

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ  
ЯК ЧИННИК  
ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

*Огляд інтернет-ресурсів  
(25.06–7.07)*

**2013 № 13**

# **Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки**

**Інформаційно-аналітичний бюлетень**  
**Додаток до журналу «Україна: події, факти, коментарі»**  
Огляд інтернет-ресурсів  
(25.06–7.07)  
№ 13

## **Засновники:**

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

## **Головний редактор**

В. Горовий, д-р іст. наук, проф.

## **Редакційна колегія:**

Т. Касаткіна, Л. Чуприна

Заснований у 2011 році  
Виходить двічі на місяць

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

Київ 2013

## ЗМІСТ

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ .....	4
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА .....	13
БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ .....	19
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	34
Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість .....	34
Маніпулятивні технології.....	37
Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю» .....	44
Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки .....	50

## РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Соціальна мережа Facebook готує мобільну читалку новин, що отримала назву Reader. Про це повідомила газета The Wall Street Journal з посиланням на власні джерела.

Додаток, за даними видання, показуватиме контент з Facebook у новому форматі, призначеному спеціально для мобільних пристроїв. Reader схожий на мобільну новинну читалку Flipboard, яка дає можливість перемикатися між матеріалами з різних джерел, «перегортаючи» їх рухом пальця.

Джерела WSJ розповіли, що додаток розробляли більше року за участі глави Facebook М. Цукерберга. Коли планують випустити Reader і чи відбудеться це взагалі, невідомо. Представник соцмережі відмовився коментувати WSJ плани з майбутнім мобільним додатком.

Як впливає зі звіту Facebook, станом на кінець березня 2013 р. 751 млн осіб щомісячно користувалися соцмережею з мобільних пристроїв. Порівняно з минулим роком зростання становить 54 % (*У Facebook з'явиться власна читалка новин // iPress.ua (http://ipress.ua/news/u\_facebook\_zuavytsya\_vlasna\_chytalka\_novyn\_22229.html). – 2013. – 24.06).*

\*\*\*

Руководство соцсети «ВКонтакте» обсуждает внедрение лайков-пожертвований в пользу авторов произведений, размещенных в сети, сообщается в аккаунте пресс-секретаря ресурса Г. Лобушкина.

«Интересно было бы сделать для таких постов дополнительную разновидность лайков стоимостью в один голос, поступающих на счёт автора, и посмотреть, сколько наберётся...» – написал технический директор «ВКонтакте» Н. Дуров.

На сегодняшний день голоса используются в качестве виртуальной валюты соцсети. Например, на них можно купить подарки для друзей. Голоса оплачивают в рублях с помощью смс, различных терминалов или кредитной карты.

Основатель ресурса П. Дуров поддержал идею пожертвований: «После того, как накапает определенная сумма, заключать авторский договор и высылать кредитку».

Из переписки руководителей следует, что посты с лайками-пожертвованиями можно делать только правообладателям – «иначе найдётся много желающих монетизировать чужой контент».

По словам Н. Дурова, сами пожертвования в итоге пойдут сообществу или пользователю-автору без разбивки по отдельным постам. При репосте привязка денежного лайка к первоначальному автору должна сохраняться.

«Нужно, чтобы денежный лайк ставился в один-два клика, как при отправке подарка, и использовал голоса», – написал Н. Дуров.

«Я не очень понимаю, почему “ВКонтакте” до сих пор не стал главной платформой для легального издания кино, музыки и книг – причем в обход издателей, прокатчиков и мейджоров», – прокомментировал писатель Д. Глуховский (*«ВКонтакте» обсуждает внедрение лайков-пожертвований в пользу авторов // InternetUA (<http://internetua.com/vkontakte--obsujdaet-vnedrenie-laikov-pojertvovanii-v-polzu-avtorov>). – 2013. – 26.06*).

\*\*\*

Социальная сеть «Одноклассники» адаптировала сайт для людей с ограниченными возможностями.

Специальная разметка по стандарту WAI-ARIA внедрена на версии сайта по адресу: [m.ok.ru](http://m.ok.ru), доступной как с мобильных устройств, так и компьютеров. Она улучшила читаемость сайта со специальным программным обеспечением – screen reader – для людей с полным или частичным отсутствием зрения.

Эта версия «Одноклассников» была адаптирована и для управления с клавиатуры без использования «мыши» – для пользователей с ограничениями в моторике.

«Одноклассники» – проект Mail.Ru Group, самая известная российская социальная сеть, по данным ФОМ. По данным Liveinternet, дневная аудитория сайта составляет более 40 млн человек (*«Одноклассники» запустили версию для слабовидящих людей // InternetUA (<http://internetua.com/odnoklassniki-zapustili-versiua-dlya-slabovidyasxih-luadei>). – 2013. – 25.06*).

\*\*\*

Соціальна мережа Facebook розробляє новий сервіс під кодовою назвою Host Chat, який дає змогу користувачам організовувати чати, доступні для друзів без запрошення. Частково новий сервіс буде нагадувати перші групові чати AOL, пише Searchengines.

Кнопка Host Chat з'явиться поряд із кнопкою додавання фото і поновлення статусу. Власник сторінки може створити тематичну «кімнату», повідомлення про яку з'явиться в новинній стрічці його друзів. Усі запрошені користувачі можуть заходити в чат без додаткових дозволів.

Крос-платформний чат Facebook буде конкурувати з SMS, популярним чатом Apple iMessage і новою уніфікованою платформою Google Hangouts. Крім того, на шляху нового продукту можуть стати і такі міжнародні та регіональні гравці, як WhatsApp, Snapchat і Line.

Сервіси коротких повідомлень з високим ступенем втягують користувачів у взаємодію з веб-сайтами та один з одним, даючи широкі можливості монетизувати час, проведений на сайті, за допомогою продажу реклами, інформації користувача й додаткових функцій. Для технологічних гігантів – Apple, Google або Facebook – власний сервіс повідомлень означає

подальше перебування користувача всередині платформи, що підвищує час, витрачений на інші сервіси компанії.

«Кімнати» чатів є хорошим інструментом для підвищення часу, проведеного на сайті, завдяки своїй природі: пряме особисте листування змушує користувача багаторазово входити на сайт, проте не затримує його на сторінках.

Водночас, «кімнати», зазвичай, тримають відкритими протягом довгого періоду часу, що збігається із загальною стратегією Facebook максимально затримати користувача на своїх сторінках, показавши йому більшу кількість реклами (*Facebook запустить новий чат – Host Chat // iPress.ua (http://ipress.ua/news/facebook\_testuie\_novyy\_chat\_22479.html). – 2013. – 28.06).*

\*\*\*

Соціальна сеть «ВКонтакте» дала можливість розробчикам мобільних додатків додати функцію скарги на відеоконтент, повідомив виданню Digit.ru прес-секретарь «ВКонтакте» Г. Лобушкин.

«Во “ВКонтакте” жалуватися на відео можна було завжди. Але тепер розробники додатків можуть додати такої функції в свої додатки, якщо їм це необхідно», – прокоментував Г. Лобушкин.

Скарги на відео розділяються за типами: матеріал для дорослих, дитяча порнографія, екстремізм, насилля і пропаганда наркотиків. Заяви користувачів, по повідомленню соціальної мережі, оперативно розглядають модератори. При підтвердженні порушення контенту відео блокується (*«ВКонтакте» дозволила додати в мобільні додатки скарги на відео // Media-бізнес (http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/35587/118/lang,ru/). – 2013. – 2.07).*

\*\*\*

Веб-версія сервісу мікроблогів Twitter навчилася автоматично перекладати записи, використовуючи для цього технології Bing – пошуковика, належущого Microsoft. Нововведення поки що доступні не всім користувачам, повідомляє сайт delo.ua.

По всій видимості, компанія поки що тестує нову функцію, так як офіційного оголошення про її запуск поки що не зроблено. Тем не менше, деякі користувачі можуть скористатися нововведенням вже зараз. Відзначимо, що тиждень тому автоматичний переклад твітів за допомогою Bing був реалізований в офіційному додатку Twitter для Windows Phone.

Зрозуміло, автоматичний переклад далеко не ідеальний. Тем не менше, він часто допомагає зрозуміти, що сказав той чи інший користувач. Впровадження нової функції дозволить зробити Twitter більш міжнародним, користувачі зможуть слідкувати за думками відомих осіб, навіть якщо вони пишуть на незнайомій мові (*В Twitter з'явиться автоматичний переклад //*

*IT Expert* (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/27500-v-twitter-poyavitsya-avtomaticheskij-perevod.html>). – 2013. – 2.07).

\*\*\*

Интернет-компания Google с 1 июля отключает сервис Reader, предназначенный для отслеживания материалов, публикуемых на новостных сайтах, в блогах и других онлайн-ресурсах, пишет «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/90376-google-otklyuchit-reader-1-iyulya.htm>).

«Reader не будет доступен после 1 июля 2013 г. Не забудьте сохранить ваши данные», – говорится в напоминании Google.

Запущенный в 2005 г. сервис позволял посредством технологии RSS собирать в едином месте обновления интересующих сайтов.

Альтернативами Google Reader может стать сервис Feedly, интегрированный с популярными соцсетями, либо служба The Old Reader с базовым функционалом. Пользователи мобильных устройств на iOS и Android могут воспользоваться приложением Flipboard, объединяющим контент в виртуальный «журнал». Не так давно свой RSS-сервис запустила компания AOL, а менее суток назад запущен сервис Digg Reader.

Напомним, о намерении закрыть сервис компания Google заявила еще в марте 2013 г. (*Google отключит Reader 1 июля // Обозреватель* (<http://tech.obozrevatel.com/news/90376-google-otklyuchit-reader-1-iyulya.htm>). – 2013. – 1.07).

\*\*\*

Популярный видеохостинг YouTube объявил о запуске специальной серии видео на английском о том, как профессионально снимать видео для сети и как на нем зарабатывать, пишут «Комментарии:» (<http://comments.ua/ht/411381-youtube-zapuskaet-onlaynkursi.html>).

Серия называется YouTube Pro, в ней будут участвовать топовые видеоблогеры, которые расскажут аудитории о том, как искать деньги на свой видеопроjekt, как работать с рекламодателями, как снимать видеоблог и т. д.

Первая тема, которая будет освещена в рамках программы, посвящена работе с рекламодателем, в настоящее время на канале YouTube Creators доступны четыре ролика – о том, как продать идею видео рекламодателю, об особенностях заключения договоров и ценах на заказное видео, о том, как выбрать для работы правильный бренд и т. д.

Напомним, в мае этого года YouTube запустил платную подписку на каналы. Полный список платных каналов можно просмотреть в разделе «Платные каналы». Цена подписки стартует от 0,99 дол. (*YouTube запускает онлайн-курсы по профессиональному созданию видеоконтента // «КОММЕНТАРИИ:»* (<http://comments.ua/ht/411381-youtube-zapuskaet-onlaynkursi.html>). – 2013. – 4.07).

\*\*\*

3 липня соціальна мережа «ВКонтакте» запустила функцію вбудовування на сторінки відео з популярного фото- і відеододатку Instagram, пише Корреспондент.net (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1577136-vkontakte-dozvoliv-koristuvacham-dilitisya-video-z-instagram>).

За даними глави прес-служби «ВКонтакте» Г. Лобушкіна, нова функція була серед перших випробувана на офіційній сторінці прем'єр-міністра РФ Д. Медведева. Зокрема, у його обліковому записі вбудовано відео з Instagram «Завод з виробництва полімерів. Будемо розвивати нафтохімічне виробництво».

Як повідомляється, при завантаженні відео на сторінку в пост буде додано посилання на відео з Instagram. Система соцмережі впізнає посилання як відео і перетворює її в ролик, який і публікується в обліковому записі (*«ВКонтакте» дозволив користувачам ділитися відео з Instagram // Корреспондент.net* (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1577136-vkontakte-dozvoliv-koristuvacham-dilitisya-video-z-instagram>). – 2013. – 3.07).

\*\*\*

Российская социальная сеть «Одноклассники» стала лидером по росту аудитории в мае 2013 г. – количество ее пользователей возросло на 8,6 % по сравнению с апрелем, увеличившись с 36,2 млн до 39,4 млн человек. При этом общий рост аудитории всех 90 социальных сетей, охваченных исследованием ComScore, составляет всего 1,6 %.

Как агентству заявили в «Одноклассниках», в росте аудитории они не видят ничего удивительного, так как у проекта «было много запусков, связанных с вовлечением пользователей в активности на сайте. “Одноклассники” запустили фотоконкурсы, опросы, традиционные спецпроекты к праздникам». Также пресс-секретарь соцсети М. Лапук отметила рост объема контента, который генерирует бренд-сообщества и группы.

Вторым по приросту аудитории стал Twitter – сервисом микроблогов в Рунете в мае пользовались 4,2 млн человек, или на 6,4 % больше, чем в апреле (4,1 млн). Рост «ВКонтакте» составил 1,9 % – с 45,9 млн пользователей в апреле до 46,8 млн в мае, причем эта социальная сеть заняла первое место по числу уникальных посетителей.

Пресс-секретарь социальной сети прокомментировал исследование ComScore в обычной манере: «Мы склонны доверять только тем счетчикам, которые имеют доступ к реальным данным о “ВКонтакте” – то есть установлены на сайте. Счетчики ComScore, увы, в их число не входят. Однако если согласно их подсчетам окажется, что “ВКонтакте” первый по посещаемости сайт, то этим данным можно доверять», – заявил пресс-секретарь «ВКонтакте» Г. Лобушкин.

Эти социальные сети показали рост за счет тех, кто потерял аудиторию. Недосчитался пользователей, например, «Мой Мир», потерявший за месяц 3,6 % (было 22,2 млн стало 22,1 млн). А Facebook и вовсе оказался аутсайдером – в мае соцсеть лишилась целых 8 % пользователей (10,7 млн в мае, 11,7 млн в



апреле) (*Российская аудитория социальных сетей увеличилась на 1,6 % // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/rossijskaja-auditorija-socialnyh-setej-velichilas-na-16-35267/>). – 2013. – 3.07).*

\*\*\*

Российские ресурсы «ВКонтакте» и «Одноклассники» в мае 2013 г. вошли в десятку крупнейших соцсетей мира. Об этом сообщает digit.ru со ссылкой на исследование comScore.

«ВКонтакте» заняла девятую строчку рейтинга – по данным comScore, в мае сайт посетило 79,4 млн пользователей. У «Одноклассников», попавших на 10 позицию, 65,4 млн пользователей.

Лидером рейтинга comScore стала соцсеть Facebook с 834,8 млн пользователей за месяц. Следом идет LinkedIn, которой за месяц воспользовалось 191,5 млн человек. LinkedIn удалось обогнать сервис микроблогов Twitter, у которого 186 млн посетителей.

Всего в исследовании comScore изучалась статистика по 100 ресурсам, отмечает digit.ru. В относительном отношении доля Facebook в мировой аудитории соцсетей составила 53 %, тогда как у «ВКонтакте» и «Одноклассников» – 5 и 4,2 % соответственно.

Отметим, что у самих соцсетей данные по аудитории несколько отличаются от представленных в исследовании comScore. Так, Facebook утверждает, что в марте ресурсом воспользовалось 1,11 млрд человек. О последующем снижении размера аудитории не сообщалось.

Twitter в марте же заявил о том, что размер его активной аудитории достиг 200 млн пользователей. Под активной аудиторией обычно понимаются те, кто хотя бы раз в месяц пользуются сервисом.

Месячная аудитория «Одноклассников», по данным TNS, составляет 43 млн пользователей. LinkedIn и «ВКонтакте» не раскрывают месячную аудиторию. При этом LinkedIn утверждает, что всего в соцсети зарегистрировано 225 млн человек. «ВКонтакте», со ссылкой на данные LiveInternet, сообщает, что в мае среднесуточная аудитория ресурса составила около 46 млн пользователей (*«ВКонтакте» и «Одноклассники» вошли в десятку крупнейших соцсетей мира // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/vkontakte-i-odnoklassniki-voshli-v-desjatku-krupnejshih-socsetej-mira-35284/>). – 2013. – 4.07).*

\*\*\*

В компании Microsoft уверены, что информация о настроении пользователей поможет смартфонам стать более полезными помощниками. Компания трудится над разработкой технологии, дающей возможность смартфону определять настроение пользователя и эти сведения отправлять в социальные сети, сообщает NovostiUA (<http://novostiua.net/techniks/40236-microsoft-hochet-chtoby-smartfony-opredelyali-nastroenie-polzovatelya.html>).

Такая технология получила название Moodscope. Это приложение для смартфона, классифицирующее настроения по категориям: расстройство,

напряжение, счастье, скука, переживание, спокойствие и волнение. Текущее настроение будет определяться по ряду признаков – использование приложений, переписка, звонки, местоположение, история просмотров в сети и т. д.

Конечно, применение подобной технологии за собой влечет некоторые проблемы приватности. Но в Microsoft уверены, что она поможет людям общаться и к друг к другу быть внимательнее. К расстроенному пользователю придут на помощь, работники узнают, что начальник не в настроении и т. д.

Кроме того, информацию о настроении могли бы использовать разные системы по советам контента. Расстроенным пользователям предложили бы грустную музыку, рассерженным – агрессивную и т. д.

На сегодняшний день точность датчиков достаточно высока. Настроение пользователя после настройки угадывается в 95 % случаев, а без нее – в 66 %. Для того чтобы достичь этой точности компания два месяца упорно работала с 32-мя добровольцами.

Прототип приложения функционирует на Android и iOS. Программа работает в фоновом режиме, но использует мало энергии (*Microsoft хочет, чтобы смартфоны определяли настроение пользователя // NovostiUA (<http://novostiua.net/techniks/40236-microsoft-hochet-chtoby-smartfony-opredelyali-nastroenie-polzovatelya.html>). – 2013. – 4.07).*

\*\*\*

У соцмережі Facebook з'явилася можливість надсилати приватні повідомлення з «наклейками» – милими, іноді анімованими зображеннями. Соцмережа запустила стікери в мобільній версії в середині квітня, проте відтепер картинки доступні й у веб-версії.

У вкладці, де раніше були тільки традиційні смайли, з'явилася іконка з кошиком, яка веде в інтернет-магазин «наклейок». У ньому доступні 16 безкоштовних наборів, які користувачі можуть додати в свій арсенал.

Незважаючи на назву «магазин» Facebook не стягує і не планує поки брати з користувачів плату за набори зображень, на відміну від сервісів Line і Path. Судячи з того, що соцмережа співпрацювала з Universal Studios над створенням фірмового сету «Бридкий я-2», імовірно, і надалі Facebook представлятиме більше спонсорських картинок.

