

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ
ЯК ЧИННИК
ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

*Огляд інтернет-ресурсів
(18–31.03)*

2013 № 7

Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки

Інформаційно-аналітичний бюлетень
Додаток до журналу «Україна: події, факти, коментарі»
Огляд інтернет-ресурсів
(18–31.03)
№ 7

Засновники:

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

Головний редактор

О. Онищенко, академік НАН України

Редакційна колегія:

В. Горвий (заступник головного редактора, науковий керівник проекту),
В. Касаткін, Л. Чуприна

Заснований у 2011 році
Виходить двічі на місяць

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

Київ 2013

ЗМІСТ

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	4
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА	14
БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ	21
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	32
Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість	32
Маніпулятивні технології.....	44
Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»	51
Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки	59

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Компанія Facebook пропонує користувачам самостійно і безкоштовно створювати веб-сайти з Facebook-сторінок за допомогою додатку Exai Website Creator

Об цьому повідомляє Worldseo.net.

«Щоб створити веб-сайт на основі Facebook-сторінки, в першу чергу потрібно зареєструватися в соціальній мережі, надати доступ додатку до своїх даних і вибрати сторінку».

Потім з'явиться можливість вибрати, який вигляд матиме сайт – інтерфейс сторінки, назва рубрик, контент (картинки, відео можна дублювати з Facebook).

Адмініструвати портал дуже легко і незвичайно цікаво. В подальшому власник сайту отримає можливість редагувати його зміст і вигляд через спрощену адміністративну панель. Сайт матиме доменний адресу techno.exai.com (*Facebook пропонує безкоштовно перетворювати сторінки в сайти // InternetUA (<http://internetua.com/Facebook-predlagaet-besplatno-prevrasxat-socstranicski-v-saiti>). – 2013. – 18.03*).

«ВКонтакте» запустив фільтри для стрічки новин.

Соціальна мережа «ВКонтакте» оновила функціонал стрічки новин, яку відтепер можна налаштувати на власний смак.

Натиснувши на плюсик при перегляді vk.com/feed, користувач тепер може розділити стрічку кількома фільтрами: переглядати новини лише від друзів, лише від спільнот, або ж лише рекомендації. Крім того, окремий фільтр виділено для фотографій – тепер усі завантажені друзями фото можна буде переглянути одним потоком.

Окрему стрічку для публікацій сторінок Facebook запустив ще восени 2012 р., проте до такої деталізації, як «ВКонтакте», соціалька Цукерберга ще не дійшла (*«ВКонтакте» запустив фільтри для стрічки новин // UkrainianWatcher (<http://watcher.com.ua/2013/03/19/vkontakte-zapustyv-filtry-dlya-strichky-novyn/>). – 2013. – 19.03*).

Соціальна мережа «Однокласники» запускає оновлений сервіс «Відео», який допоможе користувачам краще орієнтуватися в великій кількості відеоконтенту в соціальній мережі.

Кнопка «Відео» переміститься в верхній панелі «Однокласників», а сам сервіс – в окреме просторне вікно відеовиставки (аналогічно сервісу «Музика»).

Також в новому сервісі з'являться розділи «Топ тижня», «Моє відео» і «Мені сподобалося». При виборі будь-якого з них користувач буде бачити в

центре витрины совершенно новую ленту видео, которую сможет прокручивать до бесконечности, если в этом разделе много роликов.

Пользователи смогут загружать свои ролики из видеовитрины (для этого на витрине размещается кнопка «Добавить видео») и одновременно перемещаться по разделам витрины, проигрывать ролики и пользоваться другими сервисами портала. Загруженные ролики будут отображаться в разделе «Мое видео». Здесь же появятся ролики с внешних видеоресурсов, которыми пользователь поделился на «Одноклассниках». Видео, которому пользователь поставил «Класс», появится в разделе «Мне понравилось».

«Одноклассники» являются одной из самых больших видеоплатформ в рунете. Ежедневно у нас просматривается порядка 27 млн видеороликов, при этом большинство роликов являются UGC. Сейчас мы полностью переработали нашу витрину видео: изменили дизайн, сделали бесконечную прокрутку роликов, вынесли кнопку в верхний тулбар. Мы планируем и дальше заниматься развитием сервиса и придумывать новые фишки», – сказал И. Широков, руководитель социальной сети «Одноклассники» (*«Одноклассники» запустили обновленный сервис «Video» // InternetUA (<http://internetua.com/odnoklassniki--zapustili-obnovlennii-servis--video>). – 2013. – 19.03).*

Facebook создаст клуб тестеров мобильных нововведений.

Отказ от HTML 5 в мобильных приложениях лишил Facebook возможности обкатывать нововведения на небольших группах пользователей. Соцсеть решила организовать клуб бета-тестеров, предлагающий всем желающим получить доступ к новым функциям первыми.

В последнее время Facebook развернула активную кампанию по модернизации веб-версии сайта, аналогичные перемены должны случиться и в мобильных приложениях. Они больше не используют HTML 5, из-за чего поэкспериментировать на небольшой, но достаточно значительной группой людей у компании не получается.

Ранее Facebook использовала в своих приложениях технологию HTML 5, однако после компания решила перейти на нативный код, чтобы программа работала быстрее. Сотрудник Facebook М. Джонсон рассказал TechCrunch: «Мы выбрали HTML 5, так как эта технология позволяла нам тестировать обновления, не заставляя пользователей вручную скачивать новые версии программы».

Ранее М. Цукерберг отмечал, что использование HTML 5 в мобильном приложении было одной из ошибок Facebook. Тем не менее, отказ от стандарта повлек за собой новую проблему – невозможность быстро протестировать обновления.

Чтобы восполнить этот недостаток, Facebook решил выпускать автономные обновления для приложения, в которых будут «обкатываться» такие функции, как аудиосообщения, загрузка объемных фотографий и многие другие. Возможность

скачать тестовые обновления имеют только некоторые пользователи Android, которые настроили свои телефоны таким образом, чтобы устанавливать программы из источников, отличных от Google Play. Испытатели бета-версии должны вручную подтвердить установку обновлений. Следует отметить, что подобным образом работает и компания Blackberry с сервисом Blackberry Beta Zone.

Возможность бета-апдейтов возникает из-за достаточно открытой для разработчиков экосистемы Android. Возможно, что-то подобное Facebook реализует и на iOS, однако это потребует куда более сложной и неуклюжей системы обновлений. Новый клуб тестеров – это хорошая новость для заядлых «Facebookеров». В интернет-среде считают, что иметь доступ к бета-версии продукта и пользоваться еще не запущенными функциями – это «круто». Продвинутые пользователи смогут укрепить свою репутацию в соцсети, рассказывая о впечатлениях от еще не появившихся в основной версии сервиса функций (*Facebook создаст клуб тестеров мобильных нововведений // Подробности.UA (<http://podrobnosti.ua/internet/2013/03/19/894251.html>). – 2013. – 19.03).*

В Google+ появилась новая возможность объединяться с людьми по интересам – в социальной сети появились сообщества.

Как сообщается в официальном блоге Google, сообщества в Google+ – это попытка компании конкурировать с группами на Facebook, давая возможность пользователям общаться с другими людьми, которые разделяют их интересы.

Сообщества в Google+ могут быть открытыми или закрытыми, по желанию пользователей, и объединять совершенно разные группы людей. Организована возможность поиска по сообществу, для того, чтобы пользователи могли быстро находить интересующие их обсуждения. Также в сообществах есть возможность организации совместных мероприятий, и, конечно же, пользователи могут поделиться в сообществе любой информацией извне, используя кнопку +1.

Еще одно нововведение Google+ – это приложение Snapseed для Android, которое разрабатывали в приобретенной Google компании Nik Software. Приложение позволяет редактировать фотографии и является бесплатным (*В Google+ появились сообщества // Prostoweb.com.ua (http://www.prostoweb.com.ua/internet_marketing/sotsialnye_seti/novosti/v_google_poyavilis_soobshchestva2?utm_source=ukrnet&utm_medium=rss). – 2013. – 19.03).*

Кожна сьома людина на планеті є потенційним глядачем YouTube.

Глядацька аудиторія порталу YouTube перевищила 1 млрд осіб на місяць, передає CyberSecurity.

Про досягнення важливого рубежу було оголошено на спеціальному заході для фахівців з реклами, куди Google також запросила деяких західних

популярних авторів відеороликів. У компанії говорять, що портал YouTube, запущений у 2005 р., був одним з найбільш швидкозрослих проєктів.

Аналітики говорять, що YouTube подолав позначку в 1 млрд користувачів через п'ять місяців після того, як соцмережа Facebook заявила, що кількість її користувачів також перевищила 1 млрд людей. Водночас за останній рік динаміка зростання порталу, судячи з усього, була не надто вражаючою, оскільки ще в жовтні 2012 р. проєкт оголосив, що кількість його глядачів досягла показника 800 млн осіб на місяць.

Google купила портал YouTube у 2006 р. за 1,76 млрд дол., тоді аудиторія проєкту становила всього близько 50 млн осіб. У 2011 р. Google зайнялася покращенням якості записів на порталі: були створені тематичні канали, запроваджено програму заохочення авторів відео та виділені гроші на зйомку авторського відео.

Також компанія значно вдосконалила саму технологічну платформу YouTube.

Утім, аналітики говорять, що поки проєкт YouTube так і не став для Google економічно прибутковим, адже витрати на його утримання випереджають надходження. Сама Google не розкриває даних про фінанси YouTube.

Р. Кінкл, віце-президент з партнерських програм YouTube, заявив, що найближчим часом компанія, скоріше за все, відмовиться від частини партнерських програм, оскільки вони себе не виправдали. Крім того, він зауважив, що в майбутньому компанія буде постійно модифікувати стратегію YouTube, щоб зробити його більш ефективним в економічному плані.

Раніше повідомлялося, що YouTube закрит для користувачів Німеччини доступ до низки відео, на яких відображено падіння метеорита над Челябінськом (*Кожна сьома людина на планеті є потенційним глядачем YouTube* // *Korrespondent.net* (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1528926-kozhna-soma-lyudina-na-planeti-e-potencijnim-glyadachem-youtube>). – 2013. – 21.03).

Pheed – это новая социальная сеть, которая сочетает в себе лучшие элементы таких сервисов, как Twitter, Facebook, Instagram, YouTube и SoundCloud. Главная особенность сайта – платная подписка на различные аккаунты.

Pheed уже называют лучшим социальным проектом года. Многие инвесторы полагают, что у него есть шансы стать опасным конкурентом Facebook и Twitter. Команда разработчиков надеется до конца года привлечь по меньшей мере 10 млн пользователей.

По своим возможностям новая платформа напоминает Facebook и Twitter. Pheed позволяет делиться практически любым контентом, однако ограничивает длину поста 420 символами. Можно публиковать не только изображения и видео, но и ссылки на файлы, а также создавать «живые» трансляции. Сервис

предоставляет широкие возможности для использования платной подписки на аккаунты. Половина денег при этом отходит разработчикам, а половина – создателям контента.

Для того чтобы смотреть прямые трансляции различных событий, к примеру концерты любимых артистов, пользователям придется заплатить от 2 до 35 дол. Однако пока вызывает сомнения, будут ли пользователи отдавать деньги за то, что они могут бесплатно получить на других платформах. Создателям Pheed придется проделать большую работу, чтобы обеспечить платформу эксклюзивным контентом (*Новая соцсеть тина «все в одном» // InternetUA (<http://internetua.com/novaya-socset-tipa--vse-v-odnom>). – 2013. – 21.03).*

Активная аудитория сервиса микроблогов Twitter достигла 200 млн пользователей. Об этом сообщается в записи в официальном блоге Twitter, посвященной семилетию сервиса.

За год количество активных пользователей сервиса возросло на 60 млн: в марте 2012 г. он насчитывал 140 млн человек. Первую сотню миллионов пользователей Twitter набрал к сентябрю 2011 г. Общее количество зарегистрированных аккаунтов компания не раскрывает, но в июле 2012 г. компания SemioCast заявила, что их число превысило полмиллиарда.

В посте о семилетии сервиса говорится, что ежедневно пользователи публикуют 400 млн твитов. Следовательно, этот показатель не изменился с июня 2012 г. В марте прошлого года речь шла о 340 млн записей ежедневно.

Сервис микроблогов Twitter был запущен Д. Дорси в июле 2006 г. Работу над проектом он начал в марте. Позже были опубликованы первые наброски дизайна сайта, сделанные им на бумаге. 19 марта 2013 г. Д. Дорси и сооснователь сервиса Б. Стоун получили патент на свое детище (*Аудитория Twitter выросла на 60 млн человек за год // Media бизнес (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34272/118/lang,ru/>). – 2013. – 21.03).*

Социальная сеть Facebook представила новый функционал блока комментариев, с помощью которого можно отвечать на отдельные записи и выделять самые интересные дискуссии.

У каждого комментария появится кнопка «Ответить», позволяющая пользователю ответить именно на него. Ответы на комментарий будут «схлопываться» в отдельную «ветку». Сами «ветки» не будут располагаться в хронологическом порядке: место непосредственно под постом получают самые активные дискуссии.

Новый функционал уже можно включить в публичных страницах, после 10 июля 2013 г. он будет введен автоматически. Также ветки комментариев

появятся на личных страницах, на которые подписано более 10 тыс. пользователей.

Пока что в Facebook предусмотрена только одна «ступень» – пользователь может ответить только на комментарий, оставленный к самому посту (*Популярная социальная сеть вводит новые функции комментирования // Вечерние Вести (<http://gazetavv.com/news/world/81773-populyarnaya-socialnaya-set-vvodit-novye-funkcii-kommentirovaniya.html>). – 2013. – 27.03*).

Русскоязычные пользователи микроблогов Twitter получили возможность скачать полный архив всех своих сообщений. Об этом сообщил официальный корпоративный аккаунт Twitter.

Чтобы скачать все свои сообщения, пользователь должен сделать соответствующий запрос в настройках аккаунта. Когда архив будет готов, пользователь получит по электронной почте ссылку на zip-архив, содержащий html-файл с историей твитов.

Используя архив, блогеры смогут отсортировать сообщения по месяцам или по ключевым словам, а также посмотреть статистику использования. Помимо самих твитов, в архив включаются фотографии и ретвиты.

Пользователям функция загрузки всех сообщений своего микроблога Twitter стала доступна в декабре 2012 г. Изначально возможность предоставили только англоязычным блогерам, а в марте 2013 г. добавили поддержку французского, немецкого и нескольких других европейских языков. В последнем обновлении функция стала доступна пользователям, пишущим на китайском, японском, португальском, шведском и других языках. Отметим, что некоторые русскоязычные пользователи Twitter получили доступ к архивам еще в начале 2013 г. (*Русскоязычным пользователям Twitter разрешили скачать архив записей // InternetUA (<http://internetua.com/russkoyazicsnim-polzovatelyam-Twitter-razreshili-skacsat-arhiv-zapisei>). – 2013. – 23.03*).

П. Дуров предложил разработчикам «ВКонтакте» спросить администраторов крупных сообществ, каких инструментов им не хватает для работы с аудиторией. На основе поступивших ответов создали выпуск «НЕвовведений», в который вошли все самые необходимые функции, давно ожидающиеся многими администраторами, сообщает AIN.UA.

Среди них: расширение функционала черного списка, работа с темами в обсуждениях, расширение статистики, закрытие комментариев к определенному посту и др. Ранее в рамках рубрики «НЕвовведения» уже было реализовано 29 идей. Свои предложения по любым сервисам «ВКонтакте» можно оставлять в специальной теме.

Расширение статистики

Во внутренней статистике сообществ отсутствует одна очень важная диаграмма: «Статистика переходов». Она позволит отслеживать, благодаря чему ваше сообщество набирает популярность, а точнее, откуда к вам чаще переходят: репосты, блок «Интересные страницы», какие-то внешние сайты и т. д. Также в определённых ситуациях это поможет понять, благодаря чему произошёл всплеск активности.

