в Google Play (*Половина пользователей Instagram сидит на Android // InternetUA (<http://internetua.com/polovina-polzovatelei-Instagram-sidit-na-Android>). – 2013. – 6.04).*

В контексте сегодняшнего анонса Facebook Home издание Fortune опубликовало интервью с М. Цукербергом. Глава Facebook рассказал о своем видении мобильного рынка, в частности – о конкуренции между Apple и Google.

По мнению М. Цукерберга, именно открытая политика Google позволила создать Facebook Home; подобные возможности для пользователей было бы сложно реализовать на iOS из-за слишком жесткого контроля со стороны Apple. Миллиардер считает, что уже в течение следующей пары лет Google сможет получить серьезные преимущества перед своим конкурентом благодаря этой самой открытости по отношению к разработчикам. При этом М. Цукерберг был бы рад представить что-то вроде Facebook Home и на iPhone, но пока у него просто нет такой возможности. Но в обозримом будущем это все-таки может случиться – сам создатель социальной сети тоже пользуется именно «яблочным» смартфоном, поэтому заинтересован в дальнейшем развитии своего нового продукта на других платформах.

В последнее время Apple и Facebook достигли некоторых успехов в плане интеграции Facebook в iOS 6 и OS X Mountain Lion (*Facebook Home невозможно было реализовать на iPhone // InternetUA (<http://internetua.com/Facebook-Home-nevozmojno-bilo-realizovat-na-iPhone>). – 2013. – 6.04).*

«Одноклассники» сообщили о восстановлении после сбоя.

Социальная сеть «Одноклассники» 7 апреля 2013 г. полностью восстановила работоспособность после сбоя трехдневной давности. Об этом сообщается в официальном микроблоге соцсети в Twitter.

«Все основные сервисы восстановлены. Никакие пользовательские данные не потеряны», – говорится в сообщении. Накануне в Twitter «Одноклассников» сообщалось, что «сообщения, группы, оповещения, лента, фотографии и игры – все это уже работает».

«Мы пережили несколько действительно сложных дней, когда работа сайта была частично парализована. На устранение неполадок и последствий, к которым они привели, нам понадобилось время. Мы переживали вместе с вами и считали каждую минуту, когда сможем написать вам эти слова: С «Одноклассниками» все ОК!» – говорится в заявлении администрации соцсети, размещенном на Facebook.

Сайт odnoklassniki.ru ушел в офлайн вечером в четверг, 4 апреля 2013 г. Как сообщила «Ленте.ру» пресс-секретарь «Одноклассников» М. Лапук, причиной неработоспособности сайта был сбой в работе оборудования. В своем Twitter М. Лапук также опровергла высказывавшиеся предположения о DDoS-атаке на сервер.

«Одноклассники» являются одной из популярнейших социальных сетей России. По данным Liveinternet, дневная аудитория сервиса превышает 39 млн пользователей (*«Одноклассники» сообщили о восстановлении после сбоя // InternetUA (<http://internetua.com/odnoklassniki--soobsxili-o-vosstanovlenii-posle-sboya>). – 2013. – 7.04*).

В Facebook Home появится реклама.

Это было ожидаемо, но на первых порах никому не хотелось думать о грустном: да, в Facebook Home, оболочке соцсети для устройств на базе Android, появится реклама. Собственно, как же без нее? Ведь Facebook, как и большинство интернет-компаний живет, в основном, за счет рекламы.

Упоминание о рекламе М. Цукерберг сделал только тогда, когда его в лоб спросили, планируется ли интеграция проплаченных предложений.

«Да, первая версия не поддерживает все те истории, которыми можно делиться в Facebook, включая рекламу», – сказал он. – Пока рекламы нет, но она будет».

Facebook планирует обновлять Home каждый месяц, так что вскоре все то многообразие контента, которое пока в приложении отсутствует, обязательно появится. Сеть планирует со временем предложить свою оболочку на многих других гаджетах, но пока та поддерживает лишь HTC First, Galaxy S III, S IV, HTC One, One X+ и Galaxy Note II. Помимо Samsung и HTC проект также поддержат Sony, Huawei, Qualcomm, ZTE, Lenovo, Alcatel (*В Facebook Home появится реклама // InternetUA (<http://internetua.com/v-Facebook-Home-poyavitsya-reklama>). – 2013. – 7.04*).

Facebook будет развивать новостную ленту сайта и приложение Instagram.

Крупнейшая социальная сеть Facebook планирует развивать новостную ленту сайта, а также приложение Instagram. Об этом сообщил основатель компании М. Цукерберг, передает Associated Press со ссылкой на американские СМИ.

Как рассказал М. Цукерберг в своем интервью, Instagram, приобретенный компанией в апреле 2012 г., является «важным и значимым» продуктом для Facebook. По его словам, в настоящее время Instagram пользуются более 100 млн пользователей, и в будущем Facebook надеется увеличить их число до 1 млрд человек. Также Facebook планирует развивать новостную ленту сайта, «совершенствовать ее, искать новые способы

взаимодействия с пользователями», добавил М. Цукерберг. Он выразил уверенность, что поток информации, производимой пользователями, возрастет в 10 раз к 2016 г.

Instagram – бесплатное приложение для мобильных устройств, позволяющее обмениваться фотографиями в Интернете. Однако главной функцией программы является возможность обрабатывать фотографии с помощью набора фильтров. Программа доступна для устройств на операционных системах Android и iOS.

Социальная сеть Facebook Inc. была создана М. Цукербергом в 2004 г. Штаб-квартира компании находится в г. Менло-Парк в Калифорнии. Чистая прибыль Facebook Inc. в 2012 г. упала почти в 19 раз по сравнению с предыдущим годом и составила 53 млн дол. *(Facebook будет развивать новостную ленту сайта и приложение Instagram // Media бизнес (http://www.mediabusiness.com.ua/?option=com_content&task=view&id=34495&Itemid=). – 2013. – 8.04).*

Facebook и Microsoft добавят в почту кириллицу.

Координационный центр национального домена сети Интернет (КЦ) – администратор доменных зон .ru и .рф – направил в головные офисы Microsoft и Facebook просьбу обеспечить поддержку e-mail адресов в зоне .рф и других доменах не на латинице. Об этом «Известиям» рассказал директор КЦ А. Колесников. Facebook и Microsoft уже обещали внести необходимые усовершенствования в почтовые сервисы и другие свои продукты. Аналогичные просьбы представители КЦ направят также в Google, Twitter, Samsung и Apple.

В последние годы в Интернете появляется все больше доменов верхнего уровня с адресами не на латинице – так называемых Internationalized Domain Name (IDN). В интернет-адресации все шире используется кириллица, китайское, арабское письмо, иврит и др. Так, уже запущен домен .рф, и в ближайшие полтора года в России может появиться еще несколько доменных зон верхнего уровня на кириллице – .рус, .москва, .дети, .онлайн, .сайт и др. Однако посылать письма на адрес вида name@имя.рф со многих популярных почтовых сервисов – Outlook.com, Gmail.com, Hotmail.com, Facebook.com – до сих пор нельзя. При попытке это сделать в Gmail.com и Outlook.com появляется сообщение об ошибке, и отправить письмо не удастся. В соцсети Facebook, где есть возможность принимать и отправлять e-mail, кириллический адрес удаляется, оставляя поле «Кому» пустым.

В результате кириллические домены оказываются не полностью функциональными: в них можно размещать сайт, но полноценно пользоваться почтой не удастся. Между тем русский язык – второй по популярности в Интернете.

«Владельцы веб-сайтов в домене .рф – как и в других интернационализированных доменах – сталкиваются с проблемами, которые

мешают им полноценно использовать домены на родном языке», – говорится в письме А. Колесникова (есть в распоряжении «Известий»).

Российский офис Facebook не представил «Известиям» комментария по данной проблеме. Головной офис, по словам А. Колесникова, обещал ее исправить.

«Они ответили, что исправят эту ошибку в самое ближайшее время», – рассказал глава КЦ.

В компании Microsoft также занялись исправлением ошибки.

«Мы знаем об этой проблеме и в данный момент работаем над ней с инженерами Outlook.com», – сообщили в московском офисе Microsoft.

Российские почтовые сервисы Mail.Ru и «Яндекс» уже умеют пересылать письма с кириллическими адресами.

«Проблема с поддержкой кириллических доменов крупными почтовыми клиентами и сервисами существует, – уверен С. Шариков, директор компании “Русские имена”, которая будет запускать домен верхнего уровня .рус. – Сделать распознавание кириллических адресов – не архисложная задача. Главное – принять решение, а технически это просто».

Это проблема не только зоны .рф, но и доменов на китайском, иврите и т. д, которые сегодня появляются, отмечает исполнительный директор Фонда содействия развитию технологий и инфраструктуры интернета М. Алексеев.

«Осенью прошлого года в Почте Mail.Ru мы уже реализовали возможность отправки и получения писем на почтовые ящики в зоне .рф. Однако говорить о поддержке других национальных доменов, наверное, пока преждевременно – они появились около трех лет назад и все еще не набрали большой аудитории. Чаще всего используют привычные ящики на латинице, а в национальном домене регистрируют сайты для простоты запоминания», – говорит вице-президент по стратегическим проектам Mail.Ru Group А. Артамонова.

Кроме того, многие популярные программы и интернет-сервисы не определяют кириллические адреса как ссылки. Например, если в Skype написать адрес «<http://test.ru>» – он автоматически станет активной ссылкой. Однако этого не случится, если набрать «<http://тест.рф>». Такая же проблема есть и в сервисе Google Docs. По словам директора подразделения Instant Messaging Mail.Ru Group И. Ермакова, в мессенджере Агент Mail.Ru вскоре появится поддержка IDN (*Facebook и Microsoft добавят в почту кириллицу* // *Media бизнес* (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34501/118/lang,ru/>). – 2013. – 8.04).

Пользователи не хотят телефон от Facebook.

Оказывается, что большинству человек не нравится идея менеджеров Facebook и поэтому они вряд ли купят себе показанный вчера смартфон со

встроенным ПО этой соцсети. Такие результаты получили аналитики Retrevo, опросив клиентов Amazon.

Заинтересованность пользователей в мобильнике от Facebook. Красным цветом показаны те, кто категорически отказывается от покупки, оранжевым кто не может решить, зеленым – кто хочет приобрести

Безоговорочно приобрести телефон с предустановленным ПО этой социальной сети согласятся лишь 3 % опрошенных. Около 15 % участников исследования потребуют дополнительную информацию о Facebook Home, прежде, чем смогут принять решение. А 82 % опрошенных откажутся купить смартфон с предустановленным ПО этой соцсети.

Исследование также показало, что пользователи больше заинтересованы в телефоне от Amazon. Около 10 % опрошенных купили бы такой гаджет. А 25 % приняли бы решение после дополнительного изучения вопроса. И 66 % не нуждаются в фирменном мобильнике от Amazon.

Напомним, вчера Facebook представила смартфон под управлением собственного ПО, о чем мы писали за несколько дней до официальной презентации. Им стал HTC First – гаджет из бюджетного диапазона. Старт его продаж запланирован на 12 апреля – тогда абоненты американского оператора AT&T смогут приобрести его за 99,99 дол.

Но попробовать Facebook Home сможет каждый, ведь мобильный телефон HTC First является просто демонстрационным образцом для фирменного лаунчера этой соцсети. Скачать его смогут все желающие после того, как 12 апреля 2013 г. он появится в Google Play (*Пользователи не хотят телефон от Facebook // UkrLife.net (<http://ukrlife.net/polzovатели-nehotyat-telefon-ot-facebook/>). – 2013. – 5.04*).

Социальная сеть Facebook потеряла около 1 млн пользователей в ЮАР за последние шесть месяцев. Об этом сообщает tasstelecom.ru

По ее данным, 967 220 пользователей не заходили в сеть за это время, что означает падение аудитории на 17,7 %.

Исследование показало, что большинство пользователей Facebook в ЮАР составляют молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет.

Исследование компании World Wide Worx and Fuseware выявило также растущее число пользователей социальной сетью среди людей старше 60 лет (*Facebook потерял около миллиона пользователей в ЮАР // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/25031-facebook-poteryal-okolo-milliona-polzovatelej-v-yuar.html>). – 2013. – 9.04*).

Facebook пообещала не следить за пользователями смартфонов.

Facebook прояснила некоторые аспекты «социальной надстройки» Facebook Home, связанные с конфиденциальностью личных данных. Компания пообещала, что оболочка, во-первых, не будет собирать

информацию из сторонних приложений. Во-вторых, ее можно будет полностью отключить или навсегда удалить из Android-смартфона.

«Номе сможет видеть только то, как вы с ним взаимодействуете: ставите “лайк”, комментируете запись или отправляете сообщение», – говорится в пресс-релизе. Что касается других программ, то Facebook, например, увидит, что были открыты карты, но не сможет узнать о местах, которые вы искали. В то же время компания уточняет, что на смартфонах с предустановленным Номе (пока было анонсировано лишь одно такое устройство – HTC First) она будет собирать данные о системных уведомлениях.

В любом случае, вместе с Номе соцсеть получит в свое распоряжение новую информацию о пользователях, к которой она прежде никогда не имела доступа. Тем, кто не хочет делиться с Facebook уведомлениями и списком приложений, от установки Номе, возможно, стоит отказаться.

Facebook Номе – «социальная надстройка» к операционной системе Android – была представлена на прошлой неделе. Она привносит на смартфон ленту новостей (Cover Feed), которая заменяет домашний экран, групповой мессенджер Chat Head, объединяющий сообщения из Facebook и СМС, а также несколько социальных функций.

Facebook Номе появится в Google Play 12 апреля. Сначала ее можно будет установить на флагманские модели Samsung (Galaxy S IV, S III, Galaxy Note II) и HTC (One и HTC One+), но в будущем число совместимых устройств расширится (*Facebook пообещала не следить за пользователями смартфонов // ООО «Центр информационной безопасности» (<http://www.bezpeka.com/ru/news/2013/04/09/fb-promised-not-to-track-too-much.html>). – 2013. – 9.04).*

Почтовым ящиком Google теперь можно распорядиться и после смерти.

Компания Google разработала новый сервис, который можно назвать «виртуальным душеприказчиком» – продукт по управлению бездействующими аккаунтами Inactive Account Manager, который дает возможность клиентам распорядиться всей информацией, хранящейся в почтовом ящике Gmail, сообщает РИА Новости.

Если пользователь по каким-нибудь причинам перестает пользоваться почтой или другими услугами Google, через заданное им время (от 3 до 12 месяцев) Inactive Account Manager автоматически или сотрет всю оставленную им информацию, или перешлет ее на указанный «завещателем» адрес.

Таким образом можно распорядиться не только перепиской в Gmail, но и всем массивом данных, хранящихся на сервисах +1s, Blogger, Contacts and Circles, Drive, Google+ Profiles, Pages and Streams, Picasa Web Albums, Google Voice и YouTube.

«Спасибо, парни, меня очень греет мысль, что моя жена получит доступ ко всей информации, если со мной случится что-нибудь плохое», – написал в блоге компании один из комментаторов этой новости (*Почтовым ящиком Google теперь можно распорядиться и после смерти // Полит.Ру* (http://www.polit.ru/news/2013/04/12/jump_Inactive/). – 2013. – 12.04).

Интерес подростков к Facebook падает.

П. Джэфрэй провел исследование, опросив 5200 подростков. Как оказалось, 33 % молодых людей по-прежнему полагают, что Facebook – самая важная соцсеть. Тем не менее, индекс значимости крупных соцсетей быстро падает.

Подростки по-прежнему считают Facebook самой важной соцсетью, за это проголосовали 33 % опрошенных. Тем не менее, конкуренты уже подобрались к Facebook вплотную. 30 % молодых людей уверены, что наиболее важная соцсеть – это Twitter, 17 % проголосовали за Instagram.

Несмотря на то, что Facebook по-прежнему лидирует, интерес подростков к нему сильно снизился. Количество молодых людей, полагающих, что Facebook – самый важный медиа-вебсайт, снизилось с 30 до 20 %.

Подобная тенденция наблюдается не только с Facebook. Практически все соцсети наблюдают стагнацию или падение индекса важности своей платформы среди подростков. YouTube вплотную приблизился к тому, чтобы обогнать Facebook по важности, несмотря на то, что видеоплатформа также столкнулась со снижением своей значимости для молодой аудитории.

А вот Instagram и Twitter показывают рост. Тем не менее, сейчас в тренде использование молодых соцсетей. Многие из опрошенных подростков признали, что для них важнее всего такие платформы, как Wanelo, Vine, Snapchot, Kik и другие (*Интерес подростков к Facebook падает // Sostav.ua* (<http://www.sostav.ua/news/2013/04/12/127/56200/>). – 2013. – 12.04).

Twitter наращивает мультимедийные возможности, купив музыкальный сервис.

Twitter Inc приобрел базирующийся в Австралии небольшой музыкальный интернет-сервис We Are Hunted.

Условия сделки не раскрывались, но покупка, вероятно, является еще одним шагом социальной сети в сторону увеличения мультимедийных возможностей пользователей.

Отметим, в прошлом году Twitter, получивший мировую известность как микроблоггинговый сервис с ограничением в 140 знаков на одно сообщение, агрессивно расширял свои возможности в сфере графического, интерактивного и видеоконтента.

«Несомненно, что Twitter и музыка хорошо сочетаются. Музыканты обращаются к Twitter, чтобы общаться с фэнами, люди делятся (музыкой) и находят новые песни и альбомы», – заявили представители We Are Hunted.

Основатели компании закроют существующий ресурс, но не сообщили, что они будут делать в Twitter. Следует отметить, что Twitter отказался от комментариев, ограничившись коротким сообщением с приветствием We Are Hunted в своем составе (*Twitter наращивает мультимедийные возможности, купив музыкальный сервис // Глагол-инфо* (<http://glagol-info.com/news/6150-twitter-naraschivaet-multimedijnye-vozmozhnosti-kupiv-muzykalnyj-servis>). – 2013. – 12.04).

Социальная сеть LinkedIn сегодня объявила о покупке за 90 млн дол. интернет-стартапа Pulse, который в будущем поможет соцсети распространять уникальный контент для профессиональных пользователей ресурса. Согласно достигнутому между сторонами соглашению, сделка на 90 % пройдет в акциях LinkedIn и на 10 % в наличных деньгах. Стартап Pulse и его одноименное приложение на сегодняшний день принадлежат калифорнийской компании Alphonso Labs.

Приложение Pulse представляет собой визуальный новостной агрегатор, поддерживающий работу на ПК, мобильных устройствах и планшетах. Версии Pulse есть под Android и iOS. При помощи такого актива, как Pulse соцсеть LinkedIn может значительно расширить собственные мобильные продукты и технологии, а также получить в свой штат группу инженеров, специализирующихся на мобильном программном обеспечении.

Сервис был создан в 2010 г. двумя студентами из Стенфорда. Генеральный директор LinkedIn Д. Вейнер говорит, что при помощи Pulse его компания поможет пользователям в поиске новых данных, информации и разных сведений для трудоустройства, рыночной аналитики и новостей. «Контент – это очень эффективный способ повысить вовлеченность пользователей в повседневную жизнь ресурса, особенно это справедливо, когда большая часть пользователей – это профессионалы рынка», – говорит LinkedIn CEO.

На сегодня Pulse имеет базу примерно в 30 млн пользователей, около 750 издателей применяют платформу Pulse для дистрибуции контента. В 2011 г. Pulse уже привлекла от инвесторов 9 млн дол. (*LinkedIn покупает за 90 млн дол сервис Pulse // Sostav.ua* (<http://www.sostav.ua/news/2013/04/12/129/56211/>). – 2013. – 12.04).

В Англии запустили социальную сеть для животных – My social network. Создать аккаунт в новой соцсети можно питомцу и его владельцу, а также компаниями, которые производят товары и услуги для животных и

благотворительным организациям из этой же сферы. При помощи сайта приюты могут искать хозяев для своих питомцев.