Facebook серйозно ставиться до «наклейок». Компанія співпрацювала з відомими дизайнерами (такими як Д. Ленем, який зробив цілий набір картинок, присвячений собаці М. Цукерберга), а також дослідниками з Берклі, щоб розробити нове покоління анімованих зображень, що більш яскраво передають емоції (*У веб-версії Facebook з'явилися стікери // NewsMarket (<http://www.newsmarket.com.ua/2013/07/u-veb-versiyi-facebook-z-yavilisya-stikeri/>). – 2013. – 3.07).*

\*\*\*

Вторая по популярности в России социальная сеть – «Одноклассники» – обзавелась англоязычным интерфейсом. Разработчики надеются, что это поможет ресурсу стать популярным в дальнем зарубежье. Кроме того, это своеобразный имиджевый ход.

Масштабный проект по локализации «Одноклассников» Mail.ru Group ведет с прошлого года. Учитывая, что ресурс наиболее популярен в СНГ, ранее «Одноклассников» перевели на украинский, армянский, грузинский, молдавский, узбекский, вьетнамский, азербайджанский, казахский и таджикский языки. Впрочем, до английского интерфейса разработчики дошли только сейчас.

Как говорится в пресс-релизе, соцсетью пользуется около 3 млн человек из дальнего зарубежья. Кроме того, «Одноклассники» надеются, что англоязычная версия поможет наладить сотрудничество с крупными западными брендами.

Между тем, другая популярная российская социальная сеть – «ВКонтакте» – была переведена на английский язык еще в 2008 г. (*В «Одноклассниках» появился англоязычный интерфейс // Версии (<http://www.versii.com.ua/news/282177/>). – 2013. – 5.07*).

\*\*\*

300 млн сообщений в месяц – суровая статистика соцсетей.

Компания «Ай-Теко» провела независимое исследование темпов развития российских социальных сетей и выяснила, что активность пользователей неуклонно растет. По сравнению с первым полугодием 2012 г. в этом году количество сообщений, опубликованных участниками всех проектов, возросло в среднем в полтора раза. И достигло уровня 300 млн сообщений в месяц.

За основу была взята крупнейшая база данных, состоящая из сотен различных источников. Открытая статистика сети «ВКонтакте», данные от сервисов Twitter и LiveJournal, информация из примерно полусотни популярных блог-хостингов. Плюс русскоязычные комментарии на YouTube, комментарии на 4 тыс. новостных порталов и данные с порядка 400 оживленных тематических форумов. Когда все сведения удалось свести воедино и подсчитать, оказалось, что за I и II кварталы 2013 г. пользователи Рунета написали чуть больше 1,5 млрд сообщений.

Их авторы – 16 млн человек, что на 4 млн больше, чем год назад, но справедливости ради стоит отметить, что действительно уникальных статей и новостей создается гораздо меньше. Например, по данным сети «ВКонтакте», рост количества публикаций составил 10 %, что эквивалентно 72 млн сообщений ежемесячно. Но оригинальных авторов, которые создают неизбитую, интересную тему хотя бы раз в месяц, от силы 13 млн человек. Аналогичная картина в Twitter – темпы роста оцениваются в 13,5 %, за месяц отправлено порядка 154 млн твитов, но авторских среди них не более 2,8 млн.

Схожая ситуация наблюдается и на всех остальных «раскрученных» сервисах. У того же LiveJournal, который из ЖЖ постепенно превращается в аналог онлайн-СМИ, динамика роста публикаций невелика, всего 2 %. Но активных, пишущих нестандартно авторов порядка, – 150 тыс., а в месяц они создают до 4 млн уникальных текстов. При этом налицо характерная тенденция – пользователи классических социальных сетей, вроде того же «ВКонтакте», малоактивны и генерируют в среднем 5,5 сообщений в месяц на человека (естественно, без учета личных сообщений). А вот «клиенты» ЖЖ берут на себя работу журналистов и поднимают до 30 тем за аналогичный период, тогда как в Twitter обсуждают еще больше – 55 постов в среднем на одного пользователя ежемесячно.

Изменения в структуре ресурсов и подаче информации налицо, увеличение темпов обмена данными тоже – по мнению экспертов, это явные признаки того, что социальные сети Рунета эволюционируют (*300 млн сообщений в месяц – сырая статистика соцсетей // InternetUA (<http://internetua.com/300-mln--soobsxenii-v-mesyac---surovaya-statistika-socsetei>). – 2013. – 6.07*).

\*\*\*

Среди пользователей популярных в России социальных сетей самыми обеспеченными оказались люди, пишущие в Twitter. Этот и другие любопытные факты выяснились в ходе исследования, проведенного российским порталом Imhonet среди пользователей Twitter, Facebook и «ВКонтакте».

Сайт, представляющий собой инструмент для поиска интересных фильмов, книг, игр и т. п., опрашивал своих пользователей на самые разные темы с целью повысить точность выдаваемых рекомендаций. В середине прошлого года на сайте были введены тестовые вопросы на отвлеченные темы, которые быстро стали популярными среди посетителей. Всего Imhonet собрал и проанализировал более 30 млн взаимосвязанных ответов от более чем 200 тыс. пользователей сайта.

Как оказалось, в целом российские пользователи соцсетей не особенно богаты. Почти треть опрошенных назвали свои заработки настолько малыми, что им не хватает денег даже на крупную бытовую технику. При этом 35 % все-таки могут себе ее позволить, но уже на машину и квартиру им не хватает. А на все эти вещи деньги найдутся только у 5 % опрошенных. Самые состоятельные – пользователи Twitter, 8 % которых могут себе позволить даже квартиру с машиной.

Видимо, они еще любят покупать дорогие компьютеры – среди «твиттерян» 20 % работают на «маках», при среднем показателе по всем соцсетям в 10 %. У каждого пятого пользователя Twitter или Facebook есть iPhone, а вот 70 % пользователей «ВКонтакте» говорят, что не только не владеют смартфоном от Apple, но и не собираются его покупать.

При этом более половины пользователей соцсетей знают хотя бы один иностранный язык. Больше всего таких среди ведущих микроблоги в Twitter (67 %) и общающихся в Facebook (62 %). Пользователи социальных сетей много путешествуют. Около 35 % опрошенных выезжает за пределы собственного города несколько раз в год, а 20 % выезжает ежемесячно. При этом только шестая часть опрошенных выезжает «очень редко».

Судя по собранной «Имхонетом» статистике, Интернет стал для большинства опрошенных главным источником информации и развлечений. По крайней мере, традиционные варианты – книги и телевидение – у них не в чести. Почти 50 % опрошенных читает только одну книгу в месяц или даже меньше, 30 % – две или три, а 25 % – более трех. При этом более 40 % пользователей социальных сетей вообще не смотрят телевизор, а 25 % все-таки уделяет ему в день час или меньше.

Наконец, исследователи из «Имхонета» узнали, что практически все пользователи социальных сетей любят спать на боку и чуть меньше – на животе. На спине спит очень малая доля опрошенных – только 10 %. Большая часть опрошенных «Имхонетом» пользователей любит танцевать. Но больше всего любят это делать «твиттеряне» – 62 %. Среди них также наименьшая доля тех, кто испытывает дискомфорт при публичных выступлениях – 58 %. Пользователи других соцсетей еще более застенчивы.

Исходя из полученной «Имхонетом» статистики, можно сделать вывод, что различия среди российских пользователей VK, Facebook и Twitter не столь существенны, но при этом некоторые специфические черты аудиторий разных сетей все же наблюдаются (*Российские пользователи Twitter оказались самыми богатыми // InternetUA (<http://internetua.com/rossiiskie-polzovateli-Twitter-okazalis-samimi-bogatimi>). – 2013. – 6.07*).

## СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

В соцмережах шукають рейдерів з Тверської. Активісти шукають за фотографіями і відео найманців забудовника, які протистоять мешканцям і допомагають забудовникові захопити дитячий майданчик на Тверській, 16. Про це на своєму Facebook пише активістка О. Олександрівська.

Небайдужі до долі майданчика публікують фотографії «рейдерів» і звертаються за допомогою у їх поширенні. Декого з найманців уже ідентифікували.

Після публікацій фото «спортсменів» вони видалили свої профілі в соціальних мережах.

27 червня обурені кияни, які так і не дочекались документів на оренду землі поруч з їхнім будинком на Тверській, демонтували металевий паркан. Конструкцію, яка фактично захопила в полон фруктовий сад і дитячий

майданчик, без жодних на те попереджень почали встановлювати 26-го червня. За попередньою інформацією, яку вдалося з'ясувати «Свідомо», плани на будівництво має компанія «Укрбуд». Проте наразі керівництво компанії свою причетність не підтверджує. За словами мешканців, на початку червня до них приходили представники «Укрбуду» і попередили, що замість їхнього саду та майданчика буде дев'ятиповерхівка. У прокуратурі після знесення місцевими мешканцями паркану пообіцяли перевірити законність будівництва (Лук'яненко О. *В соцмережах шукають рейдерів з Тверської // Свідомо* ([http://www.svidomo.org/defend\\_article/16338](http://www.svidomo.org/defend_article/16338)). – 2013. – 30.06).

\*\*\*

Национальный зоопарк в Вашингтоне смог найти сбежавшую малую панду Расти благодаря пользователям Twitter, которые вывели хэштеги #redpanda, #findrusty и #rusty в тренды сервиса. Поиски зверя начались с сообщения: «Мы ищем пропавшую красную панду, самца по имени Расти. Последний раз его видели вчера, в 6 вечера».

Вероятно, объявление получило популярность благодаря фото необычного животного, и твит быстро распространился. Вскоре пользователь Twitter обнаружила беглеца, сделала его снимок и опубликовала с геометкой и призывом приехать и спасти Расти.

Сотрудники зоопарка не заставили себя долго ждать, вскоре прибыли на место и забрали панду (*Twitter помог зоопарку найти сбежавшую панду // InternetUA* (<http://internetua.com/Twitter-pomog-zooparku-naiti-sbejavshuuu-pandu>). – 2013. – 25.06).

\*\*\*

Донецкие пенсионеры сменили скамейки на социальную сеть.

Кто сказал, что с выходом на пенсию заканчивается всё самое интересное в жизни и остаётся только вспоминать о захватывающих увлечениях молодости? Теперь у донецких пенсионеров появилась альтернатива сидению на лавочке – изучение компьютера. Тем более что сегодня этому можно научиться на курсах компьютерной грамотности «Ветераны онлайн».

К удивлению организаторов, инициатива уже в первый месяц стала очень популярной у старшего поколения. Освоить технический прогресс стремятся обычно люди от 50, а вот возрастных ограничений тут нет. Самому старшему ученику – 87 лет.

«А чем я хуже внуков?!»

Заинтересованно «прилипших» к мониторам женщин язык не поворачивается назвать пенсионерками. Они больше похожи на студентов. Правда, нетипичных – уж больно ответственно относятся к посещению пар и выполнению домашнего задания. Дончанка Н. Фальгарова не расстается с папкой, набитой распечатками, на одной из них – компьютерная клавиатура с обозначением всех клавиш. Говорит, периодически посматривает на их расположение, чтобы лучше запомнить. Впрочем, этот этап они уже прошли.

Когда корреспондент «Донбасса» наведальась в школу, дамы как раз учились регистрироваться в «Одноклассниках».

«Это оказалось безумно интересно, – делилась она впечатлениями, слушая мои подсказки и вводя пароль и адрес электронной почты. – Раньше не обращала на все новшества особого внимания. Но когда узнала, что научиться компьютерной грамотности можно ещё и бесплатно, подумала, что я не хуже детей и внуков, коротающих время у экранов. Теперь я их понимаю – это очень интересно и почти не сложно!»

Самая продвинутая среди соседей

Теперь 74-летняя женщина хочет восстановить потерянные контакты с друзьями и наладить связь с теми из них, кто уже освоил все прелести онлайн-общения. «Кроме того, я очень люблю смотреть телевизор. Иногда так жаль, что пропускаешь какую-то передачу... Теперь можно будет посмотреть её в Интернете».

Оценив технический прогресс, Н. Фальгарова твёрдо решила, что вскоре непременно приобретёт себе ноутбук. Тем более что теперь в сети появилась созданная нашими с ней общими усилиями её страничка.

У её одноклассницы В. Минаевой учёба вызывает не меньший восторг. Она успела не только зарегистрироваться в «Одноклассниках», но и научиться находить друзей. Старых знакомых в её списке пока не добавилось, но согласие на дружбу от нескольких новых «френдов» получила.

«Для меня главное не социальные сети, – уверяет она, – больше всего хочу общаться в скайпе. Мои дочери живут далеко – одна в Якутии, а вторая в Болгарии, и уже давно рассказывали, что регулярно так общаются. Агитировали, чтобы и я научилась, а тут такой случай! Единственное, что меня немного раздражает, что изучаю только какие-то “верха”. Хочется вникнуть в весь процесс с самого начала. Почему работает компьютер, зачем нужен Windows и другие программы. Сейчас ощущение, будто прыгаю с парашютом в неизвестность. Зато теперь я самая продвинутая среди соседей», – смеётся она.

Говорить о более детальной и сложной работе с машиной, конечно, пока рано. Некоторые ученики ещё путаются в элементарных комбинациях клавиш и периодически подсматривают в конспекты. Но есть среди учащихся и те, кто хорошо овладел техникой. В основном это ещё не пожилые люди, немного за 50.

Все студенты получают пышный выпускной

Идея создания курсов компьютерной грамотности для пожилых людей принадлежит депутату горсовета А. Адамову. На эту мысль его натолкнула мама. «Не раз предлагал маме купить ей новый телефон – не соглашалась. Главным аргументом против была её уверенность, что в нём не разберётся, – вспоминает он. – Но я настоял и купил смартфон. К моему удивлению, вскоре она стала пользоваться всеми приложениями намного активнее, чем я. Понял, что новинки могут не только нравиться старшему поколению, но приносить им пользу и удовольствие. Уже поступают просьбы, и планируется открытие

нескольких таких центров в других районах Донецка. Сейчас у нас занимаются 59 человек, на следующий курс уже записалось около 50 желающих».

«Группы состоят из четырёх человек, – рассказывает преподаватель курсов Е. Кучинская. – Занятия проводятся четыре раза в неделю для тех, кто живёт поблизости. Пятница же полностью отведена приезжающим из других районов, а также из Макеевки. Один курс рассчитан на месяц, поэтому скоро у нас будет первый выпускной».

Каждый урок Е. Кучинская начинает с небольшой контрольной, чтобы студенты вспомнили пройденный материал. Только потом приступают к новой теме. Обучают пенсионеров один штатный учитель и волонтеры. Для того чтобы поучаствовать в благом деле, достаточно быть обычным пользователем и желателно представить, что учишь кого-то из близких. Как показала практика, ничего сложного в этом нет. Пожилые ученики достаточно быстро схватывают все рекомендации, и каждое действие вызывает у них чуть ли не восторг. Такое разнообразие им только на пользу. Кроме программ и сайтов для общения, вскоре они освоят, как делать заказы в интернет-магазинах. Для тех, кому тяжело ходить, это – настоящая находка.

Кроме всего прочего, у молодых душой пенсионеров есть ещё один веский стимул хорошо учиться. Организаторы планируют в конце первого курса подвести итог и определить того, кто добился наибольшего прогресса. Возможно, этому выпускнику достанется пока ещё секретный подарок (*Донецкие пенсионеры сменили скамейки на социальную сеть // Газета «Донбасс»* (<http://donbass.ua/news/region/2013/07/02/doneckie-pensionery-smenili-skameiki-na-socialnuju-set.html>). – 2013. – 2.07).

\*\*\*

Вице-премьер А. Вилкул открыл свою страничку в Facebook. «Я не стану обещать, что буду находиться в Facebook круглосуточно – у меня, как и у Вас, достаточно большой объем работы. Но собственное видение происходящего я буду давать максимально оперативно. В том числе, буду давать уникальную информацию. Для меня важно организовать живые дискуссии, обмен идеями и реализовывать совместные инициативы», – написал А. Вилкул пользователям.

Одним из первых он опубликовал письмо от солиста Scorpions К. Майне. Через две недели легендарная группа приедет в Украину, чтобы выступить на фестивале Best City в Днепрпетровске. «Я рад, что буду выступать в Украине. И знаю, что нас будут слушать не только зрители из Украины. В Днепрпетровск приедут любители хорошей музыки и из других стран», – написал К. Майне.

По его мнению, фестиваль Best City, который пройдет в городе с 12 по 14 июля, может стать одним из брендов Украины. «Так что организаторы правильно делают, что развивают его. Я поддерживаю это. Музыка – универсальный язык. Best City – это универсальный посол вашей страны, который может многим людям, которые любят хорошую музыку, рассказать об



Україне. Своїм друзям я уже розказав. Ще багато ми розкажемо тим, хто приїде на фестиваль. До зустрічі в Дніпропетровську!» – написав К. Майне.

А. Вилкул поблагодарив за підтримку і написав, що для нього Best City – це «не просто фестиваль – це місто кращої світової музики, це місто, яке наповнене українськими традиціями і колоритом. Це місто, в якому три дні неможливо заснути від переповнюючих емоцій».

«Сейчас, як і багато, чекаю, коли перші акорди зазвучать з сцени. Це буде сильно! Від імені всіх глядачів говорю – ми чекаємо Вас на фестивалі!» – запросив А. Вилкул.

Серед інших постів на сторінці заступника є кілька фото на байці з дружиною Єленою.

А. Вилкул – заїжджений байкер, вони з дружиною подолали вже більше 150 тис. км (*Вилкул відкрив сторінку в Facebook і виклав фото на байці // InternetUA (<http://internetua.com/vilkul-otkril-stranicu-v-Facebook-i-vilojil-foto-na-baike>). – 2013. – 2.07).*

\*\*\*

### Крутий Кернес у соціальних мережах

Для старших харків'ян він ораторствує з телеекранів, а для молоді – він демонструє мотоцикли та м'язи в Instagram. Міський голова Харкова Г. Кернес став одним із популярних VIP-користувачів соціальної мережі Instagram. На сторінці харківського міського голови можна побачити світлинки зі спортзалу та з собакою. Тут – він в обіймах із дружиною і зірками спорту й естради, як-то з репером Тімоті. Сам Г. Кернес запевнив радіо «Свобода», що таким чином він хоче себе показати таким, яким він є у житті, без усіляких прикрас і технологій. А от експерти з пари переконані, що це вдала технологія, спрямована на молодь.

Тепер серед заголовків харківської преси зустрічаються і такі, що присвячені фотографіям Г. Кернеса в Instagram: «Кернес тягає залізо в сонцезахисних окулярах і в патріотичних кросівках», «Кернес хвалиться фото з Тімоті», «Кернес показав своїх собак», «Кернес пристрасно обіймає свою дружину».