Менее важная вещь, но тоже полезная: информация о количестве пользователей, которые предпочли скрыть новости вашего сообщества из ленты. Если число подписчиков велико, а активность не радует, можно будет взглянуть на эту статистику, возможно дело в ней.

Расширение функционала черного списка

Администраторам сообществ часто приходится чистить группу или страницу от рекламных сообщений, флуда и мата. Нарушителя заносят в черный список, но не всегда хочется его выгонять. Тут пригодится инструмент «read-only»: пользователь может всё читать, записи появляются в его ленте новостей, но он не может ничего написать и комментировать.

Если откровенно спамерские аккаунты явно бесполезны, то потерявшие пароль живые люди или зарвавшиеся комментаторы не заслуживают высшей меры наказания. Можно внедрить профилактические блокировки от десяти минут до нескольких суток, чтобы администраторы могли отправлять таких подписчиков «постоять в углу, подумать о своём поведении или банально проспаться», сообщается в блоге Live.

Часто забаненные пользователи хотят узнать причину блокировки и просят удалить себя из черного списка. Но из-за большого потока администраторы просто не могут вспомнить, чем же провинился этот человек и заслуживает ли он прощения. Предлагается создать систему, которая будет помнить, кто и за что был заблокирован. При добавлении нового пользователя должна появляться строка, куда можно добавить одну из стандартных причин (спам, флуд, оскорбления) или вписать свою. При этом заблокированный пользователь, заходя на страницу сообщества, должен видеть эту самую причину и комментарий/запись/загруженный контент, за который его заблокировали.

Поиск по черному списку: сейчас, чтобы быстро заблокировать пользователя, необходимо вставить ссылку на его профиль в поле для занесения в черный список, после чего система предложит разблокировать его, если он там уже находится. Тут возникает путаница. Если у человека много сообществ, а пользователь пишет «Разблокируйте, пожалуйста!» не указав, какое именно сообщество он имеет в виду, то при попытке быстро вынести его из черного списка не в том сообществе, пользователь соответственно будет в него добавлен. Если же быстро отменить это действие, вы потеряете подписчика, так как он автоматически отпишется от сообщества.

Работа с темами в обсуждениях

Появление записей, а затем и комментариев от имени сообществ невозможно в обсуждениях – нельзя создать тему от имени сообщества, нельзя

в ней отвечать от имени сообщества. Прикрепленный к комментарию контент нельзя перемешивать. Оповещения о создании новых обсуждений непросто найти – они спрятаны глубоко в дебрях новостей. Таким образом, в темах теперь редко зарождаются большие обсуждения. Многие администраторы стараются привлечь комментаторов, публикуя ссылки на обсуждения на стене, однако такие ссылки не прикрепляются и имеют весьма непрезентабельный вид.

Решений может быть сразу несколько. Можно автоматически публиковать обсуждение, созданное администратором, на стену сообщества. При этом текстом записи будет первое сообщение в теме, внизу будет добавлена ссылка на обсуждение, а комментарии к записи автоматически продублируются в него. Другой вариант: под первым сообщением в теме должна появиться кнопка «Мне нравится», благодаря которой можно отправить обсуждение на стену сообщества или на свою собственную. Третий: нужно просто разрешить прикреплять к записям красивые ссылки на обсуждения, аналогичные тем, что появляются у альбомов и wiki-страниц. Вставили ссылку – тема закрепилась. При наведении курсора мыши на название темы пользователь увидит её описание.

Прикрепление фотографий из альбомов

Поскольку в большинстве случаев контент отсортирован по альбомам, серьезным помощником в поиске станет возможность переключения между ними. Стоит вспомнить об окнах прикрепления в группах – по умолчанию в них отображаются ваши фото, видео и аудио. Это неправильно и нелогично, ведь чаще всего в записи добавляется контент из группы, а не с личной страницы.

Причина отклонения предложенной новости

Предлагаемые новости вывели взаимодействие с аудиторией на новый уровень. Однако некоторые люди предлагают новости, которые не подходят по формату, а потом обижаются на то, что их новость отклонили. Нужно добавить в список предлагаемых форму для ввода причины отклонения, благодаря которой исчезнет большая часть недоразумений.

Загрузка видео от имени сообщества

Руководители многих сообществ предпочитают скрывать свои имена по некоторым причинам. Но загрузить видеозапись в сообщество и при этом остаться инкогнито не получится – это единственный тип контента, который нельзя опубликовать от имени сообщества.

Закрытие комментариев к определенному посту

Обсуждение некоторых записей иногда достигает того момента, когда дальнейшее комментирование следует запретить. А некоторые публикации стоит отгородить от комментариев ещё на моменте создания записи. В обсуждениях, например, уже давно есть возможность отключать комментарии в определённых темах.

Напомним, на прошлой неделе «ВКонтакте» обновили ленту новостей. Она стала более гибкой, добавились новые возможности, которые помогут

пользователям социальной сети еще эффективнее работать с новостями *(Администраторы ответили П. Дурову, чего не хватает в сообществах «ВКонтакте» // AIN.UA (<http://ain.ua/2013/03/25/117866>). – 2013. – 25.03).*

Россия входит в число лидеров по темпам роста аудитории фотосервиса Instagram, рассказала на встрече с популярными российскими пользователями Instagram и журналистами представитель Facebook в России Е. Скоробогатова.

«Пользователей Instagram в России очень много. Россия входит в список самых быстрорастущих стран в плане увеличения аудитории», – заявила Е. Скоробогатова, не уточнив конкретных чисел. Мировая аудитория Instagram насчитывает более 100 млн активных пользователей.

Российские авторы популярных Instagram-аккаунтов, в том числе, И. Михайлов (@russian_moscow), К. Ми (@katia_mi) и другие, признались, что далеко не всегда используют камеру Instagram для съемки фотографий, а воспринимают сервис как соцсеть для их размещения. Для создания самих снимков они используют камеру мобильных устройств, профессиональные фотокамеры, а также сервисы Snapseed, Photoshop, Hipstamatic и пр.

Профессиональный фотограф, член агентства Magnum Photos Г. Пинхасов отметил популяризацию, достичь которой помогает Instagram. «Если выставки – это элитный канал, то идея Instagram мне нужна от ментальности, от репрезентативности, от массовости», – сказал он. Однако, по словам Е. Скоробогатовой, несмотря на возможности популяризации снимков, у Instagram сейчас нет какой-либо модели монетизации и в ближайшее время не предвидится. «Сейчас задача Instagram – это расти», – говорит она.

Говоря о перспективах Instagram, который с прошлого года принадлежит Facebook и команда которого насчитывает 20 человек, Е. Скоробогатова отметила, что сервис остается независимым в продуктовых решениях, тогда как интеграция с Facebook идет в плане административных функций и техподдержки. Планы запуска Facebook хэштегов, аналогичных существующим в Instagram, она назвала слухами и комментировать отказалась. «Instagram также не будет интегрироваться с Facebook Camera в ближайшее время, и закрывать разработку какого-либо из продуктов пока не планируется», – отметила Е. Скоробогатова *(Россия входит в число лидеров по темпам роста аудитории Instagram // Media бизнес (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34303/118/lang,ru/>). – 2013. – 25.03).*

Профессиональная соцсеть LinkedIn обновила свой поисковый сервис. Среди нововведений – автозаполнение поисковых запросов, поиск по разным категориям, а также возможность сохранять результаты поисковых запросов.

Подбор поисковых результатов в максимальной степени подстраивается под пользователя. «Двух одинаковых профессионалов на LinkedIn нет, –

говорится в сообщении в блоге, – это значит, что даже если вы ищете что-то, что и некто другой, ваши результаты будут подобраны специально для вас». Система учитывает данные профиля пользователя, его предыдущие запросы, а также круг его друзей.

Поисковый сервис будет адаптироваться под пользователя – чем больше поисковых запросов он совершает, тем точнее система будет предугадывать его пожелания. Для уточнения поисковых запросов LinkedIn добавила дополнительные фильтры: местоположение, компания, школа и ряд других. Функция сохранения результатов поиска предполагает и уведомление пользователя при изменении результатов его поискового запроса.

Запуск нового поиска LinkedIn будет поэтапным, мобильная версия будет запущена несколько позднее (*LinkedIn усовершенствовал свой поиск // Imena.UA (<http://www.imena.ua/blog/linkedinsearch>). – 2013. – 27.03*).

Facebook запустил в Великобритании сервис для бесплатных звонков с мобильных устройств Apple. Для отправки голосовых сообщений используется интернет-протокол VoIP. Ранее аналогичную возможность получили пользователи соцсети в Канаде и США. Качество связи приложения по Америке находится наравне с конкурентами – Viber и Skype.

Для того чтобы воспользоваться услугой, нужно установить приложение Facebook Messenger, которое доступно для iPhone, iPad и iPod touch в App Store. Для звонка любому из своих контактов нужно выбрать кнопку «i» в режиме разговора и нажать «Free Call». Приложение поддерживает фоновый режим и push-уведомления, а также голосовые сообщения, если друзья находятся не онлайн.

Напомним, что ранее сообщалось, что около 20 операторов мобильной связи из 14 стран будут предоставлять своим абонентам доступ к сервису обмена сообщениями Facebook Messenger с мобильных устройств бесплатно или со значительными скидками. Предложение будет действительно у 18 операторов в 14 странах мира, включая Three (*Facebook ввел бесплатные звонки для iOS-устройств // Imena.UA (<http://internetua.com/Facebook-vvel-besplatnie-zvonki-dlya-iOS-ustroistv>). – 2013. – 27.03*).

Запущено рейтинг українських користувачів Facebook.

Watcher спільно з цифровою агенцією PlusOne DA запустили рейтинг українських користувачів Facebook. Рейтинг розраховується за кількістю читачів (followers).

Будь-хто з українських користувачів Facebook може взяти участь в рейтингу. Для цього необхідно на сторінці рейтингу натиснути кнопку «Додати себе». Рейтинг має також підрейтинги для обласних центрів.

В рейтингу є можливість додати не лише себе, а й інших користувачів Facebook. Але важлива умова – кількість читачів у такої людини повинна бути понад 1 тис.

Додавання таких користувачів відбувається в ручному режимі, тому велике прохання, якщо у вас навіть більше 1 тис. користувачів, користуйтеся кнопкою «Додати себе» – тоді ви гарантовано потрапите до рейтингу.

Зверніть увагу, що читачі (followers) – це не друзі, а люди, які підписались на оновлення вашого екаунту (*Запущено рейтинг українських користувачів Facebook // UkrainianWatcher (http://watcher.com.ua/2013/03/28/zapuscheno-reytynh-ukrayinskyh-korystuvachiv-facebook/). – 2013. – 28.03).*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Лайк вартістю в одну крону.

Рекламна агенція з Данії Konstellation вигадала незвичну акцію для збору коштів для гуманітарної медичинської організації Doctors without Borders. Завдяки їй лайки на Facebook перетворюються на гроші.

Ідея полягає у тому, що завдяки додатку на Facebook користувачі зможуть створити повідомлення в соцмережі з проханням до друзів ставити лайки. Кожен лайк перетвориться на пожертву в розмірі 1 кр. (1,4 грн), яка буде списана з банківського рахунку автора повідомлення. Зараховуються лише лайки від друзів.

Автор має встановити ліміт максимальної суми коштів, які можуть бути списані з його рахунку. Збір коштів триває 48 год., наприкінці добродійник може залишити картинку з подякою (*Лайк вартістю в одну крону // UkrainianWatcher (http://watcher.com.ua/2013/03/15/layk-vartistyu-v-odnu-kronu/). – 2013. – 15.03).*

Для інформирования граждан о деятельности ГАИ и обмена информацией между руководством службы и участниками дорожного движения в социальной сети Facebook появилась страничка начальника управления ГАИ ГУМВД Украины в Луганской области В. Шевченко. Об этом информагентству Sxid.info сообщили в ОСО ГУМВД Украины в Луганской области.

Данная страничка даст возможность каждому гражданину обращаться с предложениями по улучшению ситуации с аварийностью на дорогах Луганской области, обговаривать проблемы, с которыми автолюбители сталкиваются ежедневно, находить пути их решения.

Также руководство ГАИ ждёт от посетителей странички замечаний и предложений по улучшению работы Луганской Госавтоинспекции (*Госавтоинспекция Луганска ушла в Facebook // CXID-INFO (<http://cxid.info/104963.html>). – 2013. – 15.03).*

Папа Римский сделал свою первую запись в Twitter.

Избранный в минувшую среду на конклаве кардиналов Папа Римский Франциск в воскресенье после полуденной молитвы опубликовал свой первый текст в учетной записи @Pontifex микроблога Twitter.

«Дорогие друзья, я сердечно благодарю вас и прошу вас продолжать молиться за меня. Папа Франциск», – написал понтифик на итальянском языке.

Микроблог @Pontifex, первую запись в котором Папа Бенедикт XVI оставил 12 декабря 2012 г., был временно закрыт 28 февраля, когда предыдущий понтифик оставил папское служение.

В день избрания нового Папы Римского на его странице появилось сообщение на латыни Habemus Papam FRANCISCUM (У нас есть Папа Франциск).

В настоящее время аккаунт @Pontifex в микроблоге Twitter в общей сложности насчитывает более 3 млн подписчиков. Английскую версию микроблога Папы читают 1,6 млн человек, испанскую – 700 тыс., итальянскую – 330 тыс. Даже у самой новой, открытой в январе латинской версии есть более 21 тыс. последователей.

Микроблог Папы Римского доступен на девяти языках: латинском, английском, испанском, французском, итальянском, немецком, португальском, польском и арабском.

17 марта 2013 г. Папа Римский Франциск прочитал свою первую воскресную проповедь, предшествующую молитве Ангел Господень (*Папа Римский сделал свою первую запись в Twitter // Фокус (<http://focus.ua/tech/264315/>). – 2013. – 17.03).*

Президент Чеченской Республики сделал своего активного подписчика в Instagram министром.

Р. Кадыров назначил в правительство Чечни нового министра. Им стал А. Тамаев, с которым глава республики познакомился с помощью фотоприложения Instagram.

Об этом Р. Кадыров сообщил 15 марта 2013 г. в своем аккаунте, разместив там также фотографию со своей встречи с А. Тамаевым и председателем чеченского правительства А. Эдельгериевым.

«А. Тамаев активно отреагировал на мою просьбу собрать инстаграмщиков, проявил инициативу и настойчивость. Теперь эти же качества ему надо будет проявить в должности министра ЧР по организации взаимодействия правительства ЧР с гражданским обществом», – написал

Кадыров. Он отметил также, подписчики его аккаунта знают нового министра под ником @arbi_9595.

Как сообщает Эхо Москвы, отмечается, что должность министра по организации взаимодействия правительства с гражданским обществом, которую занял А. Тамаев, появилась в чеченском кабинете министров на текущей неделе. Новое ведомство будет организовывать взаимодействие между исполнительной властью и населением по экономическим, социальным и культурным вопросам.

14 марта 2013 г. Р. Кадыров провел встречу с пользователями Instagram. Президент Чечни сам активно использует это приложение, его аккаунт насчитывает более 74 тыс. подписчиков (*Кадыров сделал своего активного подписчика в Instagram министром // Фокус (<http://focus.ua/foreign/264250/>). – 2013. – 16.03*).

Головне управління прес-служби та комунікацій Адміністрації Президента розробляє проект офіційного представництва В. Януковича в соціальних мережах. Про це йдеться у відповіді Банкової на запит «Української правди». Зокрема, В. Янукович буде представлений у таких соціальних мережах, як Facebook та Twitter (*Янукович вийде в соцмережі // Україна молода (<http://www.umoloda.kiev.ua/number/2243/180/79881/>). – 2013. – 21.03*).

Премьер-министр Н. Азаров обязал министров создать страницы в социальных сетях и общаться с журналистами по графику. Как передает корреспондент «Комментариев», об этом Н. Азаров заявил во время пресс-конференции, отвечая на вопрос, почему во время заседаний правительства журналистов отгородили черными лентами от министров, которые в свою очередь стали более закрытыми от СМИ.