Судя по всему, в противовес уже существующей с конца прошлого года сети для кошачников Catmoji, в My social petwork представлены в основном собаки.

Но официальных ограничений на сайте нет – здесь можно найти милительные фотографии кроликов, хомячков, уток и даже диких животных и птиц (*Запущена соцсеть для животных // Internetua (<http://internetua.com/zapusxena-socset-dlya-jivotnih>). – 2013. – 14.04*).

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Волинські депутати в соціальних мережах: хто, як і про що

Серед обранців Волинської ради соціальна мережа Facebook популярніша, ніж «ВКонтакте». У Facebook мають свої аккаунти близько 25 % обранців обласної ради.

Із депутатів Волинської обласної ради, за підрахунками порталу Четверта влада, у соціальній мережі «ВКонтакте» має свої акаунти вісім обранців. Це 10 % усього депутатського складу (80 обранців. – Авт.). У соціальній мережі Facebook порталу Четверта влада вдалося віднайти 20 акаунтів (25 % усіх депутатів). Власні сайти із депутатів обласної ради мають три обранці.

Волинські депутати неохоче використовують соціальні медіа для популяризації своєї діяльності та контакту з виборцями, яких представляють. Із 130 депутатів Луцької міської та Волинської обласної ради у «ВКонтакте» вдалося відшукати лише 15 акаунтів обранців, а в Facebook – 39. Якнайкраще використовують соціальні мережі лише декілька депутатів. Решта неохоче подає свої біографічні дані та ділиться контактною інформацією. Більшість обранців у своїх акаунтах і не вказують, що вони є депутатами тієї чи іншої ради (*Горбач Ю. Волинські депутати в соціальних мережах: хто, як і про що // Рівненсько-Волинський портал «Четверта влада» (<http://4vlada.com/volin/23414>). – 2013. – 2.04*).

В политическом бомонде России распространилась информация, по которой администрация президента В. Путина настоятельно рекомендует чиновникам уйти из социальных сетей и закрыть блоги, или раскошелиться на пресс-секретарей. Источник в администрации президента уточняет, что блоги и страницы в социальных сетях должны вести специально нанятые специалисты, но не сами чиновники.

Последним рекомендуется или доплачивать подготовленным работникам за эту операцию, или полностью закрыть свои аккаунты и блоги.

В первую очередь это предостережение адресовано главам федеральных ведомств, особенно силовых.

При этом источник в президентской администрации добавил, что губернаторов и членов обеих палат парламента это предостережение не касается, поскольку лица на выборных должностях должны сами отвечать за свои слова.

Следует отметить, что ожидаемое затухание личной интернет-активности российских чиновников полностью компенсируется яркими публикациями на официальных страницах ведомств в социальных сетях. Так, полемическая заметка российского МИДа в Facebook под названием «Я к тебе прорвусь, мон ами. Рациями, факсами, телефонами...» в адрес блогера Носика резко увеличила популярность старой песни среди специалистов по связям с общественностью (*Российские чиновники уходят из социальных сетей и закрывают блоги // DirectPress (<http://directpress.ru/v-rossii/18016-rossijskie-chinovniki-ukhodyat-iz-sotsialnykh-setej-i-zakryvayut-blogi>). – 2013. – 4.04*).

Пресс-секретарь президента В. Путина Д. Песков опроверг информацию о том, что Кремль рекомендовал чиновникам перестать вести свои блоги и уйти из соцсетей. В эфире Business FM он заявил, что «это невозможно».

Д. Песков отметил при этом, что лица, ведущие блоги, должны не забывать о специфике работы и не проецировать в сеть рабочие вопросы.

Пресс-секретарь премьера Д. Медведева Н. Тимакова в свою очередь заверила газету, что никаких распоряжений из Кремля по этому поводу не поступало. «Министры, у кого есть личные аккаунты, продолжают вести их самостоятельно», – подчеркнула она, добавив, что пресс-служба правительства провела для представителей ведомств обучающий семинар.

«Известия» напомнили, что 11 марта вице-премьер Д. Рогозин заявил о том, что прекращает вести свои аккаунты в Twitter и Facebook и передает их под управление пресс-службы. Рогозин завел микроблог в 2009 г. и за время его ведения написал более 11 тыс. твитов (*Кремль опроверг запрет чиновникам на работу с соцсетями // InternetUA (<http://internetua.com/kreml-oproverg-zapret-csinovnikom-na-rabotu-s-socsetyami>). – 2013. – 4.04*).

Н. Азаров просит украинцев не жаловаться ему в Facebook.

Премьер-министр Н. Азаров напомнил, что его страница в Facebook – площадка для обмена мнениями, а не книга жалоб.

Об этом Н. Азаров написал на своей страничке в Facebook.

«Поймите, отвечать на все сообщения просто не смогу, и эта страничка – не книга жалоб и не запись на прием, а площадка для обмена

мнениями, информацией. Решение вопросов требует определенного времени, отнеситесь к этому с пониманием», – написал Н. Азаров.

Премьер пожаловался, что у него нет возможности отвечать на все сообщения, которые приходят от пользователей.

«Еще раз хочу заверить, что в меру возможностей, я захожу на эту страницу. Читаю вопросы, замечания. Самые важные из них принимаю к сведению, делаю выводы, и если нужно, распоряжения», – заверил он.

Как сообщало ИА «Пресс-центр Украина», в марте Н. Азаров заявил, что министры должны находить время для общения с простыми украинцами и использовать для этого разные средства.

Пресс-служба Президента разрабатывает проект официального представительства В. Януковича в соцсетях (*Азаров просит украинцев не жаловаться ему в Facebook // Пресс-Центр Украина* (<http://pressua.info/sobytiya/obshchestvo/item/2082-azarov-prosit-ukraintsev-ne-zhalovatsya-emu-v-facebook.html>). – 2013. – 8.04).

Число пользователей, подписавшихся на страницу папы римского Франциска в сети Twitter, удвоилось с 2,5 млн до 5 млн человек за последние семь недель, сообщают итальянские СМИ.

На странице папы Франциска @pontifex публикуются сообщения на девяти языках, включая итальянский, английский, испанский, арабский и латинский.

Сообщения на странице папы римского публикуются с его одобрения. Однако сам понтифик сетью Twitter не пользуется.

Первая запись, опубликованная спустя несколько дней после избрания Франциска папой римским, гласила: «Я благодарю вас от всего сердца и прошу продолжать молиться за меня».

Страница папы римского в сети Twitter была запущена 2 декабря 2012 г. предыдущим папой Бенедиктом XVI с целью наладить контакт с более широкой аудиторией, в том числе с молодежью (*У Папы в Twitter 5 млн подписчиков // Эксперт-центр* (<http://expert.org.ua/statias/?st=2&id=105985>). – 2013. – 5.04).

Німецький університет Anhalt вніс у навчальний план такі предмети, як Facebook і Twitter (<http://ua.korrespondent.net/business/career/1540509-nimeckij-universitet-zaprovadiv-kursi-iz-socialnih-merezh>).

Як повідомляє видання Bild, з 1 квітня 2013 р. група з 20 осіб почала навчатися на новій магістерській – і першій для Німеччини – програмі Онлайн-комунікації.

Доктор Г. Зенд склав навчальний план для цієї спеціальності.

«Найбільше уваги ми приділяємо практиці», – говорить професор.

Видання зазначає, що в програмі бере участь велика кількість підприємств, які вже під час навчання розподіляють практичні проекти.

«До речі, у нас не тільки Facebook. Соціальні мережі – основна частина програми, але ми покриваємо й інші аспекти, наприклад, комунікацію всередині компанії, системи редагування та виробництво подкастів. Ми тут нікого не вчимо, як зареєструватися у Twitter. Мова йде про більш значні процеси. Студенти повинні зрозуміти, як успішно пов'язувати і застосовувати засоби онлайн-інформації в політиці та економіці», – розповідає Г. Зенд.

Основною ідеєю нових курсів професор назвав створення «нового покоління управлінців».

Як писав раніше Корреспондент.biz, 47,6 % української молоді використовують Інтернет для спілкування з іншими користувачами в чатах, на форумах та соціальних мережах (*Німецький університет запровадив курси із соціальних мереж // Корреспондент.net (http://ua.korrespondent.net/business/career/1540509-nimeckij-universitet-zaprovadiv-kursi-iz-socialnih-merezh). – 2013. – 5.04).*

К. Костнер завел аккаунт в соцсети «ВКонтакте».

Американский актер и музыкант К. Костнер, который на этой неделе приедет с концертами в Россию, завел аккаунт в социальной сети «ВКонтакте», сообщает пресс-служба РМІ.

«Страница заведена К. Костнером в преддверии концерта в России. 11 апреля 2013 г. на сцене БКЗ “Октябрьский” с группой Modern West состоится первый сольный концерт певца в Санкт-Петербурге», – говорится в сообщении. Накануне артист выступит на сцене Государственного Кремлевского Дворца в Москве (*К. Костнер завел аккаунт в соцсети «ВКонтакте» // Media бізнес (http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34513/118/lang,ru/). – 2013. – 9.04).*

Римские папы и социальные сети.

Римско-католическая церковь – самая многочисленная христианская конфессия, насчитывающая порядка 1 млрд 200 млн приверженцев по всему миру. Это, пожалуй, наиболее консервативная и централизованная христианская структура со строгой иерархией и системой управления, что, однако, нисколько не мешает ей идти в ногу со временем и брать на вооружение самые современные технологии.

Ватикан уже довольно давно присматривался к социальным сетям не только как к способу ведения миссионерской деятельности, но и как к средству информирования и общения с верующими. Но наибольшую активность в области использования соцсетей проявил недавно оставивший

Святой Престол Папа Бенедикт XVI. Пробный Twitter понтифика появился ещё в 2009 г., но был быстро заброшен – видимо, из-за отсутствия твёрдого понимания, как с ним нужно работать.

В марте 2011 г. специально к церемонии беатификации (причисления к лику блаженных, предварительная ступень перед причислением к лику святых, канонизации) Иоанна Павла II были открыты официальные аккаунты в сети Facebook и на видеохостинге YouTube. В феврале 2012 г. в Twitter появился «пробный» микроблог, в котором публиковались выдержки из послания Папы Бенедикта XVI во время Великого поста. Наконец, в декабре 2012 г. был открыт официальный личный микроблог Бенедикта XVI @Pontifex. Помимо основного аккаунта, ведущегося на английском языке, существует ещё восемь – на латыни, на немецком, испанском, португальском, польском, итальянском, французском и арабском языках.

Для ведения микроблога @Pontifex и работы в других социальных сетях был сформирован целый отдел, торжественно названный Pontificium Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus, то есть Консилиум Понтифика по социальным коммуникациям, или, ещё проще, Папский совет по связям с общественностью. Возглавляет Консилиум архиепископ Клаудио Челли, а оперативным управлением занимается ирландский священник монсеньор Пол Тин. В состав совета входят преимущественно 25–30-летние сотрудники из самых разных стран, разбирающиеся не только в современных технологиях, но и в тонкостях христианского вероучения.

Каждое сообщение перед отправкой утверждал сам понтифик, а на вопросы фолловеров, в том числе и на латыни, отвечали сотрудники Консилиума.

Проработал Twitter Бенедикта XVI недолго: 28 февраля 2013 г. Папа отрёкся от престола по состоянию здоровья. Однако ещё до отречения было обнародовано Послание Бенедикта XVI к 47-му Всемирному дню социальных коммуникаций, который будет отмечаться 12 мая 2013 г. И тема Дня в этом году как раз посвящена соцсетям и полностью звучит так: «Социальные сети, врата истины и веры. Новые пространства евангелизации».

В своём Послании Бенедикт XVI вполне однозначен в оценках: если эти новые публичные пространства используются правильно и уравновешенно, то они «содействуют таким формам диалога и дискуссии, в духе уважения, внимания к конфиденциальности, ответственности и приверженности к истине, которые могут укреплять узы единства между людьми и действительно продвигать гармонию человеческой семьи» (Цитата по материалам русской службы Радио Ватикана).

Понтифик подчеркнул, что «обмен информацией может стать подлинным общением, связи могут стать дружбой, контакты могут способствовать единству. Если социальные сети призваны осуществить этот большой потенциал, то участвующие в них люди должны стараться быть подлинными, ведь на этих пространствах делятся не только идеями и

информацией, но, в конечном счёте, люди сообщают самих себя». По мнению Бенедикта XVI, «цифровая среда не является неким параллельным или чисто виртуальным миром. Это часть повседневной реальности для многих, особенно самых молодых», поэтому было бы неправильно игнорировать сам факт её существования.

Разумеется, верующие могут использовать социальные сети и для распространения христианского учения и его ценностей. Суть такого послания может сводиться к «вере в Бога, богатого милосердием и любовью, открытой во Христе Иисусе». При этом особенно важно богатство «образов и звуков», символов и знаков, которыми так богато христианство.

Бенедикт XVI стал первым Папой, активно пропагандирующим участие верующих в социальных сетях. Его пример оказался настолько заразительным, что во время проведения конклава кардиналов по избранию нового Папы служба безопасности Ватикана была вынуждена не только глушить сигнал сотовой связи, но и исключить любые возможности подключения к Интернету – чтобы ни у кого из церковных иерархов не возникло искушения «твитнуть» что-то своей пастве.

Сегодня Twitter @Pontifex перешёл к новому Папе и сменил имя с Pope Benedice XVI на Pope Francis, он продолжает вестись на нескольких языках, и у него более 2,3 млн фолловеров. Фотографии из Ватикана выкладываются на официальный Flickr flickr.com/photos/newsva, а в Facebook представительство Святого престола можно найти по адресу <http://www.facebook.com/news.va>.

Новый понтифик Франциск, избранный 13 марта, – первый в истории Папа-иезуит и первый в истории Папа из Нового света. Франциск, выходец из небогатой латиноамериканской страны Аргентины, известен как убеждённый традиционалист и принципиальный сторонник личной скромности. Тем не менее никакого сворачивания присутствия Ватикана в соцсетях не ожидается. Напротив, Консилиум Понтифика по социальным коммуникациям разрабатывает всё новые и новые формы использования современных средств общения с паствой.

Одна из таких новинок – приложение The Pope App для iPhone, iPad, а также смартфонов и планшетов под управлением Android. По своей сути оно представляет собой клиент для удобного доступа к материалам официального новостного сайта Ватикана www.news.va, а также к Twitterity Святого Престола. Через это приложение можно посмотреть видео с фрагментами из жизни понтифика и его фотографии, прочитать новости и заявления Папы, узнать о запланированных мероприятиях с его участием и даже увидеть трансляции с нескольких веб-камер, установленных на территории Ватикана.

Очень может быть, что не за горами внедрение и других, не менее нетрадиционных способов окормления паствы. Первый шаг уже сделан, и основы вероучения от этого нисколько не пошатнулись. Дело за малым: поскольку Римско-католическая церковь – это иерархическая структура с весьма строгими правилами, инициатива должна исходить из Ватикана.

Впрочем, некоторые важнейшие аспекты церковной жизни принципиально невозможно перенести в онлайн. Прежде всего это касается крещения, исповеди, причащения, брака и всех остальных таинств, требующих непосредственного личного общения со священником.

Разумеется, у Русской православной церкви тоже есть серьёзное присутствие в Интернете и социальных сетях, и в ней отнюдь не чужаются высоких технологий. Однако в силу догматически иного статуса Патриарха, чем у Римского папы, у него нет какого-то личного сайта или Twitter. При этом многие простые священники ведут собственные блоги, но это уже отдельная тема для совсем другой статьи (*Римские папы и социальные сети // Компьютерра-Онлайн* (<http://www.computerra.ru/62525/rimskie-papy-i-sotsialnyie-seti/>). – 2013. – 4.04).

Луценко готовится к регистрации в соцсетях

Экс-министр, который вышел на свободу 7 апреля, в ближайшее время планирует зарегистрироваться в соцсетях.

Об этом сообщили Р. Бессмертный и пресс-секретарь Ю. Луценко Л. Сарган, передает «Коммерсант-Украина».

«Думаю, уже на следующей неделе мы сообщим детали, а Юрий Витальевич регистрирует аккаунт в Facebook и Twitter, чтобы создать механизм коммуникации с желающими присоединиться», – отметил Р. Бессмертный.

Кроме того, планируется, что на время своего лечения Луценко продолжит вести онлайн-блог на одном из украинских интернет-порталов.

«Вероятно, в ближайшее время, пока Ю. Луценко будет в больнице, он продолжит общение через свой блог, а позже, очень скоро, появится и на Facebook», – заверила Л. Сарган.

Напомним, как сообщал «Главред», 5 апреля стало известно, что омбудсмен обратилась к Президенту В. Януковичу с просьбой помиловать Ю. Луценко, ссылаясь на состояние здоровья экс-министра и то, что он отбыл большую часть наказания.

7 апреля глава государства подписал указ о помиловании, и тот же день экс-министр вышел на свободу.

Как известно, суд приговорил Ю. Луценко к четырем годам лишения свободы за должностные преступления, а срок его заключения истекал в декабре 2014 г. (*Римские папы и социальные сети // Главред* (<http://glavred.info/politika/lucenko-gotovitsya-k-registracii-v-socsetyah-247625.html>). – 2013. – 10.04).

БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Как стало известно, М. Бродский, которому принадлежит сайт «Обозреватель», провел успешные переговоры с владельцем Facebook М. Цукербергом о покупке украинского сектора социальной сети.

Не так давно, в 2007 г., аналогичную операцию с кириллическим сектором другой социальной сети – LiveJournal – провел российский бизнесмен А. Мамут. По традиции, сумма сделки о покупке украинского сектора Facebook не разглашается.

Генеральный директор «Обозревателя» М. Кривда так прокомментировал сделку: «Честно говоря, для меня эта покупка стала сюрпризом, и нам предстоит проделать подготовительную работу, чтобы лучше адаптировать украинский сектор Facebook под нужды наших пользователей. Мы находимся в самом начале пути, однако, уже через несколько недель вы увидите положительные изменения» (*«Обозреватель» купит украинский сегмент Facebook // УРА-Информ (<http://ura-inform.com/ru/society/2013/04/01/obozrevatel-kupit-ukrainskij-segment-facebook>). – 2013. – 1.04).*

Сотрудники банков анализируют фотографии, подписки и социальный статус друзей, чтобы составить психологический портрет клиента.

Общий объем информации на серверах «Одноклассников» без учета видео составляет один петабайт – это несколько сотен тысяч DVD-дисков. Пользователи «ВКонтакте» ежедневно отправляют 730 млн личных сообщений, создают 80 млн публичных записей, загружают 40 млн фотографий и видеозаписей. Из социальной сети можно узнать о человеке довольно много – семейное и социальное положение, интересы, профессии родственников и друзей.

Огромный объем личной информации, которым делятся пользователи, привлекает не только спецслужбы, друзей или случайных знакомых. За потенциальными или действующими клиентами давно уже следят банки и микрофинансовые организации, которые стремятся оценить кредитоспособность заемщика. Что важно рассказывать о себе, чтобы оставаться привлекательным клиентом для банка?

Деньги из Facebook

На Филиппинах и в Колумбии действует проект Lenddo.com, позволяющий получить кредит по профилю в социальных сетях. Средний размер займа составляет 400 дол. на Филиппинах и 800 дол. в Колумбии. Деньги можно получить на срок от трех до 12 месяцев и использовать на образование, медицину или обустройство дома. Для получения кредита необходимо заполнить заявку на сайте, загрузить фотографию и дать ссылки на имеющиеся профили в соцсетях (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+), а также пригласить друзей и родственников из социальных сетей, чтобы они

взяли такой же кредит. Lenddo проводит скоринг страницы потенциального заемщика и страниц его друзей. Необходимый для получения кредита – 400 баллов по шкале сайта, плюс такое же количество баллов должны набрать трое друзей, из которых один обязательно родственник или коллега. При этом какая информация увеличивает баллы, а какая уменьшает, не указывается. Однако чем больше у заемщика социальных сетей и связей, тем выше его шансы, говорится на сайте компании. Все это сильно напоминает так называемый сетевой маркетинг, но инвесторы любят подобные проекты – в мае 2012 г. Lenddo получил 8 млн дол. от фондов Accel Partners, Blumberg Capital, Omidyar Network, iNovia Capital и Metamorphic Ventures.