З першого погляду здається, що це VIP-гламур і годі.

«Я можу сказати, що стільки фейків, скільки я побачив зі своїм, так сказати, фейсконтролем, це лишається тільки... розуміти», – хвалиться своєю популярністю в соцмережі харківський міський голова.

Своє перше фото Г. Кернес виставив у Instagram в серпні минулого року. На сьогодні в його акаунті 242 світлинки і 10 тис. друзів. Г. Кернес запевнив радіо «Свобода», що все, що там з'являється, – це сфотографоване ним, його друзями.

«Я ось гуляв вихідними, відпочивав, оглядав територію парку імені Горького і побачив біля фотосалону мотоцикл, я сів на нього, попросив, щоб мене сфотографували, і я це фото виклав в Instagram. І зібрав багато-багато інформації та коментарів», – каже Г. Кернес.

Користувачі цього інтернет-фотосервісу, і це визнає сам Г. Кернес, не соромляться на гостреньке, інколи нецензурне, слівце в коментарях до нового фото-посту. Під фото, де мер у діловому костюмі відпочиває в костюмованій компанії серед інопланетян, бджоли, корови й мишеня, прокоментовано: «Як це клоуна обрали мером?» У відповідь образнику він адресував коментар, де дописувача порівняв із півнем. Хоча є й коментарі із захопленням, мовляв, ви молодець, що приділяєте достатній час родині й стежите за собою. Я розумію, як це не просто з такою роботою, пише один із друзів в Instagram.

«Це політика нового покоління»

На прохання радіо «Свобода», керівник агенції «Острогляд PR консалтинг» Т. Острогляд переглядає сторінку харківського міського голови в Instagram. Одразу їй впадає в око те, як він зміг обіграти прізвисько, яке поширене в народі. Тут він викладає фото під ніком ГепаРД59.

«Це говорить про те, як можна в плюс собі використовувати те прізвисько, яке звучить зі сторони», – аналізує експерт.

На думку Т. Острогляд, Г. Кернес, долучаючись до Instagram, демонструє стратегічне мислення як міський голова. На телебаченні він веде діалог із представниками старшого покоління, а в Instagram – із молоддю.

«Це вдала, успішна технологія. Бо до молоді, основної аудиторії Instagram, інакше не достукатися. Я дивлюся, ось тут багато спорту, здорова сильна людина! Собака, чарівна дівчина, відомі люди – стрічка дуже жива», – каже Т. Острогляд.

У соціальних мережах публічні люди можуть собі дозволити висловлювання, на які вони не зважаться в паркетному антуражі.

«Я б сказала, що це політика нового покоління взагалі. В Instagram свої акаунти відкрили Б. Обама, намагався вести Н. Саркозі, є тут Р. Кадиоров і Д. Медведєв», – говорить PR-технолог Т. Острогляд.

Голову Харківської обласної адміністрації М. Добкіна журналісти частенько бачать під час офіційних нудних заходів із айфоном, за допомогою якого він швиденько реагує на сказане в залі колегами-чиновниками. До того ж він веде баталії щодо діяльності «невдах-опозиціонерів». Він вирізняється особливими порадами і коментарями на адресу свободівців і політика А. Авакова – такими, що й в ефірі не озвучити.

Завдяки викладеним навесні фотографіям рибалки М. Добкіна в Twitter, преса дізналася, що голова облдержадміністрації ловить судаків і в час нересту, коли рибалка заборонена законом. Щоправда, М. Добкін після скандального посту одразу сплатив штраф за себе і свого товариша. Тепер його донька Алла в Instagram хвалиться впійманими окунями.

Twitter, Instagram, Facebook – це нові комунікаційні шляхи до виборців, упевнені експерти. Від того, як ними користуватимуться політики, залежить і перебіг передвиборної кампанії 2015 р. На погляд PR-експерта Т. Острогляд, харківський міський голова Г. Кернес це добре розуміє, і нехай він говорить, що його присутність в Instagram не містить політичних технологій, мовляв, він

прагне бути ближчим до народу, хоче показати себе справжнім, бо журналісти перекручують сказане і показане – це все формування образу, який замислив сам міський голова і його команда (*Носков В. Крутий Кернес у соціальних мережах* // *КОММЕНТАРИИ: (http://www.radiosvoboda.org/content/article/25037028.html). – 2013. – 5.07).*

## БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

«ВКонтакте» работает над созданием инструмента, который позволит соцсети зарабатывать на размещении рекламы внутри сообществ и групп по интересам. Об этом сообщает advertology.ru.

В пресс-службе «ВКонтакте» заявили, что они активно работают над этим функционалом, но рассказывать подробности отказались.

Новый функционал получил название «Биржа рекламы». В специальной панели инструментов рекламодатели смогут выбрать сообщества и группы, где бы они хотели размещать свою рекламу, настроить частоту и время выдачи сообщений. Доход от рекламы будет делиться между администрацией «ВКонтакте» и владельцами группы в соотношении 30 на 70 %.

На сегодняшний день владельцы групп самостоятельно ищут рекламодателей и договариваются с ними о размещении рекламы. При этом владельцы групп не застрахованы от подставы. Так, вечером 27 июня администрация соцсети «ВКонтакте» заблокировала одну из самых популярных групп – MDK (всевозможные приколы, около 3 млн подписчиков). По утверждению ее организаторов, эта группа зарабатывала порядка 1,3 млн дол. в год.

Представитель MDK Д. Трачук заявил «Известиям», что их подставили. По его словам, очередной рекламодатель попросил разместить платный пост с ссылкой на его группу в соцсети. После размещения рекламы страничка по ссылке была оперативно переделана в группу, распространяющую спам. Затем к администрации MDK стали поступать письма от вымогателей с предложением заплатить 200 тыс. рублей – или администрации соцсети перешлют информацию о рекламе и скриншоты.

«Таким способом развлекаются школьники. Они уже заблокировали несколько популярных сообществ в социальной сети, – говорит Д. Трачук. – Мы будем обращаться в органы правопорядка с просьбой расследовать данный инцидент».

При новой системе размещение рекламы в соцсети станет централизованным, а сама «ВКонтакте» сможет на этом заработать. По мнению экспертов, чтобы запретить группам публиковать рекламу в обход нового инструмента, администрации придется вносить этот запрет в пользовательское соглашение.

По словам аналитика «Финам» Л. Делицына, благодаря такому инструменту «ВКонтакте» сможет зарабатывать до 20 млн дол. в год.

«Сейчас за размещаемый контент ответственность несет группа. Если оператором нового инструмента будет “ВКонтакте”, значит, они возьмут на себя ответственность. Такая модель будет полезна как рекламодателям, так и владельцам групп и сообществ», – резюмировал Л. Делицын.

По мнению же основателя портала Liveinternet Г. Клименко, такой подход не принесет «ВКонтакте» много денег.

«“ВКонтакте” никогда не отличалась стремлением заработать. Это попытка легализовать черный SMM. Она не приведет к серьезному росту их выручки. Рекламодателям это будет выгодно. Им любая формализация на пользу», – резюмировал он (*«ВКонтакте» работает на своих группах с помощью «Биржи рекламы» // IT Expert* (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/27449-v-kontakte-zarabotaet-na-svoikh-gruppakh-s-pomoshchyu-birzhi-reklamy.html>). – 2013. – 30.06).

\*\*\*

Социальная сеть Facebook намерена запретить рекламу на страницах, пропагандирующих секс и насилие, сообщает «Обозреватель» (<http://finance.obozrevatel.com/economy/54706-facebook-izmenit-strategiyu-razmescheniya-reklamyi.htm>).

Как отмечается в заявлении руководства Facebook, изменения в отношении размещения рекламы начнутся уже с 1 июля, пишет ВВС.

Ранее несколько крупных торговых компаний, в том числе Marks and Spencer, пожаловались на то, что их реклама находится на страницах с неподобающим содержанием (*Facebook изменит стратегию размещения рекламы // Обозреватель* (<http://finance.obozrevatel.com/economy/54706-facebook-izmenit-strategiyu-razmescheniya-reklamyi.htm>). – 2013. – 29.06).

\*\*\*

Портал Zvooq.ru запустил сервис, позволяющий пользователям бесплатно воссоздать фонотеку, аналогичную музыкальным трекам в соцсети «ВКонтакте», сообщило издание Digit.ru со ссылкой на компанию Dream Industries, владеющую сервисом.

Пользователи Zvooq.ru теперь могут авторизоваться на портале через свой профиль в «ВКонтакте». Регистрация, по сообщению компании, происходит «в один клик». Сервис Zvooq.ru дает возможность воссоздать музыкальную фонотеку пользователя «ВКонтакте» за счет лицензионного каталога портала. «На Zvooq.ru, как и во “ВКонтакте”, доступ к музыке бесплатный. Свои деньги мы заработаем, создавая полезный функционал, дающий новые возможности, за которые люди готовы платить», – сказал генеральный директор Dream Industries М. Ильичев.

На портале действует система сопоставления плейлистов, которая может проанализировать подборку музыки пользователя в социальной сети и собрать аналогичные плейлисты в фонотеке Zvooq из лицензионного каталога сервиса.

Новый функционал Zvooq, по данным компании, учитывает социальные связи. Пользователь Zvooq получает информацию о действиях друзей, связанных с музыкой, на сервисе и в соцсетях. Также есть возможность создать совместный плейлист, например «Музыка из нашего путешествия в Аргентину».

Сейчас, по данным компании, на Zvooq.ru доступно 70–80 % от количества треков, выложенных в «ВКонтакте». Работа с правообладателями к концу 2013 г. по плану должна довести этот уровень до 100 %.

Музыкальный сервис «Яндекс.Музыка» на прошлой неделе также запустил импорт треков из коллекций пользователей «ВКонтакте». Сервис, как и Zvooq.ru, не скачивает аудиофайлы из соцсети, а подбирает аналогичные треки в собственном каталоге.

Zvooq.ru – легальный музыкальный сервис, запущенный в 2011 г. Развивается компанией Dream Industries. Портал насчитывает 750 тыс. зарегистрированных пользователей, 12 млн треков, 500 тыс. артистов и 25 тыс. лейблов. В среднем один пользователь ежемесячно прослушивает 290 мин. музыки (*Пользователи «ВКонтакте» смогут легализовать фонотеку // Media бизнес (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/35573/118/lang,ru/>). – 2013. – 1.07).*

\*\*\*

Подружжя Майкл і Сочі Берч, засновники соціальної мережі Bebo, викупили її за 1 млн дол., повідомили Берч у своєму мікроблозі, повідомляє Корреспондент.net (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1576381-zasnovniki-odnieyi-z-pershih-socmerezh-vikupili-yiyi-u-850-raziv-deshevshe-prodazhu-5-rokiv-tomu>).

«Щойно викупили Bebo за 1 млн дол. Чи зможемо ми перезапустити її? Хто знає, але буде здорово спробувати», – написав він.

Як повідомляє портал Business Insider, Bebo була заснована у 2005 р. і стала однією з перших соціальних мереж.

У 2008 р. компанія AOL придбала проект у подружжя Берч за 850 млн дол. Незабаром популярність соцмережі стала падати, багато в чому через недоліки керівництва, а також через розвиток соцмережі-конкурента Facebook. Лише через два роки AOL перепродала актив інвест-компанії Criterion Capital Partners менше ніж за 10 млн дол.

Criterion Capital Partners спробувала оживити Bebo, однак цього їй не вдалося. У травні Bebo, максимальна кількість користувачів якої в роки розквіту досягало 40 млн людей, почала процедуру банкрутства (*Засновники однієї з перших соцмереж викупили її у 850 разів дешевше продажу 5 років тому // Корреспондент.net (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1576381-zasnovniki-odnieyi-z-pershih-socmerezh-vikupili-yiyi-u-850-raziv-deshevshe-prodazhu-5-rokiv-tomu>). – 2013. – 2.07).*

\*\*\*

Пользователи «ВКонтакте»: что мы знаем об их поведении, и почему наше знание неверно

Ни одна социальная сеть не стоит на месте, а постоянно развивается. «ВКонтакте», естественно, не исключение. Последним значимым нововведением соцсети стало обновление доступной статистики, а именно введение показателей входящего трафика в сообщество. Не обошлось без курьёзов: так, сумма всех источников трафика всегда ниже, чем количество уникальных посетителей сообщества (возможно, не учитывается прямой трафик?)

Немногие обратили внимание на это нововведение, которое, однако, позволяет понять многое о поведении пользователей и сделать интересные выводы в отношении сообществ.

Модель поведения пользователей предсказуема?

Многие SMM-специалисты начинали свою работу со страниц брендов в Facebook, лишь позже осваивая «ВКонтакте». В результате у них сложилась четкая модель поведения пользователей в обеих социальных сетях. В чём же она заключается? Пользователь открывает соцсеть, загружается страница с новостями от его друзей и сообществ, на которые он подписан. Увидев что-то понравившееся, пользователь реагирует на пост: ставит ему лайк, делится с друзьями, комментирует. Если же пользователь хочет посмотреть на то, что происходит в его любимом сообществе, то через этот пост он переходит в само сообщество, где взаимодействует уже со всем контентом.

Именно такая модель пользовательского поведения заложена в сознании многих SMM-специалистов. Тем более полезным видится добавление данных о трафике в статистику групп: теперь мы можем подтвердить или же опровергнуть такую модель поведения. Проверкой гипотезы мы и занялись. И вот что у нас получилось.

Лента новостей – не «наше все»

Итак, немного о самом исследовании. Изначально были выбраны два типа сообществ для изучения: сообщества брендов и паблики. Это было сделано по двум причинам. Во-первых, хотелось понять, есть ли разница в пользовательском поведении относительно брендированных и развлекательных сообществ. Во-вторых, проблема в том, что по брендированным группам невозможно было получить такой объём статистики, как по пабликам – нормальная практика призывает закрывать статистику сообществ брендовых групп с целью сохранения некоей коммерческой тайны. Но в то же время та же самая практика призывает держать статистику пабликов открытой, так как хорошая общедоступная статистика, как финансовая отчётность акционерных обществ, помогает продавать основной продукт пабликов – рекламу.

Данные для обеих групп сообществ были агрегированы, нормированы и оценены статистически, после чего был проведён отдельный анализ обеих групп, а затем сравнительный и общий анализ всех групп.

Для всех сообществ были взяты данные по трафику за май 2013 г. Выборка по брендированным сообществам составляет около 20 групп, по которым у нас есть статистика, данные же по пабликам получены из примерно 50 крупнейших пабликов с открытой статистикой, согласно ресурсу socialboard.ru.

Данные по трафику для сообществ состоят из 10 элементов:

- Поисковики.
- Внешние сайты.
- Топ сообществ.
- Поиск «ВКонтакте».
- Профили пользователей.
- Другие сообщества.
- Новости.
- Закладки браузера.
- Мои сообщества.

Согласно нашей гипотезе, лидирующим источником трафика для сообществ должны быть новости, так как именно из новостной ленты пользователь переходит в них.

Как выяснилось, основная часть пользователей не ведёт себя так, как мы себе это обычно представляем. Давайте рассмотрим чуть более подробно.

Итак, новости как источник трафика для всех сообществ находятся лишь на третьем месте. А это означает, что пользователи совсем не обязательно переходят в сообщества через свою ленту новостей.

Но как же тогда пользователи осуществляют навигацию в «ВКонтакте»? Получается, что они открывают главную страницу «ВКонтакте» и, ознакомившись с двумя-тремя экранами новостей, переходят в раздел «Мои сообщества» и оттуда в группы, которые их интересуют. В среднем, более трети трафика приходится именно на этот метод навигации. На втором месте, с четвертью трафика, находятся «Другие сообщества». Вы занимаетесь размещением постов в пабликах, которые ведут на ваши группы? Вы осуществляете деятельность по «репостам» постов других сообществ в вашем собственном? Если ваш ответ – да, то вы «всё правильно сделали». Именно этот источник трафика – переходы между сообществами – является второй движущей «ВКонтакте» навигацию силой. На все остальные источники трафика приходится не такая уж и большая доля. Однако стоит в рамках описания всех групп в целом выделить тот момент, когда пользователи добавляют свои любимые сообщества в закладки, так как это – четвёртый по популярности источник трафика в сообщества.

Тройка лидирующих источников выглядит почти одинаково для обеих категорий: «Мои сообщества», «Другие сообщества», а также «Новости». И если для сообществ брендов порядок лидерства именно такой, как указано выше, то для пабликов «Другие сообщества» приводят даже больше трафика, чем «Мои сообщества» (при том, что «Новости» остаются на третьей позиции).

Рассмотрим теперь особенности каждой из двух категорий.

Для брендовых сообществ важную долю трафика приносят внешние сайты, что неудивительно: многие сайты брендов содержат ссылки на свои группы в социальных сетях. Кроме того, поиск «ВКонтакте» и закладки браузера также важны как источники трафика. Новости занимают довольно большую долю среди источников трафика. Среди наблюдаемых сообществ есть крайне специфические, например посвящённые медицинским проблемам, пользователи которых обычно не подписываются на большое количество других сообществ, а значит, имея довольно свободную ленту новостей, переходят на страницы сообществ именно через новости. Важным источником трафика также является поиск «ВКонтакте».

Для пабликов картина несколько другая. Как уже было сказано выше, самым важным источником трафика являются «Другие сообщества»: паблики постоянно репостят контент друг друга (кросс-постинг), и таким образом, многие пользователи переходят из одного паблика в другой. Вторую позицию занимает переход в паблик через «Мои сообщества». Третью – «Новости». Кроме того, для пабликов важным источником трафика является поисковый трафик, но не через поиск «ВКонтакте», а с внешних поисковиков. Это объясняется тем, что пользователи ищут мемы, простые картинки и цитаты через поисковики, а затем переходят в паблики, содержащие данный контент. На пятом и шестом месте по доле трафика для пабликов находятся профили пользователей и закладки браузера. Если с закладками браузера всё понятно, то с профилями ситуация такая же, как и с «Другими сообществами» – пользователи репостят контент их любимых пабликов у себя на стене.