По словам Н. Азарова, на заседании с участием пресс-служб министерств принято решение о создании графика общения глав министерств с представителям СМИ.

Будет создан график, по которому министры будут отвечать на вопросы, дискутировать, второе – работа пресс-служб будет более активной», – сказал Н. Азаров.

Третье решение, по его словам, касается рекомендации министрам завести свои страницы в социальных сетях, в частности в Facebook, для того, чтобы отвечать на вопросы пользователей.

Один из министров спросил, а можно завести страницу в Twitter – я разрешил, пусть начинает хотя бы там. Мне не очень нравится формат общения, когда человек идет на заседание Кабмина, а его хватают за рукав и задают какие-то вопросы», – сказал Н. Азаров.

В то же время он отметил, что журналистов во время заседания Кабмина могут отгородить и красной лентой, «если им не нравится черный цвет».

Как известно, сам Н. Азаров является активным пользователем сети Facebook (*Премьер заставил всех министров выйти в сеть // Polittech.org (<http://polittech.org/2013/03/19/premer-zastavil-vsex-ministrov-vyjti-v-set/>). – 2013. – 19.03).*

У Н. Азарова 99 % негативных сообщений в Facebook.

Премьер-министр Украины Н. Азаров признался, что расстраивается, когда заходит на свою страницу в социальной сети в Facebook.

Об этом он заявил 19 марта 2013 г., во время пресс-конференции. Премьер призвал чиновников общаться с гражданами в соцсетях. При этом Н. Азаров подчеркнул, что каждый день читает записи на своей странице в Facebook, 99 % из которых носят негативный характер. По словам Премьера, это расстраивает его.

«В основном пишут: «Премьер-министр, я ехал по плохой дороге, проколол колесо. Сколько можно терпеть», – или: «я заболел, помогите». 99 % таких сообщений», – сказал Н. Азаров.

В то же время он выразил понимание такой позиции читателей. «Это значит, что человек прошел все инстанции и был вынужден выйти на такой уровень» (*У Н. Азарова 99 % негативных сообщений в Facebook // SiteUA (http://news.siteua.org/Украина/482228/У_Азарова_99__негативных_сообщени_й_в_Facebook). – 2013. – 19.03).*

Херсонская облгосадминистрация начала постить свои новости в Twitter.

С 15 марта новости официального интернет-сайта Херсонской облгосадминистрации (ОГА) начали печататься в виде коротких текстовых сообщений на сервисе микроблогов Twitter. Об этом сообщает пресс-служба ОГА, передает «Телекритика».

Профиль Херсонской ОГА в Twitter имеет более 110 фолловеров и содержит более 50 новостей. В конце прошлого года профили и аккаунты Херсонской облгосадминистрации были созданы также в таких социальных сетях: Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники».

Цель выхода в соцсети для Херсонской ОГА – создание «более легкого и удобного доступа к ее новостям, когда каждый зарегистрированная в любой социальной интернет-сети человек сможет получить простой и быстрый доступ к официальной информации о Херсонщине». С начала этого года новости Херсонской облгосадминистрации также появляются в ленте новостей портала UKR.NET (*Херсонская облгосадминистрация начала постить свои новости в Twitter // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/24200-khersonskaya-oblgosadministratsiya-nachala-pechatat-svoi-novosti-v-twitter.html>). – 2013. – 20.03).*

Один из водителей, участников смертельного ДТП на Победе-3, удалил свою страницу в соцсети.

Как стало известно «Днепропетровск. Комментарии», один из пользователей соцсетей идентифицировал водителя BMW, участвовавшего в ДТП на Победе-3. На его странице в соцсети были выложены личные фото на фоне автомобиля БМВ.

Уже сегодня в 8.43 страница пользователя, который является предполагаемым участником ДТП на Победе, была удалена из «Одноклассников».

Напомним, что 40-летний предприниматель Я. Васючков был идентифицирован пользователями Интернета, как водитель BMW, автомобиль которого сбил людей на остановке во вчерашнем ДТП на Победе-3.

Со станицы также исчезли личные фотографии, на которых Я. Васючков изображен со своим автомобилем.

Судя по всему, на водителя в сети началась травля: под единственным фото, оставшимся на странице, размещен оскорбительный комментарий (*Один из водителей, участников смертельного ДТП на Победе-3, удалил свою страницу в соцсети // Комментарии (http://dnpr.comments.ua/news/2013/03/21/103132.html). – 2013. – 21.03).*

Соціальні мережі змінюють політичний ландшафт світу.

У Росії, країнах Європи та Близького Сходу соціальні мережі вже давно стали засобом поширення ідей і переконань. Соціальним мережам завдячують своїй популярності і нові політичні діячі.

За своїм власним визнанням, Б. Грільйо намагається не виглядати, як політик. У минулому – він актор комедійного жанру. Однак його політична партія «П'ятизірковий рух» набрала на парламентських виборах в Італії у лютому чверть голосів виборців, випередивши усіх своїх суперників. З такими словами він звернувся до електорату напередодні голосування:

«Ми увійшли в наступну фазу. Я не знаю, куди нас це заведе. Це все неймовірно. Навіть я змінився, ми всі змінились. Ми тепер не просто рух, а ціла громада».

Аналітики називають його політичну силу громадою, побудовану у кіберпросторі. Б. Грільйо проігнорував традиційні медіа платформи, такі як телебачення та друковані видання, зосередившись натомість на соціальних мережах – Facebook та Twitter, де на сьогодні має вже понад мільйон послідовників.

Г. Майкл – професор науки про соціальні мережі Вестмінстерського університету в Лондоні:

«Соціальні мережі почали відігравати ключову роль у великій політиці за останні кілька років, наприклад під час виборів в Італії, Ірані у 2009 р., під час

руху «Захопи Вол-Стріт» чи подій «Арабської весни». І тут ми бачимо не рух проти політики, як такої, а того, як саме політичні події висвітлюються».

Г. Майкл говорить, успіх на виборах Б. Грільйо є найбільш яскравим прикладом того, наскільки велику роль відіграють соцмережі в сучасній політиці:

«Люди використовують соцмережі, щоб висловити свої думки, які ніколи не потраплять на шпальти чи у телеэфір. Вони діляться своїми поглядами та знаходять співрозмовників, а відтак будують свої власні мережі».

М. Фреклетон – засновник веб-сайту «Яттербокс», який відслідковує активність кожного британського політика в соцмережах, у тому числі під час останніх дебатів у парламенті відносно питання гомосексуальних шлюбів:

«Ми побачили, що багато політиків у кабінетах чи за їх межами під час дебатів переписуються у Twitter. Ми помітили, що законодавці, лобісти, пересічні громадяни, таким чином, приєднувались до дебатів намагаючись вплинути на політиків проголосувати певним чином, що є прямим впливом на законотворчий процес у країні».

Д. Карсвелл активно користується соцмережами. Він автор книги «Кінець політики та початок ай-демократії». Він говорить, що Інтернет міняє політичний процес:

«Він докорінно змінює, як функціонує демократія. Він дозволяє нам краще висловлювати наші думки, виносити наші ідеї на загальне обговорення. Інтернет дозволяє робити те, що раніше було прерогативою політичних партій. І на мою думку, це велике випробування і для тих, хто сидить у цьому будинку за моєю спиною, і для громадян цієї країни».

Чи на вулицях арабських країн, чи в коридорах західних парламентів, соціальні мережі, погоджуються експерти, докорінно змінюють політичний ландшафт світу (*Соціальні мережі змінюють політичний ландшафт світу // Радіо свобода (<http://www.radiosvoboda.org/content/article/24933648.html>). – 2013. – 20.03*).

А. Ольшанский: «Социальные сети сегодня вплетены в каждое направление»

Президент «Интернет Инвест» А. Ольшанский рассказывает о том, почему для компаний важны не только социальные сети, но и собственный сайт, и прогнозирует тотальное распространение Интернета к 2015 г.

В этом году на iForum не будет отдельного потока «Социальные сети». Не потому, что социальные сети стали менее важны, а потому что это все равно, что устроить отдельный поток «Интернет». Социальные сети сегодня вплетены в каждое направление: в рекламу, в продвижение, в бизнес, в технологии. Фактически вместо явления в Интернете они фактически составляют сегодня самую суть сети.

Да уж, подменяют Интернет постепенно. Но все равно они остаются закрытыми платформами.

Естественно, что они не заменят открытый Интернет. Но сейчас они стали привычным явлением, обычным инструментом, как, например, поисковые системы. Мы их уже не рассматриваем как нечто отдельное, а рассматриваем как какое-то колесико целого Интернета.

Что касается социальных сетей, нельзя ли сказать о том, что компании могут уже не создавать собственные сайты, а просто открывать страницы в соцсетях?

Это распространенное заблуждение. На самом деле, скорее наоборот. То есть, ценность собственного сайта с ростом соцсетевой активности будет только увеличиваться. Давайте посмотрим по времени: соцсетям не так уж много лет. И их много, появляется все больше и больше. Например, уже и LinkedIn в Украине довольно силен. Ваших социальных активностей будет все больше и больше и больше. Вам нужна какая-то точка, к которой надо все это привязать. И этой точкой для компании конечно же является ее сайт. То есть, понятно, часть пользователей предпочитает общаться в Facebook, часть пользователей предпочитает «ВКонтакте», часть предпочитает Twitter, еще часть – LinkedIn, еще часть – еще что-то. Для того чтобы не раствориться в этом, для того чтобы компания представляла из себя некую целостную конструкцию, она должна иметь свое собственное место. Собственный сайт, который должен все в себя втягивать. Потому что в противном случае Вы, во-первых, становитесь слишком зависимы от социальных сетей, а во-вторых, нет такого места, где пользователь может получить всеобъемлющую информацию.

Одно дело постить какие-то посты в группу в соцсети и совсем другое – иметь собственный сайт. Это как наличие такси не отменяет необходимости наличия собственной машины. Потому что Вы можете взять кусочек пространства соцсети и там провести какую-то активность. Это замечательно, но потом эту активность все равно надо привязать к себе каким-то образом.

А все ли украинские компании имеют уже свои сайты?

Конечно такой статистики нет. Сейчас опубликовали данные о том, что уже 16 млн пользователей в украинском Интернете. Понятно, что цифра включает туда людей, которые ходят хотя бы раз в месяц, но тем не менее, понятно, что аудитория растет. Происходит быстрый рост, и я думаю, что Интернет станет обычным инструментом бизнеса где-то к 2015 г. Совсем обыденным, таким же, как телефон. Он и сейчас для кого-то обычный инструмент, но все-таки это еще не проникновение на уровне телефона. А вот к 2015 г. наличие собственных сайтов, наличие собственных площадок в соцсетях, даже для маленьких компаний, будет примерно тем же самым, что и наличие телефонной связи (*А. Ольшанский: «Социальные сети сегодня вплетены в каждое направление» // Itnews (<http://itnews.com.ua/iv/294.html>). – 2013. – 14.03).*

Facebook оприлюднив інструкцію з використання Facebook-сторінок, Instagram та інших інструментів для громадських ініціатив і неприбуткових організацій.

Це інструкція на 13 сторінках, де Facebook роз'яснює ініціатавам та неприбутковим організаціям, як краще презентувати себе в соціальній мережі, як розробити стратегію публікацій, як використовувати Instagram тощо:

Головні поради від Facebook громадським ініціатавам та неприбутковим організаціям такі:

1. Розвивайте свій голос. Будьте автентичними, створюйте захопливі розмови, зрозумілі заклики до дій та заохочуйте людей лайкати і шейрити ваші публікації.

2. Пропонуйте ексклюзивний контент. Діліться персональними історіями з фото та відео, розкажіть про закулісні моменти діяльності вашої організації – дайте людям причину повернутися до вашої сторінки.

3. Створюйте розмову. Використовуйте запитання щоб отримувати зворотній зв'язок, збирайте точки зору від учасників вашої спільноти.

4. Публікуйте з вашого телефона. Публікуйте «на ходу» статуси, фото, підтримуйте діалог.

5. Додатки і плагіни. Розмістіть соціальні плагіни в себе на сайті, також варто використовувати Open Graph actions для історій про те, як люди долучаються до ваших активностей (*Facebook оприлюднив інструкцію для ініціатив та неприбуткових організацій// Ukrainian Watcher (<http://watcher.com.ua/2013/03/22/facebook-oprylyudnyv-instruktsiyu-dlya-initsiatyv-ta-neprybutkovyh-orhanizatsiy/>). – 2013. – 14.03*).

БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

«ВКонтакте» запрещает сторонние рекламные сети.

С 15 марта социальная сеть «ВКонтакте», которая с 2009 г. занимается внутренним размещением таргетированной рекламы, отключает показ блоков всех рекламных сетей, кроме собственной. Помимо этого, как сообщили theRunet в компании Social Tank, которая является официальным партнером соцсети по размещению рекламы, в этот же день «ВКонтакте» запускает унифицированную рекламную сеть для разработчиков приложений.

Такое решение официальные представители социальной сети объясняют необходимостью «жесткой модерации» всех объявлений, размещаемых внутри нее. Согласно официальному заявлению администрации «ВКонтакте», обеспечить показ качественной и эффективной рекламы возможно только в условиях унифицированной рекламной сети. «Любые другие рекламные системы не могут гарантировать высокого качества рекламы и соответствовать всем нашим требованиям, поэтому мы вынуждены ограничивать их

использование в рамках сервиса приложений «ВКонтакте»», – прокомментировал нововведение технический директор соцсети А. Рогозов.

Подключение сайтов и приложений, а также дальнейшая работа с рекламной сетью «ВКонтакте» будет производиться через авторизованный центр обслуживания партнеров Social Tank, входящий в группу компаний Creara.

Отметим, что сейчас показ рекламы осуществляется только пользователям, авторизованным в социальной сети. Для неавторизованных пользователей в функционале «ВКонтакте» предусмотрена установка альтернативной рекламной системы на выбор веб-мастера.

По данным, которые приводятся в сообщении «ВКонтакте», большинство разработчиков, начавших использовать рекламную сеть «ВКонтакте», уже сейчас получают доход, сопоставимый с результатами в других рекламных системах или даже превосходящий его. «Это происходит даже несмотря на то, что весной рекламный рынок только начинает разогреваться и набирать обороты. С учетом статистики 2012 г. можно утверждать, что рекламный доход с одного среднестатистического объявления будет планомерно увеличиваться вплоть до 50–100 % до конца 2013 г.», – говорится в пресс-релизе.

Любопытно, что социальная сеть Facebook также занималась разработкой подобного проекта, но после длительного тестирования отказалась от запуска собственной рекламной сети (*«ВКонтакте» запрещает сторонние рекламные сету // InternetUA (<http://internetua.com/vkontakte-zapreshaet-storonnie-reklamnie-seti>). – 2013. – 15.03*).

Соцсети не дают трафик ТВ?

По данным исследования медийного агентства Initiative, Россия занимает четвертое место в мире по обсуждению телевизионных программ в социальных сетях. Однако, по мнению представителей телеканалов, это никак не влияет на просмотр программ по ТВ.

«Обсуждение телевизионных проектов в сети стимулирует только их просмотр в Интернете, ведь контент находится от потребителя в одном-двух кликах. А это удобнее, чем ТВ», – заявил РБК daily представитель ТНТ. Правда, в отдельных случаях можно повысить телесмотрение программы за счет ее обсуждения в сети, добавил он: «Если программы действительно качественные, но они оказались недооцененными на старте, то при передаче из уст в уста в Интернете можно добрать рейтинги» (*Соцсети не дают трафик ТВ? // InternetUA (<http://internetua.com/socseti-ne-dauat-trafik-tv>). – 2013. – 18.03*).

Twitter получил патент на изобретение сервиса для публичного обмена короткими текстовыми сообщениями, пишет Slon.ru со ссылкой на техноблог The Verge.

Документ о праве владения патентом выдан основателям компании Д. Дорси и Б. Стоуну. Именно они значатся и в списке изобретателей.