Социальные сети являются поставщиками информации и для кредитных бюро в США. Их сотрудники изучают фотографии потенциального заемщика, например, как часто человек фотографируется в пьяном виде. Шансы нетрезвых весельчаков на получение кредита уменьшаются. Кроме того, аналитики обращают внимание на то, в какие магазины и как часто ходит человек, какие СМИ читает, каков социальный статус его друзей, в каком учебном заведении он учился и кто его однокурсники и одноклассники, на какую информацию ставит like. Эти данные позволяют составить психологический портрет заемщика и важны не менее, чем финансовая информация о размере зарплаты и количестве долгов.

Компания Kreditech из Германии предоставляет микрозаймы сроком до 30 дней, основываясь на собственной скоринговой модели, которая включает в себя и анализ активности заемщика в социальных сетях. Всего алгоритм скоринга учитывает 8 тыс. различных факторов, отмечает глава компании С. Даймер. Кроме социальных сетей Kreditech анализирует покупки и другие действия заемщика в Интернете, по которым можно судить о его предпочтениях и образе жизни. При возможности определяется и его местонахождение. Все это позволяет отсеять потенциальных мошенников. В компании заявляют, что просрочка по кредитам составляет меньше 10 %.

Защита от подделок

В России попытки создать скоринговую модель на основе информации в соцсетях только предпринимаются. Несколько лет назад социальная сеть «Одноклассники» пыталась продать свой проект по использованию социальной сети в скоринге банку ВТБ24. Банк не стал покупать, поскольку социальная сеть не предложила механизма, способного отличить профиль заемщика от сотен его однофамильцев и распознавать настоящий профиль, отсекая фейковые и скрывающиеся за никами.

Тому же ВТБ24 систему оценки заемщика по социальной сети предлагала компания «Техносерв», принадлежащая миллиардерам братьям Дмитрию и Алексею Ананьевым. Эта технология имеет дополнительный функционал под названием Discourse, который является закрытой «социальной сетью» для клиентов и сотрудников банка. Работает это так. Когда клиент обращается в банк за кредитом, ему заводится профиль в сети Discourse, к которому заемщик самостоятельно привязывает свои

профили в публичных социальных сетях. После этого все изменения в Facebook или Twitter-аккаунтах отображаются в этой социальной сети, банковский сотрудник видит все изменения в режиме онлайн. Это, по словам руководителя центра инноваций «Техносерв» М. Майоровой, позволяет отслеживать в режиме реального времени события в жизни заемщика, которые могут влиять на его кредитоспособность. Например, потерю работы или развод. Таким образом, наличие или отсутствие профиля в соцсетях, желание или нежелание указывать свой профиль в системе Discourse может повлиять на готовность банка выдать кредит. Повлиять на кредитоспособность заемщика может и круг его «друзей» в социальной сети. Так, система Discourse анализирует профили «друзей» для выявления нежелательных связей с «плохими» заемщиками, общее количество «неблагонадежных друзей» и членство в нежелательных группах и сообществах типа «Как не платить кредит» или «Как обмануть коллектора». Впрочем, ни принадлежащий Ананьевым Промсвязьбанк, ни ВТБ24 внедрять систему не стали.

Профиль будущего

Не стоит ждать, что мировой тренд обойдет Россию стороной; более того, между присутствием в соцсетях и получением кредита некоторая связь есть уже сейчас. Например, клиенты «Вдолг.ру», которая занимается взаимным кредитованием в Интернете, указывают в заявке на получение кредита ссылки на профили в своих социальных сетях, и кредиторы могут их просмотреть. Сам факт наличия или отсутствия профиля в соцсети не станет причиной отказа в выдаче кредита. «Однако высокая активность в соцсетях располагает кредиторов: заемщик выглядит как более открытый человек, ему больше доверяют», – говорит генеральный директор компании А. Тарасов. Из этого, по его мнению, следует, что в будущем отсутствие человека в социальных сетях станет поводом для более тщательной проверки или понижающим коэффициентом в скоринговых моделях.

Профиль заемщика в социальной сети вполне можно использовать для оценки кредитоспособности и принятия решения о выдаче займа, полагает А. Бахвалов, главный исполнительный директор компании «Домашние деньги», которая также изучает разработки в этой сфере. По зарегистрировавшемуся пользователю, передавшему права на просмотр профиля, можно выбрать всю возможную информацию для скоринга, сегментировать ее по значимым параметрам, таким как пол, возраст, увлечения, кто его родственники, чем они занимаются, количество друзей и кто они (*Как профиль в социальных сетях позволяет банкам изучить будущего заемщика // InternetUA (<http://internetua.com/kak-profil-v-socialnih-setyah-pozvolyaet-bankam-izucsit-budusxego-zaemsxika>). – 2013. – 29.03*).

Четыре уровня работы в социальных сетях

Состав работ в области SMM не секрет. Это длинный перечень обязанностей, который начинается с разработки четкого плана и стратегии, определения целевой аудитории и заканчивается – а заканчивается ли? – на анализе конкурентов и завоевании лидеров мнений.

Откройте любую книгу о соцсетях, и вы найдете там устрашающие рекомендации, которые недвусмысленно указывают на то, что SMM – это ежедневная работа на полной ставке. Но мы-то с вами знаем, что в реальности не все книжные рекомендации соблюдаются, а корпоративными сообществами занимаются по остаточному принципу между другими, более важными делами.

Идеал недостижим? Конечно достижим, достаточно «лишь» найти специалиста, который, засучив рукава, воплотит в реальность все правильные мероприятия в области SMM. Не будем оторванными от жизни перфекционистами. Предложим несколько уровней работы с соцсетями. Каждый из них имеет право на существование и иллюстрирует определенный этап в развитии SMM-стратегии (или, точнее, развития) компании.

Уровень 1

Это начальный уровень для тех, кто хочет застолбить местечко на Facebook, не обременяя бюджет наймом грамотного специалиста.

Контент. Новости фирмы, в том числе сообщения об акциях и спепредложениях. Содержание сообщества/группы ничем не отличается от содержания разделов Новости и Акции на официальном сайте.

Концепция. Сообщество – филиал или представительство компании в социальной сети. Поскольку клиенты нечасто заходят на наш сайт, а предпочитают общаться в сетях, то почему бы не выйти навстречу им из уютного уголка корпоративного сайта?

При таком подходе соцсеть воспринимается не иначе как еще один прилавок для торговли товарами и услугами. Определенно, это ошибочное, усеченное представление, но его разделяет добрая половина бизнеса и спорить с этим бессмысленно. Надо же с чего-то начинать работу в соцсетях! Почему бы и не с размещения корпоративного официоза?

Время. На работу в согласии с такой концепцией понадобится не более 30 минут в день. И то в тех случаях, когда новости появляются ежедневно. На практике благо, если сообщество обновляется хоть раз в неделю.

Бюджет. Ноль рублей 00 копеек, любой из сотрудников компании способен выделить несколько минут на такую нехитрую работу.

Эффективность. Работа в таком режиме – это скорее некие модные ритуальные действия (у всех есть – и у нас пусть будет), чем работа на результат. Продаж, переходов на сайты, укрепления лояльности и прочих даров SMM ждать не рекомендуется, чтобы не составить ложного впечатления о «неэффективности» маркетинга в соцсетях.

Смысл. В общем, уровень следует рассматривать как временный, иначе компания рискует застрять на выполнении бесполезной работы. Единственный полезный плод такой работы – понимание, что так работать в

сетях нельзя. Параллельно сотрудники компании знакомятся с соцсетями, поглядывая краем глаза на то, что делают конкуренты.

Уровень 2

Пришло время обновлять сообщество чаще, публикуя посты хотя бы через день. На этом уровне ставятся более конкретные задачи, в большей степени соответствующие духу соцмедиа. Ведь на прошлом этапе у нас уже была возможность почувствовать его дуновение.

Контент. Все те же новости компании и перепост контента из близких по тематике сообществ. Сообщество начинает принимать облик тематического журнала. Его уже может быть интересно время от времени полистать.

Концепция. Очевидно, что клиенты приходят в соцсети не ради нашей компании и не ради того, чтобы наслаждаться рекламными предложениями. Им нужен «фан» и «полезняшки». Мы не только пытаемся что-то продать, но и ставим задачу создать для компании привлекательный образ, сделать ее интересной в глазах ЦА, выделиться на фоне конкурентов.

При таком подходе компания вырастает до уровня базовых PR-задач. В сравнении с Уровнем 1, здесь компания перестает «Якать», ставя себя в центр мироздания. Она понимает, что не клиенты живут ради нее, а она – ради клиентов. Нужно давать людям то, что они ожидают, а не то, что хочется.

Время. На поиск релевантного контента, оценку его полезности и частую публикацию требуется не менее 1–3 часов в день.

Бюджет. Работа требует ежедневной занятости, и ее сложно перепоручить «кому-нибудь» из офиса. Систематическая работа с привлечением головы не делается между прочим. Трудно сказать, каким будет бюджет на Уровне 2, ведь он зависит от профиля деятельности компании, степени активности, степени профессионализма работника. Месячные расходы на оплату его труда могут составить от 6 тыс. до 12 тыс. р. за работу в нескольких сетях.

Эффективность. В социальных сетях компания начинает обретать свое лицо. В сообществе появляются первые подписчики, которых вряд ли могло привлечь рекламное направление первого уровня. Теперь можно говорить о переходах на сайт, активности в сообществе и информационной поддержке целевой аудитории.

Смысл. По наблюдениям львиная доля небольших и средних компаний активничает на втором уровне. Рекомендуется не тратить время, а сразу начинать с этого этапа. Пусть и не самая хитрая, но такая работа уже дает результат при довольно скромных вложениях. Рекомендуется малым и молодым компаниям без больших маркетинговых бюджетов.

Уровень 3

Самый серьезный этап для большинства компаний. Главная особенность – глубокая постоянная и систематическая работа.

Контент. Разнообразного содержания посты от новостей (куда же без них?) до фото и видео-материалов. Сообщество приобретает все необходимые атрибуты тематического журнала. Оно нуждается в ежедневной поддержке и обновлении. Перепосты, как и на предыдущем этапе, преобладают. Но они происходят не случайно время от времени, а согласно намеченному плану и концепции в каждодневном режиме.

Концепция. Наша компания – источник знаний и экспертизы по заданной теме, мы всячески помогаем нашим клиентам, оказываем всестороннюю поддержку, формируем клуб по интересам вокруг нашего бизнеса. Мы, по-прежнему, ставим базовую задачу повысить продажи, но не через грубую саморекламу. У нас покупают, потому что мы самые полезные, интересные и активные. Нам доверяют – наши продажи растут.

Время. Вот и пришло время для полной занятости. Делать такую гору работы на полставки не получится. Передать ее PR-менеджеру – значит убить затею в зародыше.

Бюджет. И в этом случае бюджет крайне чувствителен к профилю деятельности, а кроме того к уровню конкуренции в сетях, представленности тематики в сетях, активности аудитории, объему информации и многим другим факторам. Ежемесячный бюджет на 2–3 основные соцсети должен составлять не менее 25 тыс. р. И это без стоимости проведения контекстной рекламы и организации других методов продвижения (покупка постов, проведение конкурсов и т. д.), когда они понадобятся.

Эффективность. Все, о чем пишут в книгах и говорят на конференциях, на этом уровне начинает работать в полную силу. Генерация лидов, рост трафика, укрепление лояльности, активизация продаж и многое другое в полной мере возможно на Уровне 3. Следовательно, именно на него следует ориентироваться, начиная работу в соцмедиа.

Смысл. Не требует обоснования. Или так, или не обманывайте себя – вы еще не занимаетесь SMM по-настоящему.

Уровень 4

Редкая птица в отечественном интернет-маркетинге и, даже на Западе, он встречается не повсеместно. Главная особенность – преобладание (вплоть до 100 %) собственного контента, глубокая аналитика и активная работа с лидерами мнений.

Контент. Почти нет перепостов. Оригинальность превращает сообщество в культурное явление.

Концепция. Мы лидеры рынка и создаем свой собственный мир. Мы – центр притяжения для поклонников бренда, клиентов, СМИ, недругов и конкурентов.

Время. Ежедневная работа на полную ставку нескольких специалистов, а точнее команды разного профиля деятельности.

Бюджет. Не стану фантазировать на эту тему, так как маркетинговые бюджеты на SMM компаний уровня Microsoft и Panasonic не являются открытой книгой. Особенно если учитывать необходимость регулярного

найма сторонних подрядчиков, как компаний, так и частных специалистов. Предположу, что на сумму менее 100 тыс. рублей в месяц не стоит и рассчитывать. И снова без учета стоимости рекламы и других спецакций.

Эффективность. Компании, способные выйти на этот уровень, думают не столько о продажах и переходах, сколько о развитии и закреплении своего статуса лидера. Это игры «слонов» рынка, понятия которых недоступны простым смертным.

Смысл. Компания, которая достигла уровня безусловного лидера, мыслит иными категориями. Она мечтает о власти над душами, а не только кошельками людей.

Я описал четыре уровня работы в социальных сетях для того, чтобы показать: нет единственно правильной стратегии присутствия в соцмедиа. Мы обязательно должны учитывать маркетинговые бюджеты и уровень SMM-осознанности фирмы. Попытка продать клиенту или руководству идею полноценного SMM-присутствия на Уровне 3, когда оно едва готово к Уровню 2 – риск окончательно отпугнуть его от идеи выйти в сети.

Как и в спорте, нужно заниматься соответственно своей подготовленности, а не стремиться с самого начала все делать «правильно». Каждому свое и пусть расцветают все цветы. Побеждает тот, кто быстрее конкурентов переходит с низших уровней на высшие (*Овечкин А. 4 уровня работы в социальных сетях // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/4-urovnja-raboty-v-socialnyh-setjah-34176/>). – 2013. – 1.04*).

Instagram стал настолько популярен у россиян, что о рекламе на ресурсе задумываются даже крупные медиа-магнаты.

Например, исполнительный директор «Ньюс Медиа Рус», главный редактор LifeNews, «Твой день» и «Жизнь» А. Габрелянов заметил в своем Twitter: «В Instagram уже больше 100 млн пользователей и можно размещать рекламу через instahype.ru».

Этот сервис – первая рекламная модель в Instagram, позволяющая, как утверждается на странице Instahype, быстро и просто размещать рекламу, при этом технология позволяет оптимальным образом построить коммуникации с целевой аудиторией.

Напомним, что Instagram появился в виде приложения для iPhone в октябре 2010 г. В апреле 2012 г. была выпущена версия для Android, в этом же месяце компания была приобретена Facebook. Возможно, именно это повлияло на резкий рост аудитории – к ноябрю прошлого года она успела вырасти втрое. Если подобная динамика сохранилась и в настоящее время, то теперь пользователей сервиса не просто «больше 100 млн», как написал А. Габрелянов, а намного больше (*Рекламные возможности Instagram привлекают российских медиамагнатов // Media бизнес*

(<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34432/118/lang,ru/>). – 2013. – 2.04).

Комісія з цінних паперів і ринків США дала дозвіл публічним компаніям публікувати основні фінансові та виробничі показники в таких соціальних медіа, як Twitter, Facebook та інших, попередивши про це інвесторів, повідомляє Reuters.

Влітку 2012 р. виконавчий директор Netflix Р. Гастінгс написав на особистій сторінці у Facebook, що в червні користувачі завантажили через сервіс компанії близько мільярда годин фільмів та відео. Його пост викликав дискусію про те, чи не повинні були одночасно використовуватися офіційні канали розкриття для інформування інвесторів.

Тепер же регулятор США заявив, що «не можна, щоб одна група інвесторів отримувала перевагу над іншою просто через те, що компанія вибірково розкриває важливу інформацію».

«Більшість соціальних мереж прекрасно підходять для зв'язку з інвесторами», – додають у комісії.

Коментуючи випадок з Netflix, деякі спостерігачі нагадали, що ряд представників компаній раніше вже робили аналогічні публічні повідомлення.

«Прес-релізи на Yahoo finance – хто їх зараз читає? Ви будете читати новини у своїй стрічці Facebook або Twitter. (Інформаційна) галузь змінюється, і врегулювання її було тільки питанням часу», – переконаний засновник і глава Stocktwits Г. Ліндзон. Нині Stocktwits збирає для трейдерів обговорення ринку акцій у Twitter ***(Компанії США тепер можуть публікувати свою звітність у соцмережах // Корреспондент (http://ua.korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1536983-kompaniyi-ssha-teper-mozhut-publikovati-svoyu-zvitnist-u-socmerezah)). – 2013. – 3.04).***

В прошлом году Facebook заработала на рекламе 4,3 млрд дол. В 2013 г. эта цифра, согласно прогнозам, увеличится до 5,5 млрд дол. Пользователи крупнейшей в мире социальной сети уже привыкли к рекламным баннерам в новостной ленте и в правой нижней стороне страницы, пишет Business Insider.

Между тем многие рекламные объявления не отличаются внешней оригинальностью. Дело в том, что большинство из них формируется не человеком, а компьютером. Рекламодатели, включая таких крупных онлайн-продавцов, как Amazon или Fab.com, не имеют возможности выбрать для баннера индивидуальный стиль или дизайн: шрифт текста может быть или черным или синим, – пишут Вести.

Этот метод должен заставить творческих сотрудников в традиционных рекламных агентствах (заведующих отделом художественного оформления и

составителей рекламных сообщений), а также в агентствах компьютерной рекламы (интерактивных дизайнеров) серьезно задуматься о будущем. Как отмечают эксперты, еще никогда ранее в Интернете не размещалось так много рекламы, в подготовке которой не принимают участия люди творческих профессий.

Следует отметить, что «первооткрывателем» этого направления является Google. Крупнейший в мире онлайн-поисковик зарабатывает на текстовой рекламе около 46 млрд дол. в год. В рекламном бизнесе подобную рекламу называют заменой старых тематических объявлений, которые раньше публиковались на последних страницах газет.

Сегодня крупные рекламодатели, желающие работать с Facebook, все чаще отказываются от услуг ведущих агентств компьютерной рекламы. Если у вас есть онлайн-продавец обуви, то вы хотите, чтобы ваша реклама была направлена на тех людей, которые уже проявили интерес, ну скажем, к красным туфлям с высоким каблуком.

Вместо того чтобы рекламировать бренд и сайт – «Покупайте обувь здесь!» – намного эффективнее размещать рекламу красных туфель с высоким каблуком на странице пользователя, который ищет в Интернете именно такую обувь. Дело в том, что каждый онлайн-продавец имеет в ассортименте тысячи моделей обуви и невозможно создать оригинальный рекламный баннер для каждой пары обуви.

Именно поэтому медийные компании Facebook, такие как TBG Digital, Turn, Triggitt или Nanigans, загружают в базу данных десятки тысяч изображений различных товаров, которые по необходимости появляются на странице пользователя Facebook с помощью компьютера-робота. Этот метод онлайн-рекламы называется ретаргетинг (реклама нацелена на того, кто ранее проявил интерес к определенному товару в Интернете). И это метод чрезвычайно эффективен.

Беспокоиться о своем будущем должны также и творческие сотрудники агентств по производству телевизионной рекламы, так как Facebook пытается убедить рекламодателей, что размещенная в социальных сетях реклама намного эффективнее, чем ролик в телевизионном эфире. Интерес Facebook к ТВ неслучаен. Телевизионный рекламный рынок до сих пор остается самым большим в индустрии.