#### Немного о последствиях

Как же стоит интерпретировать полученные в ходе исследования выводы? Можно в очередной раз произнести магическую фразу «"ВКонтакте" не Facebook» – то есть, если вы ведёте сообщества бренда в «ВКонтакте», не стоит так много сил отдавать на то, чтобы сделать контент более вовлекающим (ведь в Facebook есть EdgeRank, и, чем больше пользователей вовлеклось на пост, а тем более сделало его репост, тем больше у него шансов быть показанным большему количеству пользователей в новостях). Наоборот, правильной техникой увеличения engagement поста и посещаемости группы будет использование «посевов» и репостов вашего контента в популярных пабликах. Кроме того, стоит стараться быть добавленными пользователями в «Мои сообщества», это быстрый метод навигации к вашей группе, и добиваться лидирующих позиций в поисковой выдаче «ВКонтакте» (*Алимов П. Пользователи «ВКонтакте»: что мы знаем об их поведении, и почему наше знание неверно // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/polzovateli-vk-chto-my-znaem-ob-ih-povedenii-i-pochemu-nashe-znanie-neverno-35231/>). – 2013. – 1.07).*

\*\*\*

Портал Socialbakers.com собрал полезные советы, как создать первую рекламную кампанию в Facebook.



Если вы еще не прибегали к рекламным возможностям Facebook, то в первую очередь вам нужно создать бизнес-аккаунт.

Примечание. Эта процедура отличается от создания обычного (персонального) аккаунта в Facebook. Бизнес-аккаунт используется исключительно для деловых целей. Вы можете завести его даже если у вас нет личного аккаунта в Facebook. Для начала надо создать брендовую страницу (Facebook Page).

Бизнес-аккаунты:

- это непубличные аккаунты;
- это аккаунты без индивидуального профиля;
- используются для управления брендовыми страницами и рекламными кампаниями.

Сначала:

- Создайте бизнес-аккаунт, перейдя по данной ссылке.
- Находясь там, выберите один из шести типов бизнеса, подходящий вам более всего.
- После создания вашей брендовой страницы, выберите инструмент для создания рекламы и приступайте к вашему первому рекламному объявлению.
- Перед созданием рекламной кампании ознакомьтесь со способами оплаты.

Ответьте себе на следующие вопросы:

- Что вы хотите рекламировать?
- Кто ваша целевая аудитория?
- Какие у вас бюджет, цены и график размещения?
- Как вы будете тестировать объявления и отслеживать результаты кампании?

Закончив планирования, можно приступать к созданию рекламного объявления по следующей схеме:

1. Что будете рекламировать (страницу, приложение или URL).

Прежде чем создавать кампанию в Facebook, вам нужно составить само объявление. Затем определите, куда будет вести ссылка с данного объявления: на страницу в Facebook или на внешнюю страницу.

В разделе «Что вы хотите сделать?» есть несколько целей на выбор:

- Получить больше лайков страницы.
- Рекламирровать посты страницы.
- Привлечь новых пользователей.
- Увеличить посещаемость.
- Или установить кастомизированные рекламные опции, выбрав пункт «Расширенные возможности».

Примечание: В настоящий момент Facebook предлагает 24 рекламные опции. Чтобы понять, что именно вам подходит, знакомьтесь со следующими статьями: «Реклама в Facebook», Sponsored stories и «Возможные места размещения».

2. Определите вашу целевую аудиторию.

Представьте, какие клиенты вам нужны. В процессе создания рекламной кампании вы сможете выбрать определённую аудиторию, которой и будет показываться ваше объявления.

3. Определите бюджет, ставки, возможности кампании.

Назовите кампанию, выберите бюджет и установите график размещения. Ссылка «Переход к расширенному ценообразованию (включает CPC)» позволяет выбрать различные модели ценообразования: Cost Per Mille (CPM), что означает цену за 1 тыс. показов; Cost Per Click (CPC) или optimized Click Per Mille (oCPM) даёт возможность оптимизации «Охвата», «Действий», «Показов» или «Кликов». С помощью опций oCPM ваши объявления увидит самая ценная, с точки зрения рекламной кампании, целевая аудитория.

4. Попробуйте разные объявления и проследите за результатами.

Разные варианты вашего объявления помогут определить, на какое из них аудитория откликается лучше всего. После размещения разных версий, проконтролируйте изменение в соответствии с результатами:

- Удалите неудачные объявления.
- Поменяйте картинки или добавьте текст, чтобы понять, что лучше работает для вашей аудитории.
- Узнайте больше об аудитории через отчёты и оптимизируйте кампанию исходя из них.
- Создайте конверсии и оцените полученные данные.
- Создайте объявления, которые приносят доход, подписки и т. д.

Теперь вы знаете, как создавать рекламные объявления для своего бренда в Facebook. Многообразие выбора в исполнении и размещении даёт вам простор для фантазии. Поработайте с разными комбинациями объявлений, картинок, расположения, и вскоре вы научитесь быстро создавать эффективные объявления (*Как создать свою первую рекламную кампанию в Facebook // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/kak-sozdat-svoju-pervuju-reklamnuju-kampaniju-v-facebook-35269/>). – 2013. – 3.07*).

\*\*\*

Facebook тестує новий мобільний рекламний формат – спонсорський додаток у панелі закладок (головному меню) мобільного додатку. Наразі таку рекламу можна побачити лише в iOS-додатку.

Реклама у верхній частині панелі закладок (головного меню), вона веде на додаток, який вам пропонується встановити.

Схоже, це новий тип mobile app install ad – мобільної реклами, яка пропонує встановити той чи інший додаток. Але така реклама раніше була лише в мобільній стрічці новин (*Facebook тестує рекламу в панелі закладок мобільних додатків // Ukrainian Watcher (<http://watcher.com.ua/2013/07/04/facebook-testuye-reklamu-v-paneli-zakladok-mobilnyh-dodatkov/>). – 2013. – 4.07*).

\*\*\*

Как стало известно, крупнейшая российская социальная сеть «ВКонтакте» начала переговоры со звукозаписывающими компаниями. Стороны ищут компромисс: чтобы пользователи могли легально слушать музыку, а правообладатели что-то за это получали. Об этом сообщает издание Ведомости.ru.

Крупнейшая российская соцсеть «ВКонтакте» хочет договориться с крупнейшими мировыми звукозаписывающими студиями, чтобы пользователи соцсети могли легально слушать записи музыкантов из их каталога. Как рассказал «Ведомостям» гендиректор и основатель «ВКонтакте» П. Дуров, соцсеть вместе с SonyMusic, WarnerMusic и UniversalMusic ищет варианты, которые устроили бы музыкальных издателей «без ущерба для российских интернет-пользователей». «Уже в ближайшие месяцы мы увидим позитивные изменения в этой сфере», – рассчитывает П. Дуров. Два представителя музыкальной индустрии подтвердили «Ведомостям» на условиях анонимности, что мейджоры ведут переговоры с «ВКонтакте».

До недавних пор пользователи соцсети загружали в нее любые видеофильмы и звукозаписи, а с правообладателями и представителями международных легальных сервисов «ВКонтакте» не сотрудничала. «У нас в разы больше песен, чем у вас, нам невыгодно», – так ответил П. Дуров на предложение о сотрудничестве основателю популярного музыкального платного сервиса Spotify Д. Эку, об этом рассказал в книге «Код Дурова» журналист Н. Кононов.

Впрочем, «Ведомостям» П. Дуров говорил, что соцсеть работает по стандартам американского закона о защите авторских прав ДМСАи удаляет аудио- и видеозаписи по требованию правообладателей. Однако настоящая чистка нелегального контента в соцсети началась в июне, когда в Госдуму внесли законопроект о противодействии пиратству в Интернете и блокировании сайтов с контрафактом. Пользователи соцсети сетовали, что из нее исчезло большое количество музыки, в основном иностранных исполнителей, а многие из них получили уведомление от администрации сети о том, что на загруженные ими аудиозаписи поступили жалобы правообладателей. На этой неделе одобренный Думой и Советом Федерации закон подписал президент В. Путин, он вступит в силу с 1 августа. Правда, в нем идет речь о борьбе только с видеопиратством – музыку решили пока не трогать (*«ВКонтакте» договаривается с крупнейшими лейблами // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/27631-vkontakte-dogovarivaetsya-s-kрупnejshimi-lejblami.html>). – 2013. – 5.07).*

\*\*\*

Сервис микроблогов Twitter объявил о запуске персонализированной рекламы для пользователей в США. Об этом сообщается в официальном блоге компании.

В Twitter объяснили, что планируют показывать пользователям рекламу тех брендов, к которым те сами проявили интерес – зайдя, к примеру, на сайт компании или подписавшись на ее рассылку. Рекламодатели предоставят компании хешированный адрес электронной почты или файлы cookies, по которым Twitter сможет вычислить пользователя в своей базе данных.

Twitter уверяет, что не будет предоставлять рекламодателям никакой дополнительной информации о своих подписчиках. Кроме того, в компании отмечают, что введение персонализированной рекламы не означает увеличение количества объявлений в целом, а только улучшение их качества. Если пользователи не хотят видеть персонализированную рекламу, они могут отключить функцию «Рекламный контент» (Promoted Content) в своих настройках.

В последние месяцы Twitter ввел несколько новых рекламных функций. Компания представила таргетинг по ключевым словам, когда пользователям показывают рекламу, связанную с содержанием их твитов. Кроме того, Twitter ввел функцию повтора телевизионной рекламы – компания вычисляет, какие программы смотрит пользователь, по записям и хэштегам в его блоге. Компания также позволила рекламодателям размещать свои объявления в Twitter через сторонние сервисы.

Сервис коротких сообщений Twitter был запущен в 2006 г. На сегодняшний день в нем зарегистрировано более 500 млн пользователей. В начале 2013 г. компанию оценивали в 11 млрд дол. Эксперты считают, что Twitter готовится выйти на IPO в 2014 г. (*Twitter занысмум персонализированную рекламу // Marketing Media Review (http://mmr.ua/news/id/twitter-zapustit-personalizirovannuju-reklamu-35290/). – 2013. – 4.07).*

\*\*\*

Исследование: e-мейлы эффективнее Twitter и Facebook в онлайн-продажах

В 2013 г. ни одна компания не может ожидать, что к ней отнесутся серьезно, если она не присутствует на Facebook или в Twitter. Бесконечный поток советов от маркетинговых консультантов предупреждает компании, что им нужно «быть» социальными или они рискуют превратиться в компании столетней давности, которые не думали, что им нужны телефоны.

Тем не менее, относительно старая технология оказалась более важной в продаже продуктов в онлайн. Новый отчет от Custora обнаружил, что за последние четыре года, онлайн ритейлеры увеличили в четыре раза коэффициент потребителей, приобретенных с помощью e-мейла, до 7 %.

Facebook за этот период выполняет роль способа совершения продажи, и небольшой процент пользователей, которые покупают с помощью Facebook, остается вялым. Twitter, тем не менее, вообще не отмечается. Самым популярным способом приобрести потребителей оказался «органический

поиск», согласно отчету, за ним следует интернет-реклама с ценой за клик (в обоих случаях, следует читать Google).

Custora проанализировала данные 72 млн потребителей, совершающих покупки на сайтах 86 разных ритейлеров. Они отслеживали, откуда пользователи кликали (е-мейл, Twitter, Google и т. д.), и что и как они покупали, не только за этот визит, но и последующие два года.

За эти два года Custora обнаружила, что потребители, которые заходили к ритейлерам благодаря поисковой выдачи, были более чем на 50 % более ценными, чем среднестатистические пользователи. Другими словами, они были более склонны совершить покупку и потратить больше. Потребители, которые заходили благодаря е-мейлу, были на 11 % более ценными. Пользователи Facebook вели себя как среднестатистические пользователи. Пользователи Twitter были на 23 % менее ценными, чем среднестатистические пользователи в течение двух лет после первого клика.

«Я бы не сказал, что Twitter по своей природе плохой способ для совершения покупки, но мы видим мало хороших стратегий в данный момент», – отметил старший специалист по обработке данных Custora А. Гудман.

Е-мейл, с другой стороны, обладает определенным несправедливым преимуществом в том, что, получая е-мейлы, покупателям уже предоставляются адреса сайтов, предполагая, что у них уже были ранее взаимоотношения с ритейлером. Тем не менее, несмотря на лавину спама, который мы получаем, легко увидеть, как сила и большой потенциал для персонализации этого канала без лимита в 140 знаков дает е-мейлам явные преимущества.

Результаты Custora не предвещают хорошего для социальных сетей, особенно для Twitter. Конечно, реклама на Facebook и Twitter не должна вести к незамедлительным кликам. У них остается потенциал для увеличения осведомленности. Тем не менее, Custora обнаружила, что реклама Google, в противоположность, ведет не только к кликам, но и к покупкам – святой Грааль «конверсии».

Если быть честным, у Google было около 10 лет, чтобы начать превращать поисковые запросы в продажи. Сложно представить, что через 10 лет эти социальные медиа не станут более важным каналом для продажи продуктов (*Исследование: е-мейлы эффективнее Twitter и Facebook в онлайн-продажах // Marketing Media Review (http://mmr.ua/news/id/issledovanie-e-mejly-effektivnee-twitter-i-facebook-v-onlajn-prodazhah-35302/). – 2013. – 4.07).*

\*\*\*

Почему пользователи подписываются на страницы брендов в социальных сетях? Эта проблема все чаще возникает у маркетологов при попытке подсчитать ROI и понять ценность подписчиков бренда в его соцсообществах. С целью найти ответ на данный вопрос, компания Syncapse провела исследование The Value of a Facebook Fan 2013, где были рассмотрены

сообщества 20 крупнейших брендов в основных потребительских категориях и проведен опрос среди подписчиков.

В исследовании приняли участие 2080 пользователей, исследование проводилось в I квартале 2013 г.

78 % подписчиков – уже клиенты бренда

Одна из важных характеристик подписчиков Facebook-страниц компаний – это то, что они не становятся таковыми, пока не попробуют продукцию бренда. Данное утверждение справедливо для 78 % пользователей, принявших участие в исследовании. Как правило, это в первую очередь касается ресторанов, крупных ритейлеров, FMCG-сектора. Однако есть и исключения – бренды, продукция которых желанна многим, но доступна далеко не всем. Например, среди подписчиков BMW лишь 36 % являются его клиентами.

Вывод: так как одно из предварительных условий подписки на страницу бренда – это использование его товаров, маркетологи должны направить все свои силы на конвертацию. Таким образом, уменьшится не только стоимость приобретения подписчиков и колебания конверсии, но и вложения в базу высококачественных подписчиков. А именно они и нужны брендам: аудитория хорошего качества активно привлекает других подписчиков, она более лояльна, склонна защищать бренд. Наладив прямой канал с подписчиками, которые являются клиентами бренда, маркетологи могут более эффективно общаться и допродавать самой ценной аудитории, которая у них может быть. Анализируя базу качественных подписчиков можно вывести модель среднего потребителя, и на ее основании улучшать таргетинг, как по отношению к текущим, так и к потенциальным клиентам.

49 % подписчиков просто поддерживают бренд, который им просто нравится

В то время как использование продукции компании – причина подписаться на ее страницу в Facebook актуальна для 78 % пользователей, 49 % подписчиков брендовых страниц делают это только для того, чтобы поддержать бренд, который им нравится.

Основные причины подписки на страницу бренда в Facebook:

49 % – поддержать бренд, который нравится.

42 % – получить купон или скидку.

41 % – регулярно узнавать об обновлениях бренда.

35 % – участие в конкурсах.

31 % – поделиться своим положительным опытом.

27 % – поделиться своими интересами и образом жизни.

21 % – использовать в качестве помощи при выборе товара.

20 % – потому что друзья тоже подписались.

18 % – заинтересовала реклама компании.

15 % – кто-то посоветовал подписаться.

Вывод: многие бренды, особенно ритейлеры и недорогие бренды с высокой частотой покупок, часто прибегают к вознаграждениям и другим средствам поощрения пользователей за вступление в сообщество. Из-за

неправильно настроенного таргетинга и большой вероятности попасть на «охотников за подарками» использование метода поощрений приводит к низкому качеству аудитории сообщества и бесполезным тратам маркетингового бюджета. Поэтому следует сосредотачивать внимание на эмоциональной связи и отношениях с высококачественными, лояльными подписчиками и привлекать их внимание к покупкам с помощью транзакционных предложений (*Исследование: почему пользователи подписываются на соцстраницы бренда? // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/issledovanie-pochemu-polzovateli-podpisyvajutsja-na-socstranicy-brenda-35315/>). – 2013. – 5.07).*

\*\*\*

В Финляндии впервые проведут исследование социальных сетей на предмет отношения россиян к Хельсинки.

«Мы изучим, что пишут про Хельсинки практически во всех социальных сетях России. Подобное медиа-исследование мы делаем впервые», – рассказала представитель Бюро туризма и конгрессов финской столицы А.-М. Валтонен.

В течение всего июля по заказу бюро специалисты будут проводить мониторинг таких популярных социальных сетей в России, как «ВКонтакте», Twitter, «Живой Журнал», «Мой Мир» и других, по запросу на слово «Хельсинки».

Результаты пилотного исследования станут доступны уже в сентябре и в том числе будут переданы главным партнерам бюро – представителям туристической индустрии города. «Нам любопытно, что россияне думают о столице Финляндии, с какими впечатлениями домой возвращаются туристы и что они рассказывают своим друзьям о Хельсинки. Мы надеемся, что это даст нам понять, как улучшить нашу работу», – сказала А.-М. Валтонен.

Исследования подобного рода в Хельсинки с будущего года станут регулярными и, возможно, будут охватывать не только один месяц. По словам А.-М. Валтонен, конечным результатом подобной работы должно стать планомерное увеличение потока российских туристов в Хельсинки. В прошлом году в гостиницах Суоми останавливались 315 тыс. российских туристов, однако с начала этого года этот показатель уменьшился почти на 11 % (*Рисковые финны решили выяснить что пишут россияне об их столице в соцсетях // IT Expert (<http://itexpert.org.ua/rubrikator/item/27665-riskovye-finny-reshili-promonitorit-cto-pishut-rossiyane-ob-ikh-stolitse-v-sotstssetyakh.html>). – 2013. – 7.07).*

\*\*\*

Три причины, почему «ВКонтакте» не договорится с правообладателями. «ВКонтакте» ведет переговоры с крупнейшими звукозаписывающими компаниями, пытаясь легализовать размещение их музыкального контента в социальной сети. Ищется компромиссный вариант, при котором пользователи могли бы легально слушать музыку, а лейблы – зарабатывать на этом. Глава «ВКонтакте» П. Дуров впервые за долгое время выступил с публичными

комментариями и заявил, что «уже в ближайшие месяцы мы увидим позитивные изменения в этой сфере» (пока же в соцсети продолжается массовое удаление нелегальной музыки трех крупнейших лейблов, Universal Music Group, Warner UK Music Group и Sony Music).

Но, скорее всего, компания просто тратит время: договориться с правообладателями «ВКонтакте» будет очень сложно, почти невозможно.