В патенте точно определены принципы, по которым функционирует Twitter. В документе особо подчеркивается, что именно основатели Twitter первыми придумали публичный обмен короткими текстовыми сообщениями в рамках одного сервиса для ведения микроблогов.

Бизнесмены подали заявку на соответствующий патент еще в 2007 г. Конечно, в то, что теперь они будут судиться с каждым, кто может стать им конкурентом, верится с трудом. Но теоретически компания сегодня может засудить кого угодно – хоть Facebook, пользователи которого также могут рассылать сообщения определенной группе пользователей, причем так, чтобы для всех остальных месседж был «закрит».

В самом Twitter говорят, что судиться ни с кем не собираются, а получили патент просто для того, чтобы быть уверенными, что в будущем их идею не начнут эксплуатировать каким-то уж совсем неэтичным образом. Насколько можно судить, к действующим соцсетям у Д. Дорси и Б. Стоуна претензий нет (*Twitter запатентовал твиты // Укррудпром (http://www.ukrrudprom.ua/news/Twitter_zapatentoval_tviti.html). – 2013. – 20.03*).

Facebook меняет Панель администратора в угоду рекламе.

Facebook продолжает активно навязывать рекламодателям возможность платного продвижения постов.

Не так давно в панели администратора в верхней части Facebook-страницы было замечено нововведение: вместо секции «Уведомления» появился раздел «Публикации», в котором отображены текущие показатели по эффективности опубликованных постов (органический и платный охват), а рядом с ними кнопка «Продвигать».

Уведомления передвинулись в верхнее меню.

Стратегия Facebook понятна – социальная сеть по-прежнему упорно пытается навязать рекламодателям свои платные инструменты рекламы. Компании, все же, продолжают сопротивляться, и как максимум, тратят деньги только на Sponsored Stories и рекламу в правой части страницы.

Однако новый подход к платному продвижению может отлично сработать. Рекламодатель увидит, что охват некоторых постов оставляет желать лучшего, и курсор непроизвольно потянется к кнопке «Продвигать».

Сработает ли новый «коварный» план Facebook, пока неясно – нововведение еще в режиме тестирования. Однако если скоро во всех панелях появится новый раздел, значит, он себя целиком и полностью оправдал (*Facebook меняет Панель администратора в угоду рекламе // Состав (<http://www.sostav.ua/news/2013/03/20/127/55654/>). – 2013. – 20.03*).

Из историй пользователей «ВКонтакте» сделают юмористическую передачу.

В апреле на телеканале «Перец» стартует программа «Веселые истории из жизни», в которой будут показаны истории пользователей социальных сетей «ВКонтакте», «Одноклассники» и Facebook. Об этом сообщает РБК daily.

Всего в «Веселые истории из жизни» войдет 800 коротких эпизодов. Комедийный проект будет выходить по вечерам, с 19:30 до 20:30. Точная дата запуска программы не сообщается.

Гендиректор канала «Перец» Д. Троицкий заявил, что новый проект – это попытка использовать потенциал соцсетей для составления сценария. РБК daily отмечает, что у руководства канала нет цели «вернуть» интернет-пользователей к просмотру телевизора или «омолодить» свою аудиторию за их счет.

«Перец» и ранее обращался к интернет-проектам. С октября 2011 г. в эфире канала выходит комедийный обзор популярных видеороликов «+100500», который еще до этого «раскрутился» на YouTube.

Телеканал «Перец» был запущен 1 октября 2011 г. Руководство позиционирует его как несерьезный канал для взрослых. «Перец» был запущен на базе канала ДТВ, существовавшего с 1999 г. *(Из историй пользователей «ВКонтакте» сделают юмористическую передачу // InternetUA (<http://internetua.com/iz-istorii-polzovatelei--vkontakte--sdelauiat-uamoristicseskuua-peredacsu>). – 2013. – 20.03).*

Американские маркетологи подсчитали, как именно социальные сети влияют на принятие того или иного решения потребителями.

Социальные сети сегодня – не просто милое развлечение, но и серьезный инструмент влияния на формирование отношения пользователя к тем или иным брендам, предметам и явлениям. Аналитики маркетинговой компании Technology-in-business изучили интересы десятков тысяч людей, зарегистрированных в самых разных социальных сетях, и составили весьма точную схему воздействия на их интересы.

Социальные сети позволяют легко манипулировать предпочтениями своих пользователей.

В частности, 78 % опрошенных признали, что полностью доверяют рекомендациям, которые размещаются в социальной сети, в которой они зарегистрированы. 82 % опрошенных отметили при этом, что отзывы, оставленные в соцсетях их друзьями, напрямую повлияли на их решение о покупке той или иной вещи.

76 % опрошенных признали, что полностью полагаются на мнение своих друзей в социальных сетях, прежде чем принять решение о покупке. Кроме того, эти же люди отметили, что могут принять решение о приобретении того или иного товара после совета людей, которые находятся в их ленте друзей.

Наконец, ровно половина опрошенных (50 %) признались, что социальная сеть напрямую влияет на их решения о покупках и оказывает решающее влияние на их вкус (*Как соцсети влияют на жизнь пользователей // InternetUA (<http://internetua.com/kak-socseti-vliyauat-na-jizn-polzovatelei>). – 2013. – 21.03*).

Coca-Cola разочаровалась в соцсетях.

Представители Coca-Cola выступили с заявлением, которое вполне может породить немалый резонанс на медиарынке.

По словам представителей компании, коммуникация в соцсетях не приносит компании сколько-нибудь ощутимого роста продаж, а самым эффективным способом продвижения бренда остается печатная реклама.

Довольно знаковое суждение – если учесть, что у крупнейшего в мире производителя газировки более 60 млн подписчиков только в основной группе в Facebook.

Впрочем, как уже оговорился главный менеджер маркетинговой стратегии Coca-Cola Э. Шмидт, речь пока идет лишь о результатах анализа многочисленных постов и комментариев, оставляемых пользователями Youtube, Facebook или Twitter: просмотры роликов, перепосты и другие соцмедиа-активности в данном исследовании не рассматривались.

Как бы то ни было, после оценки всего «шума», существующего вокруг компании в соцсетях, эксперты пришли к выводу, что он увеличивает продажи лишь на 0,01 % – в пределах статистической погрешности.

«Конец ли это для всей истории? – задается вопросом Э. Шмидт. – Я бы так не сказал. Все-таки мы говорим об отдельно взятом бренде в специфической продуктовой нише, и нет особых причин распространять результаты нашего исследования на весь рынок».

Среди других любопытных данных, полученных экспертами Coca-Cola, можно отметить следующие: печатная реклама для бренда несколько более эффективна, чем коммуникация через ТВ; дисплейная реклама почти не уступает телевизионной по своему влиянию на продажи, а реклама в поисковиках дает 50 % результата от видеосообщения – независимо от того, появляется оно на ТВ или в Интернете.

Стоит отметить, что сторонние исследования не слишком расходятся с выводами Coca-Cola. Так, опрос на финансовой странице Yahoo! показывает, что, принимая решение о покупке, 85 % потребителей не обращают внимания на информацию в соцсетях.

Несмотря на эти не слишком блестящие показатели, российские эксперты считают, что ставить крест на коммуникации в социальных медиа преждевременно. – Особенно, если исходить только из уровня продаж.

«Тут правильно помнить о целях и задачах, которые крупные бренды решают через соцсети, – считает управляющий директор агентства Advertos Л. Удовенко. – Что касается Coca-Cola, то их основной акцент – поддержание

лояльности аудитории, узнаваемости и репутации, а также укрепление любви к бренду. По-хорошему, канал не используется для генерации продаж, так что рынку социального маркетинга нет причин поддаваться панике».

В то же время Л. Удовенко считает, что стимулировать продажи через социальные сети вполне реально, главное – правильно и вовремя к этому подойти (*Coca Cola разочаровалась в соцсетях // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/coca-cola-razocharovalas-v-socsetjah-34046/>). – 2013. – 22.03*).

Скандал в соцсетях: как справились крупные компании?

Unilever, «Утконос», Nestle не сумели справиться с валом критики в Интернете. Как не повторить их ошибок? Простой поисковый запрос в «Яндексе» «Rexona в блогах» выдает 57 тыс. страниц с упоминанием бренда. Первый десяток выдач, то есть экранных страниц поисковика с результатами поиска, посвящен скандалу трехлетней давности.

В 2007 г. Unilever – владелец марки – организовала кампанию по продвижению своих дезодорантов в Интернете. Созданный для этого промосайт информировал россиянок о том, что они пахнут потом в восемь раз сильнее англичанок, в шесть раз сильнее немок и в три раза – полячек. А все потому, что меньше используют дезодорант. Кампания призывала убить в себе свиней и устыдиться. Но интернет-общественность независимо от пола отреагировала крайне негативно, выступив широким фронтом против бренда. В сети появились призывы к бойкоту Rexona и сайт карикатур Antirexona, начались сборы подписей против торговой марки и кампания по подаче жалобы в ФАС. Хуже того, бренд обвинили в подкупе популярных блогеров, якобы распространявших информацию в поддержку компании.

Сайт был поспешно закрыт, промокампания со свинками остановлена и скандал постепенно сошел на нет. Беда в том, что его отголоски будут преследовать компанию до тех пор, пока будет существовать Интернет.

Другой хрестоматийный пример – сеть магазинов «Утконос», которую уличили в использовании «блогеров-тысячников» для пропаганды своего сервиса. Вот что пишет об этом Wikipedia: «В декабре 2007 г. компания заказала скрытую рекламу у известных блогеров, после чего стала широко известна как символ плохих рекламных кампаний, использующих инструментарий скрытого маркетинга. В течение дня несколько блогеров с числом друзей больше 1000 разместили у себя почти одинаковые тексты о том, как им неожиданно захотелось чего-нибудь, и они смогли заказать это в сети «Утконос». Неестественность этих текстов была очевидна. Подобная реклама вызвала сильное отторжение». Что еще сказать? Народная энциклопедия Wiki – почти скрижаль истории, а сеть «Утконос» попала сюда только потому, что платила каким-то блогерам за рекламу. И теперь в профессиональной среде бренд в этой связи не упоминает разве что ленивый.

В этом фундаментальное отличие «новых медиа» от традиционных. Освещение корпоративных скелетов из шкафа в газете или журнале, конечно, всегда было неприятным делом. Но газета живет один день, журнал – неделю или месяц, а потом эта информация уходит в архив, то есть для большинства людей в небытие. В Интернете часто нет разницы между вчерашним скандалом и негативом пятилетней давности, вопрос лишь в позиции выдачи поисковой машины. Поэтому современный подход к репутационному менеджменту и кризисным коммуникациям должен строиться с учетом новых правил.

Анализировать риски

Любой негатив теперь останется с вами навсегда. Соответственно, акценты в работе должны существенно сместиться с кризисных коммуникаций, то есть «тушения пожаров», в сторону работы с рисками. Это не так уж сложно. Надо начать с простой процедуры – «забить» в поисковиках свой бренд в сочетании с такими словами, как «ад», «уроды», «вранье», «плохо». Многие тут же станут яснее. Для более глубокого анализа стоит проводить мониторинг и анализ социальных сетей. Тогда все репутационные риски будут как на ладони. Останется только донести их до людей, принимающих решения. Далее компания может начать разговаривать с людьми в социальных сетях, решая их проблемы, убеждая, споря и просто выслушивая мнения.

Быть готовым к изменениям

С накопленной обратной связью придется что-то делать – это сложнее всего. Изменения – болезненный процесс для любой организации в принципе, особенно изменения в пользу клиентов, так как они связаны с потерей денег.

Главная задача специалиста по коммуникациям заключается в том, чтобы пойти против течения и настоять на изменениях. Он должен костью лечь, чтобы пресечь негатив на уровне действий компании, какой бы сиюминутной выгодой они ни были продиктованы. Потом исправлять будет уже поздно. Нужна постоянная готовность к переменам.

На эту тему есть совсем свежая история. В марте 2010 г. Greenpeace начала крестовый поход против производителя шоколадок Nestle, и конкретно – бренда Kit Kat. На своем сайте, а потом на YouTube Greenpeace разместила шокирующее видео, которое призывало компанию «сделать перерыв» – прекратить закупки пальмового масла у поставщиков, связанных с незаконной и губительной вырубкой тропических лесов Индонезии. Результатом вырубки становится вымирание орангутанов и общее изменение климата. В ответе, данном Nestle в СМИ, на сайте и в своем сообществе на Facebook внимание акцентировалось на том, что корень всех проблем – не компания, а политики, принимающие решение о производстве биотоплива из пальмового масла, а также сообщалось о разрыве контракта с крупнейшим поставщиком сырья.

Такой ответ людей не удовлетворил. В результате сообщество, в котором было зарегистрировано более 100 тыс. «фанатов» марки, превратилось в огромный коллектор негатива – тысячи людей оставляют комментарии и обращения к Nestle, ссылки на сайт Greenpeace или публикации в СМИ, меняют

свои «юзерпики» на картинки с сайта «зеленых», изображения орангутанов и т. д. Люди ждут от компании более решительных действий.

Упреждать события

Надо действовать оперативно. Авиакомпания Virgin Atlantic в конце 2008 г. столкнулась с проблемой: один из членов экипажа в профессиональном сообществе на Facebook, где пилоты обычно обсуждали маршруты и расписание, назвал пассажиров быдлом, а также предположил, что на борту водятся тараканы. Выбор был прост: защищать своих, пытаясь замолчать проблему, или безоговорочно встать на сторону потребителя. Перевозчик незамедлительно выпустил пресс-релиз об увольнении всех 13 членов экипажа за нанесение ущерба репутации и оскорбление пассажиров. В Virgin рассудили правильно. Ссылки на дискуссию все равно распространились бы в социальных сетях. Но тогда компании пришлось бы оправдываться, реагируя на негатив в гораздо большем масштабе.

Отвечать на тех же площадках

Если бренд атакован в Интернете, защищаться надо там же. Яркий пример подала в 2009 г. сеть Dominos Pizza. Два сотрудника компании выложили домашнее видео на YouTube, где они добавляют в пиццу всякие гадости, сморкаются в нее и делают другие неприятные вещи. За первые двое суток ролик посмотрело более миллиона пользователей, продажи упали, эксперты оценили потери в 50 млн дол. Инцидент активно освещали газеты и телевидение. Урон репутации был очевиден, хотя сотрудники были уволены и даже отправлены под суд. Вернуть всех ушедших клиентов в такой ситуации невозможно, речь идет скорее о том, как минимизировать ущерб. Основой PR-кампании Dominos стало выступление ее президента на YouTube. Посмотрите, это отличное пособие по кризисным коммуникациям.

Не забывать извиняться и благодарить

Всего за две минуты президент Dominos сказал самое важное: что компания всерьез восприняла инцидент, что для нее самое важное – доверие потребителей, что она проверила санитарное состояние своих пиццерий, пересмотрела практику найма персонала и т. д. И конечно, извинился перед потребителями, поблагодарив тех, кто известил компанию об инциденте.

И это пятое правило. С людьми надо разговаривать, причем делать это уважительно, не забывать извиняться и благодарить. В конце концов, как это ни удивительно, люди хотят сделать ваш бренд лучше.

Таким образом, стратегия кризисного менеджмента в Интернете сводится к очень простым вещам: надо по возможности избегать плохих поступков, «смотреться в зеркало» – слушать мнения людей о бренде и компании, разговаривать и объяснять свое поведение, а также уметь признавать и исправлять свои ошибки. В конечном итоге это стоит компаниям много дешевле, чем тушение пожаров в социальных сетях (**Скандал в соцсетях: как справились крупные компании? // Companion.ua (<http://www.companion.ua/articles/content?id=233000>). – 2013. – 22.03).**

Как сообщает вице-президент компании Google Р. Кинцл, в скором времени знаменитый видеохостинг YouTube может стать платным.

По словам куратора развития ресурса, вполне возможно, что уже в следующем квартале текущего года на сайте будет введена плата за подписку на новости, стоимость которой, по некоторым оценкам, составит от 1 до 5 долл. в месяц. Руководители проекта уверены, что «платные каналы могут принести дополнительный доход разработчикам и создателям контента».