В то же время говорить о том, что Facebook исключительно отнимает работу, не совсем корректно. Социальная сеть создает новые рабочие места для творческих профессий. Компания имеет Facebook studio, сотрудники которой совместно с рекламодателями разрабатывают различные рекламные кампании для социальной сети. Кроме того, имеется специальный творческий совет, в котором участвуют топ-менеджеры различных агентств.

В свою очередь крупные рекламодатели имеют собственные творческие команды, которые следят за их «фирменными» страницами в соцсетях и создают специальные рекламы Page Post. Рекламодатели иногда используют агентства для проведения кампании на Facebook, но настоящие

деньги тем не менее в рекламе, которая воспроизводится с помощью компьютеров (*Соцсети вытесняют традиционные рекламные агентства // ИА Резонанс-Харьков (<http://rez.com.ua/?news=101733>). – 2013. – 3.04).*

Доходы крупнейшей в мире социальной сети Facebook от мобильной рекламы в этом году составят почти 1 млрд дол. К такому выводу пришли аналитики нью-йоркской исследовательской компании «И-маркетер» (eMarketer), которая специализируется на изучении рынка интернет-рекламы.

В 2013 г. размещение рекламы в контенте для мобильных устройств пользователей принесет Facebook 965 млн дол. – это в 2,5 раза больше, чем в 2012 г. Тогда соцсеть, впервые раскрыв информацию о выручке от мобильной рекламы, сообщила о доходе в этом секторе в размере 391 млн дол., пишет ИТАР-ТАСС (*Facebook зарабатывает 1 млрд дол. от мобильной рекламы // Обозреватель (<http://tech.obozrevatel.com/news/78106-facebook-zarabotaet-1-mlrd-dollarov-ot-mobilnoj-reklamyi.htm>). – 2013. – 4.04).*

Социальная сеть Facebook внедряет новые программные инструменты, помогающие бизнес-пользователям, знаменитостям и владельцам брендов лучше анализировать связанные с ними или их продукцией комментарии, выявлять тренды и проводить более глубокий семантический анализ контента Facebook.

Ранее Facebook уже презентовала первые разработки в данной области, а сейчас компания разнообразила их и добавила новые инструменты, позволяющие коммерческим пользователям Facebook быстрее отслеживать и отвечать на комментарии пользователей.

Новые инструменты работают через встроенный платформенный API Facebook, поэтому работать с инструментами можно и без непосредственного нахождения на Facebook. Новые инструменты позволяют в приложении визуально наблюдать «лестницу» комментариев и строить ветки общения, сортируя сообщения по хронологии, темам и другим параметрам. Согласно сообщению компании, пока новые приложения работают только на ноутбуках и настольных ПК, появление мобильных аналогов ожидается позже (*Facebook внедряет новые инструменты для анализа данных // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/facebook-vnedrjaet-novye-instrumenty-dlja-analiza-dannyh-34227/>). – 2013. – 4.04).*

Маркетинговая компания Kenshoo проанализировала гендерные различия аудитории Facebook.

Оказалось, что, относительно цены за клик, мужчины «стоят» дешевле, чем женщины. Полученные данные можно использовать при размещении таргетированной рекламы. Об этом сообщает Ad Labs.

Аудитория Facebook растет, а вместе с ней растет и объем рекламы в социальной сети. За 2012 г. на таргетированную рекламу в Facebook было потрачено более 4 млрд дол., и, по прогнозам экспертов, эта цифра в 2014 г. вырастет до 6 млрд. По прогнозам финансовых аналитиков, доход социальной сети в четвертом квартале может достичь 1,5 млрд дол. США.

Среди пользователей Facebook больше женщин. Однако маркетологи тратят больше денег, таргетируя объявления на мужчин. Вследствие этого мужчинам показывается больше объявлений, и они чаще по ним кликают. Что касается CPM и CPC, то они ниже при таргетинге на мужчин, чем при таргетинге на женщин.

Аналитики Kenshoo советуют:

1. Четко продумывать целевую аудиторию;
2. Создавать разные кампании на мужчин и женщин;
3. Сегментировать кампании по возрасту и другим демографическим характеристикам, чем уже таргетируемая аудитория, тем эффективнее будет рекламная кампания;
4. Тестировать сразу несколько узко таргетируемых сегментов и, в дальнейшем, расширять аудиторию в наиболее эффективных кампаниях;
5. Использовать разные тексты и картинки при таргетинге на мужчин и на женщин, учитывайте их различия в психологии;
6. Корректировать ставки в зависимости от таргетируемой аудитории;
7. Мониторить частоту показа объявления: RF=6 – наиболее оптимально. Если частота выше, то пользователи уже не замечают объявление, и в этом случае нужно запустить новый креатив для привлечения внимания (*Таргетированная реклама в Facebook: мужчины дешевле женщин // Marketing Media Review (http://mmr.ua/news/id/targetirovannaja-reklama-v-facebook-muzhchiny-desheвле-zhenschin-34235/). – 2013. – 4.04).*

Кейс: как утроить количество своих фанатов на Facebook за один день.

Maes – второе самое популярное пиво в Бельгии провело рекламную кампанию, в рамках которой раздало по бесплатному бочонку пива всем жителям с фамилией Maes (оно занимает третье место среди самых распространенных бельгийских фамилий).

В рамках кампании пользователи с этой фамилией должны были зарегистрироваться на Facebook, выбрать паб и дату, и поделиться бесплатным пивом со своими друзьями. Бренд также позволил пользователям с другой фамилией, изменить свою фамилию на Maes и получить бесплатное пиво. В результате кампании, созданной TBWA, страница бренда в Facebook вошла в 6 % самых активных страниц в мире, каждый 20 бельгиец зашел на веб-сайт бренда, а количество фанатов утроилось за один день (*Кейс: как утроить количество своих фанатов на Facebook за 1 день // Marketing Media Review*

(<http://mmr.ua/news/id/kejs-kak-utroit-kolichestvo-svoih-fanатов-na-facebook-za-1-den-34253/>). – 2013. – 5.04).

Microsoft обвинила Facebook в плагиате.

По мнению вице-президента Microsoft по корпоративным коммуникациям Ф. Шоу, Facebook скопировала подход к продвижению оболочки Facebook Home и «фирменного» смартфона социальной сети HTC First. «Презентация смартфона практически идентична той, которую мы провели около двух лет назад для Windows Phone», – написал в блоге Ф. Шоу.

По его словам, лозунг «Первым делом – люди» (Put People First) рассматривался в Microsoft еще в 2011 г. Новая платформа позиционировалась именно как решение, позволяющее вывести желания и удобство пользователя на первое место. «Люди важнее, чем приложения, и мобильные устройства должны создаваться для людей и их близких, а не ради программ, которые вы могли бы использовать, чтобы наладить связь с друзьями», – так объяснил подход софтверной корпорации к разработке WP Ф. Шоу.

По мнению топ-менеджера, Facebook хочет найти решение, чтобы перенести упоминаемый подход на платформу, которая на самом деле не предназначена для этого. «Пользователи Android знают, что платформа достаточно сложна и для достижения цели, которую поставила перед собой соцсеть, потребуется заново модифицировать оболочку ранее уже не раз модифицированной оболочки», – отметил Ф. Шоу. В заключение он заявил, что в данной ситуации проще перейти к использованию Windows Phone *(Microsoft обвинила Facebook в плагиате // InternetUA (<http://internetua.com/Microsoft-obvinila-Facebook-v-plagiate>)). – 2013. – 5.04).*

Facebook внедряет в Великобритании плату для незнакомых пользователей.

Пользователи Facebook в Великобритании смогут воспользоваться платной опцией гарантированной доставки письма незнакомым пользователям, которая будет стоить 71 пенс, сообщает газета Independent.

«Система оплаты сообщений, отправленных в ящик людей, которые не являются вашими друзьями, разработана для того, чтобы предотвратить спам, также принимается во внимание, что иногда вы захотите связаться с кем-то вне вашего круга общения. Мы тестируем размер оплаты в Великобритании и других странах, чтобы определить оптимальную цену», – говорится в коммюнике Facebook.

Наряду с платной опцией сохраняется функция бесплатной отправки, при которой сообщение окажется у адресата в папке «Другое», где аккумулируются несрочные письма и потенциальный спам. Оплатить услугу

можно будет, в частности, по карточке онлайн. Однако этого не смогут сделать подростки и дети до 18 лет.

Пользователи по-прежнему смогут бесплатно общаться со своими друзьями и друзьями друзей.

По данным Sunday Times, Facebook тестирует размер стоимости писем знаменитостям, которая будет зависеть от их популярности, то есть от количества поклонников в соцсети. Так, например, письмо американскому рэперу Snoop Dogg может обойтись фанатам в 10 фунтов 8 пенсов (15 дол.).

Facebook является крупнейшей в мире социальной сетью с более чем миллиардом пользователей. В России главными конкурентами Facebook являются социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники» (*Facebook внедряет в Великобритании плату для незнакомых пользователей // Media бизнес* (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34491/118/lang,ru/>). – 2013. – 8.04).

Twitter станет официальным поставщиком новостей от Bloomberg для трейдеров.

Bloomberg готовится интегрировать Twitter в свою платформу Bloomberg Terminal, используя которую трейдеры принимают решения о покупке и продаже акций.

По заявлению представителей Bloomberg, интеграция начнется сразу же после того, как Комиссия по ценным бумагам и биржам США (SEC) одобрит соответствующую заявку от агентства.

Напомним, что Bloomberg исторически является одним из основных поставщиков финансовой информации для профессиональных участников финансовых рынков. В качестве инструмента для передачи подобной информации используется Bloomberg Terminal. Именно через него трейдеры получают доступ к текущим и историческим ценам практически на всех мировых биржах и внебиржевых рынках, а также к системе электронной торговли облигациями и другими ценными бумагами.

Также Bloomberg Terminal позволяет осуществлять доступ как к ленте новостей самого агентства, так и к потокам информации, исходящим от других ведущих СМИ. Совсем скоро к ним присоединится и Twitter.

«Мы осознаем, насколько важной сегодня становится роль социальных медиа в процессе обмена коммерческой информацией. Именно через них мы узнаем о важных изменениях, впоследствии влияющих на фондовые рынки», – комментирует решение К. Браасч финансовый менеджер и сооснователь консультационной компании Bristlecone Capital Partners. «Специфика деятельности требует от Bloomberg доступа к информации подобного рода. Сообщения и заявления от руководителей ведущих компаний помогают аналитикам строить прогнозы, а трейдерам принимать решения о размещении ценных бумаг».

Кроме того, согласно предварительной информации, эксперты Bloomberg планируют разделить все твиты на несколько категорий: «сообщения от компаний», «финансовая информация по активам», «новости бизнеса», «персоналии». Такое сегментирование поможет трейдерам быстро ориентироваться в непрерывном потоке постоянно меняющейся информации.

В случае неожиданного появления в сервисе микроблогов большого количества твитов с упоминанием какой-либо компании, в Bloomberg Terminal будут автоматически создаваться специальные сигнальные оповещения для трейдеров, с тем, чтобы биржевые торговцы могли оперативно «среагировать» на событие (*Twitter станет официальным поставщиком новостей от Bloomberg для трейдеров // Prostoweb (http://www.prostoweb.com.ua/internet_marketing/sotsialnye_seti/novosti/twitter_stanet_ofitsialnym_postavschikom_novostey_ot_bloomberg_dlya_treyderov?utm_source=ukrnet&utm_medium=rss). – 2013. – 8.04).*

«Одноклассники» ссорятся с «ВКонтакте»: П. Дуров пожаловался на блокировку доступа к API

Как сообщает AIN.UA, на прошлой неделе представители сети «Одноклассники» пожаловались, что основной конкурент – «ВКонтакте» не хочет верифицировать официальную группу компании. В обсуждении темы основатель «ВКонтакте» П. Дуров выдвинул встречную жалобу: для «ВКонтакте» отрезан доступ к API «Одноклассников».

По словам основателя сети, сеть «ВКонтакте» всегда давала «Одноклассникам и другим сервисам, принадлежащим Mail.ru, доступ к своему API и социальному графу. «Вы же блокируете ВК уже какой год – видимо, есть некий экзистенциальный страх. Вот что стоило бы обсуждать на самом деле. Если компании дружат, включайте симметричный доступ к API, а если нет – не стоит делать красивую мину при плохой игре и жеманно обижаться на ничего не значащие галочки. Почему Вашей компании должны делаться исключения из правил верификации сообществ в условиях, когда Вы фактически односторонне с нами воюете – неясно», – написал он.

Как сообщает AIN.UA эту ситуацию объяснила пресс-секретарь «Одноклассников» М. Лапук: «API открыто для всех и всегда. И только кривизна рук позволяет воспользоваться или не воспользоваться им». В ответе П. Дурову она предложила сотрудникам «ВКонтакте» прислать описание проблемы, и пообещала, что в компании его рассмотрят.

Напомним, на прошлой неделе сеть «Одноклассники» пережила серьезный сбой из-за неполадок оборудования в дата-центре. Но на выходных сеть вернулась к нормальному режиму работы. Обо всех апдейтах во время сбоя команда сети сообщала в официальной группе «Одноклассников» на Facebook, а также в Twitter (*«Одноклассники» ссорятся с «ВКонтакте»:*

П. Дуров пожаловался на блокировку доступа к API // AIN.UA (<http://ain.ua/2013/04/08/120170>). – 2013. – 8.04).

Как купить лайки в Facebook.

Социальная сеть Facebook предоставляет огромные возможности для своих пользователей по возможности общения с друзьями и знакомыми, по самообразованию и просто по прекрасному проведению свободного времени. Но может так случиться, что со временем вы перестанете быть удовлетворенными от того, что стандартных возможностей, предоставляемых вашей собственной бизнес-страницей в этой сети. Вам просто захочется чего-то большего. Важно знать, что есть несколько бесплатных и чрезвычайно важных приложений, которые способствуют существенному расширению стандартного функционала странички, а также облегчают продвижение бизнеса на страницах популярной социальной сети, насчитывающей на сегодняшний день несколько сот миллионов зарегистрированных пользователей. Не стоит забывать и эффективный метод раскрутки свонго бизнеса при помощи такой услуги, как купить лайки Facebook.

Приобретенные законным, как говорится, путем лайки быстро продвинут вас на верхние позиции, сделав популярными и востребованными в пользовательской аудитории. Возьмем, к примеру, Vooshka – приложение, которое позволяет выявить самых активных поклонников, то есть тех, кто любит чаще других нажимать «Мне нравится», комментировать публикации, короче обожает быть активным участником группы. Вы можете таким образом организовать конкурс с целью выявления самого активного пользователя. Это в значительной степени активизирует деятельность ваших подписчиков, а, значит, вдохнет новую жизнь в страничку. Чрезвычайно важна и возможность добавления форума к личной странице. Поможет в оживлении бизнеса и копини – приложение, направленное на организацию общества поддержки клиентов. В системе будут накапливаться вопросы и ответы, которые будут храниться в базе данных. Это все будет приносить пользу всем новым посетителям. Все это осуществляется следующим образом: появился новый вопрос – система подыщет в базе данных и выдаст оперативно ответ. Видеомаркетинг, используемый вами, не обойдется без бесплатного приложения, способного транслировать видео на отдельные вкладки. Главное состоит в том, чтобы у вас было желание двигаться вперед, а средств в данной социальной сети предостаточно. Осваивайте их, используйте и будете на высоте (**Как купить лайки в Facebook // Наш Век (<http://wek.com.ua/article/75044/>). – 2013. – 8.04).**

Руководство сервиса обмена сообщениями WhatsApp опровергло информацию о том, что ведет переговоры относительно продажи своего

приложения компании Google за один миллиард долларов. В частности, об этом сообщил глава WhatsApp по развитию бизнеса Н. Арора. По его словам, та информация, которая в последние дни появилась в СМИ, не имеет ничего общего с реальностью и с компанией Google они ни в какие переговоры не вступали.

При этом он не стал отмечать, поступали ли им вообще какие-либо предложения со стороны IT-гиганта.

Предполагалось, что компания Google заинтересовалась приобретением популярного сервиса, чтобы усилить свои позиции на рынке коммуникаций. Кроме того, сообщалось, что приобретя WhatsApp, американская корпорация объединит все свои коммуникационные сервисы, в том числе и WhatsApp, в один крупный проект.

Еще раньше ходили слухи о том, что приобретением WhatsApp также интересуется Facebook, но эту информацию вскоре опровергли.

Приложение WhatsApp это своего рода замена стандартным СМС-сообщениям. Для отправки сообщений в WhatsApp необходим лишь Интернет. Таким образом, пользователи не платят денег оператору, и отправлять сообщения через данный сервис выходит в разы дешевле, так как он потребляет минимум трафика (*WhatsApp не ведет переговоры с Google // lenta.ru (http://www.novostimira.com.ua/news_51472.html). – 2013. – 9.04*).

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість

Социальные сети провоцируют эпидемию нарциссизма

Ещё в 2009 г. психологи установили, что количество людей, страдающих нарциссическими расстройствами личности, растёт так же быстро, как число страдающих ожирением. В немалой степени виноваты в этом социальные сети.

Исследователи Университета Западного Иллинойса попросили группу участников эксперимента ответить на вопросы теста на уровень эксгибиционизма и сопоставили результаты с количеством друзей этих участников на Facebook. Выяснилось, что существует прямая корреляция между тягой к демонстрации себя и количеством виртуальных друзей.

В виртуальном пространстве исчезают многие из тех ограничителей, которые сдерживают человека в реальной жизни, отмечают учёные. Проявлять черты мании величия, излишний нарциссизм, демонстрировать другим собственную, подчас мнимую, порочность, или наоборот – инфантилизм и импульсивность в социальных сетях – для некоторых это единственный способ почувствовать себя значительной личностью,

привлекающей внимание (*Социальные сети провоцируют эпидемию нарциссизма // Sostav.ua (http://www.sostav.ua/news/2013/03/28/51/55855/). – 2013. – 28.03*).

Лише 30 % людей мають таку властивість як «критичність свідомості». Соціальні мережі роблять число людей, які здатні критично мислити та відстоювати власну думку, ще меншим. Таке припущення висловили експерти під час дискусії у прес-центрі «RegioNews-Суми».

«Так звана критичність свідомості “уповільнює” наше життя. Якби вона була нам властива у повній мірі, ми б замислювалися над кожною дрібницею. Але наше життя полегшується тим, що поведінка людини на 90 % є автоматичною», – зазначила психолог О. Корсун.

Звичайно, легше погодитися з чиеюсь точкою зору та відмовитися від власної, пояснює психолог. Але все залежить від особистого вибору людини – і в реальному житті, і в соціальних мережах можна піддаватися загальній ідеї, а можна відстоювати власну позицію.

«Позиція людини у “живому” спілкуванні та у соціальних мережах має збігатися. Якщо ми звикли захищати свою думку, будемо це робити за будь-яких обставин», – вважає головний організатор Сумської відкритої ліги «ФАН-ЗОНА КВН» Д. Полов'ян.

Експерти погоджуються, що в соціальних мережах криються технології маніпулювання свідомістю, нав'язування переконань та стереотипів. Але їм можна протистояти.

«Єдиний спосіб чинити опір маніпуляціям – бути собою, пізнавати себе і шукати в собі внутрішню опору», – упевнений поет та письменник В. Чубур (*Соціальні мережі завважають людям мислити критично // RegioNews.Sumy (http://regionews.sumy.ua/node/13677). – 2013. – 5.04*).

Соціальні мережі можуть як стати панацеєю від самотності, так і зламати життя.

Нещодавня історія із сумчанкою облетіла вже всю Україну. Все через приватну добірку світлин і вчинений після цього розголос у соціальних мережах.

Інколи людина, що постраждала, навіть не підозрює, звідки ноги ростуть. Бажання мати чимало друзів, можливість стати популярним інколи змушує людей тікати до віртуального світу.

За статистикою, 96 % людей мають аккаунти в соцмережах. Нещодавно обраний Папа Римський теж благословив Інтернет, зазначивши, що той налагоджує зв'язки між людьми, та навіть створив власну сторінку в мережі.