### *1. Правообладатели за подписку, а «ВКонтакте» против*

В сети уже опубликовано коммерческое предложение «ВКонтакте» по монетизации контента, с ним компания якобы и приходит на переговоры с правообладателями. Подлинность предложения не подтверждена, но выглядит оно логичным и, главное, типичным для соцсети: по сути, делается формальный шаг навстречу, который в реальности оказывается лишь видимостью компромисса. «ВКонтакте» предлагает «соблюсти баланс»: «предоставить возможность бесплатного прослушивания имеющегося контента и платного скачивания, что позволит извлечь высокую прибыль за счет масштабов аудитории. Цена вопроса – 7–14 р.».

Ни одного из крупнейших лейблов это предложение заинтересовать не может. Западные правообладатели – а именно от них сейчас в соцсети поступают основные претензии – борются за легальность контента по принципу рыночной целесообразности: важно не перекрыть вообще все каналы распространения нелегального контента, а в первую очередь наводить порядок на перспективных и растущих музыкальных интернет-рынках. Американская ассоциация компаний звукозаписывающей индустрии (RIAA) еще два года назад назвала своим приоритетом стриминговые сервисы, признав скачивание альбомов и композиций маргинальной и увядающей рыночной нишей. «ВКонтакте» по факту является именно стриминговым сервисом, очень удобным, популярным, но совершенно, по меркам американских законов, нелегальным. RIAA всегда лоббировала подписную модель как наиболее финансово перспективную и от российской социальной сети хочет получить именно ее. В ответ же ей предлагается довольствоваться анахронизмом в виде download-доходов. В результате переговоры зайдут в тупик очень быстро.

### *2. Нелегальная база музыки – основа основ «ВКонтакте»*

Даже если «ВКонтакте» не ограничится показательным удалением контента и продолжит масштабную чистку своих музыкальных капиталов, правообладатели еще очень долго не смогут получить желаемого результата и не смогут считать российскую социальную сеть своим конструктивным партнером. «ВКонтакте» – заложница собственной структуры и идеологии. Борьба с нелегальной музыкой внутри себя – это, по сути, борьба с самой собой, подрывающая ключевые конкурентные преимущества бизнеса компании. Вряд ли «ВКонтакте» готова на самоубийство, но главное – социальная сеть за много лет создала среду, которая ей это самоубийство совершить не даст.

Сами пользователи «ВКонтакте» являются той силой, которая при всех возможных волевых решениях и менеджерских инициативах станет непреодолимым препятствием на пути к легализации. Уже сейчас пользователи



массово переименовывают треки и заливают удаленные записи под вымышленными названиями. На каждый удаленный трек ответят новым, конвейер работает бесперебойно. Проблему можно решить блокировкой пользовательского музыкального контента как такового, но тогда это будет уже совсем другая социальная сеть – с другим потенциалом, другой динамикой роста пользовательской базы, с другими принципами и преимуществами. Так резко соцсети не реформируются. Вряд ли на такие радикальные шаги согласны даже новые владельцы «ВКонтакте» – куда более консервативные, чем ее создатель-либертарианец.

### *3. Правообладатели не любят социальные сети*

Правообладатели вообще не очень любят социальные сети. Принцип распространения контента там даже при очень жестких правилах и хорошо налаженных механизмах контроля хаотичен и завязан на пользователях, которые, с точки зрения правообладателя, должны за контент платить, а не распространять. Не случайно Facebook, несмотря на все разговоры и прогнозы, так и не запустил свой собственный музыкальный сервис, ограничившись партнерством со стриминговыми проектами вроде Spotify. На переговорах с Facebook представители RIAA прямо заявляли, что готовы рассматривать социальные сети исключительно как маркетинговый инструмент, в крайнем случае – как дополнительный канал дистрибуции контента, но точно не как основной. Вряд ли за два года что-то изменилось.

Скорее всего, мейджоры и сейчас разговаривают с российской социальной сетью через губу. Предмет переговоров – не системное решение проблемы, которое возможно только при кардинальной модернизации социальной сети, а точечное тушение самых горячих участков (удаление композиций из топовых альбомов с потенциально большим доходом). Отношения в целом чуть улучшатся, но «ВКонтакте» по-прежнему будет оставаться в черном списке крупнейших мировых интернет-пиратов, составляемом американской USTR (*3 причины, почему «ВКонтакте» не договорится с правообладателями // InternetUA (<http://internetua.com/3-pricisini--pocsemu--vkontakte--ne-dogovoritsya-s-pravoobladatatelyami>). – 2013. – 6.07).*

\*\*\*

Легальные продажи ряда музыкальных треков снизились после их удаления из сети «ВКонтакте», написал на своей странице в соцсети ее основатель П. Дуров.

«Интересное следствие удаления некоторых музыкальных треков из “ВКонтакте” – легальные продажи части этих треков снизились сразу вслед за их удалением. Об этом говорит опыт как минимум двух близких к нам артистов», – отметил он.

По мнению П. Дурова, при условии того, что социальная сеть «ВКонтакте» стала одним из основных способов продвижения музыки, ее удаление «все сильнее бьет по интересам создателей музыки».

Основатель «ВКонтакте» добавил также, что в ближайшее время соцсеть и правообладатели достигнут договоренности о размещении музыкальных произведений без ущерба для интересов всех сторон. «Думаю, что “ВКонтакте” и продюсеры музыки в ближайшем будущем найдут формулу, которая позволит им достигать намеченных целей без какого-либо ущерба для интернет-пользователей и музыкантов», – отметил он (*Легальные продажи ряда треков снизились после удаления из «ВКонтакте» // InternetUA (<http://internetua.com/3-pricsini-pocsetu--vkontakte--ne-dogovoritsya-s-pravoobladatelyami>). – 2013. – 6.07).*

## **СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ**

### **Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість**

По мнению ученых из Колумбийского университета и Университета Питтсбурга, активные пользователи подобных порталов имеют высокую самооценку, и им не хватает самоконтроля, пишет Counsel Heal. Плюс, они чаще перекусывают вредными продуктами, особенно после того, как заканчивают переписку с друзьями.

То есть дело не в сидячем образе жизни. Это доказал эксперимент с пользователями Facebook. Оказалось, посещение порталов социальных сетей и слабый самоконтроль в отношении того, что человек ест, были связаны также с объемом финансовых трат, пишет meddaily.ru.

Люди, контактировавшие с друзьями через Facebook, нередко переедали и имели большой долг по кредитной карте. Принимая во внимание, что на сегодняшний день во всем мире Facebook пользуется каждый седьмой, зависимостью от социальных сетей можно объяснить эпидемию ожирения.

Притом с каждым годом доступность соцсетей все растет. Теперь люди заходят на сайт через телефоны и планшетные компьютеры. Между тем, самоконтроль важен не только для поддержания нормального веса, но и социального порядка. В группе повышенного риска находятся молодые люди – самые активные пользователи (*Социальные сети провоцируют ожирение // InternetUA (<http://internetua.com/socialnie-seti-provociruuat-ojirenie>). – 2013. – 26.06).*

\*\*\*

Специалисты из Университета Индианы проанализировали активность в микроблогах Twitter и пришли к выводу, что протестные акции «Захвати Уолл-Стрит» достигли как минимум части целей. Несмотря на то, что сейчас число подобных твитов близко к нулю, они могли спровоцировать более широкое обсуждение темы экономического неравенства. Подробный анализ приведен в работе ученых, которая принята к публикации (препринт) в журнале PLoS One.

Исследователи обратили внимание не только на число твитов, но и на граф связей между участниками. Так как всего на соответствующие темы было сделано около 800 тыс. записей, а число заинтересованных пользователей превысило полмиллиона, ученые случайным образом отобрали 25 тыс. аккаунтов, которые были изучены более подробно. Выяснилось, что эти учетные записи довольно тесно связаны друг с другом и их владельцы интересуются политическими событиями как в США, так и за пределами страны.

Ученые зафиксировали закономерное увеличение числа твитов в сентябре – октябре 2011 г., когда начались первые массовые акции, участники которых обвиняли финансовую элиту США в несправедливом распределении дохода. Протесты начались с попыток разбить палаточный лагерь на Уолл-Стрит и продолжались на протяжении полугода под лозунгами о чрезмерном расслоении общества на богатых и бедных вкупе с обвинениями корпораций в сращивании с государтсвом. Следом за США к подобным акциям подключились в Европе, где антикапиталистическую риторику подхватили социалисты.

Далее на графике числа твитов обнаружилось несколько пиков, связанных с акциями на Таймс-сквер и Юнион-сквер, однако после митинга в парке Зукотти в марте 2012 г. активность медленно снижалась: пик, приуроченный к майским демонстрациям, не достиг и трети от зимней отметки.

Эти наблюдения, как отмечают авторы исследования, могли бы показаться тривиальными и указывающими на надоедание акций их участникам, если бы не одно дополнительное обстоятельство: после спада волны твитов у пользователей стало наблюдаться несколько больше постов на тему политических событий в США и несколько меньше на тему политических событий во всем остальном мире. Кроме того, увеличилась доля ретвитов, то есть повтора чужих записей со ссылкой на источник. Последнее изменение, по мнению ученых, указывает на увеличение плотности связей в выбранной группе: люди стали более осведомленными о наличии единомышленников.

Прошедшие изменения не позволяют сделать однозначный вывод о том, что протестные акции всем участникам просто надоели: волна твитов могла отражать какой-то общественный процесс, который достиг своего логического завершения. «Эти наблюдения не стоит рассматривать как свидетельство провала движения, так как протестная активность могла сыграть свою роль и увеличить представленность темы экономического неравенства в публичном обсуждении», – пишут ученые в завершающей части своей работы (*Ученые изучили эффект от протестных твитов // InternetUA (<http://internetua.com/ucsenie-izucsili-effekt-ot-protetnih-tvitov>). – 2013. – 1.07).*

\*\*\*

Патологии в сети: лайкофилия и баномазохизм

Появление Интернета изменило нашу жизнь, поделив ее на «реальную» и «виртуальную». Одновременно оно породило ряд абсолютно новых психологических комплексов, фобий и расстройств, связанных с использованием

глобальной сетью. По крайней мере, так считают зарубежные ученые. Давайте подробнее рассмотрим самые распространенные из «сетевых» патологий.

**Лайкофилия.** «Страдающие» этим «расстройством» буквально помешаны на лайках. Если они разместили в сети пост, фото или видео и не получили в ответ лайков или комментариев, то впадают в депрессивное состояние. Они даже могут внести тех, кто проигнорировал их сообщение, в «черный список» и удалить из «друзей».

**Синдром ответчика.** Такие люди стремятся отвечать на каждый комментарий к их посту, даже если он носит чисто формальный характер и не имеет особого смысла. Если такой пользователь видит комментарий, оставшийся «неответченным», его может даже охватить тревога.

**Синдром блогера.** Такие индивиды стремятся описывать в своих блогах и на страничках в соцсетях практически все, что с ними происходит, или свои мысли на какую-то тему. При этом они могут делать что-то исключительно ради того, чтобы потом это описать в блоге.

**Синдром «последнего слова».** Это навязчивое стремление всегда оставлять за собой последнее слово в любой дискуссии, даже если ее предмет уже практически исчерпан. Для страдающих этим синдромом характерны бесконечные «ленты» комментариев, причем более поздние комментарии могут практически не иметь отношения к первоначальному предмету обсуждения. Синдром последнего слова часто сочетается с синдромом ответчика.

**Боязнь падения рейтинга.** Видя, что рейтинг его блога падает, автор испытывает тревожное состояние. Он срочно ищет новые темы для постов и выкладывает их в блог, рассчитывая на то, что рейтинг вырастет.

**Френдомания.** Такие пользователи стремятся заносить в «друзья» всех подряд, допустим, тех, чьи аккаунты в сети попались им совершенно случайно. Цель – собрать как можно большее количество «френдов».

**Фобия баноудаления.** Ее носители опасаются случайно отправить кого-то в «бан». Это приводит к тому, что порой они вносят в число «френдов» совершенно незнакомых людей и практически никогда не отказывают в общении различным спамерам и тем, кто лезет с пустыми разговорами. Даже если становится очевидным, что данного пользователя нужно заблокировать, подобные индивиды могут очень долго с этим медлить. Если же они все-таки решаются «забанить» персону нон-грата, то непременно объясняют ей, почему вынуждены это сделать. Для страдающих фобией баноудаления характерно повышенное чувство вины. Так, одна девушка случайно поставила своей знакомой низкий балл за фотографию и тут же написала ей пространное сообщение, в котором извинялась за свою «ошибку»...

**Баномазохизм.** Баномазохисты испытывают нечто вроде удовольствия оттого, что некто их «забанил». У некоторых из них есть хобби – писать разным людям, особенно личностям с высоким социальным статусом, некорректные комментарии, провоцировать их на бестактность... Когда же человек их в итоге блокирует, они с гордостью рассказывают об этом своим «френдам». Другой вариант – получив «бан», они начинают жаловаться «френдам», утверждая, что

их «забанили» ни за что... Кстати, баномазохист способен запросто подружиться со страдающим фобией баноудаления, так как только пользователь такого типа способен терпеть его дерзкие выходки.

Стремление цитировать. Такой юзер постоянно дает перепосты высказываний разных людей, причем далеко не всегда философов и интеллектуалов, и имеющие к его собственной жизни весьма косвенное отношение. При этом своего мнения он, как правило, никогда не высказывает.

Стремление сквернословить. Они используют малейший повод для того, чтобы разразиться критикой в адрес других юзеров, причем это либо нецензурщина, либо (в случае, если употребление нецензурных слов запрещено админом данного ресурса) просто сильная брань. Поток ругани может быть вызван совершенно невинной фразой или каким-то отвлеченным постом. Ведь главное для сквернослова – это «выплеснуться», а вовсе не ответить на пост. Что делать, если вы, блуждая по сети, столкнулись с носителями подобных патологий? Смотрите по ситуации. Но лучше всего не идти у такого субъекта на поводу, не отвечать на бессмысленные или оскорбительные комментарии, не давать собой манипулировать... По возможности игнорируйте этих людей. Если же это ваши хорошие знакомые, то постарайтесь относиться к их маленьким странностям со снисходительностью и, конечно, долей юмора (*Патологии в Сети: лайкофилия и баномазохизм // UkrLife.net (http://ukrlife.net/patologii-v-seti-laykofiliya-i-banomazohizm/). – 2013. – 2.07).*

## Маніпулятивні технології

Невидимий контроль. Адміністратори російських соцмереж в Україні блокують проукраїнські групи

Інтернет-майданчики мають вплив на суспільство навіть на початкових етапах його мобілізації, ще перед безпосередніми закликами до протестів чи інших активних дій. Усвідомлення мобілізаційного потенціалу інтернет-майданчиків змушує керівників деяких країн вживати заходи для запобігання соціальному вибуху.

Ініціативи щодо посилення контролю над Інтернетом дедалі активніше висуває й українська влада. Нещодавно зареєстрований «регіоналом» В. Олійником законопроект «Про захист інформаційного простору» пропонує зобов'язати провайдерів закривати доступ до сайтів, які містять «заборонену» інформацію (пропаганда міжнаціональної або релігійної ворожнечі, насильства, заклики до захоплення державної влади, конституційного ладу тощо). Щоправда, автор документа вже встиг заявити, що, найімовірніше, відкличе його на доопрацювання, пообіцявши «продовжити дискусію» про «наведення порядку в Інтернеті».

Поки вітчизняні парламентарі намагаються будувати фундамент для тотального нагляду за всесвітньою павутиною, їхні спроби контролювати

інформацію, викладену в ній, без зайвого шуму вже втілюють у життя адміністрації популярних в Україні соціальних мереж.

#### Однобокий контакт

Як показують дослідження, найпопулярнішою поміж наших співвітчизників є російська «ВКонтакте». Так, за даними компанії GfK Ukraine, їй віддають перевагу 67 % українських користувачів соцмереж. 58 % зареєстровані в «Однокласниках», що також родом із РФ, 43 % уподобали американський Facebook. Схожу інформацію надає «Яндекс»: за підсумками 2012 р. найбільше українських акаунтів (близько 20 млн) було саме в «ВКонтакте». Друге місце посіли «Однокласники» (близько 6 млн), замкнув трійку Facebook (2 млн).

Наймасовіша в країні соціальна мережа обзавелася україномовною версією. Але в решті питань, особливо ідеологічних, залишається суто російською. «Забаньте цю групу», – пропонує адміністрації «ВКонтакте» один з українських користувачів, даючи посилання на спільноту «Россия, Украина, Белорусь: Патриоты против ОУН/УПА». Її стіна рясніє новинами на кшталт «Украинской нации не существует», «Вступаем в группу Крым – территория России!», «Знищимо націоналістичну погань!». «Мы минимально ограничиваем свободу слова на нашем сайте, поэтому все подобные группы блокируем только за конкретные призывы к насилию», – відповідає російською мовою агент підтримки (так називають цензора, який опікується блокуванням тих чи інших спільнот). Тобто заклики до порушення територіальної цілісності України адміністрацію соціальної мережі не цікавлять. Натомість вона з легкістю закриває проукраїнські спільноти. Як зазначають користувачі, такі групи ніколи не блокують одразу після створення – увага звертається лише на ті сторінки, що вже набрали обертів і мають чимало відвідувачів.

Під час мовних протестів влітку 2012 р. «ВКонтакте» заблокували кілька груп: «Ми проти того, щоб російська була другою державною», «За українізацію Східної Росії» та «Інформаційний портал незалежних націоналістів». Остання висвітлювала події, пов'язані з національним питанням, зокрема й мовні протести біля Українського дому, у регіонах. Причину керівники соцмережі довго не пояснювали. У результаті написали: «Страница заблокирована за призывы к насилию. Подобного мы не любим. Разблокировка невозможна». Згодом представники спільноти домоглися докладнішої відповіді й здивувалися, дізнавшись, що їхня провина – це «обещания собратъся, потолкать ментов и устроить смерть москвичам». «Як ми розуміємо, саме так адміністрація “ВКонтакте” інтерпретувала заклики зібратися під Українським домом у ніч із 3 на 4 липня й захистити мітингувальників від можливого штурму. Звідки взялися слова про “москвичей” – то для нас загадка, – кажуть вони. – Пізніше від керівництва українського офісу соцмережі надійшла пропозиція розблокувати сторінку. За це вони хотіли, щоб “у бан” пішли половина складу адміністраторів

Інформаційного порталу незалежних націоналістів», до того ж ми мали офіційно вибачитися перед Партією регіонів.