Подчеркнем, что согласно официальным данным, количество посетителей сайта уже превышает 1 млрд человек. Видеохостинг YouTube, который основали в 2005 г., всего за несколько лет достиг мировых масштабов, занимающий одну из первых ступеней в медиамире.

С 2006 г. ресурс принадлежит корпорации Google. Известно, что видеохостинг, который на то время имел 50 млн пользователей, обошелся корпорации в 1,76 млрд дол.

Материалы, хранящиеся на ресурсе, имеют разнообразный характер. Здесь можно посмотреть как сюжеты с участием домашних животных, так и демонстрации событий в разных странах мира (*За «YouTube» придется платить? // «NovostiUA» (<http://novostiua.net/obschestvo/33666-za-youtube-pridetsya-platit.html>). – 2013. – 22.03).*

Независимые разработчики, проектировавшие сетевые игры под платформу Facebook в 2012 г., получили выручку в размере 2,8 млрд дол. Такие цифры сегодня озвучили представители Facebook на конференции Game Developer Conference в Сан-Франциско. Также в Facebook выразили уверенность в том, что в 2013 г. этот показатель возрастет, сообщает cybersecurity.ru.

В компании говорят, что изначально на базе Facebook создавались довольно простые казуальные игры, тогда как сейчас компания провела значительную работу по адаптации Facebook под так называемые mid- и соге-игры, предлагающие более современную графику, сложный сюжет и сложный геймплей. Также в компании заверили, что соцсеть Facebook была и остается платформой не только для общения, но и для игр.

Согласно озвученным компанией цифрам, сейчас ежемесячно на Facebook играют более 250 млн человек, по состоянию на февраль почти половина из 400 наиболее популярных iOS-приложений были связаны с Facebook. За прошлый месяц Facebook дала Apple App Store и Google Play более 263 млн переходов пользователей.

Также в компании заявили, что примерно 20 % ежедневной аудитории Facebook играет в веб-игры. За последний год количество инсталляций веб-игр выросло на 75 %.

Помимо этого, Facebook сообщила, что около сотни разработчиков игр под Facebook в прошлом году получили выручку более 1 млн дол.

(Разработчики игр для Facebook в прошлом году заработали 2,8 млрд дол. // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/24462-razrabotchiki-igr-dlya-facebook-v-proshlom-godu-zarabotali-28-mlrd-dollarov.html>). – 2013. – 27.03).

Facebook добавит рекламу в друзья.

Facebook может разрешить компаниям публиковать коммерческие объявления в ленте новостей пользователя, если раньше он посещал сайты рекламодателя. Эффективность рекламы в ленте новостей в восемь раз выше, чем объявлений, публикуемых по ее краям. Но избыток рекламы в «личном пространстве» может привести к тому, что сеть начнут воспринимать как источник спама, предупреждают эксперты.

Крупнейшая социальная сеть Facebook тестирует размещение рекламы в ленте новостей пользователей, исходя из анализа активности на сторонних интернет-ресурсах. Новый инструмент – часть системы Facebook Exchange, которая была внедрена осенью 2012 г. Она позволяет отображать коммерческие объявления на основе истории переходов по сайтам. Ранее реклама публиковалась только справа от ленты новостей. Теперь, если пользователь уже посещал сайты рекламодателей, они могут размещать свои коммерческие сообщения в самой ленте новостей.

«Мы хотели дать рекламодателям и агентствам возможность размещать высокорелевантные сообщения в ленте новостей – на одной из самых популярных площадок в Интернете», – говорится в корпоративном блоге Facebook.

«Позволить рекламодателям охватить аудиторию через ленту новостей очень важно, потому что наибольшее количество времени в Facebook люди посвящают именно ее просмотру. Мы верим, что реклама, которая будет размещаться через систему Facebook Exchange, окажется более актуальной для пользователей», – считают представители социальной сети.

Пока Facebook проводит закрытое тестирование новой функции с ограниченным кругом партнеров, которые предлагают услуги по размещению рекламы в Интернете.

В конце ноября прошлого года вице-президент корпорации Google Б. Хоровитц выступил с жесткой критикой в адрес Facebook, заявив, что метод привлечения рекламы компанией неэффективен. Размещать рекламные объявления по краям ленты новостей, как это делает Facebook, это все равно что использовать рекламные щиты на улицах, сравнил он.

«Такие рекламные объявления теряются в общем потоке и разочаровывают рекламодателей», – сказал Б. Хоровитц. По его мнению, для пользователей важно получить рекомендации от других пользователей, которым они доверяют. Если бы Facebook размещал рекламу, исходя из этих правил, то был бы более эффективным, считает топ-менеджер конкурирующей сети.

84 % выручки Facebook генерирует за счет продаж от рекламы (в четвертом квартале 2012 г. доходы выросли на 40 %, до 1,59 млрд дол.). Новый инструмент для рекламодателей имеет критическое значение для дальнейшего развития компании, потому что в будущем с его помощью она сможет эффективнее монетизировать мобильную версию социальной сети.

Аудитория Facebook в конце прошлого года превысила 1 млрд пользователей. В декабре примерно две трети всех юзеров Facebook заходили в социальную сеть через смартфоны и планшетные компьютеры.

Если новая функция будет внедрена, она может стать, с одной стороны, самым прибыльным способом монетизации за счет рекламы, но с другой – спровоцировать новые опасения относительно защиты персональных данных пользователей социальной сети, если она будет слишком навязчивой, предупреждают аналитики, опрошенные Financial Times.

Если коммерческие объявления будут публиковаться в среде, где общаются родственники и друзья, это может иметь негативные последствия, считает аналитик Altimeter Group Р. Либ. Реклама, которая и так преследует пользователей в веб-пространстве, может вызывать отвращение – этот эффект будет только усиливаться, если она будет появляться в личном пространстве, считает эксперт.

Переизбыток такой рекламы без сглаживающего эффекта аналитик VTIG Research Р. Гринфилд считает риском для социальной сети: пользователи могут начать воспринимать сообщения в «ленте» как спам (*Facebook добавит рекламу в друзья // Media бизнес (http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34347/118/lang,ru/). – 2013. – 27.03).*

Аналитическая компания eMarketer прогнозирует, что в будущем году рекламная выручка социальной сети Twitter может превысить 1 млрд дол., тогда как в этом году она составит приблизительно 583 млн дол.

В eMarketer говорят, что несколько месяцев назад уже опубликовали прогноз по соцсети Twitter, однако тогда компания прогнозировала, что в 2014 г. рекламный доход Twitter составит лишь 800 млн дол. Годом ранее eMarketer также публиковала отчет, и тогда к 2014 г. у Twitter ожидалась рекламная выручка в размере 600 млн дол.

По словам авторов отчета, пересмотр на повышение рекламных доходов Twitter обусловлен растущей активностью компании в мобильной сфере. Прибыль от мобильной рекламы растет опережающими темпами. По этому показателю Twitter опережает Google и Facebook, которые хотя пока и предлагают более дешевую мобильную рекламу, все равно отстают по темпам относительного роста.

В текущем году примерно 53 % рекламной выручки Twitter будет составлять мобильная реклама, тогда как в 2015 г. этот показатель вырастет до более чем 60 %. К слову сказать, согласно ожиданиям Twitter, в 2015 г.

рекламные поступления сети микроблогов составят 1,33 млрд дол. В отчете eMarketer говорится, что столь высокая доля мобильной рекламы обусловлена самой мобильной природой сети Twitter. Кроме того, платформа Twitter начинает зарабатывать на дополнительных сервисах, таких как Promoted Tweets.

На сегодня 83 % своих рекламных доходов Twitter получает в США, тогда как за пределами штатов компания получила в 2012 г. лишь 100 млн дол. К 2015 г. 100 млн дол. вырастут до 319 млн дол. *(В 2014 году рекламные доходы Twitter составят более 1 млрд дол.// Media бизнес (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34365/118/lang,ru/>). – 2013. – 28.03).*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість

Лайк всемогущий: почему не спрятаться в социальной сети?

С тех пор как наша социальная активность, увлечения и покупки стали регистрироваться цифровыми сервисами, специалисты научились предсказывать характеристики личности человека. Методы и модели предсказаний становятся все более точными – в немалой мере за счет того, что их можно тестировать и тренировать на обширном материале, который предоставляют социальные сети.

Поговорка «рыбак рыбака видит издалека» справедливо указывает нам, что люди группируются по интересам. Если большинство ваших друзей – рыбаки, то, с очень большой вероятностью, вы тоже рыбак. Это феномен так называемой самосегрегации. Например, было обнаружено, что у мужчин 65 % друзей – мужчины, у женщин 70 % – женщины, а у гомосексуалистов, как мужчин, так и женщин, большинство друзей из круга ЛГБТ.

Двое выпускников Массачусетского технологического института решили оттолкнуться от этих, казалось бы, очевидных фактов и проверить гипотезу: можно ли определить сексуальную ориентацию человека по его друзьям.

Исследователи написали поискового робота, который собрал данные с личных страниц Facebook у студентов или выпускников MIT, получив таким образом информацию о 6 тыс. студентов. Чуть больше 4 тыс. из них указали в своем профиле сексуальную ориентацию. Разбив всех людей на шесть групп: гетеросексуалов, бисексуалов и гомосексуалистов обоих полов, ученые стали смотреть, какой у каждого человека процент друзей из других групп.

Пользователи часто закрывают свой профиль, но это не мешает получить нужную информацию: ведь у человека обязательно есть друзья с публично открытыми данными. Происходит выявление так называемой

имплицитной, скрытой дружбы (в отличие от эксплицитной, открытой дружбы). В результате исследователи нашли сильную позитивную корреляцию между имплицитными и эксплицитными связями: в среднем у человека с публично открытым профилем 112,7 эксплицитных друзей и 96,3 имплицитных.

Построив логистическую регрессивную модель, исследователи смогли обнаружить порог 1,89 %: если у мужчины в Facebook более чем 1,89 % друзей – открытые геи, то модель классифицировала его самого как гомосексуалиста. Дальше авторы успешно протестировали свою модель на списке геев, которых они знали лично. В список вошли люди, которые имели страницы в Facebook, но закрытые для всех, кроме друзей. Тем не менее только по ассоциативным связям с другими людьми удалось точно определить их сексуальную ориентацию. Правда, исследователи не смогли добиться хороших результатов с лесбиянками – либо из-за небольшого процента участников исследования, либо по причине фундаментально иного построения связей у этой категории пользователей.

Но, как показывает резонансное исследование, опубликованное в марте 2013 г. в журнале *Proceedings of the National Academy of Sciences*, для понимания человека и прогнозирования его характерных особенностей можно обойтись и более простыми способами. Ученые из Кембриджского университета научились на основе анализа лайков пользователей в Facebook определять возраст, пол, специальность, уровень образования, политические взгляды и личностные характеристики человека.

В качестве одного из инструментов исследования взяли Facebook-приложение *myPersonality* – ведь многие любят проходить тестирования и отвечать на вопросы о своих увлечениях, привязанностях и взглядах. В руках ученых оказались данные о более чем 50 тыс. добровольцев, ответивших на вопросы психологических тестов и предоставивших доступ к своим лайкам и информации профиля. Дальше ученые создали около 10 млн пар «пользователь – лайк» и присваивали каждой паре значение – единица, если пользователю нравилось, например, искусство или BMW, и ноль, если он не ставил лайк Б. Обаме или каналу *Discovery*. Для предсказания числовых показателей (возраст или IQ) ученые использовали линейную регрессию, а для дихотомных переменных (пол, сексуальная ориентация и прочее) – логистическую регрессию.

Проще говоря, специалисты из Кембриджа создали математическую модель, которая сравнивала то, что понравилось пользователям в соцсети, с точной и достоверной информацией о самих пользователях, а затем могла предсказывать характеристики человека уже только по лайкам.

Итак, лайки могут предсказать:

- расу человека – на 95 %;
- пол человека – на 93 %;
- гомосексуальность – на 88 %, (у лесбиянок – на 75 %);
- употребление наркотиков – на 65 %;

- одинок человек или состоит в отношениях – на 67 %;
- были ли родители человека вместе до того, как ему исполнилось 21 год, – на 60 %;
- курение сигарет – на 73 %;
- употребление алкоголя – на 70 %;
- политическую принадлежность (демократ или республиканец) – на 85 %;
- вероисповедание (христианин или мусульманин) – на 82 %.

Развод родителей до того, как ребенку исполнился 21 год, показан в исследовании как важный фактор, во многом определяющий жизнь человека. И он мог быть предсказан с точностью до 60 % только по лайкам! Пользователи, родители которых развелись до того, как они достигли 21 года, ставили лайки статусам, так или иначе связанным с отношениями, – иными словами, они чуть дороже ценят отношения и уделяют им больше внимания.

Еще несколько любопытных фактов:

- лайки, поставленные Б. Спирс и сериалу «Отчаянные домохозяйки», оказались «средними по силе» предсказателями гомосексуальности;
- те, кому нравится бренд Hello Kitty, – с большой вероятностью приверженцы Демократической партии, христиане и старше 35 лет. Такие пользователи имеют высокий показатель открытости и низкие показатели эмоциональной стабильности, социализации и организации личной жизни;
- нравятся фильмы «Властелин Колец» или «Крестный Отец», музыка Моцарта? Вероятно, у вас высокий IQ;
- те, кто ставит лайки Индиане Джонсу, Иисусу Христу и Саре Пейлин, чуть больше удовлетворены жизнью, чем остальные;
- Оскара Уайльда, Леонардо да Винчи, Платона и Леонарда Коэна лайкают артистичные и либеральные во взглядах люди;
- вам присущ дух состязательности, если вам нравятся: фраза «Я ненавижу всех!», атеизм, Фридрих Ницше, Юлий Цезарь или Prada;
- пользователи, состоящие в отношениях, лайкали скрапбукинг, а одинокие – М. Шарапову.

Исследователи предупреждают нас: если комбинировать такие данные с другой активностью пользователей, регистрируемой цифровыми устройствами и сервисами, то расширится и круг предсказаний, и их точность.

Легко представить себе, как эти данные можно использовать уже сейчас: слегка невротичному, одинокому человеку реклама автомобиля на Facebook будет в первую очередь обещать безопасность и возможность уехать куда-то прочь, а компанейскому и веселому – предложит большой размер машины (чтобы вместить много друзей) и акцентирует внимание на ее спортивности и цвете. Чем больше лайков, тем меньше личного, частного пространства, скрытого от чужих глаз. Рекламная эффективность Facebook-инструментария, доказанная учеными, сильнее любых этических барьеров *(Лайк всемогущий: почему не спрятаться в социальной сети? // InternetUA*

*(<http://internetua.com/laik-vsemogusxii--pocsemu-ne-spryatatsya-v-socialnoi-seti>).
– 2013. – 19.03).*

Twitter не может быть отражением общественного мнения.

Специалисты из организации под названием Pew Research Center провели масштабное исследование сообщений в различных социальных сетях. В итоге, они сделали вывод, что Twitter не может ретранслировать общественные настроения. Поэтому политикам и журналистам не следует ориентироваться на твитты интернет-пользователей. Авторы исследования заявляют, что основная часть этого различия имеет связь с небольшим срезом общественности, которые пишут в Twitter, да и с тем, кто принял участие в обсуждении из данного сегмента.

Чтобы изучить взаимосвязь народных масс с сообщениями в Twitter, ученые использовали специальную компьютерную программу, анализирующую текст твиттов и сравнивающую их с данными, предоставленными специалистами-социологами. Исследователи изучали восемь важных событий информационного характера в Америке, в том числе и выборы президента в 2012 г., дебаты предполагаемых победителей и выступления Б. Обамы. В большинстве случаев настроения общественных масс и реакция Twitter-сообщества имели серьезные различия.