Дедалі частіше чуто й про те, що соціальні мережі – досконалий механізм, що здатен перетворити людей на слухняних роботів.

Для людини з фантазією соцмережа може запросто перетворитися на потужній засіб впливу на маси. Приміром, аби отримати півмільйона користувачів, радіо знадобилося 40 років, телебаченню – 13, Інтернету – чотири, а Facebook зібрав 200 млн менше, ніж за рік. Якби він був країною, то третьою за чисельністю населення в світі. На думку фахівців, це – чудовий майданчик для шахраїв.

Тож у соцмереж є і позитивний, і негативний бік. Єдине, що радять фахівці: залишати на сторінках Інтернету лише ту інформацію, яку не обернуть вам на шкоду (*Соціальні мережі можуть як стати панацеєю від самотності, так і зламати життя // strc.sumy.ua (http://strc.sumy.ua/vnews/soc/26471-cocaln-merezh-mozhut-yak-stati-panaseyeyu-vd-samotnost-tak-zlamati-zhittya.html). – 2013. – 8.04).*

Исследование: социальные сети повышают производительность труда.

Компания Evolv провела исследование рынка труда и выяснила, что любители социальных сетей работают эффективнее, чем их противники. В опросе приняли участие 500 различных компаний.

Это, однако, не говорит о том, что зависимые от соцсетей работают более эффективно в целом. Наблюдения показывают, что чем больше таких сайтов использует сотрудник, тем более продуктивным он становится. Все дело в количестве аккаунтов – их оптимальное число для одного человека составляет пять. Уровень производительной эффективности у тех, кто пользуется четырьмя и менее, ниже на 1,5 % и 2,8 % соответственно. К тому же, любители Facebook, Twitter, Instagram, Google+, LinkedIn и прочих сайтов остаются на работе на более долгий срок – 94 дня против 84 у противников соцсетей.

Результат социального исследования говорит о том, что на долю пользователей соцсетей приходится больше продаж, и в качестве онлайн-консультантов такие люди работают тоже эффективнее. Кроме того, по словам исследователей, большой разницы между социальной адаптацией в виртуальном и реальном мирах нет. Как правило, те работники, что пользуются соцсетями, охотнее идут на контакт с клиентами.

Противники этой теории считают, что сайты вроде Facebook или ВКонтакте отвлекают людей от работы, поэтому в некоторых компаниях доступ к ним запрещен. Однако тех, чьи взгляды совпадают с результатами исследования Evolv, становится все больше. К такому же выводу пришли ученые из Великобритании, Германии и Финляндии. Их вывод заключался в том, что разнообразие способов коммуникации позволяет людям проявлять гибкость в вопросах времени и места работы, а также увеличивает эффективность труда (*Исследование: социальные сети повышают производительность труда // russian.rt (http://russian.rt.com/article/6762). – 2013. – 4.04).*

Социальные сети как средство исцеления.

Сегодня активно изучают влияние социальных сетей на различные сферы нашей жизни: журналистов они интересуют как способ общаться с аудиторией, маркетологов – как возможности для рекламы и продвижения товаров и услуг. На некоторые эффекты социальных сетей обратили внимание и исследователи в области медицины и психологии. «Роль социальных медиа в психиатрии катастроф (или как я стал сторонником Facebook)» – так называется статья, которую недавно опубликовал психиатр, доктор медицины Ш. Джейн, которая изучает вопрос посттравматического стресса и нервных расстройств. В статье обобщены результаты ряда исследований о том, как социальные сети помогают пострадавшим от катастроф пережить стресс.

Таких исследований в последние годы проводилось много, большинство в США. Неудивительно, что психологи и психиатры обратили внимание на такой аспект соцсетей. Один из первых инстинктов (наряду с самосохранением), которые срабатывают после беды или катастрофы, – это объединиться. Люди стремятся убедиться, что их семья и друзья в безопасности, хотят рассказать, что видели, узнать больше о том, что случилось, и найти других, кто пережил то же. Поэтому обращение к инструментам социальных медиа во время кризиса становится все более распространенным явлением, и организациям, которые помогают пострадавшим, необходимо принять во внимание. Как сообщал Forbes, Интернет ныне третий по популярности источник, откуда люди черпают информацию во время чрезвычайных событий (18 % – с Facebook – данные по США).

Последствия катастроф для психического здоровья и ценность социальной поддержки в предотвращении психических расстройств (из статьи Ш. Джейна)

Катастрофы – как природные бедствия или как последствия разрушительной человеческой деятельности – оказывают значительное влияние на потерпевших и часто приводят к состоянию беспомощности и нервных расстройств. Эпидемиологические исследования зафиксировали: у тех, кто пережил катастрофу, часто наблюдается состояние тревоги, посттравматический стресс и злоупотребление алкоголем.

Кроме такой необходимой помощи как вода, пища и кров, не менее важным является общение с людьми – членами семьи, коллегами или друзьями. Такая поддержка может обеспечить пострадавшим серьезную защиту от возможных психологических и психических проблем. Если пострадавшие от стихийного бедствия или катастрофы будут чувствовать принадлежность к определенному сообществу, то их самочувствие улучшится.

Ключевой вопрос: могут ли социальные сети укреплять связи между потерпевшими и предотвращать негативные психические проявления?

Социальные медиа (блоги, чаты, дискуссионные формы, каналы YouTube и, конечно, Facebook, Twitter) в последние годы играют все более важную роль в менеджменте катастроф. Их используют как пути для распространения важной информации (за доступом к чрезвычайной информации сайты социальных медиа одни из самых популярных). Кроме того, социальные сети становятся полезным инструментарием в менеджменте чрезвычайных ситуаций: благодаря им можно получать запросы о помощи от жертв, или мониторить ситуацию на местах, это способствует осведомленности работников спасательных служб.

Еще рано делать окончательные выводы о роли соцсетей в развитии социального капитала после катастроф, однако некоторые наблюдения стоят того, чтобы обратить на них внимание:

1) исследователи предполагают, что социальные сети дают психологическое облегчение пострадавшим в катастрофе, поскольку онлайн-общение удовлетворяет их потребность во взаимодействии и коммуникации. Например, после землетрясения в Гаити 2010 г. очевидцы и потерпевшие использовали социальные сети для того, чтобы рассказать свои истории, и это, в свою очередь, спровоцировало мощную реакцию в СМИ;

2) также было проведено исследование о последствиях урагана Катрина в Нью-Йорке. Согласно ему, онлайн-пространство становится будто бы виртуальным воплощением реального мира – ведь часть из окружающей обстановки повреждено или разрушено. Эти виртуальные воплощения физических сообществ используются как точки связи и места для поддержки;

3) исследование относительно того, почему публика использует социальные сети во время катастроф, свидетельствуют: главные причины – это стремление сохранить ощущение группы, поиск эмоциональной поддержки и психологического исцеления;

4) исследователи коммуникационных технологий определили новую онлайн-практику в реагировании на катастрофу – виртуальные воспоминания отражаются в «агрегаторах фотографий» – например, сразу после катастрофы создаются новые группы в Flickr;

5) после стрельбы в Виргинском политехническом институте студенты много времени проводили онлайн, обсуждая трагедию. Студенты чувствовали, что делиться горем и поддерживать друг друга через Интернет – это полезно для психологического восстановления (хотя у нас нет доказательства, что такое использование Интернета действительно сказалось на их самочувствии).

Старое вино, новая бутылка?

Вряд ли кто-то будет спорить, что люди издавна стремились собираться вместе после печального события или катастрофы, обмениваться воспоминаниями и чувствами. Каждый, кто работает с пострадавшими, подтвердит: человеку необходимо выговориться, без этого не будет и физического выздоровления.

Возможно, социальные сети только изменили то, как мы это делаем, а не то, что мы стараемся делать? Но я бы сказал, что здесь дело в другом. Специалисты-психотерапевты хорошо знают, как важно улучшить доступ к тем, кто нуждается в помощи в период после бедствий и катастроф, – а социальные сети могут предложить уникальные возможности.

Социальные медиа основываются на личностных, децентрализованных связях – потенциал этой уникальной коммуникации для помощи пострадавшим в катастрофах остается неиспользованным. Плюс соцсетей также в том, что они не требуют денежных затрат, информация может мгновенно распространиться в большом сообществе.

Конечно, есть много потенциальных минусов социальных сетей: дезинформация, неизвестное авторство, презентация мысли как факта, проблемы с приватностью. Кроме того, имеет место «цифровое распределение» – для социальных сетей необходим доступ к Интернету. Люди с низким социально-экономическим статусом (которые обычно после катастроф больше всего нуждаются в помощи) как раз и не могут приобрести технологии для доступа к соцсетям.

В статье «Как Facebook и Twitter изменили помощь после катастроф» писатель Д. Хемпел пишет и о других недостатках социальных сетей на примере урагана Сэнди: «Facebook и Instagram сделали с каждого, кто имеет смартфон, документалистов. Ураган Сэнди стал самой задокументированной катастрофой всех времен – точнее, его последствия. Фото с челноком по центру района Рокуей появлялось в моей Facebook-ленте почти ежедневно, от разных друзей. Но больше прозрачности не означает больше точности – на самом деле, наоборот. Увлекательная картинка может стать интернет-мемом независимо от ее правдивости, в то время как менее удивительные изображения не привлекут внимания. Кроме того, Интернет не дает контекста к событиям, происходящим в реальном времени. Фотография, сделанная утром в среду, может измениться радикально к пятнице».

Автор однако приводит и положительные примеры – после урагана Сэнди в Facebook были созданы многочисленные группы вроде Rockaway Relief (9,757 участников) или Giving Back to those Affected by Sandy (4432 участников), – где люди предлагали друг другу разнообразную помощь после урагана.

Если брать во внимание не психологические аспекты, а именно конкретную помощь, упомянутый «менеджмент катастроф», то социальные сети действительно здесь имеют огромный потенциал. Во время прошлогоднего визита в Японию М. Цукерберг на встрече с премьер-министром сказал, что цунами 2011 г. стимулировали его искать больше способов, как социальная сеть может помочь людям во время стихийных бедствий. М. Цукерберг считает, что именно Facebook можно использовать для того, чтобы во время катастроф или стихийных бедствий помогать людям оставаться на связи и получать критически важную информацию

(Социальные сети как средство исцеления // Psyfactor (http://psyfactor.org/news/facebook-good.htm). – 2013. – 6.04).

Доказано, что 50 % людей посещают соцсети в пьяном виде

Интернет-ресурс CreditDonkey провел собственное исследование, как часто пользователи проверяют аккаунты и отвечают на сообщения в соцсетях.

Такая загадка: что 52 % некой группы жителей США делают в туалете, 66 % на работе, 70 % во время поездок и почти 84 % за просмотром телепередач? Новое исследование команды Интернет-сайта CreditDonkey свидетельствует, что проверяют аккаунты и отвечают на сообщения на соцсервисах и, прежде всего, Facebook. Приведенные выше цифры соответствуют первым четырем позициям в рейтинге случаев наиболее частого пользования социальными сервисами во время других занятий. Пятую строчку в нем – 49,9 % – занимает пользование в пьяном состоянии. Далее по убывающей следуют: во время хождения по магазинам, занятий спортом и за рулем.

Больше позиций нет, но зато есть еще одна любопытная статистика, демонстрирующая распределение социальной активности между мужчинами и женщинами. Как выяснилось, именно мужчины чаще заглядывают на соцсервисы, когда выпьют, когда «заняты» важными делами на работе, когда сидят в туалете и когда управляют машиной. А вот шоппинг, спорт, просмотр ТВ и поездки – занятия, совместимые с Facebook, больше по мнению женщин *(Доказано, что 50 % людей посещают соцсети в пьяном виде // Телеграф (http://telegraf.com.ua/tehnologii/482526-dokazano-chto-50-lyudey-poseshhayut-sotsseti-v-pyanom-vidе.html). – 2013. – 11.04).*

Стосунки пари, яка спілкується за допомогою Facebook, можуть із часом стати напруженими.

Психологи Оксфордського університету виявили, що у чоловіків і дружин, які підтримували зв'язок за допомогою соціальних засобів масової інформації, було менше задоволення від шлюбу, пише The Daily Mail.

Вчені вивчили декілька видів соціальних медіа, якими користуються 3500 пар, включаючи електронну пошту, тексти, твіти та миттєві повідомлення.

Ті, хто використовує більше п'ять різних каналів спілкування зі своїми коханими, виявилися на 14 % менш задоволені своїми відносинами.

За словами лікаря Б. Хогана, дисгармонія стосунків може бути викликана стресом і тиском від постійного підтримання великої кількості потоків комунікації.

«Використовувати ці медіа потрібно у помірних кількостях. Ми маємо відійти від думки, що більша кількість спілкування за допомогою більшої

кількості медіа – це добре. Ми сп’яніли від появи нових медіа протягом останніх 10-ти років. Нині ми розуміємо, що їх відсутність – це справді погано, але надмірність – це також не дуже добре», – каже він.

Зазначимо, що за оцінками дослідників, британці загалом витрачають 62 млн годин щодня у Facebook та Twitter (*Facebook псує стосунки між закоханими – дослідження // Українська правда Життя* (<http://life.pravda.com.ua/society/2013/04/11/126328/>). – 2013. – 11.04).

Находясь дома, пользователи Twitter чувствуют себя хуже всего, показал анализ 37 млн публичных твитов, отправленных 180 тыс. пользователями в 2011 г. Исследователи из Вермонтского университета, взяв сведения о географическом местонахождении пользователей из самих твитов, примерно «вычислили» по ним, когда авторы были дома, а когда на работе. Затем они сравнили настроения твитов, написанных дома и вдали от него.

Оказалось, что во втором случае гораздо чаще встречаются слова, свидетельствующие о хорошем настроении, и реже – ругательства. Как пишут исследователи, в «группе большого радиуса» реже использовались «негативные» слова вроде «ненавижу», «чертов», «не надо», «бесит», «никогда», «не» и т.д., и чаще «позитивные» вроде «отлично», «новый», «ужин», «хахаха» и «обед», – пишут исследователи. Твиты из «большого радиуса» вообще чаще упоминали еду, но реже – автомобильные пробки, добавляют они (*Исследование: пользователи Twitter ненавидят сидеть дома // Открытые системы* (<http://www.osp.ru/news/2013/0411/13018423/>). – 2013. – 11.04).

Популярность социальных сетей неукротимо растет среди пользователей со всего мира, однако не только положительные плоды приносит эта тенденция. Последние исследования показали, что в социальных сетях процветают грубость и троллинг.

Исследователи выяснили, что общаясь в социальных сетях пользователи ведут себя более грубо, чем в реальной жизни при общении с людьми тет-а-тет.

Свежая статистика гласит, что два человека из пяти удаляют своих собеседников из списка друзей после словесной перепалки в виртуальной реальности. Так, 78 % из 2698 опрошенных признают, что общение в социальной сети более грубое и неприятное, чем могло бы быть в реальной жизни, поэтому люди позволяют и себе менее вежливо общаться с другими пользователями.

Один из пяти человек избегает встреч и общения в реальной жизни с тем человеком, с которым рассорилась в социальной сети.

Организация VitalSmarts, которая проводила данное исследование, установила, что грубая словесная перепалка посредством виртуальной сети в 19 % случаев приводит к прекращению дружбы и удалению из списка друзей.

Исследование выявило массу неприятных моментов из жизни участников опроса, связанных с социальными сетями. Есть истории, когда родственники на годы прекращали общение в реальной жизни из-за ссоры в социальной сети.

Социологи рекомендуют пользователям избегать острой критики оппонента при общении в социальной сети и не писать собеседнику, находясь в плохом расположении духа.

Однако в социальных сетях мы не только даем выход своим негативным эмоциям. Так, благодаря социальным сетям процветает интернет-маркетинг то есть SMMпродвижение услуг, продуктов, брендов среди целевой аудитории. Благодаря тому, что социальные сети объединяют миллионы пользователей со всех уголков мира, возрастных и социальных групп, компании и бренды уже давно направили свои усилия на продвижение и рекламу своих товаров и услуг в социальных сетях, что приносит весьма впечатляющие плоды владельцам бизнеса (*Социальные сети меняют манеру общения в виртуальной реальности // SmiUA.net (<http://smiua.net/obschestvo/5665-socialnye-seti-menyayut-maneru-obscheniya-v-virtualnoy-realnosti.html>). – 2013. – 12.04*).

Маніпулятивні технології

Американские спецслужбы под вымышленными именами намеренно вступают в споры с интернет-пользователями, поддерживающими террористов. Они загоняют собеседника в тупик, отчего тот путается в фактах, проявляет агрессию и, тем самым, показывает остальной аудитории степень своей неадекватности. Но главная цель киберагентов – зародить в умах толику сомнения, чтобы потом кардинально изменить отношение людей к экстремистам.

Подробности проведения подобных операций в интернет-пространстве стали известны благодаря заместителю госсекретаря США Т. Соненшайн. Она рассказала об этом, выступая перед студентами Мэрилендского университета, передает агентство AFP.

Поиск интернет-ресурсов, где «Аль-Каида» и ее сторонники собираются, – это важный пункт американской программы по борьбе с вооруженным экстремизмом.

«Мы поддерживаем с ними постоянный контакт в чатах на арабском, сомали, панджаби и урду», – объяснила Т. Соненшайн. По ее словам, нацеливаясь на ярых сторонников террористов, агенты на самом деле не пытаются их переубедить. Их главной целью являются пассивные

сторонники и те, кто занял выжидательную позицию и пока что не определился с выбором.

«Когда безосновательным слухам, пропаганде и теориям заговора мы противопоставляем факты, правду и разумные аргументы, мы можем лучше определить то, за что боремся. И вероятность того, что мы можем повлиять на чьи-то умы, больше», – добавила заместитель госсекретаря.

По ее словам, Соединенные Штаты не должны стоять в стороне и «позволять циничным голосам извращать и искажать политику, ценности и интересы» американской нации. «Мы должны войти в это коммуникационное поле, откуда так много молодых людей черпают информацию, и противопоставлять экстремистским и другим негативным разглагольствованиям факты и противоположные суждения», – уверена Т. Соненшайн.

Эти операции выполняют сотрудники Центра стратегической информации в области борьбы с терроризмом, которым руководит Т. Соненшайн. За минувший год они написали примерно 7 тыс. сообщений на различных интернет-форумах, где общаются радикалы (*Американцы тролят соратников «Аль-Каиды» в сети // Вечерние Вести (<http://gazetavv.com/news/world/82002-amerikancy-trolleyat-soratnikov-al-kaidy-v-seti.html>). – 2013. – 29.03*).

Современные подростки все чаще становятся жертвами интернет-преступников, но понимают это слишком поздно. Доверяя случайным знакомым в сети, они делятся самым сокровенным, обнажаются перед веб-камерой – и попадают в ловушку. Злоумышленники, угрожая обнародовать полученные записи, вымогают у школьников деньги и заставляют их участвовать в откровенных фотосессиях. Не в силах справиться с позором и боясь осуждения сверстников, подростки готовы пойти на все, в том числе и на самоубийство.

Родителям зачастую не удается контролировать круг общения своего ребенка в реальной жизни, что уж говорить о виртуальном. Причем последний порой несет в себе большую опасность. Если на улице подростки могут опасаться незнакомцев, то в Интернете интерес аудитории им льстит. Знакомясь с привлекательным сверстником противоположного пола, проникаясь к нему доверием и даже влюбляясь, они могут жестоко обманываться. Ведь по ту сторону монитора может находиться кто угодно.

Французские СМИ подобрали ряд случаев, когда подростки становились жертвами дерзких преступников.

17-летний Седрик из Марсея покончил с собой после того, как не смог отделаться от навязчивой шантажистки. Через Интернет он познакомился с девушкой и, поддавшись уговорам, обнажился перед камерой. Новая знакомая пригрозила опубликовать видеозапись в сети, если подросток ей не заплатит. От стыда юноша наложил на себя руки.