#### Ностальгія за совком

Другій за популярністю соціальної мережі в Україні – російським «Однокласникам» – віддають перевагу здебільшого ті, кому за 30. Цей інтернет-майданчик меншою мірою, ніж інші, розрахований на нові знайомства та спілкування за інтересами – тут шукають людей із минулого. Профіль «Однокласников» – це не гуртування протестного електорату, а радше багатотисячні групи на кшталт «Ностальгія. Вспоминаем СССР и 90-е» та «Мы из СССР», «Песни нашей молодости». Попри те що на цьому майданчику опозиційні спільноти навряд чи матимуть цільову аудиторію, його адміністрація веде власну інформаційну політику, яку можна охарактеризувати фразою «Про владу або добре, або нічого». Особливо помітно це на прикладі російських реалій. Як зауважують тамтешні блогери, у пошуку на сайті «Однокласники» не відображаються спільноти, які гостро критикують кремлівський режим. Пошук за ключовими словами «Путин», «Медведев» тощо дає тільки позитивні результати. У випадку з першим це «Путин – наш президент», «Путин – красавчик!!!», «Путин, мы с тобой!».

За запитом «Янукович» в українському сегменті мережі «Однокласники» таки можна відшукати кілька спільнот, учасники яких, імовірно, не дуже люблять Президента: «Спасибо жителям Донбасса...», «Украина без Януковича» тощо. Але решта результатів демонструють: український Президент, як і Путін, теж «красавчик». І навіть «надежда Украины на светлое будущее».

#### Політичні френди

Третю за популярністю в Україні соціальну мережу Facebook можна назвати найполітизованішою. Її, до речі, обирають і самі державні діячі – серед українських політиків Facebook, поза сумнівом, найпопулярніший. «Просунута» аудиторія цього інтернет-майданчика відповідає взаємністю: саме тут станом на лютий 2013 р. політичні діячі «знайшли» максимальну кількість друзів (204 тис. осіб на всіх).

Інша особливість Facebook – незалежність від української чи російської влади, адже компанія західна. Це соцмережа № 1 у 127 зі 137 держав світу. Серед 10 країн, у яких домінують інші інтернет-майданчики, поруч з Україною і Росією розташувалися Китай та Іран, де доступ до Facebook стали обмежувати після масових заворушень. Саме переходом на Facebook традиційно «погрожують», зіткнувшись із цензурою, українські користувачі адміністраціям російських соцмереж. Утім, і тут траплялися підозрілі прецеденти. Так, після квітневого виїзного засідання ВР «фейсбуківці» почали мобілізуватися на мітинг. Однак соціальною мережею миттєво поширився вірус, який ламав акаунти, що не дало змоги оперативно згуртуватися на акцію протесту. Скаржилися на цензуру в «мережі Цукерберга» й деякі користувачі, наприклад блогер О. Сухомлин. Він розповів, що адміністрація Facebook видалила його профіль після публікації про розкішне авто очільника Донеччини.

## Рятівний галас

Крім контролю над спільнотами, адміністрація соціальних мереж нерідко допомагає правоохоронцям у встановленні особистості та місцезнаходження певних осіб. Майже детективною є історія пошуків працівниками СБУ одного з адміністраторів спільноти «Ми – Патріоти України» С. Шайдаюка. У «ВКонтакте» хлопець був зареєстрований під ніком Пересічний Українець. Силовики вирахували його місцеперебування за IP-адресою і спершу вийшли на брата, але дізнавшись, що сторінка належить Сергієві, викликали останнього на допит. Почали погрожувати кримінальною відповідальністю, адже в спільноті були заклики до масових заворушень у разі фальсифікацій виборів, які вони розцінили як «заклик до повалення режиму». Зрештою порадили йому створити нову групу й надалі писати лише на «правильні патріотичні теми», тобто «чоловік повинен мати дружину, дітей, ходити на роботу і дивитися телевізійні новини». Допитували й іншого адміністратора тієї самої спільноти львів'янина Р. Черновецького – його запросили до місцевого Управління боротьби з організованою злочинністю. Вчасно змінивши пароль, сторінку «Ми – Патріоти України» хлопці залишили при собі. Її адміністратори впевнені: свого часу «патріотів» урятував виключно публічний розголос довкола цієї історії.

Як зазначає науковий співробітник Стенфордського університету Є. Морозов, спроби контролювати соціальні мережі призводять до зворотного ефекту, тобто сприяють популяризації ідей «дисидентів». «Розумні диктатори не пригнічують Інтернет», – переконаний дослідник. Чи розуміють це твердження в Україні, можна буде побачити найближчим часом (*Бурлакова В. Невидимий контроль. Адміністратори російських соцмереж в Україні блокують проукраїнські групи // АРАТТА. Український національний портал ([http://www.aratta-ukraine.com/text\\_ua.php?id=2870](http://www.aratta-ukraine.com/text_ua.php?id=2870)). – 2013. – 20.06).*

\*\*\*

В американском торговом центре произошла массовая драка. Виновницами стали две девушки, поссорившиеся и позвавшие на помощь друзей из соцсетей.

В торговом центре в городе Лодерхилл в штате Флорида днем 25 июня произошла массовая драка, сообщает местный телеканал WSVN. Число участников потасовки сотрудники правоохранительных органов предварительно оценили в 200–300 человек.

Из-за драки торговый центр эвакуировали. Для предотвращения повторных столкновений на улице поблизости продолжают дежурить сотрудники правоохранительных органов.

В полиции сообщили о «сотнях пострадавших», один человек был доставлен в больницу. В то же время NBC Miami сообщает, что с незначительными травмами были госпитализированы два человека.

Как пояснили в полиции, скопление людей в торговом центре было спровоцировано сообщением в одной из социальных сетей. Суть этого сообщения представитель правоохранительных органов пояснить не смог.



Между тем WSVN сообщает о записи в неназванной соцсети, в котором говорилось о драке между двумя девушками из разных районов (*300 человек подрались из-за сообщения в соцсети // ООО «ДИДЖИТАЛ ВЕНЧЕЗ»* (<http://news.bigmir.net/world/722477-300-chelovek-podralis--iz-za-soobcshenija-v-socseti--VIDEO->). – 2013. – 26.06).

\*\*\*

Одессит А. Куренной, известный своими обещаниями отстреливать иностранцев, взял на себя ответственность за блокировку общества Femen в социальной сети Facebook. Об этом несостоявшийся террорист сообщил на своей странице.

Как известно, 23 июня страница Femen в социальной сети оказалась заблокированной за «распространение порнографической информации».

...Отметим, в прошлый раз А. Куренной настаивал на том, что автор сообщений с угрозами убить иностранцев не он. Его страничку якобы взломали хакеры (*«Одесский Брейвик» взял на себя ответственность за цензуру над Femen // Думская.net* (<http://dumskaya.net/news/odesskij-brejvik-vzyal-na-sebya-otvetstvennost-z-027655/>). – 2013. – 25.06).

\*\*\*

Пользователям соцсетей на заметку. Facebook не спешит удалять удаляемые комментарии. Заходом из «тиккера» (ленточка обновлений в правой части десктопной версии Facebook) можно видеть и обычные комментарии, и удалённые. После непосредственно стирания они видны ещё минут 10–15.

Для удалённого комментария меняется фон, исчезает лайк, а «ховер» над треугольником поясняет, мол, это комментарий не простой, а «удалённый». Но прочесть его всё-равно можно (*Facebook не умеет стирать комментарии? // InternetUA* (<http://internetua.com/Facebook-ne-umeet-stirat-kommentarii>). – 2013. – 2.07).

\*\*\*

За два года Бюро международных информационных программ Государственного департамента США потратило около 630 тыс. дол. на рекламу своей страницы в социальной сети Facebook. Об этом сообщает IT Expert со ссылкой на [ukranews.com](http://ukranews.com).

Как стало известно, за счет рекламы бюро намеревалось существенно повысить количество лайков своей страницы.

По данным The Washington Examiner, ему это удалось, и с 2011 г. по март 2013 г. их число возросло со 100 тыс. до 2 млн. При этом сейчас по запросу Bureau of International Information Programs социальная сеть выдает только одну страницу с 71 лайком.

Однако по итогам инспекции в Госдепе выяснилось, что значительная часть новых подписчиков не является целевой аудиторией. В частности, целью

активной рекламы в соцсети было привлечение представителей средней и старшей возрастной категории, обладающих определенным весом в обществе. Вместо этого подавляющее большинство новых подписчиков составляет молодежь, не принимающая активного участия в обсуждении страницы и даже практически не читающая ее обновления.

Кроме того, в сентябре 2012 г. социальная сеть изменила принцип формирования новостных лент своих пользователей, что существенно снизило эффект от количества лайков на странице департамента. Теперь даже за то, чтобы его посты увидели уже лайкнувшие страницу люди, бюро вынуждено регулярно платить.

С жалобой в руководство Госдепа обратились сами сотрудники бюро, которые сочли, что оно впустую тратит деньги налогоплательщиков. В свою очередь регулятор по итогам проверки отметил многочисленные недостатки рекламной стратегии бюро, в том числе и его неспособность достичь целевой аудитории (*Американские власти потратили более полумиллиона долларов на лайки в Facebook // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/27580-amerikanskie-vlasti-potratili-bolee-polumilliona-dollarov-na-lajki-v-facebook.html>). – 2013. – 4.07).*

\*\*\*

Маленький сільський народний бунтик навряд чи переросте у всеукраїнське повстання, але є досить тривожним дзвінком для влади. Про це пише газета «День», наводячи думки користувачів соцмереж щодо подій у Врадіївці, де міліціонери згвалтували дівчину.

Зокрема, видання цитує Д. Казанського ([frankensstein.livejournal.com](http://frankensstein.livejournal.com)): «Подібно починалися нещодавні арабські революції і повстання в Туреччині. Полум'я буквально розгоралося з іскор, коли ніхто не чекав цього. Україна теж потихеньку тліє, іскрить. Звірі в погонах роблять все, щоб вона спалахнула. Корупцію, злочинство, хабарництво чиновників українці поки ще готові зносити – занадто низька правова грамотність населення, що дозволяє усвідомити масштаби.

Насильство виродків з червоними “корочками” прощати вже не готові. Накипіло. Вчора повстало лише одне село, але ми-то знаємо, вся Україна – одна велика Врадіївка. Міліція, СБУ, судді давно перетворилися на бандитські клани, які далять людей на дорогах, гвалтують, катують, вбивають, вибивають зізнання. Випадок в окремо взятому селі – лише частковість. “Гугл” знає десятки подібних врадіївок, від Волині до Донбасу, де злочини правоохоронців залишилися безкарними... Після Врадіївки нам нічого не залишається, крім як займатися самообороною. Потрібно об'єднуватися. Створювати в кожній області цивільні групи швидкого реагування в соціальних мережах. Щоб у потрібну годину при нагоді зібрати під потрібним відділенням хоча б дві-три тисячі осіб. Інакше пацюки нас зжеруть» (*Українці вже не готові прощати насильство виродків у погонах // Західна*

*інформаційна корпорація (<http://zik.ua/ua/news/2013/07/04/417592>). – 2013. – 4.07).*

\*\*\*

У мережі Facebook створена ініціативна група «Лампа», у якій небайдужі львів'яни будуть координувати подальші дії щодо акцій, які стосуються подій у Врадіївці.

Як задекларували її координатори, «Лампа» – це група для тих, кого дістало свавілля міліції.

«Ми опинилися в ситуації, коли маємо ставити вимогу “покарайте винних у гвалтуванні”. Наступна “вимога” буде – “не бийте нас”. Ми не вимагаємо, ми знаємо, що цього робити не можна. І кожна нормальна людина – а тим більше керівник Львівської обласної міліції – у ситуації, що склалася, повинна публічно дати оцінку ситуації, а також керівництву своєї організації, тобто міністру В. Захарченку. Де честь людини в пагонах? Ми не вимагаємо, ми знаємо, що пан Рудяк (людина яка керує цим воєнізованим формуванням у Львівській області) повинен виступити публічно. Не перед тими, хто на вулиці, а перед усіма громадянами області і відкрито засудити дії своїх співробітників», – наголошується на сторінці групи.

Також там розпочато голосування щодо вимог, які активісти мають ставити перед владою. Серед варіантів є, зокрема, такі:

- Покарати всіх винних у згвалтуванні у Врадіївці.
- Гарантувати безпеку учасникам протестів у Врадіївці та їхнім родинам.
- Негайна відставка особи, яка займає посаду міністра внутрішніх справ.
- Перевірити цих осіб до причетності в інших злочинах.
- Відставка вертикалі керівників МВС від райвідділу до міністра.
- Вільний продаж зброї громадянам України для самозахисту від ОЗУ

МВС.

Нагадаємо, уже третій день поспіль небайдужі львів'яни збираються під стінами обласної міліції, щоб висловити свій протест проти дій «перевертнів у погонах», які у Врадіївці на Миколаївщині згвалтували дівчину.

Як повідомлялось, 27 червня до лікарні Врадіївки потрапила 29-річна І. Крашкова, яку було жорстоко згвалтовано та побито. Її гвалтівниками виявилися два офіцери міліції – лейтенант Д. Поліщук і старший лейтенант Є. Дрижак, а також таксист Рябіненко (*У Facebook створена ініціативна група для координації протестів щодо подій у Врадіївці // Західна інформаційна корпорація (<http://zik.ua/ua/news/2013/07/04/417655>). – 2013. – 4.07).*

\*\*\*

Facebook не нашел «христианофобии» в странице «Дева Мария должна была сделать аборт».

Итальянские католики критикуют Facebook за оскорбляющий чувства верующих пост. Почти 2 тыс. человек лайкнули страницу Virgin Mary should have aborted. На русский название группы переводится как «Дева Мария

должна была сделать аборт». На фото главной страницы группы изображена Дева Мария, которая якобы убеждает Иосифа, что ее ребенок – не от другого мужчины, а послал его ей Бог, передает телеканал «Россия 24».

Активисты организации «Нет христианофобии» обратились к руководству Facebook. Они пожаловались, что эта страница оскорбляет чувства католиков. Менеджмент соцсети откликнулся на обращение и обещал проверить контент. В итоге в Facebook заявили, что ничего, что могло бы оскорбить католиков, в материалах группы нет (*Facebook не нашел «христианофобии» в странице «Дева Мария должна была сделать аборт» // InternetUA (<http://internetua.com/Facebook-ne-nashel--hristianofobii--v-stranice--deva-mariya-doljna-bila-sdelat-abort>). – 2013. – 6.07).*

### **Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»**

Социальная сеть Facebook и портал микроблогов Twitter отклонили предложение правительства Турции о сотрудничестве. Об этом сообщает турецкое издание Today's Zaman.

Согласно информации, причиной предложения правительства Турции стали массовые демонстрации и акции протеста вокруг парка Гези. Митинги активно освещались через Twitter и Facebook, после чего в микроблоге Twitter даже резко активизировались некоторые турецкие министры и должностные лица.

Как пишет издание, турецкое правительство заявило о намерении принять законопроект, регулирующий деятельность социальных сетей на территории Турции. Глава МВД Турции М. Гюлер заявил, что предложенный законопроект не предусматривает никаких запретов на деятельность социальных сетей и направлен на борьбу против так называемого «онлайн-терроризма». Как сказал министр, во время акции протеста в социальных сетях якобы распространялся большой массив дезинформации и цель разрабатываемого закона – предотвратить подобные явления.

Пресс-секретарь правящей партии «Справедливость и развитие» Х. Челик в интервью изданию заверил, что они не собираются принимать такой закон, который будет противоречить нормам ЕС (*Twitter и Facebook отказались сотрудничать с правительством Турции // Аспекты (<http://aspekty.net/2013/twitter-i-facebook-otkazalis-sotrudnichat-s-pravitelstvom-turtsii/>). – 2013. – 26.06).*

\*\*\*

Суд приговорил к тюремному заключению семерых активистов из восточных провинций Саудовской Аравии, которые с помощью Facebook призывали к антиправительственным протестам, сообщает «Обозреватель» (<http://obozrevatel.com/abroad/65429-v-saudovskoj-aravii-7-polzovatelej-facebook-posadili-v-tyurmu.htm>).

Они получили различные сроки, минимальный из которых составил пять лет лишения свободы, а максимальный – 10.

Против подобного вердикта выступали многие правозащитники, а также верховный представитель Европейского Союза по иностранным делам и политике безопасности К. Эштон.

Восточные провинции Саудовской Аравии населены мусульманами-шиитами, которые в этой стране являются традиционным меньшинством. В 2011 г. на востоке Саудовской Аравии уже вспыхивали протесты (***В Саудовской Аравии 7 пользователей Facebook посадили в тюрьму // Обозреватель*** (<http://obozrevatel.com/abroad/65429-v-saudovskoj-aravii-7-polzovatelej-facebook-posadili-v-tyurmu.htm>). – 2013. – 30.06).

\*\*\*

Французское федеральное агентство потребителей (ФАП) предъявило претензии компаниям Facebook, Twitter и Google+ по поводу несоответствия их правил пользования и политики конфиденциальности законам Франции, сообщает «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/79581-vo-frantsii-obyavili-voynu-sotsialnyim-setyam.htm>).

Так, отмечается, что в случае отсутствия ответа в течение 21 дня агентство оставляет за собой право обратиться в суд.

В ФАП утверждают, что пользовательские соглашения социальных сетей являются неясными и не дающими представления о предоставляемых ими услугах, передает «Газета.ру».

Как сообщал «Обозреватель», в конце апреля стало известно, что корпорация Google должна выплатить в Германии штраф на сумму в 145 тыс. евро за неправомерный сбор информации из незащищенных паролями сетей Wi-Fi во время разработки сервиса Street View.

А в июне Франция потребовала от компании Google начать соблюдать национальный закон о защите персональных данных или заплатить штраф размером до 300 тыс. евро (***Во Франции объявили войну социальным сетям // Обозреватель*** (<http://tech.obozrevatel.com/news/79581-vo-frantsii-obyavili-voynu-sotsialnyim-setyam.htm>). – 2013. – 27.06).

\*\*\*

Соціальній мережі «ВКонтакте» повернуть сервери незабаром. Головне управління Міндоходів призначило експертизу, її обіцяють провести якнайшвидше й тоді віддати обладнання.

Нагадаємо, напередодні працівники слідчого підрозділу Міндоходів вилучили сервери «ВКонтакте», хоча на той момент не знали, що вони належать соціальній мережі.

Вилучати сервери, на яких, зокрема, був сайт соціальної мережі «ВКонтакте», прийшло понад 10 осіб у цивільному. При собі вони мали відповідне рішення суду.

Із журналістами ТВі, які єдині опинилися на місці подій, ділилися інформацію неохоче, пояснивши це таємницею слідства.