В феврале минувшего года один из судов США постановил, что закон, принятый в Калифорнии о запрете однополых браков, неконституционный. 46 % Twitter-пользователей поддержали суд, 8 % сообщений в соцсети были отрицательные. Но в ходе опросов общественного мнения были получены другие результаты. 44 % людей, знающих про постановления суда, отметили, что разгневаны или разочарованы. 33 % были за решение Конституционного Суда.

В ходе президентской кампании в Америке из результатов опроса общественности было ясно о росте популярности М. Ромни – кандидата от республиканской партии. Twitter же «пестрел» отрицательными отзывами об этом политике. Получается, что пользователи соцсети были более либеральные, чем народ на улице.

В ходе проведенного исследования только в двух случаях мнение интернет-пользователей и общественного мнения совпали: выбор П. Райна в кандидаты на должность вице-президента и принятое Верховным Судом решение о законе Б. Обамы, который называется Affordable Care Act, внесший серьезные поправки в законодательство о медицинском страховании в Америке.

Эксперты не рекомендуют использовать Twitter как средство изучения общественного мнения. Правда, это не мешает СМИ несколько лет руководствоваться информацией из Twitter при освещении различных социальных событиях. Политики тоже полагаются на Twitter, чтобы привлечь к себе внимание со стороны интернет-пользователей.

Возможно, причина кроется и в возрастном факторе. Основная часть пользователей социальных сетей – это люди до 30 лет. Естественно, эта аудитория отличается более демократичными и либеральными взглядами (*Twitter не может быть отражением общественного мнения // «NovostiUA»* (<http://novostiua.net/obschestvo/33298-twitter-ne-mozhet-byt-otrazheniem-obschestvennogo-mneniya.html>). – 2013. – 18.03).

Мужчина убил жену, чтобы стать звездой Facebook.

Все свободное время мужчина тратил на чтение криминальной хроники.

41-летний житель американского штата Вашингтон Т. Барретт решил убить свою супругу, с которой у него трое общих детей, чтобы стать «звездой» новостной хроники в социальной сети Facebook, – сообщает Lifenews.ru.

Пресс-секретарь полиции округа Пирс Э. Тройер сообщил о том, что 14 марта сотрудники правоохранительных органов взяли под стражу водителя транспортного средства, мчащегося на огромной скорости по одной из трасс.

Осуществив досмотр автомобиля, стражи порядка обнаружили следы крови на заднем сидении.

«Вы знаете, я только что убил свою жену, – сообщил Т. Барретт во время дачи показаний. – Вместе с супругой мы давали клятву “пока смерть не разлучит нас”, однако одному из нас пришлось уйти раньше».

В ходе следствия удалось установить, что сутки назад американец жестоко расправился со своей 42-летней супругой С. Барретт в одном из придорожных мотелей.

Сотрудники полиции были крайне удивлены, узнав мотивы беспощадного убийства. Как оказалось, Т. Барретт является поклонником социальной сети Facebook. Все свое свободное время он тратил на чтение криминальной хроники.

«Я хочу, чтобы вы обязательно написали об этом в своей новостной ленте на Facebook», – сообщил преступник представителям одного из местных телеканалов.

В настоящий момент мужчина находится за решеткой и ожидает решение суда (*Мужчина убил жену, чтобы стать звездой Facebook // Судебно-юридическая газета* (<http://new.sud.ua/news/2013/03/17/47939-myzhchina-ybil-svoyu-zheny-chtobi-stat-zvezdoj-facebook>). – 2013. – 18.03).

Социальные сети оказались лекарством от депрессии.

Изучение собственных старых фотографий в социальной сети способно улучшить ваше текущее настроение и произвести сильный успокаивающий эффект, по своей действенности сравнимый с прогулкой по парку. К такому выводу пришли сотрудники Университета Портсмута после изучения результатов проведенного опроса.

Доктор Э. Гуд из Университета Портсмута утверждает, что социальные сети оказывают позитивное влияние на наше расположение духа и даже могут рекомендоваться в качестве лекарства от различных душевных расстройств. При этом, чем больше конкретный пользователь склонен к унынию и депрессии, тем более эффективной может оказаться предлагаемая терапия.

Доктор Э. Гуд опросила 144 пользователей популярной социальной сети Facebook и обнаружила, что многие респонденты рассматривают сайт, как своеобразное хранилище воспоминаний, позволяющее вновь пережить приятные моменты собственной жизни. Средний возраст участников составил 34 года, в группе наблюдалось явное преобладание лиц мужского пола, а 39 % респондентов в прошлом имели проблемы с душевным здоровьем.

86 % участников опроса сообщили, что посещают свою страницу в социальной сети более одного раза в сутки. Излюбленным занятием для большинства пользователей является просмотр собственных фотографий (75 %) и чтение сообщений на стене (86 %).

«Социальные сети обычно позиционируются их создателями как удобное средство для связи и общения с другими людьми, – объясняет К. Уилсон, доктор психологии из Университета Портсмута. – Несмотря на это огромное количество людей пользуются указанными сайтами для путешествий в собственное прошлое, и в тяжелые моменты обращаются ко “вчерашним самим себе” за поддержкой».

Живительная сила воспоминаний хорошо известна современным психологам и психиатрам. Реминисцентная терапия (лечение воспоминаниями), к примеру, широко применяется для лечения депрессивных состояний и проблем с памятью, возникающих у пожилых людей. По словам специалистов, знакомые пациентам объекты (старые фотографии, фильмы и предметы) прекрасно компенсируют душевный дискомфорт, вызванный потерей кратковременной памяти.

Также необходимо упомянуть, что полученные данные противоречат результатам одного из более ранних исследований, авторы которого утверждали, что частое посещение социальных сайтов способно нанести вред душевному здоровью (*Социальные сети оказались лекарством от депрессии // InternetUA (<http://internetua.com/socialnie-seti-okazalis-lekarstvom-ot-depressii>). – 2013. – 20.03).*

В соцсетях хорошие новости побеждают плохие.

Классическое правило отбора новостей средствами массовой информации таково: чем больше негатива, страданий и неразберихи, тем большее внимание этому надо уделить. Войны, землетрясения, пожары, наводнения, убийства – вот о чем пишут утренние газеты и говорят в вечернем телеэфире в первую очередь. Однако, как пишет The New York Times, новое исследование ученых обнаружило, что этот принцип не совсем верен. Нейрофизиологи и психологи изучили мозговые импульсы людей, которые участвовали в исследовании, и

проанализировали их переписку по электронной почте, а также то, что они публиковали в соцсетях. Выяснилось, что хорошие, позитивные новости могут распространяться быстрее, чем сообщения о стихийных бедствиях и душеспипательные истории.

По словам социального психолога Д. Бергера, принципом «Если льется кровь, значит, новость пойдет первой» (If it bleeds, it leads) пользуются те СМИ, которые хотят лишь завладеть вниманием аудитории, но при этом их не волнуют ее чувства. Другое дело – когда люди сами делятся какой-то информацией с друзьями и коллегами. В этом случае они учитывают возможную реакцию своих знакомых, потому что не хотят показаться слишком угрюмыми и депрессивными.

Ученые исследовали также «живую» коммуникацию между людьми – по электронной почте, в комментариях к постам в соцсетях, в личных сообщениях – и пришли к выводу, что это общение происходит чаще на оптимистичных нотах, чем грустных. Вместе с тем это не означает, что люди в принципе хотят знать только позитивные новости. Вероятно, они предпочитают делиться хорошими известиями просто потому, что сами испытывают больше радостных, чем плохих эмоций.

Добровольцам предложили делиться новостями с сайта The New York Times со своими знакомыми. Чаще всего люди распространяли заметки из раздела «Наука», особенно те, что вызывали у них положительные эмоции. Также популярными оказались смешные новости и те, что вызывали сильные отрицательные чувства – гнев или беспокойство. Но материалами, от которых становилось просто грустно, не делился почти никто.

Ученые утверждают, что люди уделяют большое внимание тому, как новость будет воспринята теми, кому они ее рекомендуют. «Мы думали, что люди с наибольшим энтузиазмом делятся информацией, которая взволновала их самих. Но исследование показало, что еще большее значение для большинства имеет то, что какая-то новость взволнует других людей», – рассказал один из ученых.

Но означает ли распространение позитива в соцсетях, что люди от этого чувствуют себя сколько-нибудь лучше? Оказывается, совсем не обязательно. Еще одно исследование продемонстрировало, что чем больше люди сидят в Facebook, тем больше они начинают думать, что жизнь несправедлива и что сами они менее счастливы, чем их френды. Это подтвердила и группа ученых из Германии, которые пришли к выводу, что заядлые пользователи Facebook приобретают безудержную зависть и другие враждебные чувства (***В соцсетях хорошие новости побеждают плохие // InternetUA (<http://internetua.com/v-socsetyah-horoshie-novosti-pobejdauat-plohie>). – 2013. – 21.03).***

Социальные сети: опасные связи или остров спасения? – DW

В жизни студентов социальные сети играют подчас судьбоносную роль. Однако исследователи подчеркивают, что Skype, Facebook и Co – это обоюдоострое оружие.

Разыскать школьную любовь в «Одноклассниках», душевно побеседовать с подружкой по Skype, опубликовать на Facebook ссылку на смешное видео и надрывать животики в чате с друзьями... Особенно сладостно заниматься этим накануне экзамена или сдачи курсовой, когда захлестывают волнение и страх, а учиться так не хочется. Эмоциональную разрядку студенты нередко ищут именно в социальных сетях, особенно если «группа поддержки» – родные и друзья – находится за тысячи километров.

В кармане – смартфон, в рюкзаке – ноутбук. Находиться на связи 24 часа в сутки – нормальное явление для большинства современных девушек и юношей. А. Волошин из города Черкассы – не исключение. В жизни студента магистратуры Марбургского университета (Philipps-Universität Marburg) социальные сети сыграли решающую роль. «Когда я приехал в Германию по программе au pair, то с семьей, где работал, на первых порах объяснялся на смеси языка жестов и ломаного немецкого», – рассказывает 23-летний студент-математик. И хотя социально изолированным А. Волошин себя не чувствовал, полноценного общения ему остро не хватало. Спасал Skype. «Разговоры с родителями давали мне чувство поддержки. А общение с друзьями, оставшимися на Украине, – ощущение нужности», – вспоминает он.

Молодежь проводит больше времени в Интернете, оказавшись в новых и напряженных ситуациях, каковыми и являются жизнь и учеба в незнакомой стране, подтверждают психологи. Согласно исследованиям, виртуальное общение нужно студентам, чтобы чувствовать уверенность и защищенность.

Опасные сети зависимости

Но есть у этого явления и обратная сторона. Если интернет-общение с домашними превалирует, а фаза возмещения недостатка контактов на новом месте виртуальными связями с родиной затягивается, это может помешать успеху за рубежом, считает Х. В. Рюкерт, руководитель службы психологической поддержки студентов Свободного университета Берлина. «Когда на консультацию приходят иностранные студенты, испытывающие проблемы, зачастую выясняется, что одним из негативно влияющих на интеграцию факторов являются социальные сети», – говорит психолог.

Социальными сетями сегодня пользуется 1,5 млрд человек. Будь то Twitter, Facebook или региональные платформы, ученые убеждены: увлечение таким общением не так уж безобидно. В Великобритании в списке официально зарегистрированных психических заболеваний с некоторых пор числится и зависимость от соцсетей. «Этот диагноз мы ставим, когда человек перестает жить реальной жизнью на самом элементарном уровне. Например, забывает поесть, не спит, пропускает важные встречи, перестает ходить на работу или на занятия в университете», – объясняет Р. Грэм, психиатр клиники Tavistock Centre, где лечат примерно 100 зависимых в год, причем возраст пациентов – до 35 лет.

Зависимость от соцсетей может быть сильнее, чем сигаретная и алкогольная, доказывают новейшие исследования. Начинается все с того, что потребность проверить, не прокомментировал ли кто-нибудь пост или опубликованную фотографию, превращается в своего рода зуд. Зависимые сравнивают его, например, с навязчивым желанием покурить.

Не упустить момент «развиртуализации»

Поэтому психолог Х. В. Рюкерт советует студентам дать понять родителям и друзьям на родине, что вовсе не обязательно часами «висеть» в Skype. Кроме того, надо как можно раньше, желательно даже до отъезда, задуматься о том, как завести реальные знакомства в Германии. Например, занявшись спортом, изучая языки или посвящая время другим увлечениям.

Период учебы за границей – это не просто путь к получению диплома, но и благоприятное время для социальной и профессиональной интеграции. Важно не упустить этот шанс. У А. Волошина «скайпово-фейсбучный» период закончился через месяц – два после приезда. В соседнем городе он нашел приятеля, который за несколько лет до этого воплотил в жизнь тот же план – переход из статуса *au pair* в ранг студента магистратуры. Новый друг помог будущему магистру влиться в немецкую жизнь. А в дальнейшей интеграции А. Волошина пришли на выручку... те же социальные сети. Немецкий, например, он начал изучать, подписавшись на рассылку бесплатного курса от Deutsche Welle на Facebook. Да и с однокурсниками он связывается по внутренней университетской сети, где выкладываются конспекты, обсуждаются задания, лекции и учебные проекты.

На ловца и зверь бежит

Социальные сети – оружие обоюдоострое. С их помощью обустроила свою жизнь в Германии и студентка из Болгарии С. Атанасова. В них она нашла и новых друзей, и квартиру, и подработку. «Я не представляю себе, как можно жить полноценной жизнью без Facebook и Skype», – говорит 24-летняя учащаяся магистратуры Свободного университета Берлина. Как будущий психолог она ратует за чувство меры и здоровый баланс между поддержанием старых и новых знакомств, между отношениями в реальной и виртуальной жизни.

Площадки Xing и Facebook действительно могут стать незаменимым средством для налаживания контактов с потенциальными работодателями и коллегами в Германии. Поиск работы, практики, возможностей повышения квалификации, – все это часто происходит при помощи виртуальных знакомых. «Самые сообразительные готовят почву для общения заблаговременно, – говорит модератор сообщества KarlsRU в немецкой социальной сети Xing П. Пикинер. – В нашей группе есть несколько участников, которые наладили с нами связь из России и других постсоветских стран. Мы их еще даже не видели, но уже ждем их прибытия с нетерпением». Встречи и совместные развлечения для новичков на новом месте учебы и работы в Германии организаторы группы гарантируют.

Но настоящим счастливицам в сетях удастся «выловить» еще больше. Так, А. Волошин два года назад занялся поиском себе подобных по Германии в сети «ВКонтакте» и в региональном сообществе au pair познакомился с Наташей из Кривого Рога. Свадьбу сыграют этим летом, причем и в Германии, и в Украине! (*Социальные сети: опасные связи или остров спасения? – DW // Корреспондент* (<http://korrespondent.net/business/career/1527602-socialnye-seti-opasnye-svyazi-ili-ostrov-spaseniya-dw>). – 2013. – 19.03).

Негативні коментарі в мережі – ознака небезпеки для здоров'я дописувача.

Вважається, що випускати негативні емоції назовні – корисно. Утім, нове дослідження показало, що якщо ті ж емоції «виплескувати», але вже онлайн, то цим можна лише нашкодити собі.

Ті відвідувачі, які регулярно залишають агресивні чи негативні коментарі на сайтах, відчувають себе ще більш роздратованими та злими.

Але ще одне дослідження показало, що втрачають гарний настрій однаково і ті, хто залишає негативні коментарі, і ті, хто їх читає. Дослідження, яке цитує видання The Daily Mail, опубліковане в журналі Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking.

За словами доцента кафедри розвитку людини і психології в Університеті Вісконсін-Грін Бей Р. Мартіна, сукупність анонімності та «соціальна дистанція» в Інтернеті знижує в індивідуума почуття стриманості і обережності.

«Деякі люди хибно вважають, що Інтернет – це окремий світ, де їхня безпека – це анонімність. Утім, це не так. Вони не розуміють, що зловживаючи веб-сайтами, вони викликають страждання та біль інших людей, що знаходяться з приймального боку їхньої онлайн-тиради», – каже він.