15-літня Аманда Тодд із Канади опублікувала передсмертне відео, розказав про те, що вимушило її свести рахунок з життям. Доверившись незнакомцю в мережі, вона сфотографувала себе в обнаженому вигляді. І це привело до трагічних наслідків. На протязі декількох років цей випадковий інтернет-знайомий переслідував дівчину. Він разузнав, де вона живе, в якій школі навчається, хто її батьки. Від її імені він закрив сторінку в Facebook, де і опублікував зловмисне фото. Почалася інтернет-травля Аманди, ображали її і однокласники. Сподіваючись уникнути сорому, вона змінила декілька шкіл, але їй так і не вдалося знайти друзів поза віртуальним світом. Ображення над дівчиною продовжилися, і вона покінчила з собою.

За інформацією видання *Le Nouvel Observateur*, сучасні діти вперше виходять в Інтернет в віці дев'яти років. При цьому батьки зазвичай не навчають їх елементарним основам безпеки спілкування онлайн. Вони стверджують про те, що не можна розмовляти з незнайомцями на вулицях, але не переносять це правило на соціальні мережі (***Киберпреступники доводять тинейджерів до самоубийства // Вечерні Вести*** (<http://gazetavv.com/news/ukraine/82004-kiberprestupniki-dovodyat-tineydzherov-do-samoubiystva.html>). – 2013. – 29.03).

Інтернет-видання «Українська правда» повідомило 31 березня, що в соціальній мережі «ВКонтакте» розміщене оголошення про набір людей на мітинг на платній основі на вівторок, 2 квітня, у центрі Києва.

За участь в акції тривалістю три години обіцяють 50 грн. Місце й час зустрічі буде повідомлено додатково, але орієнтуватися просять на 8-му годину ранку в Маріїнському парку, що біля будівлі Верховної Ради.

В особистому листуванні в соцмережі кореспондент видання з'ясувала, що мітинг буде Партії регіонів.

Крім того, у тій же соцмережі з'явилося повідомлення про збір сплаченого мітингу 2 квітня від партії УДАР. Там за годину-дві стояння обіцяють 30 грн. За вказаним телефонним номером кореспондентів видання підтвердили, що мітингувати треба за УДАР.

Водночас народний депутат від цієї партії І. Геращенко запевнила, що УДАР, «можливо, чи не єдина політична сила, яка ніколи не вдається до таких форм залучення своїх прихильників», і що вона спростовує причетність УДАРу до цієї «провокації зі збором людей за гроші».

За її словами, «у нас усі провокації мають єдиного автора».

У 29 березня опозиційні партії «Батьківщина», «Свобода» і УДАР закликали киян прийти у вівторок, 2 квітня, під Верховну Раду, щоб допомогти призначенню виборів міської ради і міського голови (***У соцмережах розмістили оголошення про платний набір на мітинги в Києві // Радіо Свобода*** (<http://www.radiosvoboda.org/content/article/24943853.html>). – 2013. – 31.03).

Известная хакерская группировка Anonymous направила свои силы против Северной Кореи, обвинив страну в тотальном контроле над гражданами, искусственном нагнетании военной угрозы, ограничении свободного доступа к независимой информации, а также в нарушении базовых принципах демократического общества, каковым (формально) является северокорейское общество. Кроме того, Anonymous обвинили лично молодого северокорейского лидера Ким Чен Ына в пособничестве этим нарушениям.

Anonymous отметили, что у них есть выход в северокорейские внутренние сети, доступ к местным постовым серверам и другим вычислительным узлам небольшой северокорейской ИТ-инфраструктуры. Согласно заявлению хакеров, они получили 15 тыс. аккаунтов от северокорейских учетных записей на разных серверах, при помощи которых они получают закрытые данные и уничтожают данные о политических диссидентах в стране.

«Сначала мы уничтожим ваши данные, а потом и ваш ущербный властный режим», – заявили Anonymous в отношении Северной Кореи.

Напомним, в январе американская делегация во главе с шефом компании Google Э. Шмидтом и экс-губернатором штата Нью-Мексико Б. Ричардсоном призвала Северную Корею остановить ядерные и ракетные испытания и открыть жителям страны доступ к Интернету.

«Граждане КНДР выиграют от того, что у них будет больше сотовых телефонов и доступ к Интернету. Именно этот месседж мы акцентировали на встречах с внешнеполитическими руководителями, учеными и правительственными служащими», – подчеркнул Э. Шмидт.

Примерно у каждого шестнадцатого северокорейца есть мобильный телефон. В стране также производятся собственные компьютерные программы. Вместе с тем ограничения на связь с внешним миром в Северной Корее остаются одними из самых жестких в мире (*Хакеры грозят проучить и уничтожить режим в Северной Корее // Донецкие вести (<http://donetskie.com/novosti/2013/04/03/hakery-grozyat-prouchit-i-unichtozhit-rezhim-v-severnoy-koree>). – 2013. – 3.04*).

Одна из причин провала вчерашней акции оппозиции возле Верховной Рады в Киеве – действия администрации Facebook, которая заблокировала рекламу митинга в социальной сети. Об этом заявил руководитель пресслужбы парламентской фракции «Свободы» А. Аронец.

«За несколько дней перед акцией мы решили дать рекламу акции в Facebook. И до сегодняшнего дня никакой рекламы нет, нам даже не рассказали, в чем же дело, и отказано ли в рекламе, и почему? Эти «удивительные» проделки, а также то, что неоднократно аккаунты оппозиционных журналистов, политиков, в частности мой, были

заблокированы Facebook, тоже без всяких пояснений, еще больше наталкивают на мысль про необходимость украинской администрации Facebook», – написал он.

«Как известно, сейчас украинским Facebook руководит московское отделение Facebook, это без шуток... С этим надо что-то делать, иначе наш Facebook никакую “украинскую весну” не поможет сделать», – пояснил А. Аронец (*«Свобода» обвинила московский офис Facebook в попытке срыва вчерашнего митинга в Киеве // Главком (<http://glavcom.ua/news/120785.html>). – 2013. – 3.04*).

Украинцы столкнулись с очередным мошенничеством в Интернете. Незнакомцы через социальные сети просят записать несколько фильмов на диск, но кроме обычного видео в списке оказываются файлы с порнографией. На уловку аферистов попался один из жителей Харькова. Об этом нашей редакции сообщил в электронном письме его друг.

Мошенник, по словам харьковчан, выходит на связь через «ВКонтакте» и просит записать ему на диск фильмы или музыку. У самого, мол, скорость низкая. Да и за помощь предлагает хоть небольшие, но деньги – 15 грн за диск.

В списке видео, которые нужно записать, среди прочего оказывается несколько порно. Когда приходит время отдавать готовые диски, на встрече вместо заказчика появляется его «жена». Как бы невзначай девушка просит поддержать ее бутылку пива – пока сама достает деньги для расчета.

В это время, по словам харьковчанина, подошли два милиционера, «застукали» за распиванием алкогольных напитков и отвезли в отделение. А там, конечно же, нашли диски.

В милиции парню пригрозили уголовным производством за распространение порно. Наказание, по Уголовному кодексу, – от штрафа (1700–5100 грн) до лишения свободы сроком до пяти лет. По словам парня, чтобы «разрешить ситуацию», милиционеры якобы потребовали мзду – до 5 тыс. дол. Он считает, что милиция могла быть изначально в курсе происходящего.

В Харьковской правозащитной группе говорят, что к ним уже поступала информация о случаях, связанных с записью порно видео. «Это не единственная ситуация. Мы уже сталкивались с подобным случаем, когда человека по Интернету просят записать на диск фильмы, среди которых есть порно, а потом он попадает в милицию», – рассказывает представитель ХПГ Н. Соболев. По его словам, совет здесь может быть лишь один: «Не качивайте на диски и не продавайте порно. Это нарушение закона, даже если ролик находится в открытом доступе в Интернете».

В милиции говорят, что никаких специальных программ по выявлению распространителей порно в настоящее время не проводят, а для расследования инцидента просят назвать райотдел, в который был доставлен

харьковчанин. «Если человек считает, что кто-то нарушил его права, нужно обратиться по телефону доверия начальника ГУ МВД в Харьковской области 057 70-59-333. Он работает круглосуточно. Разговоры записываются автоматически, и по каждому случаю идет проверка», – говорят в пресс-службе харьковской милиции.

Тем, кто попал в участок, правозащитники советуют звонить по общеукраинской линии бесплатной правовой помощи 0 800 213 103. «Защищать задержанных должен профессиональный адвокат. Если нет своего – нужно обратиться к государственному. А в случае, если у задержанного кто-то требует деньги, нужно писать заявление в прокуратуру», – говорит Н. Соболев (*Мошенники подводят украинцев под тюремный срок за небольшую услугу // InternetUA (<http://internetua.com/moshenniki-podvodyat-ukraincev-pod-tuaremnii-srok-za-nebolshuuu-uslugu>). – 2013. – 3.04*).

Эксперты: «Черные» PR-технологии в сети видоизменяются

Интернет и социальные сети – очень влиятельный инструмент формирования общественного мнения. Поэтому PR-технологии, используемые там, постоянно видоизменяются и совершенствуются. Об этом сказали эксперты в ходе круглого стола «Пространство лжи: “черные” PR-технологии в Интернете», состоявшегося 5 апреля в информационном агентстве «Українські новини».

«Когда компания сталкивается с негативными отзывами о ее деятельности в сети, то есть несколько вариантов реагирования. Первый и самый простой – не реагировать вообще никак, второй – сделать официальное заявление с опровержением, третий – размещать в противовес позитивные комментарии, используя фейковые аккаунты», – рассказал IT-специалист Н. Ефанов. Но такие методы, по его словам, уже устарели. Сегодня все чаще используются другие механизмы. Например, размещение большого количества отрицательных комментариев, призванных довести ситуацию до абсурда и увести полемику от основной темы, либо же отрицательных комментариев, которые должны казаться «происками конкурентов» и не вызывать доверия.

«Эта же технология применяется и с обратной стороны, когда появляется какое-то количество ботов, которые нахваливают ту или иную компанию либо политика, но настолько топорно, что складывается впечатление, словно это неумелый PR. Один из последних примеров – так называемые интернет-боты С. Арбузова, о которых недавно написали несколько сайтов», – считает Н. Ефанов.

Варианты реакции на такие информационные атаки нужно рассматривать в каждом конкретном случае. «Был пример с одним из мобильных операторов, на которого во всех социальных сетях обрушился поток критики и угроз от пользователей, большинство из которых

впоследствии оказались ботами. Но руководство компании очень долго согласовывало варианты действий. В итоге “война” утихла сама собой. Либо закончилось финансирование этой атаки, либо люди просто пробовали свои силы и, на увидев ответной реакции, бросили это дело», – рассказал эксперт по вопросам конкурентной разведки Д. Золотухин (*Эксперты: «Черные» PR-технологии в сети видоизменяются // Версии.com* (<http://www.versii.com.ua/news/276597/>). – 2013. – 5.04).

Продаж ботів у Twitter став багатомільйонним бізнесом – дослідження.

У Twitter на сьогодні діють близько 20 млн фальшивих акаунтів, підрахували італійські дослідники тіншового ринку ботів у соцмережі А. Стропа та К. Мішелі (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1540819-prodazh-botiv-u-twitter-stav-bagatomiljonnim-biznesom-doslidzhennya>).

За їхніми даними, нині в Інтернеті діють кілька десятків сервісів із продажу ботів-читачів. Їх можна придбати у популярних соцмережах, на форумах та у безлічі інших джерел.

Зазвичай боти пропонуються великими партіями – від декількох тисяч до мільйона акаунтів. Тисяча читачів у середньому коштуватиме 18 дол., обсяг ринку перебуває в діапазоні від 40 млн до 360 млн дол. Дослідники встановили, що практично кожен підроблений акаунт продають відразу великій кількості покупців, адже це є більш прибутковим, крім того, акаунти, які фоловлять кілька інших аккаунтів, викликають менше сумнівів у своїй автентичності.

«Новий софт для створення фальшивих акаунтів дозволяє домогтися надзвичайної правдоподібності підробки. Деякі боти виглядають навіть краще, ніж реальні акаунти», – наголосив К. Мішелі.

Найбільш просунуті роботи твітять і ретвітять постійно, мають у профілі фотографію, і навіть посилання на нібито власні сайти. «Зараз у мережі продаються не лише фоловери, але й ретвіти», – зазначають дослідники. Щомісячна плата за такі послуги може становити від 9 дол. на місяць за п'ять щоденних ретвітів до 150 дол. на місяць за 125 ретвітів на день.

Дослідники вважають, що Twitter є сприятливим середовищем для ботів: соцмережа не вимагає підтвердження акаунта по e-mail, а лише просить ввести на капчу (послідовність букв і цифр із зображення). Однак уже існують програми, які вміють розпізнавати капчу, крім того, для реєстрації ботів за невелику суму наймають людей, які роблять це вручну. Таким чином, за п'ять днів можна створити до 100 тис. підроблених акаунтів.

«Бізнес прекрасний. Навіть дитина може обійти захист Twitter», – цитують дослідники одного з продавців ботів.

Представник Twitter Д. Проссер заявив, що відсутність підтвердження акаунта по e-mail є частиною стратегії соцмережі: «Концепція Twitter сильно відрізняється від концепції тієї ж Facebook. У

Twitter користувачі можуть мати декілька особистих акаунтів – це частина нашої філософії. Більше того, 40 % користувачів Twitter нічого не пишуть, а лише читають, ось чому часто так важко відрізнити реальні акаунти від ботів. Моя мама, наприклад, читає мене і мого брата, але вона не заповнила свій профіль і не написала жодного твіта».

Раніше повідомлялося, що керівництво Twitter прийняло рішення припинити підтримку додатків належного йому сервісу TweetDeck для мобільних платформ iOS, Android, а також для операційної системи Adobe Air (*Продаж ботів у Twitter став багатомільйонним бізнесом – дослідження* // *Korrespondent.net* (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1540819-prodazh-botiv-u-twitter-stav-bagatomiljonnim-biznesom-doslidzhennya>). – 2013. – 9.04).

Соцсеть Facebook блокирует аккаунты за критику в адрес украинских националистов

Модераторы социальной сети удаляют даже информацию о фактах цензуры

В социальной сети Facebook среди пользователей Украины применяется политическая цензура. Аккаунты пользователей антинационалистических сообществ Украины блокируются без каких-либо предупреждений и без видимых на то причин. Результатом блокировки становятся якобы жалобы пользователей на материалы, размещенные в соцсети. Коллективными жалобщиками являются националисты ВО «Свобода». Об этом glagol.in.ua заявили ряд пользователей соцсети, в частности – киевская журналистка О. Шкода.

«Мой аккаунт «Ксюша Шкода» блокируется администрацией Facebook уже третий раз за неделю. Первая блокировка по коллективной жалобе представителей «Свободы» продлилась сутки. Через день по жалобам тех же националистов меня заблокировали на трое суток. Ровно через два дня, 2 апреля, пришло уведомление, что мой аккаунт заблокирован на семь дней. За полчаса до этого я выставила фоторепортаж об избиении персонажей Кроликов и Морковки на так называемом митинге так называемой оппозиции в Киеве представителями «Свободы», осудив действия нападавших», – отметила О. Шкода.

По словам журналистки, ее друзья по соцсети начали распространять информацию следующего содержания: «Цензура на украинском Фейсбуке! Текст вот этого запроса, размещённый несколькими пользователями на страничке украинского ФБ, модераторы несколько раз удаляли сразу же после размещения. Это при том, что ксенофобские и экстремистские высказывания украинских нацистов модераторы предпочитают не замечать: «Руководствуясь статьей 34 Конституции Украины (Каждому гарантируется право на свободу мысли и слова, на свободное выражение своих взглядов и убеждений), требуем прекратить необоснованное ни чем

блокирование пользователя сети Facebook – К. Шкоды <http://www.facebook.com/drugaya.ukraina>. Со стороны О. Шкоды ненормативная лексика не использовалась, следовательно, правила Facebook, включая закон Украины, нарушены не были. При не согласии с публикуемыми материалами, задевающими честь и достоинство любого из читателей, каждый гражданин Украины имеет право подать судебный иск в установленном законом порядке. Не аргументированные действия администрации Facebook UA ущемляют права граждан Украины».

Данную информацию модераторы начали блокировать. «Из обсуждений в чате я узнала, что на странице Представительства ФБ в Украине этот текст сразу же удаляют. Мало того, его удаляют, даже если мои друзья размещают его в своих хрониках! А активным распространителям ограничивают функции публичных комментариев. Считаю, что ФБ-UA стал филиалом украинских неонацистов. А поскольку современные революции и войны рождаются в соцсетях, основателю соцсети Facebook М. Цукербергу следует обратить внимание на действие фашиствующих молодчиков в сети проекта, владельцем которого он является», – подчеркнула О. Шкода (*Соцсеть Facebook блокирует аккаунты за критику в адрес украинских националистов // UkrLife.net (http://ukrlife.net/sotsset-facebook-blokiruet-akkauntiyi-za-kritiku-v-adres-ukrainskih-natsionalistov/). – 2013. – 9.04*).

Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»

Власти Саудовской Аравии решили частично ограничить доступ жителей страны в Twitter, путём введения предъявления паспортных данных во время регистрации. Таким образом, власти страны смогут контролировать всю переписку пользователей, а также ограничить некоторым из них доступ к микроблогам.

На сегодняшний день социальная сеть становится всё более популярной. Больше всего в микроблогах обсуждаются религиозные и политические темы. Следует также отметить, что ранее власти страны уже пригрозили отключить доступ пользователей к онлайн-мессенджерам, если владельцы не дадут им возможность проводить мониторинг пользовательского контента.

Представители руководства страны отметили, что паспортные данные не будут доступны всем пользователям, однако это даст возможность контролировать некоторых пользователей социальной сети.

Пока что власти не разработали методiku, которая бы позволила контролировать контент микроблогов. На сегодняшний день интернет-провайдеры могут блокировать доступ к сайтам с порнографическим содержанием. Власти страны обратили внимание на то, что причиной такого нововведения стало появление неправдивой информации о королевстве (**В**

Twitter с документами // NovostiUA (<http://novostiua.net/obshchestvo/34395-v-twitter-s-dokumentami.html>). – 2013. – 31.03).

Роскомнадзор впервые занес в черный список адрес страницы Facebook, на которой расположена русскоязычная группа «Школа суицида».

На этой странице популярной соцсети можно найти плакаты и карикатуры на тему самоубийства, а также советы по способам его совершения.

Facebook выполнила предписание Роскомнадзора, иначе соцсеть могли полностью заблокировать в России: указанная страница стала недоступна для посещения.

Напомним, после уведомления Роскомнадзора противоправный контент должен быть удален в течение трех суток, в противном случае весь сайт будет включен в черный список и все российские интернет-провайдеры должны будут закрыть к нему доступ (*Роскомнадзор впервые занес Facebook в черный список // UkrLife.net (<http://ukrlife.net/roskomnadzor-pervyyie-zanes-facebook-v-chernyyi-spisok/>). – 2013. – 30.03).*

Национальная экспертная комиссия по вопросам защиты общественной морали написала письмо в Интернет Ассоциацию Украины с просьбой предотвратить нарушение законодательства на сервисе YouTube.ua. Письмо размещено на сайте ассоциации.

«Доводим до вашего сведения, что по результатам анализа Интернет-ресурса YouTube.ua в период с 11 по 13 марта 2013 г. выявлено нарушение норм общественной морали, а именно видеоролики с использованием нецензурной брани и унижением женщин по признаку пола».

В письме, подписанном главой комиссии В. Костицким, содержится просьба «рассмотреть вопрос о предотвращении нарушений законодательства в Интернет-пространстве Украины в будущем». Как именно Интернет Ассоциация может повлиять на ситуацию в «Интернет-пространстве Украины» – в письме не указано. Обычно результаты своих проверок комиссия направляет в милицию.