Згодом один із засновників «ВКонтакте» П. Дуров повідомив, що сервери соцмережі вилучили працівники Міністерства доходів і зборів. Причому зробили вони це помилково, розслідуючи зовсім іншу справу. «На київських серверах “ВКонтакте” зберігалися лише копії відео- й аудіоматеріалів, документів там не може бути навіть теоретично. Унаслідок вилучення відео- та аудіоконтент в українських користувачів завантажується повільніше, оскільки всі дані доправляються напряму з Петербурга. Сподіваюся, що наглядові органи України оперативно вирішать питання, пов’язане з цим зловживанням: потерпають мільйони українських користувачів. Зі свого боку, ми приступаємо до розширення нашого франкфуртського вузла», – заявив гендиректор соцмережі «ВКонтакте» П. Дуров.

У Міністерстві доходів і зборів виправдовуються: сервери було вилучено для слідчих дій у рамках розслідування ухилення від податків українською компанією. Мовляв, саме на цих комп’ютерах могла зберігатися цінна для слідства інформація. Жодних звинувачень «ВКонтакте» правоохоронці не висували.

«Під час проведення обшуку товариство добровільно видало 10 одиниць техніки із розміщеними на них серверами провайдера надання послуг доступу до мережі Інтернет. Персональні дані на серверах, які вилучили, відсутні», – заявив М. Ковтуненко.

Юристи, які спеціалізуються на справах, пов’язаних з ІТ-технологіями, не вбачають логіки в діях працівників Міндоходів. Адже якщо їм дійсно потрібна була певна інформація, не обов’язково вилучати сервери, на яких вона зберігається. Достатньо лише попросити провайдера надати необхідні дані.

«Це дуже дивно. Бо компанія “ВКонтакте” є дуже великою компанією. У будь-якому разі, ці сервери були орендовані лише ними, і будь-яких інших сайтів і інформації на тих серверах навіть теоретично не могло бути. Це пов’язано з непрофесійною діяльністю», – переконаний адвокат Р. Кравець.

Це вже не перший конфлікт Міндоходів з ІТ-компаніями. Кілька тижнів тому в рамках боротьби з незаконними фінансовими операціями були проведені обшуки в офісі WebMoney (*«ВКонтакте» чекає на повернення серверів // InternetUA (<http://internetua.com/vkontakte--cseka--na-povernennya-server-v>). – 2013. – 2.07).*

\*\*\*

Фонд розвитку гражданского общества, которым руководит бывший начальник Управления внутренней политики Администрации президента К. Костин, до конца года запустит систему мониторинга социальных сетей «Медиапульс».

Она базируется на аналитической платформе Foresight американской компании Crimson Hexagon, которая будет анализировать западный сегмент

Интернета, Livejournal и русскоязычную часть Twitter. Специальная надстройка, которую разработали в фонде, займется сбором данных в Рунете, пишут «Ведомости».

Задача системы состоит в том, чтобы определить, какой отклик у людей вызывает та или иная новость. Наибольшие сложности возникли с Facebook: «Медиапульс» не может искать там данные по ключевым словам и анализирует лишь сообщения на конкретных страницах.

Тем не менее в фонде утверждают, что их система обладает особым принципом анализа, дающим ей преимущества перед конкурентами. «Вместо тональности, которая зачастую весьма условна, наша система распределяет сообщения по смысловым категориям, что позволяет получить более четкое представление об исследуемом предмете», – пояснил журналистам сам К. Костин.

По его мнению, эффективная система мониторинга социальных сетей востребована как бизнесом, так и политическими силами, особенно во время избирательных кампаний. Между тем эксперты, имевшие дело с другими аналогичными системами, отмечают, что они не совершенны.

«Чтобы качественно анализировать соцсети, система должна быть снабжена лингвистическим интеллектом, но я сомневаюсь, что он есть в американской Crimson», – говорит управляющий партнер «Ашманов и партнеры» И. Ашманов.

В настоящее время в России работает несколько систем мониторинга соцсетей: «Призма» (создавалась под думские и президентские выборы), «Крибрум» и Wobot. Стоимость системы «Медиапульс» в Фонде К. Костина не раскрывают. По словам И. Ашманова, обычно подобный мониторинг стоит от 50 тыс. до 200 тыс. р. в месяц (*Соцсети под наблюдением // InternetUA (<http://internetua.com/socseti-pod-nabludeniem>). – 2013. – 1.07*).

\*\*\*

Две известные бесплатные интернет-библиотеки «Флибуста» и «КулЛиб» объявили трехдневную забастовку в знак протеста против действий российской думы. Все пользователи, заходящие на их сайты, попадают на черную страницу с надписью Error 451°F.

«Государственная дума разрабатывает серию законов, которые дадут чиновникам возможность заблокировать любой сайт в Рунете. Быстро и безнаказанно. Первая ступень уже принята и вступит в действие 1 августа. Следующие запланированы на осень. Через год многие сайты могут выглядеть вот так, – поясняют организаторы акции, предлагая пользователям подписать письмо с протестом. – На их стороне деньги, власть и врожденная анацефалия. На нашей – техника, наука и устремления миллионов людей».

Акция началась в связи с тем, что Совет Федерации 26 июня одобрил закон, который предусматривает блокирование сайтов, незаконно размещающих фильмы и телесериалы. Документ закрепляет правовые основания и определяет порядок ограничения доступа к информационным

ресурсам, через которые распространяются кино- и телефильмы с нарушением исключительных прав, и устанавливает особенности привлечения к ответственности и освобождения от нее информационных посредников, то есть интернет-провайдеров и хостинг-провайдеров.

Все желающие могут подписать петицию к В. Путину с требованием отменить законы, ограничивающие свободу в Интернете. Впрочем, едва ли это вызовет реальный эффект. Последовательное ограничение доступа к нежелательной для властей информации и ужесточение законов, направленных на охрану «интеллектуальной собственности» мало-помалу становится одной из основ буржуазной политики. Это характерно для всего мира, а не только для российских властей (*Библиотечные сайты протестуют против планов Госдумы установить цензуру в Интернете // Страйк UA – Первый социальный портал (<http://www.socportal.info/news/библиотечные-сайты-протестуют-против>). – 2013. – 3.07*).

\*\*\*

Уже в этом году в российской армии появится новый род войск, который будет заниматься борьбой с кибер-угрозами, сообщает РИА «Новости» со ссылкой на собственный источник в Министерстве обороны РФ.

«В российской армии создается род войск, который будет отвечать за информационную безопасность страны. Завершить создание планируется в конце 2013 г.», – заявил собеседник агентства. По его словам, основными задачами, которые ставятся перед этими войсками, станут мониторинг и обработка информации, поступающей извне, а также борьба с кибер-угрозами. Офицеры, которых готовят для службы в этих войсках, в обязательном порядке должны будут пройти лингвистическую подготовку, то есть выучить иностранный язык, в первую очередь английский (*В России создадут кибервойска // IT Expert (<http://itexpert.org.ua/rubrikator/item/27653-v-rossii-sozhdadut-kibervojaska.html>). – 2013. – 5.07*).

\*\*\*

Американские кибер-шпионы находят экспертов и ноу-хау в социальных сетях.

Экс-директор по безопасности Facebook с 2010 г. работает на Агентство национальной безопасности США. Это один из примеров тесных связей американских спецслужб и социальных сетей.

Размах, с которым спецслужбы США собирают информацию в сети, наводит на мысль о мании. Слежка идет как за врагами, так и за друзьями. Но откуда у спецслужб технологии, опыт, эксперты? Как водится, из частного сектора. В виртуальном мире есть специалисты и структуры по сбору реальной информации – это социальные сети и те, кто их развивает. Они знают все о своих пользователях.

Кремниевая долина – кузница кадров для спецслужб



Например, Facebook, у которой более миллиарда пользователей. И вот недавно выяснилось, что директор по безопасности Facebook М. Келли еще три года назад перешел работать в Агентство национальной безопасности (АНБ). Все время этот факт пытались держать в тайне. Между тем грань между защитой и сбором личных данных размыта. А М. Келли пришел в АНБ всего через несколько месяцев после того, как агентство с помощью программы PRISM начало копировать данные с Facebook.

Американская газета The New York Times, которая первой предала огласке новое место работы М. Келли, приходит к выводу: «Кремниевая долина располагает тем, что хотят заполучить шпионские службы, – гигантскими базами данных и самыми изощренными программами для их обработки».

Если верить информации газеты, Агентство национальной безопасности, бюджет которого в пересчете составляет около 7 млрд дол., выделяет часть этих денег на инвестиции в стартапы в Кремниевой долине.

Google в погоне за оборонными заказами

Ничего нового в таком сотрудничестве нет. Спецслужбы во все времена пытались заполучить информацию и покупали оборудование и программы у коммерческих сетевых провайдеров. Ведь и поисковые системы, и социальные сети, и интернет-магазины в поисках прибыли давно начали отслеживать трафик своих пользователей для размещения целевой рекламы. Попробуйте поискать через Google «горящий» тур в Турцию, и вас тут же завалят рекламой таких туров.

«Телекоммуникационные фирмы в США собрали всеохватывающие и неподконтрольные базы данных и создали программы целевой рекламы. Они отслеживают и обрабатывают данные о нас 24 часа в сутки», – заверил DW Д. Честер, исполнительный директор неправительственной организации «Центр цифровой демократии» со штаб-квартирой в Вашингтоне.

«Неправда, что только мы сами добровольно выкладываем в сеть информацию о себе. Дискуссия о программе PRISM должна привлечь внимание и к неподконтрольным коммерческим империям сбора и обработки данных», – считает Д. Честер. Он уверен, что Агентство национальной безопасности только копирует инструменты, давно разработанные телекоммуникационными компаниями. А лидеры рынка типа Google и Microsoft активно добиваются заказов от спецслужб.

Жизнь в социальных сетях опасна для жизни

«Facebook и другие социальные сети уверяют, что они – мощный инструмент базовой демократии. На самом деле они все шире используются для политического и общественного контроля», – подчеркивает Д. Честер. Руководитель проекта «Центра исследований социальных сетей» при британском аналитическом институте Demos К. Миллер считает, что и сами интернет-пользователи слишком легкомысленно обращаются со своими личными данными.

«Расцвет социальных сетей означает, что мы перенесли всю нашу социальную жизнь в Интернет. Как хорошие вещи (совместная работа,

взаимопомощь, дискуссии), так и те аспекты нашей жизни, которые нелегальны или проблематичны. Это требует ответа со стороны служб безопасности, так как социальные сети все больше становятся платформой для преступников», – отмечает К. Миллер.

В интервью DW он частично даже оправдывает контроль спецслужб над трафиком в Интернете. По словам К. Миллера, проблема заключается не в существовании таких программ сбора и обработки данных, как американская PRISM или британская Tempora, а в их засекреченности.

Как обеспечить общественный контроль над сбором данных?

Член берлинского сената от Партии пиратов С. Вайсс исходит из того, что все крупные социальные сети активно сотрудничают со спецслужбами. «Но мы можем только догадываться о конкретном масштабе и формах этого сотрудничества, потому что у нас нет публичной информации», – сообщил он в ответ на запрос DW.

В последнем отчете Google Transparency Reporty говорится, что число запросов со стороны государственных служб о получении информации неуклонно растет год от года. «Но информация о том, какие именно данные получают власти и на каком основании, должна основываться не на добровольных отчетах. Необходимо обязать телекоммуникационные фирмы публиковать такие отчеты», – считает С. Вайсс.

Разоблачения деятельности АНБ, с которыми выступил бывший агент американских спецслужб Э. Сноуден, демонстрируют, насколько велика пропасть между тем, что публично говорится, и реальными масштабами слежки в сети. Но как достичь баланса между интересами безопасности и защитой прав и свобод граждан? Иными словами, как поставить деятельность спецслужб под общественный контроль? К. Миллер предлагает тут курьезный вариант: с помощью случайной выборки найти, скажем, 50 граждан и назначить их присяжными. Взять у них расписку о неразглашении тайны. И пусть они решают, какие методы слежки в сети допустимы, а какие – нет (*Американские кибершпионы находят экспертов и нону-хау в социальных сетях // InternetUA (<http://internetua.com/amerikanskie-kibershponi-nahodyat-ekspertov-i-nou-hau-v-socialnih-setyah>). – 2013. – 5.07*).

## **Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки**

Пользователям социальной сети Twitter нужно быть крайне осторожными, так как мошенники уже придумали несколько способов для взлома учетных записей Twitter. Взломы аккаунтов происходят регулярно. Причем взламывают учетные записи не только обычных пользователей, но и публичных людей и информационных ресурсов.

Воздействию со стороны мошенников подвергались Б. Спирс и даже Б. Обама.

Социальная сеть Twitter пользуется большой популярностью среди людей, которые желают постоянно делиться своими событиями из жизни с остальными пользователями. Если же аккаунт оказывается во власти мошенников, то, кроме рекламы и нецензурных постов, будет также прочитана и личная переписка с другими пользователями, а может не только прочитана, но и выставлена на всеобщее обозрение, что негативно может сказаться на репутации пользователя.

Если Вы – пользователь этой или любой другой социальной сети, то нужно просто следовать необходимым условиям приватности и безопасности. Некоторые из них могут оказаться примитивными, но, если ими пренебрегать, то Ваш аккаунт может оказаться в числе взломанных.

С. Ложкин, эксперт по технологиям «Лаборатории Касперского», предлагает несколько элементарных правил, которые необходимо соблюдать во избежание взлома аккаунта в Twitter.

#### Правило № 1. Создайте сложный пароль

Многие эксперты советуют не использовать легкие пароли, где используется год Вашего рождения или имя, потому что как раз такие пароли очень легко подобрать. Компания Twitter советует использовать пароли, которые имеют не менее десяти знаков. Необычные и трудно-запоминающиеся пароли очень трудно подобрать. И, конечно, если такой пароль запомнить трудно, его нужно хранить в недоступном для других месте.

#### Правило № 2. Не используйте одинаковые пароли для разных аккаунтов

Для каждой социальной сети лучше создать отдельный пароль. Это повысит уровень безопасности Вашего аккаунта в каждой из социальных сетей, так как при взломе одного из аккаунтов будет понижаться уровень безопасности и другого аккаунта с таким же паролем. Запомните пароли от своих страничек в Twitter, Facebook, «ВКонтакте» или запишите их, тогда Вы будете более уверенным, что Вашу страницу не взломают ни в одной из социальных сетей.

#### Правило № 3. Не используйте секретные вопросы

Если Вы забыли пароль, то не спешите отвечать на секретные вопросы, потому что, как правило, такие вопросы имеют очень элементарные ответы. И мошеннику будет очень просто вычислить девичью фамилию матери или номер Вашего паспорта и взломать Вашу учетную запись. Постарайтесь игнорировать сообщения подобного вида.

#### Правило № 4. Не сообщайте пароль администрации сайта

Многие попадают в такую ловушку и пересылают свой пароль администрации сайта, а потом становятся жертвами взлома своих страничек. Поэтому, если на Ваш Email пришло письмо с просьбой выслать Ваш пароль администрации, никогда не отвечайте на такие письма и не переходите по ссылкам, которые могут нести вредоносные вирусы. Тем более что администрация сайта никогда не будет выяснять пароль к Вашей учетной записи и на такого рода сообщения «ведутся» пользователи, которые не осведомлены в этих вопросах.

## Правило № 5. Используйте двухэтапную авторизацию

Двухэтапная авторизация предполагает два этапа авторизации на сайте. Теперь такая возможность появилась и в Twitter. Сущность двухэтапной авторизации состоит в том, что пользователь при каждом входе на сайт получает пароль на свой мобильный номер, который он указывает в личных данных. Пароль, который приходит на мобильный телефон каждый раз новый и отличается от пароля для входа на сайт, который Вы используете в качестве личного. Такая услуга доступна еще для входа на официальные сайты банков, которые ни в коем случае не должны пренебрегать безопасностью своих пользователей. Такая авторизация делает Вашу страницу более защищенной от взлома мошенников.

Соблюдение этих правил защитит пользователей Twitter от нежеланного взлома аккаунтов мошенниками (*Twitter: как восстановит украденный аккаунт // InternetUA (<http://internetua.com/Twitter--kak-vozstanovit-ukradennii-akkaunt>). – 2013. – 24.06*).

\*\*\*

Ряд северокорейских сайтов и компьютерных сетей оказался 24 июня «в режиме офлайн» после атак международных групп хакеров. Сначала кибер-атаке подверглись веб-ресурсы Республики Корея.

По данным наблюдателей, по состоянию на 11:00 по местному времени сайты правительственного информационного агентства ЦТАК, центральной северокорейской газеты «Нодон синмун» и инфопортал «Нэнара» (Naenara) оказались недоступными, сообщило агентство «Ренхап» со ссылкой на анонимный источник. Об атаке на сайты, приуроченной к 63-й годовщине Корейской войны 1950–53 гг., заранее объявила организация Anonymous Group.

Хакеры предупредили о готовящейся акции в связи с тем, что Северная Корея, игнорируя предупреждения международного сообщества, запустила ракету большой дальности, провела в феврале этого года третье ядерное испытание и угрожала начать новую войну на Корейском полуострове (*Вслед за южнокорейскими взломаны официальные сайты КНДР // Индустриальное Запорожье (<http://iz.com.ua/2012-11-19-10-26-09/43-world/10315-2013-06-25-06-26-37>). – 2013. – 24.06*).

\*\*\*

Жертвами хакеров, захватывающих контроль над компьютерами и использующих их веб-камеры для подглядывания, все чаще становятся молодые девушки. Вдоволь поиздевавшись над несчастной, круглосуточный доступ к ее компьютеру могут продать на онлайн-ом «черном рынке» извращенцам. Особенным спросом подобный «продукт» пользуется у педофилов – ведь компьютеры у детей в спальне появляются теперь все раньше.

О распространении по всему миру нового вида кибер-преступлений сообщает британская The Daily Telegraph со ссылкой на журналистское

расследование, проведенное BBC Radio 5. На жаргоне хакеров это называется «рэттинг» – напоминает rat, «крыса», но на самом деле является производным от аббревиатуры RAT – remote administration tool, то есть «инструмент для удаленного администрирования».

Чаще всего жертвами вируса становятся пользователи, которые проходят по вредоносной ссылке, которую они получили в письме электронной почты, чате или социальной сети. Вследствие злоумышленник получает полный контроль над компьютером. Он может не только подглядывать через веб-камеру, делать фотоснимки и видео, видеть изображение с экрана, но и открывать сайты, просматривать содержимое жесткого диска и т. п.

Как рассказал один из хакеров, 16-летний парень, взломавший около 100 компьютеров, вирус он использовал для забавы: «Мне нравилось видеть реакцию людей, когда на экране неожиданно для них появлялись страшные картинки». Он отметил, что обнаружить таких хакеров практически невозможно.