Інтернет-ресурси, а особливо соціальні мережі – це не зовсім віртуальний світ, це живі, реальні люди – з власним світоглядом, емоціями і вразливістю. Це – реальне життя, реальний світ.

Постійні роздуми про стресову подію та її рефлексування «вимикає» імунний захист організму людини.

Негативні думки та їхнє поширення погіршують здоров'я.

Нове дослідження показало: переживання з приводу стресових ситуацій, а навіть не самі ситуації, ініціюють запалення в організмі, пише Zee News.

Як виявилось, рівень С-реактивного білка, маркера запалення в тканинах, зростав, коли людей просили рефлексувати на тему неприємної події. Це перше дослідження, в рамках якого фахівці безпосередньо вимірювали силу впливу думки на тіло людини.

Коментує Пеггі Зоккола, доцент психології в Університеті Огайо: «Більшість досліджень спираються не на експериментальні дані. У нашому ж випадку було проведено опитування. Добровольці розповідали, як часто вони любили подумки “пережовувати” неприємні моменти. І тільки після цього досліджували фізіологічний стан».

У роботі взяли участь 34 у цілому здорові молоді жінки. Відомо, що С-реактивний білок виробляється в печінці як один з механізмів первинної імунної запальної відповіді. Його часто використовують для визначення наявності інфекції і для передбачення ризиків розвитку захворювань в перспективі.

Однозначно виходило, що постійні роздуми про стресову подію та її рефлексування (у тому числі і у вигляді «онлайн-гніву», про що йдеться вище) «вимикали» імунний захист у вигляді запалення (*Негативні коментарі в Мережі – ознака небезпеки для здоров'я дописувача // «Аратта-Україна» (http://www.aratta-ukraine.com/news_ua.php?id=20203). – 2013. – 19.03).*

Все больше представителей украинской молодежи увлекаются новомодным течением «хикикомори»: отказываются выходить из квартиры и общаться с людьми.

В Украине появилось новое сообщество с экзотическим названием «хикикомори». Движение пришло к нам из Японии – оно объединяет подростков и молодежь, которые отказываются от социальной жизни, закрываются дома и стремятся свести к минимуму общение с людьми вживую, предпочитая лишь контакты в Интернете. «Я еще в детстве была тихим ребенком и общению со сверстниками предпочитала чтение. Родителей до определенного момента радовало, что я могу сама себя развлекать, а потом стало пугать», – рассказала «Сегодня» 17-летняя киевлянка А. Корниенко, которая причисляет себя к движению хикикомори. «Я просто не люблю выходить из дома, люди меня утомляют, – продолжает она (девушка живет с родителями, учится заочно издательскому делу в КНУ им. Шевченко). – Слава Богу, я уже окончила школу, в которую последние два года почти не ходила, общаюсь в Интернете, и мне этого хватает. Года три назад увлеклась аниме и оттуда узнала о существовании хикикомори. А потом в Интернете нашла единомышленников».

24-летний К. Мурашев из Днепропетровска не всегда был затворником: «В школе и институте я активно общался, у меня было много друзей. А потом я как будто этим пресытился. Ничего нового от людей не узнаю. И поскольку работа позволяет заниматься ею удаленно (в IT-сфере. – Авт.), необходимости выходить из дома у меня нет. Несколько лет назад я увлекся компьютерными играми и общался только с виртуальными друзьями почти два года. Еду заказывал домой, одежду почти не покупал, даже бриться перестал тогда – стал настоящим хикки». По его словам, сейчас он чуть более общительный: «Две недели назад даже встретился с бывшим однокурсником. Было приятно его увидеть, но потом вернулся домой и почувствовал, что зря потратил время. Общаться можно и в Интернете», – считает парень.

Психолог А. Кропоткина считает появление затворников тревожным сигналом: «Ненормально, когда молодые люди сознательно заключают себя в четырех стенах. Эти люди просто боятся, что в реальной жизни у них ничего не

получится. Но такая тенденция существует – ко мне за последние полгода обратились три мамы, которые не знают, что делать со своими застрявшими дома детьми». По словам психолога, она советует таким родителям прекратить финансировать детей: «Просто перестаньте давать им деньги, чтобы они сами искали работу и начинали общаться. А вот взрослым людям, у которых есть средства к существованию, сложнее помочь, пока они сами этого не захотят. Важно понять, что жизнь – это эмоции, краски и испытания, и что жить – значит быть уязвимым» (*Балаева Т. «Необходимости выходить из дома у меня нет, а общаться можно и в Интернете» – затворник // Сегодня (<http://www.segodnya.ua/life/people/Neobhodimosti-vyhodit-iz-doma-u-menya-net-a-obshchatsya-mozhno-i-v-internete-zatvornik.html>). – 2013. – 27.03).*

Каждый 10-й пользователь социальной сети Facebook получал оскорбительные сообщения. Об этом свидетельствует опрос, который провела компания GlobalMarketInsite, пишет ТАСС-Телеком.

Целью опроса было выяснить, как часто пользователи Facebook и владельцы микроблогов Twitter подвергаются оскорблениям или получают нелицеприятные сообщения. Выяснилось, что каждый 10-й пользователь Facebook получал обидные или унижительные сообщения и публикации. Становились объектом оскорблений в основном пользователи от 18 до 24 лет.

Большинство опрошенных – 61 % – утверждают, что такое происходило лишь пару раз, 8 % получают «грубые» сообщения раз в месяц, а 3 % – несколько раз в месяц. В 62 % случаев оскорбления писали те, с кем они знакомы в жизни, 27 % сказали, что «обидчики» даже не были в их списке друзей на Facebook.

Две трети опрошенных отправили «грубияна» в черный список, чуть больше четверти пожаловались администрации сайта. 14 % изменили свои настройки, 6 % закрыли доступ к своему профилю всем, кроме друзей, 5 % совсем перестали пользоваться социальной сетью. 14 % обратились к обидчику с просьбой прекратить оскорбления.

Р. Риск, директор GlobalMarketInsite по исследованиям в европейском секторе, отметил, что «в социальных сетях, скрываясь за маской анонимности, совсем несложно оскорблять и унижать других. Наше исследование показало, что большинство пользователей Facebook чувствуют в себе силы справиться с этой проблемой, изменив настройки приватности. Социальные сети хороши тем, что помогают быстро и легко связаться с друзьями, но, учитывая, что законодательство далеко не всегда может оградить от оскорблений, важно, чтобы интерфейс сайта был простым и удобным и давал пользователям возможность контролировать ситуацию» (*Каждого 10-го пользователя Facebook «посылали куда подальше», – исследование // InternetUA (<http://internetua.com/kajdogo-10-go-polzovatelya-Facebook--posilali-kuda-podalshe-----issledovanie>). – 2013. – 26.03).*

Маніпулятивні технології

Музыкантов уличили в покупке подписчиков на YouTube, Twitter и Facebook.

Эксперты телерадиовещательной корпорации «Би-би-си» уличили известных музыкантов в покупке статистики посещений своих аккаунтов в соцсетях, сообщается на сайте программы Newsbeat. В частности, эксперты отмечают, что многие ныне известные артисты приобрели известность благодаря своим выступлениям, видеозаписи которых были выложены в соцсетях. Так, Д. Бибер стал популярен после того, как количество просмотров его видео на YouTube перевалило за 1 млн.

Статистика, которую можно купить, включает не только просмотры на YouTube, «фолловеров» в Twitter и «лайки» на Facebook, а также и комментарии к записям в соцсетях.

Newsbeat выяснили, что 10 тыс. просмотров на YouTube можно купить всего за 30 фунтов.

По данным мониторинговой компании, которая находится в США, в мире шоу-бизнеса существует список артистов, которые обвиняются в покупке статистики для увеличения своей популярности. Компания Next Big Sound – ведущий провайдер по анализу онлайн-музыки, обещает опубликовать этот список уже в текущем году.

Издание отмечает, что руководство трех соцсетей высказалось против таких методов продвижения пользовательских аккаунтов.

В Twitter экспертам сообщили, что использование компьютерных программ для увеличения активности в сервисе микроблогов противоречит правилам компании и при их нарушении Twitter «имеет право немедленно заблокировать аккаунт без последующих объяснений».

В Facebook, в свою очередь, заявили, что получение «лайков» от людей, которые на самом деле не интересуются страницей пользователя, «неприемлемо».

Руководство YouTube также подтвердило, что незаконное добавление просмотров противоречит правилам сайта, поэтому при обнаружении подозрительной активности аккаунты будут немедленно блокироваться (*Музыкантов уличили в покупке подписчиков на YouTube, Twitter и Facebook // Версiи.com (<http://www.versii.com.ua/news/275183/>). – 2013. – 18.03*).

Президент Франции Ф. Олланд пообещал ужесточить контроль за социальными сетями в ходе борьбы с терроризмом и разжиганием межрелигиозной розни, сообщает ИТАР-ТАСС.

«Ничто не должно считаться в этом вопросе безобидным или незначительным. В этой связи я дал поручение принять меры по борьбе с распространением призывов к вражде в Интернете, в особенности, в социальных сетях», – сообщил он на мемориальном мероприятии в Тулузе по

случаю первой годовщины серии жестоких убийств террористом-одиночкой М. Мерой.

В конце января французские судебные власти обязали владельцев сети микроблогов Twitter сообщать правоохранителям личные данные блогеров, позволяющих себе публичные антисемитские высказывания.

«Судьи постановили передать сведения, позволяющие установить личность авторов антисемитских сообщений, и я прослежу за тем, чтобы эти сети принудили предоставить имена, дабы последовало наказание виновных и предостережение их потенциальным последователям», – подчеркнул Ф. Олланд.

Почтить память жертв убийцы на одну из центральных площадей Тулузы, где состоялся мемориальный митинг с участием президента, пришли около 3 тыс. человек. Собрание предваряло массовое шествие по городским улицам, куда вышли представители всех конфессий и национальных общин города, одинаково разделяющие скорбь родных и близких погибших. Символическим моментом стало рукопожатие С. Сандлера, чей сын и двое внуков были застрелены в еврейской школе, и Л. Ибн Зиатен, матери солдата-десантника марокканского происхождения, который стал первой жертвой террориста.

Нападение на школу было совершено в марте 2012 г. Преступник на мотороллере подъехал к зданию и открыл стрельбу по группе учеников, родителей и учителей. Погиб 30-летний преподаватель, двое его детей и дочь директора колледжа. Три дня спустя М. Мера, признавшийся в убийствах детей, а также троих военных в Тулузе и Монтобана, был застрелен французским спецназом в результате операции по его задержанию (***Президент Франции решил ужесточить контроль за соцсетями // SiteUA (http://news.siteua.org/Mip/481944/Президент_Франции_решил_ужесточить_контроль_за_соцсетями). – 2013. – 18.03***).

Глава Роспотребнадзора Г. Онищенко заявил, что больше всего роликов, «злонамеренных с точки зрения воздействия на психику», обнаружено его ведомством на YouTube.

Накануне стало известно, что Роспотребнадзор рекомендует закрыть почти 1200 сайтов, поскольку на их страницах были обнаружены материалы, запрещенные законом. В частности, здесь идет речь о сведениях, которые в себе содержат способы самоубийства, порнографию и способы приготовления наркотиков.

Наибольшее количество решений, а именно более 40, принято Роспотребнадзором в отношении «видеороликов, содержащих способы и призыву к самоубийству, размещенных на сайте компании YouTube», – сообщил сайт Роспотребнадзора.

Представители ведомства обеспокоены проблемой самоубийств среди подростков и детей, поскольку в данном вопросе отсутствует должное правовое регулирование. В Уголовном кодексе России есть статья, которая

устанавливает ответственность за доведение человека до самоубийства, однако, по мнению представителей Роспотребнадзора, этих мер недостаточно.

В интервью «Российской газете» главный санитарный врач РФ сказал, что сегодня Российская Федерация занимает первое место в Европе по количеству самоубийств среди детей и подростков и шестое место в мире по числу суицидов среди всех возрастов.

По словам Г. Онищенко, за последние годы в России количество детских суицидов и попыток самоубийств увеличилось на 37 %.

«В 2009 г. в стране было 260 подростковых суицидов. А уже в 2010-м – в 1,2 раза больше, до 20 самоубийств на 100 тыс. подростков. Это в три раза больше, чем мировой показатель», – заявил глава Роспотребнадзора.

В феврале стало известно, что YouTube, являющийся крупнейшим видеохостингом мира, обратился в московский Арбитражный суд в связи с тем, что один из роликов после экспертизы Роспотребнадзора попал в черный список. Основные слушания по иску назначены на 26 апреля 2013 г.

В компании Google, которой принадлежит YouTube, комментируя подачу иска, пояснили, что получили требование об удалении видеоролика, в котором рассказывалось о создании специального грима. Компания заблокировала указанный видеоролик, но затем решила оспорить законность данного решения в суде. Как отметили в пресс-службе Google, они не считают, что целью Закона «О защите детей» было именно ограничение доступа к развлекательной информации такого рода.

Роспотребнадзор является уполномоченным органом по принятию решений в отношении интернет-сайтов, подпадающих под действие вступившего в силу 1 ноября 2012 г. закона о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию. Закон предусматривает возможность блокировки сайтов по IP-адресам. В реестр могут быть включены сайты, если они содержат информацию, запрещенную судом. Также реестр может пополняться и по решению уполномоченных органов (**Г. Онищенко наехал на YouTube // Версии.com** (<http://www.versii.com.ua/news/275332/>). – 2013. – 20.03).

Німці заборонили «лайки» в соціальній мережі Facebook

Німецькі поборники приватності угледіли загрозу в соціальній мережі Facebook, а точніше в улюбленій користувачами кнопці like.

Вони вважають, що керівництво Facebook через «лайки» відстежує всю інтернет-історію користувачів: їхні інтереси, тривалість перебування на тій або іншій сторінці, переходи. Потім ця інформація використовується для цільової реклами та аналізу поведінки відвідувачів.

Т. Вайхарт, керівник незалежного центру захисту приватності, звернувся до компаній, розташованих на території Шлезвіг-Гольштейн, з проханням прибрати кнопку «лайк» зі своїх сайтів до кінця вересня. В іншому разі їх чекає штраф 50 тис. євро.

Крім того, кнопку «лайк» видалили з сайтів усіх держустанов. Офіційні блоги цих контор у Facebook також були видалені.

Представникам Facebook відповісти нічого. Натискання «лайка» і справді ідентифікує IP-адресу. За європейськими законами така інформація повинна зберігатися не більше 90 днів. Однак Facebook, як і кожна американська компанія, згідно з Патріотичним Актом зобов'язана зберігати цю інформацію не менше 730 днів і за необхідності надавати її спецслужбам США (*Г. Онищенко наехал на YouTube // Бриз (<http://briz.if.ua/9590.htm>). – 2013. – 19.03*).

В Самаре взломали аккаунт «ВКонтакте», чтобы скрыть приглашение на митинг.

Неизвестные взломали страницу самарской оппозиции «Оккупай-Самара» (<http://vk.com/оскупусамара>) в социальной сети «ВКонтакте».

На этой странице, подписчиками которой являются 376 человек, появился анонс намеченного на 31 марта 2013 г. в Самаре митинга за социальные и трудовые права. Именно этот анонс и стал, по мнению члена «Оккупай-Самара» А. Самсонова, причиной взлома. Оппозиционеры обвиняют в хакерстве сотрудников местного центра по борьбе с экстремизмом. Полиция от комментариев отказывается (*В Самаре взломали аккаунт «ВКонтакте», чтобы скрыть приглашение на митинг // Радио свобода (<http://www.svoboda.org/content/article/24933273.html>). – 2013. – 19.03*).

Житомирян попереджають: шахрайство в соцмережах.

Працівники сектору боротьби з кіберзлочинністю УМВС України в Житомирській області останнім часом виявили більше десятка фактів шахрайських дій з використанням комп'ютерних технологій. За кожне з таких правопорушень передбачено покарання у вигляді позбавлення волі на термін від 3 до 8 років.

Молоде подружжя житомирян через деякий час після весілля вирішили продати сукню нареченої. Розмістили відповідне оголошення в інтернет-мережі, де вказали номер мобільного дівчини.