Напомним, ликвидация Комиссии по морали предусмотрена указом Президента об админреформе от 9 декабря 2010 г. Но для упразднения этого органа понадобилось решение Верховной Рады, которое так и не было принято (*Нацкомиссия по морали обнаружила нецензурную лексику на YouTube // Левый берег (http://society.lb.ua/position/2013/04/02/195073_natskomissiya_morali_obnaruzhila.html). – 2013. – 2.04).*

Роспотребнадзор проанализировал 1,7 тыс. сайтов в Рунете и выяснил, что 1,5 тыс. из них пропагандируют самоубийство.

Ведомство Г. Онищенко предложило внести эти сайты в реестр запрещенных. «В последнее время все чаще выявляются интернет-сайты, владельцы которых... моделируют создание интернет-сайтов, содержащих описание “дефектных” способов самоубийств, а также в шутливо-саркастической форме призывы к совершению самоубийства. Зачастую способы совершения самоубийства и призывы к его совершению позиционируются как литературные произведения, – говорится в сообщении Роспотребнадзора. – У пользователей таких сайтов создается ошибочное представление о том, что самоубийство представляет собой вполне нормальный акт».

Больше всего претензий относится к веб-страницам видеохостинга YouTube, принадлежащего Google.

Ранее ведомство Г. Онищенко обвинило YouTube в том, что видеохостинг компрометирует проводимую в России работу по ограждению детей от суицидального контента (*В России готовятся закрыть 1,5 тыс. сайтов // Vlasti.net (<http://vlasti.net/news/163534>). – 2013. – 2.04*).

Соцсеть «ВКонтакте» сотрудничала с Кремлем.

Бывший пресс-секретарь социальной сети «ВКонтакте» В. Цыплухин заявил, что сотрудничал с Кремлем в то время, когда занимал данный пост.

Признание В. Цыплухин опубликовано на его странице в соцсети.

По его словам, с одной стороны, сотрудничество было необходимо для защиты «ВКонтакте» «от излишних поползновений». При этом В. Цыплухин отметил, что ни разу не превысил собственных полномочий, а соцсеть не заблокировала ни одно оппозиционное сообщество.

С другой стороны, подчеркнул экс-сотрудник «ВКонтакте», он долгое время придерживался «условно «прокремлевских» взглядов». При этом он добавил, что его политические взгляды изменились после выборов в Госдуму в декабре 2011 г. (*Соцсеть «ВКонтакте» сотрудничала с Кремлем // Четверта Влада (<http://4vlada.net/smi/sotsset-vkontakte-sotrudnichala-s-kremlem>). – 2013. – 5.04*).

Российский раздел всемирной онлайн-энциклопедии «Википедия» внесли в реестр запрещенных сайтов. Об этом сообщается в Twitter @ru_wikipedia.

Причиной внесения проекта в черный список стала статья «Курение каннабиса», которая была расценена как пропаганда употребления наркотиков. Реестр запрещенных сайтов в России запустили в прошлом году:

в него попадают страницы, содержащие детскую порнографию, пропаганду наркотиков или суицида.

Решение о включении сайтов в этот список принимает Роскомнадзор, Роспотребнадзор или Федеральная служба контроля за оборотом наркотиков.

В случае попадания в список, владелец сайта имеет три дня, чтобы удалить противоречивые материалы – после этого в реестр будет внесен весь сайт, а интернет-провайдеры будут вынуждены его заблокировать.

Сразу после попадания в «черный список» «Википедия» отредактировала статью «Курение каннабиса». Команда добровольных редакторов Wikipedia рассмотрела требование ведомства и решила изменить статью, но не удалять – поскольку она не является инструкцией по изготовлению наркосодержащих препаратов (такое в Wikipedia запрещено).

Корректировка статьи устроит ведомство, но для ее удаления из «черного списка» потребуется вновь провести экспертизу, чтобы установить, все ли нарушения были устранены. Доступ к ресурсу в целом и к отдельным статьям не ограничивался, передает ИТАР-ТАСС.

Как рассказал агентству исполнительный директор «Викимедиа РУ» С. Козловский, сообщество участников «Википедии» приняло решение статью не удалять, а отредактировать.

По словам С. Козловского, какое-либо конструктивное взаимодействие с ведомством пока отсутствует. О том, что в реестр внесено в общей сложности 15 статей, коллектив «Википедии» узнал из СМИ, а официальное уведомление было получено лишь по одной статье (о каннабисе) и только на днях. «Участники «Википедии», вручную тестируя реестр, смогли выявить лишь пять статей, они написаны в академическом стиле, не содержат никаких призывов и инструкций, и причин удалять их мы также не видим», – сказал журналистам С. Козловский.

Речь идет о статьях «Самоубийство», «Метамфетамин», «Бонг», «Амфетамин» и «Полное руководство по самоубийству». Последняя, как уточнил представитель ресурса, посвящена книге японского автора, вызвавшей общественный резонанс, и сама по себе не является руководством к действию.

В Роскомнадзоре, в свою очередь, особого запретительного рвения в отношении крупнейшей онлайн-энциклопедии пока не проявляют. Пресс-секретарь ведомства В. Пиков ранее в понедельник заявил журналистам, что ведомство «будет ждать конструктивных действий от руководства интернет-ресурса» и пока не намерено закрывать доступ ко всей Wikipedia. «У нас в приоритете не только борьба с противоправным контентом, мы не хотим ущемлять права и интересы добросовестных пользователей интернета», – сказал В. Пиков, добавив, что ведомство пока не получило ответа от руководства энциклопедии.

Он также попросил предоставить «актуальный адрес электронной почты, который бы регулярно просматривался» для общения с руководством ресурса.

«У нас нет администрации, поэтому она не просматривает почту», – ответили в «Википедия РУ» на претензии ведомства, сообщив, тем не менее, адрес, на который ведомство сможет отправлять свои уведомления. По словам С. Козловского, сейчас коллектив авторов обсуждает, насколько остальные спорные статьи соответствуют внутренним правилам Wikipedia, написаны ли они в научном стиле.

Роспотребнадзор является уполномоченным органом по принятию решений в отношении интернет-сайтов, подпадающих под действие вступившего в силу закона о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию.

Закон действует с 1 ноября 2012 г. и предусматривает создание автоматизированной информационной системы «Единый реестр доменных имен, указателей страниц сайтов в сети и сетевых адресов, позволяющих идентифицировать сайты, содержащие информацию, распространение которой в РФ запрещено». Такой информацией считается, в частности, детская порнография, инструкции по суициду и изготовлению наркотиков.

Ранее в реестре успели побывать библиотека интернет-мемов lurkmore.to, торрент-трекер rutracker.org, сайт для анонимного общения 4chan.org, блогхостинг Google Blogspot и весь домен youtube.com. В Роскомнадзоре объяснили это технической ошибкой и сбоем системы. В реестр были включены несколько страниц видеохостинга (позже удаленные), но по каким-то причинам оказался заблокированным весь ресурс. В конце марта 2013 г. предупреждение вынесли социальной сети Facebook, но, по заявлению Роскомнадзора, благодаря «оперативности руководства» соцсети запрещенная информация быстро была удалена.

Для «тонкой» блокировки отдельных страниц, а не всего сайта, поясняют «Ведомости», операторы должны установить дорогое оборудование Deep Packet Inspection (DPI), которого у большинства из них пока нет. Поэтому, когда в реестр вносят страницу, доступ обычно закрывается ко всему сайту, а иногда и к нескольким, если они все на одном IP-адресе (*Россия внесла «Википедию» в список запрещенных сайтов // Vlasti.net (<http://vlasti.net/news/163940>). – 2013. – 5.04).*

Социальные сети помогли упрятать за решётку 63 нью-йоркских гангстера.

Как поймать преступника? А главное, как доказать вину? Теперь для следователей отличное подспорье – социальные сети. Злоумышленники, как и обычные люди, заводят аккаунты в Facebook и, как это ни странно, спокойно обсуждают свои тёмные делишки в открытую. Именно благодаря новым технологиям в Нью-Йорке удалось упрятать за решётку 63 члена уличных банд, причём многих судили за убийство.

Некоторые банды в городе изобрели собственный код для обсуждения преступлений в соцсетях. Например, слова «бисквит», «штука-дрыока» и

«девушка» означают оружие. Впрочем, «выстрел в голову» означает именно выстрел в голову.

Многие члены группировок хвастались своими делишками в Facebook, и именно этих постов оказалось достаточно, чтобы посадить злоумышленников. Вот один из примеров таких постов, даже без всяких кодовых слов: «У меня два «Глока» на ремне, качусь по 112 Мэдисон, на 116 будет новый Ирак». По словам же прокурора, принимавшего участие в разбирательствах по этим случаям, «интернет – это место преступления XXI века» (*Социальные сети помогли упрятать за решётку 63 нью-йоркских гангстера* // *«Компьютерр-Онлайн»* (<http://www.computerra.ru/63096/sotsialnyie-seti-pomogli-upryatat-zareshyotku-63-nyu-yorkskih-gangstera/>). – 2013. – 13.04).

Популярный сетевой сервис Skype, позволяющий обмениваться сообщениями и совершать голосовые и видеозвонки, заблокирован властями Объединенных Арабских Эмиратов /ОАЭ/. Об этом сегодня сообщил спутниковый телеканал «Аль-Арабия».

Причиной блокирования стало отсутствие у сервиса лицензии от департамента телекоммуникаций, разрешающей деятельность на территории Эмиратов.

«Сервис заблокирован, и будет оставаться под запретом до тех пор, пока не получит соответствующую лицензию», – заявил представитель департамента.

Использование Skype ограничивалось в ОАЭ на протяжении нескольких лет. Ранее национальный интернет-провайдер Etislat начал предоставлять доступ к мессенджеру, однако после вступления в силу запрета департамента услуги сервиса стали вновь недоступны.

8 апреля Etislat временно открыл доступ к Skype, однако, по сообщениям местных СМИ, сервис все равно оставался заблокированным.

Skype пользуется популярностью среди интернет-аудитории по всему миру – общее число его пользователей превышает 660 млн человек (*Власти ОАЭ заблокировали Skype* // *Media бизнес* (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34558/118/lang,ru/>). – 2013. – 11.04).

Прокуратура России удалила из «ВКонтакте» все страницы с Mein Kampf.

В ходе мониторинга было выявлено 96 документов и 188 ссылок для скачивания и просмотра книги А. Гитлера.

Прокуратура Санкт-Петербурга сообщила, что в крупнейшей социальной сети «ВКонтакте» в ходе мониторинга было обнаружено несколько сотен копий запрещенной в России книги А. Гитлера Mein Kampf.

Ведомством виявлено 96 документів і 188 посилань для завантаження і перегляду вказаної книги. Також знайдено групу, в якій в вільному доступі був розміщений файл, що містить видання в електронному форматі.

«Книга *Mein Kampf* визнана екстремистським матеріалом рішенням Кіровського районного суду Уфи від 24 березня 2012 р. і включена в федеральний список екстремистських матеріалів, розміщений на офіційному сайті міністерства юстиції РФ», – йдеться в повідомленні (*Прокуратура Росії видала з «ВКонтакте» всі сторінки з «Mein Kampf» // Internetua (<http://internetua.com/prokuratura-rossii-udalila-iz-vkontakte--vse-stranici-s--Mein-Kampf>). – 2013. – 11.04*).

Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки

Служба безпеки України спільно з Федеральною службою безпеки Росії призупинила діяльність групи кібершахраїв, які через системи інтернет-банкінгу за останні п'ять років викрали понад 250 млн дол., пише Коммерсантъ-Україна (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1536414-sbupripinila-diyalnist-kibershahrayiv-shcho-vikrali-ponad-chvert-milyarda-dolariv>).

«Хакери створили вірус, який проникав у комп'ютери під час завантаження фотографій або перегляду відео в Інтернеті. Він отримував доступ до даних бухгалтерії, програми 1С, паролів та електронних ключів, після чого передавав їх шахраям. Шкідлива програма постійно модифікувалася, тому антивірусні засоби захисту її не ідентифікували», – розповіли у спецслужбі.

За словами джерела, після отримання даних злочинці якийсь час вивчали діяльність підприємства, потім від імені компанії формували електронні платежі на рахунки підставних фірм. Лише в Україні від їхніх дій постраждали більше 30 компаній.

Так, хакери за допомогою вірусу отримували доступ до систем інтернет-банкінгу, після чого переводили кошти компаній на рахунки підставних фірм. Силовики стверджують, що більшу частину коштів, викрадених через Інтернет, вдається повернути «по гарячих слідах». Але все-таки, на думку експертів, рівень захисту банківських платежів у країні недостатній.

На території України шахраї діяли від 2009 р., а до цього працювали за аналогічною схемою в РФ. Усього в Україні та Росії їм вдалося викрасти більше 250 млн дол. За даними СБУ, у групі налічувалося близько 20 осіб, середній вік яких від 25 до 30 років. Увагу співробітників СБУ до групи кібершахраїв привернули численні звернення в міліцію від постраждалих фірм та системний характер злочинів. Операцію із затримання хакерів, що тривала близько року, СБУ організувала спільно з ФСБ Росії.

На сьогодні СБУ проводить слідчі дії та експертизу комп'ютерного обладнання, вилученого у підозрюваних.

«Згідно з новим Кримінальним процесуальним кодексом, економічні злочини не є тяжкими, тому затримані нині перебувають під підпискою про невийзд, хтось відпущений під заставу. Якщо суд доведе їхню провину, злочинцям загрожує більше п'яти років тюремного ув'язнення», – зазначили в СБУ.

Слід зазначити, що рівень кіберзлочинності в Україні зростає, підтверджують у МВС.

«Це природний процес – щороку збільшується кількість користувачів Інтернету, а значить, і кількість шахраїв. У 2012 р. зафіксовано 139 фактів несанкціонованого списання коштів з рахунків підприємств, вчиненого шляхом втручання в роботу систем віддаленого обслуговування клієнтів на загальну суму понад 116 млн грн. Нам вдалося повернути 80 % від цієї суми, причому значну частину – по гарячих слідах, протягом двох годин від моменту скоєння злочину», – заявив співрозмовник у МВС (***СБУ припинила діяльність кібершахраїв, що викрали понад чверть мільярда доларів // Корреспондент.net (http://ua.korrespondent.net/business/web/1536414-sbu-pripinila-diyalnist-kibershahrayiv-shcho-vikrali-ponad-chvert-milyarda-dolariv). – 2013. – 2.04).***

Информационное агентство РИА Новости со ссылкой на пресс-службу Facebook сообщает в четверг, 4 апреля, о том, что специалисты этой социальной сети безуспешно борются с компьютерным вирусом, который распространяется по Facebook с космической скоростью.

Компьютеры пользователей соцсети Facebook этот вирус поражает в том момент, когда они открывают сообщение, в том числе и от друзей, и переходят по размещённой там ссылке. Поэтому, если от вашего имени друзьям ушло подобное сообщение, специалисты по кибербезопасности Facebook советуют удалить его как можно скорее и предупредить всех своих друзей в социальной сети об этой проблеме.

После этого специалисты советуют в обязательном порядке проверить свой компьютер антивирусными программами и попросить сделать тоже самое всех ваших друзей. Кроме того, рекомендується после всех этих мероприятий сменить пароль к своей учётной записи в социальной сети (***Facebook безуспешно борется с быстро распространяющимся в соцсети вирусом // UkrNews24 (http://ukrnews24.com/facebook-bezuspeshno-boretsya-s-bystro-rasprostranyayushhimsya-v-socseti-virusom/). – 2013. – 4.04).***

Google могут признать виновным в нарушении законов сразу шести крупнейших европейских государств – Франции, Германии, Италии, Нидерландов, Испании и Великобритании, – в связи с введением новой политики конфиденциальности в марте 2012 г. В случае если Google будет

признан виновным, ему грозят серьезные штрафные санкции, сообщает Reuters.

Напомним, что с 1 марта 2012 г. Google стал требовать от пользователей согласия на передачу собранных о них данных между различными сервисами Google, например, между Gmail, Google+ и YouTube. Если пользователь не принимает новую политику, он не сможет продолжить пользоваться продуктами поискового гиганта.

В компании объяснили, что передача данных нужна для того, чтобы более точно персонализировать контент и повышать релевантность результатов поиска и отображаемой рекламы. «Данные, собранные с помощью файлов cookie, веб-маяков и других технологий, позволяют повысить функциональность и общее качество наших служб. Например, зная языковые предпочтения пользователей, мы будем предлагать им использовать службы именно на этих языках», – пояснили в Google.

Однако эти доводы не показались убедительными европейским регуляторам, которые приступили к исследованию новых правил на предмет нарушений законов об охране частной жизни. Расследование завершилось в октябре 2012 г. Двадцать девять регуляторов во главе с французской организацией CNIL пришли к выводу, что Google необходимо изменить правила в соответствии с рекомендациями и сделать это в течение ближайших четырех месяцев – до 26 февраля.

Google не внес каких-либо изменений и никак не отреагировал на рекомендации европейских органов. 19 марта представители шести ведущих европейских государств встретились с топ-менеджерами Google по этому поводу, однако встреча закончилась ничем.

Как пояснила президент CNIL И. Фальк-Пьерротен, они вынуждены поторопить Google с изменениями. «Сейчас органы шести различных государств изучают правила на предмет нарушений местного законодательства и рассматривают возможность штрафных санкций, – сообщила она. – Мы больше не можем просто сидеть и ждать».

Отметим, что введение новой политики конфиденциальности является достаточно смелым шагом с учетом того, что ранее Google уже приходилось расплачиваться за промахи в том, что касается охраны личных данных.

В 2010 г. на компанию подали в суд за автоматическое подключение пользователей Gmail к сервису обмена контентом Google Buzz. Из-за того, что разработчики сервиса недостаточно хорошо продумали его функциональность, чужие люди смогли видеть, кто входит в список друзей пользователя. В октябре 2011 г. компания закрыла Buzz, на смену которому пришла социальная сеть Google+, предварительно согласившись выплатить компенсацию в размере 8,5 млн дол.

А в августе 2012 г. Google согласился заплатить 22,5 млн дол. за то, что следил за пользователями веб-браузера Safari. Компания обходила настройки приватности с помощью специальных методов для того, чтобы тайком собирать данные о посещенных страницах с целью отображения релевантных

объявлений в Интернете (*Европа объявила войну Google // DailyUA* (<http://www.daily.com.ua/news/9/2013-04-174381.html>). – 2013. – 3.04).

В Интернете появился вирус, маскирующийся под страницу Facebook. Вирусная программа предстает перед пользователем как окно для проверки идентификации.

Вирусная програма предстает перед пользователем как окно для проверки идентификации

Эксперты калифорнийской Кремниевой долины предупредили пользователей всемирной паутины о появившемся вирусе, выдающем себя за страницы социальной сети Facebook.

По данным специалистов, программа выводит на экран требование для проверки идентификации, и при нажатии пользователь автоматически перенаправляется на поддельную страницу соцсети, где вводит логин и пароль от аккаунта.

В этот же момент киберпреступники переадресуют трафик и получают доступ к личной информации владельца и данным, загруженным на персональную страницу. Сообщается, что вирус активизируется при каждом запуске системы, усложняя процесс его устранения.

Кроме того, отмечено, что от имени пользователей, которые подхватили вирус, автоматически отправляются ссылки на зараженные сайты (*В Интернете появился вирус, маскирующийся под страницу Facebook // Городской Дозор* (<http://dozor.kharkov.ua/news/nauka/1138290.html>). – 2013. – 4.04).

Партия «Всеукраинское объединение «Свобода» заявляет, что 4 апреля на ее сайты началась DDoS-атака.

Пресс-служба партии сообщает, что служба информационных технологий «Свободы» пытается отразить атаку, и предлагает пользоваться альтернативными источниками информации о деятельности партии: страницы в соцсетях Twitter и Facebook.