Однако 36-летнему хакеру М. Андерсону, отцу пятерых детей, не удалось избежать наказания за подглядывание за девушками. М. Андерсон рассказывал о своих достижениях на хакерских форумах: ему удалось взломать 200 тыс. компьютеров по всему миру (*Хакеры все чаще подглядывают за девушками через web-камеры // InternetUA (<http://internetua.com/hakeri-vse-csasxe-podglyadivauat-za-devushkami-cserez-web-kameri>). – 2013. – 26.06*).

\*\*\*

Хакеры получили доступ к переписке эквадорских дипломатов с Д. Ассанжем

Министр иностранных дел страны Р. Патиньо написал в Twitter, что его электронная почта взломана. Д. Ассанж уже год живет в посольстве Эквадора в Лондоне.

Есть вероятность, что как только он покинет диппредставительство, его экстрадируют в Швецию, а затем в США, где основателю WikiLeaks грозит пожизненное заключение за обнародование секретных документов о ходе войны в Афганистане и Ираке, а также опубликование тысяч других секретных документов (*Хакеры получили доступ к переписке эквадорских дипломатов с Д. Ассанжем // MyTime (<http://mytime.net.ua/news/2013/07/2013-07-01-03.htm>). – 2013. – 1.07*).

\*\*\*

Facebook собирал номера телефонов втайне от пользователей. Номера в фоновом режиме отправлялись на сервер соцсети.

Как сообщили исследователи компании Symantec, им удалось обнаружить факт хранения номеров пользователей сети Facebook на серверах ресурса. При этом пользователи не знали о том, что номера собираются.

Исследователи выяснили, что при запуске официального Android-клиента Facebook приложение автоматически, в фоновом режиме, отправляет номер

телефона пользователя на сервер Facebook. Эти данные передаются сразу же при первом запуске приложения, еще до того, как пользователь введет свои регистрационные данные и войдет в социальную сеть.

В ответ на запрос исследователей представители Facebook заявили, что не используют номера пользователей каким бы то ни было образом.

При этом факт инцидента в компании подтвердили, заявив, что все сохраненные номера были удалены. Также специалисты по информационной безопасности соцсети сообщили, что сбор телефонных номеров происходил по ошибке, устранить которую они намерены в ближайшее время, выпустив обновление клиента для Android (*Facebook собирал номера телефонов тайне от пользователей // InternetUA (<http://internetua.com/Facebook-sobiral-nomera-telefonov-vtaine-ot-polzovatelei>). – 2013. – 2.07).*

\*\*\*

Каждая пятая фишинговая атака, зарегистрированная в период с мая 2012 г. по апрель 2013 г., была направлена на банки и финансовые организации. Таким образом, в общей сложности 20,64 % всех фишинговых атак за это время испытали на себе финансовые веб-ресурсы. К таким выводам пришли специалисты «Лаборатории Касперского» в ходе исследования «Эволюция фишинговых угроз», проведенного на основе данных из облачного сервиса Kaspersky Security Network, передают CNews.RU.

Результаты исследования «Лаборатории Касперского» косвенно подтверждаются и самими банками. Так, по итогам глобального опроса, проведенного весной этого года аналитическим агентством B2B International совместно с «Лабораторией Касперского», около 37 % банков подверглись фишинговым атакам хотя бы один раз за последние 12 месяцев.

Пристальное внимание злоумышленников к банкам и сфере интернет-торговли неудивительно. Так, если фишеры подделывают страницы, например, поисковых или почтовых сервисов, то они могут получить нелегальный заработок, продав персональные данные жертв таких атак. Если же киберпреступники подделывают страницы самих систем онлайн-банкинга или популярных интернет-магазинов, то они, как правило, сразу получают деньги.

Не попасться на крючок фишеров помогают защитные решения, в состав которых входят технологии, обеспечивающие безопасность всех операций в системах онлайн-банкинга. В продуктах «Лаборатории Касперского» функции для защиты финансовых операций онлайн реализованы в виде технологии «Безопасные платежи», которая доступна в составе таких решений для домашних пользователей, как Kaspersky Internet Security и Kaspersky Crystal.

Среди прочих защитных инструментов в «Безопасных платежах» содержатся развитые функции противодействия фишингу. К примеру, технология запрещает исполнение любого потенциально опасного кода в браузере, защищая таким образом пользователя от XSS-атак и попыток автоматической загрузки вредоносного ПО с зараженного сайта. Кроме того, технология проверяет легитимность веб-ресурсов по постоянно обновляемой

базе доверенных сайтов и фишинговых ссылок. При этом встроенные в продукт «Лаборатории Касперского» эвристические механизмы позволяют эффективно распознавать вредоносные ссылки, даже если их нет в базе (*Каждая пятая фишинговая атака направлена на банки // ProIT (<http://proit.com.ua/news/internet/2013/07/02/095332.html>). – 2013. – 2.07).*

\*\*\*

Мобильники Motorola сливают информацию о своих владельцах.

В далеком 2011 г. пользователи мобильных телефонов Motorola жаловались на форумах по поводу несанкционированного сбора конфиденциальной информации. Анализ трафика с телефона показал, что на серверы Motorola передаются в том числе пароли пользователей в различных социальных сервисах. Некоторая информация передается в незашифрованном виде по HTTP, что открывает возможность для MITM-атаки, передает Хакер.ru.

Компания Motorola объясняла, что это часть функциональности фирменного сервиса Motoblur, и обещала в будущем решить проблему.

Казалось бы, сегодня Motorola Mobility перешла в собственность компании Google – и можно было бы остановить некорректный сбор информации о пользователях. Но «прослушивающие серверы» Motorola работают до сих пор.

Американский программист Б. Линкольн опубликовал подробный разбор со скриншотами, какая информация в каких случаях отправляется на серверы Motorola с его мобильного телефона Droid X2. Анализ осуществлялся с помощью проведения всего проходящего HTTP- и HTTPS-трафика через прокси-сервер Burp Suite Professional.

Facebook и Twitter

В обоих случаях на серверы Motorola передается ваш адрес электронной почты (по HTTP) и пароль (HTTPS). Остальная информация идет через систему Motorola в незашифрованном виде, в том числе имена ваших друзей и их адреса электронной почты, содержимое сообщений, которые вы читаете или пишете, и т. д. На серверы Motorola дублируется также список изображений, которые вы загружаете.

Photobucket и Picasa

Оба сервиса передают адрес электронной почты и пароль по HTTPS, а URL фотографий по открытым каналам.

Загрузка фотографий

При загрузке фотографий на удаленный сервис (Facebook, Photobucket и пр.) файлы проходят через серверы Motorola, также там сохраняется информация о названии файла вида /mnt/sdcard/dcim/Camera/2013-06-20\_09-00-00\_000.jpg, где в названии указано время съемки с точностью до миллисекунды.

Youtube

Motorola сохраняет почтовый адрес (HTTP) и пароль пользователя (HTTPS) Youtube.

Gmail/Google+

В Motorola не передается никакой информации.

Другое

Кроме учетных данных, сервис Motoblur собирает и некоторую другую информацию о пользователях, в том числе конфигурацию домашнего экрана, IMEI и IMSI телефона, номер абонента и название оператора, список установленных приложений, статистику использования приложений, статистику по звонкам и текстовым сообщениям, информацию о подключении/отключении Bluetooth-аксессуаров и т. д. (*Мобильники Motorola сливают информацию о своих владельцах // ProIT (<http://proit.com.ua/news/technology/2013/07/02/161946.html>). – 2013. – 2.07).*

\*\*\*

Максимальная мощность DDoS-атак в Рунете весной 2013 г. была в 20 раз выше, чем в 2012 г. Об этом сообщается 2 июля 2013 г. на сайте «Лаборатории Касперского».

Специалисты ЛК отмечают, что первая мощная атака, зафиксированная ими в этом году, была направлена против сайта «Новой газеты». На пике она достигала 60 гигабит в секунду, тогда как максимальная мощность атак в 2012 г. составляла 2,9 гигабита в секунду.

Всего ЛК привела три примера мощных атак, произошедших весной 2013 г. Кроме «Новой газеты», жертвой злоумышленников стала некая компания, занятая в финансовой и маркетинговой сферах (атака свыше 10 гигабит в секунду) и хостинг-провайдер nic.ru.

В первых двух случаях, подчеркивает ЛК, использовалась атака типа DNS amplification (DNS усиления), при которой злоумышленники используют мощные DNS-серверы в качестве промежуточного звена. Из-за таких атак из строя могут выйти не только целевые сайты, но и хостинг-провайдеры, и даже группы провайдеров.

Причин и заказчиков таких атак ЛК не называет. Во втором полугодии 2013 г. компания собирается опубликовать аналитическую статью с анализом текущей ситуации и прогнозами на будущее.

DDoS-атаки регулярно используются хакерами для временного вывода сайтов из строя. В общем случае их суть заключается в формировании большого количества «мусорных» запросов. Такие запросы забивают интернет-канал к ресурсу и нагружают его серверы, из-за чего добросовестные пользователи не могут попасть на сайт.

В последние годы в Рунете жертвами DDoS-атак зачастую становились сайты СМИ. В частности, ресурсы сразу нескольких изданий уходили в офлайн в дни выборов в Госдуму в декабре 2011 г. и выборов президента в марте 2012 г. Кроме того, атаки на ряд петербургских изданий и сайт телеканала «Дождь» прошли 9 мая 2013 г. А 6–10 мая 2012 г., когда в Москве проходили протестные акции, хакеры атаковали сайты президента и премьер-министра (*Специалисты отметили 20-кратный рост мощности DDoS-атак в*



*Рунете // InternetUA (<http://internetua.com/specialisti-otmetili-20-kratnii-rost-mosxnosti-DDoS-atak-v-runete>). – 2013. – 2.07).*

\*\*\*

Поисковик Google заблокировал доступ сразу к двум официальным сайтам органов власти Крыма. В компании уверены, что они содержат вредоносное программное обеспечение, передает «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/67129-google-zablokiroval-sajtyi-organov-vlasti-kryima.htm>).

Так, заблокированы сайты Министерства курортов и туризма Крыма ([crimea.gov.ua](http://crimea.gov.ua)) и Симферопольской районной госадминистрации ([simf-rga.gov.ua](http://simf-rga.gov.ua)). При попытке зайти на них при помощи браузера Google Chrome появляется следующее сообщение: «Веб-сайт, на который вы хотите перейти, содержит вредоносное ПО!».

«Даже если в прошлом вы посещали этот веб-сайт без последствий, в этот раз ваш компьютер может заразиться вредоносным ПО», – сказано в сообщении.

В пресс-службе Министерства курортов и туризма Крыма сообщили, что уже работают над этой проблемой.

В Симферопольской райгосадминистрации даже не в курсе, что она вообще существует (*Google заблокировал сайты органов власти Крыма // Обозреватель* (<http://internetua.com/specialisti-otmetili-20-kratnii-rost-mosxnosti-DDoS-atak-v-runete>). – 2013. – 4.07).

\*\*\*

Неизвестные хакеры клонировали приложение для Android, выпущенное компанией Samsung для продвижения последнего альбома рэпера Джей-Зи Magna Carta Holy Grail. Их версия приложения, распространявшаяся на неофициальных сайтах, активировалась 4 июля 2013 г., когда в США отмечали День независимости, и начала показывать сообщения, направленные против президента Б. Обамы. Об этом сообщает в своем блоге инженер-исследователь И. Асрар, сотрудник компании McAfee, выпускающей антивирусы.

Программа выглядела в точности так же, как и оригинальная версия, Samsung. Однако в ней содержался код, который соединял телефон с сервером после того, как телефон включался. 4 июля 2013 г. вместо интерфейса программы на экране появлялся портрет Б. Обамы в наушниках с подписью Yes we scan. We are watching you («Да, мы сканируем. Мы наблюдаем за тобой»). Изображение представляло собой переделанный предвыборный плакат Б. Обамы, избранного под лозунгом Yes we can.

И. Асрар считает, что пользователи столкнулись с политической деятельностью «хактивистов», так отреагировавших на информацию о системе PRISM, которой пользовалось Агентство национальной безопасности США для отслеживания частных телефонных разговоров и перехвата переговоров в

Интернете. Однако он не знает, повредит ли приложение безопасности персональных, в том числе финансовых, данных.

Сведения о секретной программе PRISM были переданы журналистам, работавшим на ЦРУ, Э. Сноуденом в начале июня 2013 г. Власти признались в слежке за интернет-пользователями. Публикация секретных сведений и реакция администрации привела к скандалу, имевшему широкий резонанс в Интернете (*Хакеры подменили андроид-приложение Джей-Зи // InternetUA (<http://internetua.com/hakeri-podmenili-android-prilojenie-djei-zi>). – 2013. – 5.07).*

\*\*\*

Google должна к 20 сентября 2013 г. внести изменения в свою политику конфиденциальности в Европе, постановило британское управление комиссара по информации.

Если компания не сделает этого, то работа сервисов Google может быть временно приостановлена, а дело перенесено в суд. Компанию может ожидать денежный штраф в размере до 500 тыс. фунтов, пишет Techcrunch.

По мнению британского регулятора, политика конфиденциальности Google противоречит закону о защите данных. Чтобы снять это противоречие, Google необходимо прописать в документе, каким именно образом компания обрабатывает, хранит и использует личные данные пользователей.

Политика Google вызывает вопросы не только у Великобритании. В апреле регуляторы еще пяти стран ЕС – Нидерландов, Франции, Германии, Италии и Испании – начали проверку ее условий на соответствие законам о защите личной информации (*Google обязали изменить политику конфиденциальности в Европе // Internetua (<http://internetua.com/Google-obyazali-izmenit-politiku-konfidencialnosti-v-evrope>). – 2013. – 5.07).*

\*\*\*

Злоумышленники атакуют пользователей платежной системы Litecoin.

Эксперты из Eset сообщают о распространении вредоносного ПО, похищающего файлы цифровых кошельков.

Согласно сообщению в блоге аналитиков компании Eset, в сети распространяется вредоносное троянское приложение, предназначенное для кражи Litecoin (аналог Bitcoin). При этом вредоносный код ориентирован исключительно на системы под управлением Windows, а основной целью атаки является хищение файлов цифровых кошельков wallet.dat.

«Фактически единственная его возможность заключается в том, что он отправляет файл wallet.dat на FTP-сервер злоумышленников. Сам вредоносный код написан на C#», – поясняют в Eset.

Эксперты также подчеркивают, что в настоящий момент вирус не получил широкого распространения, однако атаки на Litecoin могут быть востребованы у злоумышленников в будущем, когда платежная система станет популярней и расширит пользовательскую базу.

Стоит отметить, что основным программным приложением для работы с Litecoin является программа Litecoin-Qt, которая способна шифровать кошельки пользователей. Таким образом, для работы с украденным кошельком, хакерам необходимо иметь пароль (***Злоумышленники атакуют пользователей платежной системы Litecoin // InternetUA (<http://internetua.com/zlounishlenniki-atakuuat-polzovatelei-platejnoi-sistemi-Litecoin>). – 2013. – 6.07).***

\*\*\*

Власти Южной Кореи намерены удвоить расходы на обеспечение информационной безопасности.

В перечне принимаемых мер присутствует пункт об обучении 5 тыс. экспертов в области ИБ, которые будут обеспечивать защиту от хакерских атак.

Согласно сообщению южнокорейского информационного агентства Yonhap, власти страны объявили о планах удвоить финансирование государственных программ, ориентированных на повышение уровня информационной безопасности правительственных компьютерных сетей.

Так, до конца 2017 г. Южная Корея рассчитывает выделить в этих целях порядка 10 трлн вон (8,8 млрд дол.). Довольно большая часть этих средств будет потрачена на обучение 5 тыс. экспертов в области ИТ, которые в последствии будут обеспечивать безопасность национальных сетей, проводить поиск уязвимостей в приложениях и системах управления данными правительственных ведомств, а также обнаруживать и отражать хакерские атаки из-за рубежа.

Стоит отметить, что Южная Корея уже не раз сталкивалась с нападениями на свои компьютерные сети. При этом в соответствующих восстановительных работах и в расследованиях были задействованы около 3 тыс. ИТ-экспертов. В последних атаках на различные финансовые институты и правительственные учреждения власти страны обвиняют соседнюю Северную Корею.

Не менее важным толчком к увеличению финансирования послужил скандал вокруг экс-сотрудника ЦРУ и АНБ США Э. Сноудена. В связи с тем, что американские спецслужбы прослушивали посольства нескольких десятков стран Министерство обороны Южной Кореи запретило своим сотрудникам использовать смартфоны со встроенной камерой и возможностью подключения к сети Интернет в здании ведомства (***Власти Южной Кореи намерены удвоить расходы на обеспечение информационной безопасности // InternetUA (<http://internetua.com/vlasti-ujnoi-korei-namereni-udvoit-rashodi-na-obespechenie-informacionnoi-bezopasnosti>). – 2013. – 6.07).***

\*\*\*

Евросоюз ужесточил наказания за кибер-преступления.

Законодатели Евросоюза договорились усилить наказания для киберпреступников, особенно для покушающихся на национальную инфраструктуру и закрытые данные, сообщает Reuters.

По решению ЕС за попытку незаконно проникнуть в информационные системы злоумышленник будет приговорен к тюремному сроку от двух лет. Максимальное наказание преступники понесут за атаки на важнейшую инфраструктуру, такую как транспорт, электростанции, правительственные компьютерные сети. Срок составит пять и более лет, что выше существующих норм в большинстве стран-участников.

Согласно договоренности увеличивается наказание за перехват коммуникаций, а также производство и продажу средств для нелегальной добычи информации. Это касается также создания ботнетов – армии зараженных компьютеров, которые рассылают спам-письма с вредоносными ссылками и заражают веб-сайты компьютерными вирусами.

Некоторые создатели ботнетов продают или сдают в аренду зараженные устройства на подпольных рынках другим злоумышленникам, круг атак которых включает кражу кредитных карт и нападение на правительственные сайты. В июне компания Microsoft помогла разрушить один из крупнейших ботнетов, который предположительно украл 500 млн дол. с банковских счетов.

По новым правилам, принятым Евросоюзом, компании, получающие выгоду от ботнетов или нанимающие хакеров для похищения информации, будут нести ответственность за все нарушения, совершенные по их поручению.

Предложение Еврокомиссии было принято Европейским парламентом в Страсбурге 541 голосами против 91 с девятью воздержавшимися. Тем не менее, Дания отказалась от новых правил в пользу собственной системы наказаний. У правительств стран Евросоюза есть два года для введения принятых правил в национальное законодательство (*Евросоюз ужесточил наказания за киберпреступления // InternetUA (<http://internetua.com/evrosouaz-ujestocsil-nakazaniya-za-kiberprestupleniya>). – 2013. – 7.07).*