«Свобода» отмечает, что это не первая DDoS-атака (*«Свобода» заявляет о DDoS-атаках на ее сайты // Обозреватель* (<http://obozrevatel.com/politics/54369-svoboda-zayavlyayet-o-ddos-atakah-na-ee-sajtyi.htm>). – 2013. – 4.04).

Відома хакерська група Anonymous захопила офіційні Twitter і Flickr-акаунти Північної Кореї, а також здійснила дефейс двох офіційних сайтів цієї країни.

Атака стала продовженням серії спроб захопити онлайн-представництва країни в соцмережах та популярних сервісах. Минулого

тижня, зокрема, хакери викрали 15 тис. паролів з новинарного сайту Кореї Uriminzokkiri.com. Група позиціонує свої дії як відповідь на чергові ядерні погрози КНДР та її активну мілітаризацію за останній період (*Хакерська група Anonymous захопила офіційні Twitter і Flickr-акаунти Північної Кореї // UkrainianWatcher (http://watcher.com.ua/2013/04/04/hakerska-hrupa-anonymous-zahopyla-ofitsiyi-twitter-i-flickr-ekaunty-pivnichnoyi-koreyi/). – 2013. – 4.04).*

Хакери опублікували особисті дані нової глави Секретної служби США Д. Пірсон (<http://ua.korrespondent.net/world/1538385-hakeri-rozmistili-v-interneti-osobisti-dani-glavi-sekretnoyi-sluzhbi-ssha>)

Як стало відомо, серед опублікованих даних Д. Пірсон є номери її телефонів, домашня адреса і номер картки соціального страхування.

Також хакери виклали кредитний звіт чиновниці, в якому є історія виплат із її заборгованостей, у тому числі за іпотекою і споживчими кредитами магазинів Macy's, Sears і Home Depot.

За даними Reuters, Секретна служба США почала перевірку за фактом публікації особистих даних своєї голови. При цьому співробітники американських правоохоронних органів не підтвердили і не спростували достовірність викладених даних.

Водночас телекомпанія CNN, коментуючи подію, піддала сумніву точність зібраної хакерами інформації. Так, у досьє і кредитному звіті вказується, що чиновниця проживає в штаті Флорида, проте, за даними телекомпанії, вона вже кілька років живе у Вашингтоні. Як зазначили в CNN, раніше викладені на тому ж сайті досьє на інших громадян також допускали фактичні помилки або застарілу інформацію.

Нагадаємо, на тому ж сайті, який раніше мав домен .Su, а тепер – .Re, були викладені фінансові дані акторів М. Гібсона, А. Шварценеггера, Е. Катчера, співачок Бейонсе, Б. Спірс та інших відомих особистостей (*Хакери розмістили в інтернеті особисті дані глави Секретної служби США // Корреспондент.net (http://ua.korrespondent.net/world/1538385-hakeri-rozmistili-v-interneti-osobisti-dani-glavi-sekretnoyi-sluzhbi-ssha). – 2013. – 5.04).*

Anonymous, хакерський рух, атакував понад 100 тис. ізраїльських сайтів під час масштабної акції #OpIsrael, що пройшла 7 квітня. Про це повідомляється в мікроблозі, спеціально створеному хакерами для інформування про хід атаки (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1540359-anonymous-atakuvav-ponad-sto-tisyach-izrayilskih-sajtiv>).

У повідомленні також наголошується, що жертвами хакерів стали 40 тис. сторінок у Facebook і 5 тис. Twitter-акаунтів. Крім того, стверджується в мікроблозі Anonymous, було зламано 30 тис. банківських рахунків, що

належать ізраїльтянам. Загальний збиток від атаки хакери оцінили у три мільярди доларів.

На сайті The Hacker News наведено список деяких атакованих сайтів, а також вкрадені хакерами дані. Видання зазначає, що DDoS-атаці піддалося близько 700 ізраїльських ресурсів, включаючи кілька урядових. Деякі з них, наприклад, сайт ізраїльського парламенту, залишалися недоступними на момент написання статті.

Як передає The Independent, представник національного кібер-бюро Ізраїлю І. Бен-Ізраель заявив, що більшість спроб хакерів вивести з ладу місцеві сайти були безуспішними. Він пояснив, що Anonymous нездатні нашкодити важливій інфраструктурі країни. На думку І. Бен-Ізраеля, головною метою хакерів було створення шуму у ЗМІ.

Атаку на Ізраїль Anonymous анонсували заздалегідь. Вони зазначали, що #OpIsrael є відповіддю на «листопадову агресію проти людей, що живуть у секторі Газа». Своїми діями вони планували підтримати палестинців і «стерти Ізраїль з кіберпростору».

Зазначимо, що в листопаді 2012 р., коли проводилася операція в секторі Газа, ізраїльські сайти також зазнавали атак. Влада країни стверджувала, що змогла відбити більшість спроб хакерів.

Раніше повідомлялося, що Anonymous дещо змінив вектор своєї діяльності і направив свої сили проти Північної Кореї. Як стало відомо, першою жертвою конфлікту між КНДР і Південною Кореєю стали акаунти Пхеньяна у Twitter і Flickr.

Як повідомляють іноземні ЗМІ, раптово світова мережева спільнота втратила можливість спостерігати за офіційними зустрічами К. Чен Уна в режимі онлайн.

Замість цього на північнокорейському Flickr з'явилася карикатура на нього: лідеру примальовували свинячий п'ятачок на обличчі і Міккі Мауса на одязі.

Для тих, хто не зрозумів, чому ж К. Чен Ун зазнав такої суворої обробки у Photoshop, є пояснювальний текст, який свідчить: «Він погрожує міжконтинентальними ядерними ракетами та ядерною зброєю / Витрачає гроші, в той час як його громадяни вмирають від голоду».

До цієї хвилини зображення вже зникло зі сторінки. Відповідальність за злом взяли на себе хакери з групи Anonymous. Вони ж стверджують що зламали офіційний північнокорейський сайт Uriminzokkiri.com, отримавши доступ до 15 тис. акаунтів. *(Anonymous атакував понад сто тисяч ізраїльських сайтів // Корреспондент.net (http://ua.korrespondent.net/business/web/1540359-anonymous-atakuvav-ponad-sto-tisyach-izrayilskih-sajtiv). – 2013. – 9.04).*

Социальная оболочка Facebook «утекла» в Интернет.

В Интернете появилась предварительная версия Facebook Home – «социальной оболочки» для смартфонов на Android, разработанной соцсетью Facebook, сообщает MoDaCo.

Чтобы поработать с Facebook Home, нужно установить на смартфон на Android три APK-файла: com.facebook.katana.apk (основное приложение), com.facebook.orca.apk (мессенджер) и com.facebook.home.apk (загрузчик).

Разрешение экрана смартфона, на который устанавливается Facebook Home, должно быть не более 1280 на 768 точек. Перед установкой необходимо удалить с аппарата приложение Facebook, если таковое имеется.

Оболочка работает с ошибками: так, на Galaxy Note II не действуют сервис для обмена сообщениями Chat Heads, приложение «Камера» и кнопки «Статус», «Фото» и «Чекин» на экране приложений.

Финальная версия Facebook Home должна выйти 12 апреля 2013 г. Программа появится в интернет-магазине Google Play. Установить оболочку можно будет лишь на некоторые устройства, включая Samsung Galaxy S III и HTC One X.

Facebook Home была анонсирована 4 апреля 2013 г. Оболочка изменяет интерфейс смартфона, выводя на передний план сервисы соцсети: ленту обновлений, мессенджер и т. д. ***(Социальная оболочка Facebook «утекла» в интернет // InternetUA (<http://internetua.com/socialnaya-obolocksa-Facebook--utekla--v-internet>). – 2013. – 8.04).***

«Интертелеком» запустил сайт о безопасности детей в Интернете.

Запуск специализированного ресурса «Детский 3G Интернет» является еще одним шагом в построении сообщества ответственных родителей. На страницах есть полезная информация о возможных угрозах и опасностях в Интернете, принципах безопасного детского поведения и общения в онлайн, каталог полезных сайтов для детей, а также советы детского психолога, передает корреспондент «proIT» со ссылкой на пресс-службу компании.

«Простое ограничение и запрет не будет эффективным, если родители не будут объяснять детям, почему это необходимо. Есть целый ряд вопросов по этике общения в сети, которые должны быть прояснены ребенку, и уроков безопасного поведения в виртуальной реальности, которые дети должны усвоить, до того, как получают доступ в интернет, и эта образовательная работа во многом зависит от знания и понимания родителями этой проблематики», – прокомментировал запуск услуги генеральный директор оператора «Интертелеком» Б. Акулов.

Помимо прикладной информации проект предлагает готовое решение, делающее пребывание детей в Интернете защищенным и безопасным. Ресурс «Детский 3G Интернет» содержит исчерпывающую информацию относительно уникального решения позволяющего сделать Интернет для ребенка надежным и защищенным от потенциально опасного содержимого.

Это специальное предложение «Детский 3G интернет» в коробочном решении для использования качественного и защищенного интернет-доступа детьми на скорости до 3,1 Мбит/с по технологии EVDO Rev.A.

Простой в использовании USB-модем со специальным «детским» тарифным планом, дает ребенку доступ в Интернет для развития и учебы и ограждает от 23 категорий сайтов несущих в себе угрозу для юных интернет-пользователей (*«Интертелеком» запустил сайт о безопасности детей в интернете* // *proIT* (<http://proit.com.ua/news/internet/2013/04/08/172108.html>). – 2013. – 8.04).

И. Геращенко заявила, что взломали её скайп. Теперь на аватаре она усатая и со стаканом в руке.

Народный депутат от УДАРа И. Геращенко заявляет, что неизвестные взломали ее электронную почту и скайп-адрес. Об этом она сообщила на своей странице в Facebook.

«Звонок в два часа ночи разбудил весь дом. На другом конце – молчание. Так несколько раз. Выяснилось – звонили... с моего скайпа. Его взломали, поменяли фото на какую-то карикатуру с усами и стаканом в руке. Перед этим взломали почту и рассылали с нее всякую грязь по всем адресам», – написала И. Геращенко.

Кроме того, она сообщила, что пришло сообщение из Twitter, что депутат там успешно зарегистрирована. «А я – ни сном, ни духом», – заявила И. Геращенко.

Она сообщила, что меняет почту, скайп-адрес и т. д.

И. Геращенко просит всех, кому что-то пришло от нее с «нетипичным» текстом, не обращать внимания, это не ее авторства. «Если кто-то сталкивался с подобным интернет-хулиганством – прошу дать совет, как этому противостоять», – просит депутат.

Напомним, в феврале почтовый ящик сотрудника пресс-службы ВО «Батькивщина» Н. Лысовой взломали и с нее разослали фальшивое сообщение относительно С. Власенко (*И. Геращенко заявила, что взломали её скайп. Теперь на аватаре она усатая и со стаканом в руке // NEWSru.ua* (<http://rus.newsru.ua/ukraine/09apr2013/usi.html>). – 2013. – 9.04).

Прячем секретные послания в фотографиях Facebook.

Расширение Secretbook для браузера Chrome предназначено для стеганографии, то есть для внедрения секретных сообщений внутрь фотографий, которые размещаются на Facebook. Этот канал коммуникаций можно использовать для тайного обмена сообщения с друзьями и единомышленниками.

Чтобы сгенерировать фотографию с секретным сообщением, нужно зайти на Facebook и нажать Ctrl+Alt+A. Появится окно для выбора файла, записи текста и установки пароля.

В Facebook зарегистрировано более миллиарда пользователей. Большинство из них постоянно публикует фотографии, так что ваша активность будет надёжно скрыта в «естественном» шуме.

Оригинал фотографии (слева) и копия с внедрённым сообщением (справа) очень слабо отличаются друг от друга даже при увеличении 200 %.

Расшифровка сообщения возможна любым пользователем Secretbook, который во время просмотра нужной фотографии нажмёт Ctrl+Alt+A и укажет правильный пароль.

Secretbook – исследовательский проект студентов Оксфордского университета (*Прячем секретные послания в фотографиях Facebook // ООО «Центр информационной безопасности» (<http://www.bezpeka.com/ru/news/2013/04/09/steganography.html>). – 2013. – 9.04).*

Пользователи больше боятся потери данных из соцсетей чем из банковских систем.

Причиной является то, что хранящаяся в соцсетях информация может нанести урон репутации пользователя.

По данным Forbes, компания Appinions провела исследование, согласно которому о взломах банковских систем и хищения данных сообщается только в 2 % со всех киберпреступлений. По словам ИБ-экспертов, это обусловлено тем, что пользователи больше боятся потери данных, содержащихся в учетных записях в социальных сетях, нежели утечки информации о банковских картах.

Причиной этому является то, что в социальных сетях содержится информация, которой может воспользоваться злоумышленник для размещения в сети, что, по мнению пользователей, может нанести урон их репутации. Что касается банковских систем, то пользователи уверены, что они более надёжны, и данные, которые в них хранятся, защищены правами конфиденциальности и не могут быть использованы с нанесением морального ущерба.

Проанализировав данные более 500 блогов и информационных веб-сайтов, исследователи заявили, что политики из США и Китая попали в ТОП-15 самых обсуждаемых влиятельных физических лиц, фигурирующих в разговорах на тему кибератак.

Одной из самых популярных тем, касающихся киберпространства и кибербезопасности, является привлечение ИБ-экспертов корпорации Google к работе организаций, которые ведут борьбу с киберпреступниками.

Как утверждают исследователи, Google считается единственной компанией среди прочих технологических предприятий, которые влияют на

способы и методы борьбы с хакерами. Другие компании, такие как Facebook и Twitter, могут следовать примеру Google и присоединяться к обсуждениям, однако не выступать в качестве советчика (*Пользователи больше боятся потери данных из соцсетей чем из банковских систем // InternetUA (<http://internetua.com/polzovateli-bolshe-boyatsya-poteri-dannih-iz-socsetei-csem-iz-bankovskih-sistem>). – 2013. – 11.04*).

Виджет социальных сетей для WordPress оказался источником спама

В плагине social-media-widget к WordPress (WordPress Social Media Widget) с реализацией виджета для вставки кнопок быстрого обращения к социальным сетям выявлено наличие вредоносного кода для подстановки спама. Усугубляет ситуацию то, что плагин пользуется большой популярностью и был загружен более 900 тыс. раз. В настоящее время плагин уже удалён из каталога WordPress, а всем пользователям дана рекомендация незамедлительного отключения данного плагина в своих системах.

В процессе изучения кода плагина были выявлены вставки, осуществляющие загрузку с внешних сайтов блоков для непрошенной подстановки на использующий плагин сайт спама в форме SEO-ссылок. По предварительной оценке вредоносный код появился в репозитории 12 дней назад при выпуске релиза 4.0 данного плагина. Некоторые пользователи сообщают о наличии иного, похожего по назначению, вредоносного кода в выпуске 3.3.

Месяц назад, при поступлении жалоб на загрузку данных с непонятных внешних сайтов, разработчики удалили злонамеренную вставку из репозитория, не придав должного внимания расследованию инцидента. Спустя несколько недель в код была внедрена новая вставка, в ответ на что администраторы каталога плагинов полностью заблокировали проблемный виджет и инициировали отправку пользователям обновления, удаляющего уже установленные копии social-media-widget. Судя по всему, у одного из разработчиков проекта были перехвачены параметры доступа к репозиторию, которые стали использоваться злоумышленниками для внедрения своего кода в состав плагина. Тем не менее, точной информации об источнике подстановки кода пока нет, разработчики проекта отвергают свою причастность к инциденту и пока не нашли следов утечки (*Пользователи больше боятся потери данных из соцсетей чем из банковских систем // ООО «Центр информационной безопасности» (<http://www.bezpeka.com/ru/news/2013/04/11/wordpress-plugin-social-media-widget.html>). – 2013. – 11.04*).

Троянец Trojan.Zekos блокирует доступ к сайтам социальных сетей и подменяет их фальшивыми страницами, имитирующими настоящие.

Вместо страницы своего профиля «ВКонтакте» или в «Одноклассниках» пользователь видит поддельную веб-страницу, похожую по дизайну на оригинальную, с сообщением о том, что профиль заблокирован, и предложением ввести в соответствующее поле номер телефона и подтверждающий код, полученный в ответном СМС. На поддельной странице даже указано настоящее имя ее владельца. Вот примеры текстов таких сообщений, которые приводят специалисты антивирусной компании Doctor Web:

«Мы зафиксировали попытку взлома Вашей страницы. Не беспокойтесь, она в безопасности. Чтобы обезопасить Вашу страницу от злоумышленников и в будущем, мы просим Вас подтвердить привязку к телефону и придумать новый сложный пароль».

«Ваша страница была заблокирована по подозрению на взлом! Наша система безопасности выявила массовую рассылку спам-сообщений с Вашего аккаунта, и мы были вынуждены временно заблокировать его. Для восстановления доступа к аккаунту Вам необходимо пройти валидацию через мобильный телефон».

После выполнения инструкций компьютер пользователя заражают вирусом, который перехватывает DNS-запросы и вместо запрошенных пользователем сайтов показывает сайты, принадлежащие злоумышленникам. При этом адрес сайта остается правильным (*Новый троян блокирует доступ к соцсетям // InternetUA (<http://internetua.com/novii-troyan-blokiruet-dostup-k-socsetyam>). – 2013. – 12.04*).

Народный депутат («Батьківщина») А. Павловский считает, что на его страничку в социальной сети Facebook организованы хакерские атаки.

«Уже третий день я не могу зайти в свой аккаунт на Facebook. Выскакивает табличка, в которой написано, что я не на ту кнопку нажал. Сейчас я обратился к программистам, с просьбой проверить, что же случилось», – говорит А. Павловский.

И добавляет, что возможно, это было блокирование аккаунтов в Facebook депутатов-оппозиционеров, которое происходит не впервые. Ранее подобное случилось со страницами народных депутатов А. Бригинца и И. Геращенко.

«Возможно, им не нравится то, что мы размещаем на своих страницах. У меня, вот например, регулярно размещались остро политические материалы или фотографии мероприятий, которые мы проводили. Поэтому, думаю, что были организованы либо хакерские атаки, либо атаки фейковых пользователей, когда 100 человек написали жалобу. Будем выяснять, в чем дело», – продолжает народный депутат.

Как ранее сообщалось, лидер «Нового Киева» З. Шкиряк написал о том, что страница в Facebook нардепа А. Павловского заблокирована (*Павловский считает, что на его страницу в Facebook напали хакеры //*

Обозреватель (<http://obozrevatel.com/politics/09473-pavlovskij-schitaet-chno-na-ego-stranitsu-v-facebook-napali-hakeryi.htm>). – 2013. – 11.04).

Южная Корея: у КНДР есть армия для DDoS-атак.

Чтобы избежать кибератак, на южнокорейской АЭС Korea Hydro&Nuclear Power отключили от Интернета внутренние компьютерные сети. То же сделали и с компьютерами системы управления атомными электростанциями. В системах управления АЭС опечатали все USB-порты. Сейчас в Южной Корее действуют 23 атомных реактора – они обеспечивают 35 % потребностей страны в электроэнергии.

Тем временем южнокорейские власти заявили, что официальный Пхеньян организовал DDoS-атаки на серверы трех крупных банков и трех ведущих телеканалов страны. КНДР ответила, что не имеет никакого отношения к выведению из строя почти 50 тыс. компьютеров.

Южнокорейские эксперты уверены: в КНДР есть подразделение по ведению войны в киберпространстве, и оно насчитывает три тысячи специалистов. Также Сеул обвиняет Пхеньян в установке оборудования, которое создает помехи устройствам GPS и мешает южнокорейским судам и авиалайнерам
(Южная Корея: у КНДР есть армия для DDoS-атак // InternetUA
(<http://internetua.com/uajnaya-koreya--u-kndr-est-armiya-dlya-DDoS-atak>). – 2013. – 14.04).