За деякий час зателефонувала незнайомка, яка, уточнивши розмір, фасон, інші деталі, запевнила молоду дружину, що весільний наряд їй підходить, і вона готова його придбати. Оплату проведе безготівково, тож просить вказати номер рахунку, на який внести кошти.

Подружжя, без жодних сумнівів, повідомили незнайомці додаткові дані, які та просила, та стали чекати перерахунку коштів. Натомість за декілька днів дізнались, що з їхнього рахунку знято близько 2 тис. грн.

«Вказана схема є банальним шахрайством, яке останнім часом набуває дедалі більшого поширення, – прокоментував ситуацію начальник сектору боротьби з кіберзлочинністю УМВС України в Житомирській області

Є. Ходаківський. – Ні за яких обставин, під жодним приводом не слід повідомляти власні персональні дані будь-кому, а тим більше малознайомим людям».

Утім, можливість продати або купити товар через Інтернет щодня завойовує дедалі більше прихильників. Це швидко, вигідно і зручно, до того ж, часто дешевше, ніж у звичайному магазині. Проте не слід забувати, що така форма ведення чи то домашньої бухгалтерії, чи то бізнесу потребує і певних знань та вмій, і певного досвіду та комунікативних навичок.

Власник одного з підприємств, житель Житомирщини, скориставшись можливостями Інтернету, вирішив придбати транспортний засіб у фірми, зареєстрованої на території іншої області.

Чоловік зателефонував продавцеві, поспілкувався з ним і на платіжну картку через термінал сплатив майже 5 тис. грн нібито за транспортні послуги та передоплату.

Зайве, певно, говорити, що після сплати суми віртуальний партнер перестав виходити на зв'язок, та жодним чином не контактував з підприємцем, до речі, знайомим лише заочно.

«Такі дії класифікуються Кримінальним кодексом України як шахрайство з використанням електронно-обчислюваної техніки. І на відміну від інших схем шахрайств, усіляких порч, гадань тощо, досить суворо караються позбавленням волі на термін від 3 до 8 років», – продовжує Є. Ходаківський.

Водночас правоохоронці запевняють, що інтернет-мережа не може приховати особистості віртуального шахрая. Технічні можливості та налагоджені механізми взаємодії з провайдерами дають змогу відслідковувати та встановлювати дані нечесних користувачів павутини, а отже, і притягувати їх до відповідальності за ошуканство людей.

Утім, декілька практичних порад, дотримання яких може вберегти від неприємних несподіванок:

1. Не залишайте на сайтах, у тому числі соціальних мережах, а також при проведенні покупок, конфіденційної інформації про себе чи свої картки.

2. Для оплати через Інтернет краще використовувати окремо заведені картки.

3. При відкритті рахунків у банківських установах краще використовувати контрактні номери мобільного зв'язку. Це значно зменшить шанси доступу шахраїв до вашого рахунку.

4. Нікому за жодних обставин не повідомляйте пін-код, паролі, коди доступу до своїх рахунків та будь-яку інформацію, яка приходить на ваш мобільний телефон у вигляді SMS-повідомлень з банку. Працівники фінустанов не проводять такі операції за телефоном.

6. Лише ваша уважність та пильність убереже вас від шахраїв.

А. Ващенко, СЗГ УМВС України в Житомирській області *(Житомирян попереджають: шахрайство в соцмережах // Замкова гора (http://zamkova.info/zhytomyrshyna/14682-zhitomiryanyan-poperedzhayut-shahraystvo-v-socmerezah.html). – 2013. – 21.03).*

Известный аферист Ф. Эбегнейл, чьи «подвиги» стали основой голливудского блокбастера С. Спилберга под названием «Поймай меня, если сможешь», высказал свое мнение об опасностях, скрывающихся в соцсетях типа Facebook.

Ф. Эбегнейл отметил, что личная информация, опубликованная на страницах пользователей в соцсетях, является отличной добычей для злоумышленников, задумавших так называемую «кражу личности». По мнению Ф. Эбегнейла, дети и взрослые должны быть в курсе риска, который влечет за собой раскрытие персональных данных в сети Интернет. Названный самым великим аферистом в мире, Ф. Эбегнейл половину подростковых лет провел в бегах, как обманщик, фальсификатор и мошенник. На данный момент 64-летний мужчина является консультантом по безопасности американских правоохранительных органов, среди которых ФБР.

По словам Ф. Эбегнейла, из Facebook можно получить слишком много личной информации об определенном человеке – к примеру, соцсеть позволяет мошенникам получить историю «лайков» с целью исследовать личную информацию, образ жизни и персональные качества «жертвы». Он предупредил, что выкладывать на страницах соцсетей фотографии в стиле тех, что используются в различных документах (паспорт, права и т. д.), не стоит. «Если вы скажете мне вашу дату рождения и где вы родились, то ваша анкета на Facebook на 98 % гарантирует мне успех в краже вашей личности», – добавил аферист.

Он также подчеркнул, что то, чем он «занимался 40 лет назад, будучи подростком, сделать сейчас в 4 тыс. раз легче за счет современных технологий». Журналисты, впрочем, не преминули отметить, что трое сыновей Ф. Эбегнейла активно пользуются соцсетями (*Знаменитый аферист предупредил об опасностях соцсетей // InternetUA (<http://internetua.com/znamenitii-afelist-predupredil-ob-opasnostyah-socsetei>). – 2013. – 26.03*).

Сервис, созданный пару лет назад, «сыграл» только недавно.

В качестве доказательства скандальных записей многие пользователи предпочитают делать скриншоты, на случай их удаления. Сайт Lemme Tweet That For You позволит создать фальшивую запись в Twitter от имени любого аккаунта буквально за несколько секунд.

Ресурс представляет собой простую форму, в которую можно вписать любой текст (лимита символов нет), выбрать нужное число ретвитов и добавлений в избранное (появятся даже аватарки пользователей, как будто сделавших это) и, наконец, вписать адрес аккаунта, от лица которого человек хочет сделать заявление. Система автоматически подгрузит имя этого пользователя, его аватар и фон. После этого остается только сделать скриншот и можно начать распространять эту фальшивку. Правда, сохранить все в тайне

не получится – сервис позволяет просмотреть последние созданные при помощи сайта записи.

Поддельные твиты могут свести с ума весь Интернет.

Сервис был создан несколько лет назад одной маркетинговой компанией, правда, особого внимания этот проект тогда не привлек. Сайт начал набирать популярность только недавно. Правда, если хорошенько присмотреться к созданным при помощи инструмента твитам, можно заметить отличия от настоящих записей. Дело в том, что ресурс не обновляют, а дизайн Twitter за это время успел немного измениться.

Конечно, этой возможности можно найти как забавные, так и опасные применения. В последние годы Twitter превратился в важный инструмент, сильно влияющий на общество (*Сервис, созданный пару лет назад, «сыграл» только недавно // InternetUA (<http://www.imena.ua/blog/falsetwit>). – 2013. – 27.03*).

Facebook опять поймали на накрутке «лайков».

А. Зелинский, журналист блога Imena.UA, обнаружил очередное подтверждение манипуляции с «лайками» в социальной сети Facebook. Предположительно, «накрутка» осуществляется для создания привлекательности соцсети как рекламной площадки.

Разговоры о том, что соцсеть использует ботсеть из фальшивых аккаунтов для создания активности и «мотивации рекламодателей» давно ходят в Интернете. Те, кто дают рекламу в Facebook, часто замечают, что на их страницы подписываются «странные люди». Опытный рекламист легко может отличить аккаунт живого человека от бота.

Но случаи использования аккаунтов реальных людей для подобных целей пока единичны. Однако они есть. И это один из них.

«Я не использовал этот аккаунт около года. И вообще, я не очень активно использую Facebook. За всё время заходил в него несколько раз и “лайкнул” буквально пару страниц своих друзей», – рассказал А. Зелинский, журналист Imena.UA. – «А сегодня я обнаружил у себя в профиле более 590-ти “лайкнутых” страниц, которые скрыты в разделе “Избранное”. Это даёт основание предположить, что Facebook использует неактивные аккаунты для “накрутки” числа подписчиков».

Напомним, что это не первая махинация с «лайками», в которой уличают администрацию социальной сети. В июне 2012 г. в Facebook разразился крупный скандал, когда выяснилось, что администрация, с целью продажи рекламы, не гнушается заводить фальшивые аккаунты и добавлять «лайки» просто из административного интерфейса. А также Facebook сознался, что искусственно занижает рейтинг пользователям (*Facebook опять поймали на накрутке «лайков» // Imena.UA (<http://www.imena.ua/blog/facebookfake>). – 2013. – 27.03*).

Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»

Twitter составил черный список.

Иностранные интернет-ресурсы начали по просьбе Роскомнадзора ограничивать доступ к записям, содержащим запрещенный контент. Первым уже заблокировал для российских пользователей несколько блогов Twitter, однако с их содержанием все еще можно ознакомиться, заходя на них с зарубежных IP-адресов.

С марта администрация сервиса микроблогов Twitter начала сотрудничать с Роскомнадзором, ограничивая доступ к сообщениям пользователей, попавшим в черный список сайтов с запрещенной информацией, сообщило ведомство. Twitter заблокировал пять информационных материалов, два из которых – «за содействие распространению наркотиков» (в том числе удален аккаунт, рекламирующий сеть распространения наркотических веществ) и три – «за пропаганду суицидальных настроений». Для российских пользователей Twitter доступ к заблокированным записям закрыт, с зарубежных IP-адресов – продолжает быть открытым.

Переговоры с Twitter начались при появлении первых жалоб на сообщения на сервисе микроблогов, но они осложнились отсутствием у администрации Twitter практики взаимодействия с иностранными органами власти в части, касающейся удаления или ограничения противоправного контента, следует из сообщения Роскомнадзора. Сейчас же сформирован алгоритм, позволяющий обрабатывать запросы Роскомнадзора в Twitter в приемлемые для российской стороны сроки. В Twitter на запрос «Ъ» не ответили.

С 1 ноября 2012 г. вступила в силу часть Закона «О защите детей от вредной информации», вводящая реестр запрещенных интернет-ресурсов (ФЗ-139). Под определение запрещенного контента подпадает детская порнография, пропаганда наркотиков и информация, побуждающая детей к самоубийству или причинению вреда своему здоровью (в этом случае возможна досудебная блокировка сайтов). Оператором реестра был назначен Роскомнадзор. По данным ведомства на 15 марта, с 1 ноября 2012 г. прислано 33 288 заявок на внесение веб-ресурсов в реестр, в нем содержится 4274 записи (из них по IP-адресу – 536), исключено из реестра – 1955 записей.

«Мы ведем переговоры с любым значимым ресурсом вне зависимости, российский он или иностранный, – пояснил официальный представитель Роскомнадзора В. Пиков. – Переговоры начинаем в тот момент, когда получаем ссылки на информацию, попадающую в наш реестр». Блокировок информации на ресурсах в зонах .com, .biz, .info было «довольно много», отмечает он, не конкретизируя, сколько, а вот «Facebook не попадал в реестр ни разу». Отслеживает ли Facebook запрещенный российским законом контент, представитель соцсети в России Е. Скоробогатова прокомментировать отказалась.

«Роскомнадзор неоднократно проводил консультации с представителями крупнейших сервисов IT-индустрии по этому поводу», – подтвердила «Ъ» руководитель пресс-службы LiveJournal Е. Пахомчик. Технические средства «Живого журнала» также в случае необходимости позволяют ограничить доступ к конкретным записям на территории РФ – вместо них отображается заглушка, причем в остальных странах информация по-прежнему будет доступна. Так, например, было недавно с одной из записей блогера Р. Адагамова. Руководитель LiveJournal Russia И. Дронов в январе у себя в блоге объяснял политику сервиса следующим образом: «Либо блокировать легитимный по правилам ЖЖ контент, либо заблокируют доступ ко всему ЖЖ на территории РФ».

О том, что Twitter будет избирательно блокировать сообщения пользователей в отдельных странах, чтобы они не нарушали принятые там нормы, стало известно в конце января 2012 г. Тогда администрация сервиса в своем блоге пояснила, что по мере расширения сервиса он становится доступен в странах, где иначе смотрят на границы свободы выражения: «...в некоторых странах – настолько, что там Twitter существовать не может. В других же понятие о свободе выражения похоже на наше, но в силу исторических или культурных факторов определенный тип контента там запрещен – к примеру, во Франции и Германии запрещена пропаганда нацизма», – говорилось в сообщении (*Twitter составил черный список // Media бизнес* (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/34214/118/lang,ru/>). – 2013. – 18.03).

На российского журналиста завели дело за сообщение в ЖЖ.

На журналиста российской «Новой газеты» А. Бабченко завели уголовное дело за сообщение в ЖЖ. Об этом в своем блоге сообщил сам журналист.

Сообщение, за которое было возбуждено дело, называется «Пара мыслей о тактике в марте». В нем автор рассуждает о протестном движении.

«Лента уже вторые сутки буквально кипит от “Белого Круга”. Как и любую иную несогласованную акцию – всячески поддерживаю, яростно плюсюю и всеми руками за. Молодцы! Такие акции визуализируют протест, вовлекают в него новых участников, а главное, поддерживают протестное настроение на довольно высоком градусе. Это хорошо.

Но это хорошо лишь как второстепенная акция поддержки. Это флэш-моб, выступление команды чир-лидерс, а отнюдь не сам бой за чемпионский титул. С политической точки зрения – как тоже отмечают многие в ленте – эффект от этого стояния равен нулю», – говорится в сообщении.

Как пишет lenta.ru, уголовное дело завела прокуратура Москвы по запросу члена Общественной палаты Б. Якеменко. А. Бабченко подозревают в призывах к массовым беспорядкам (ч. 3 ст. 212 Уголовного кодекса). Максимальное наказание по этой статье составляет два года лишения свободы

(На российского журналиста завели дело за сообщение в ЖЖ // Фокус (<http://focus.ua/foreign/264584/>). – 2013. – 20.03).

Мужчина оскорбил девушку на ее странице «ВКонтакте» и получил штраф в 500 тыс.

Витебчанин заплатил штраф за оскорбление девушки в социальной сети. Об этом пишет БЕЛТА со ссылкой на помощника прокурора Октябрьского района города А. Млечко. В конце декабря 2012 г. 39-летний житель областного центра оставил нецензурное мнение о личности наглядно знакомой девушки 1992 г. на ее персональной страничке в социальной сети «ВКонтакте».

В ответ девушка сделала распечатку странички и написала на обидчика заявление в правоохранительные органы. При проведении первоначальной проверки милиции дело об административном правонарушении было прекращено, однако затем в ходе прокурорского надзора возобновлено. Факт оскорбления подтвердился, в том числе самим обидчиком.

За оскорбление личности мужчина привлечен к ответственности с наложением штрафа в размере 500 тыс. руб. (пять базовых величин) по ст. 9.3 Кодекса об административных правонарушениях Беларуси (*Мужчина оскорбил девушку на ее странице «ВКонтакте» и получил штраф в 500 тыс. // InternetUA (<http://internetua.com/mujcsina-oskorbil-devushku-na-ee-stranice--vkontakte--i-polucsil-shtraf-v-500-tisyacs>). – 2013. – 20.03).*

Союз еврейских студентов Франции (UEJF) подал иск на сумму 38,5 млн евро против сети микроблогов Twitter в связи с невыполнением ею предписания суда предоставлять информацию об авторах расистских или антисемитских сообщений на сайте.

Об этом сообщает «РИА Новости», ссылаясь на Франс Пресс.

Отметим, ранее члены UEJF обратились в суд в связи с появлением в Twitter антисемитских сообщений с хэштегами #unbonjuif и #unjuifmort («хороший еврей» и «мертвый еврей»). Вызвавшие возмущение сообщения были удалены, однако адвокаты союза своего заявления не отозвали. Кроме того, позднее появились сообщения с хэштегами #unbonnoir («хороший черный») и #siJetaisNazi («если бы я был нацистом»).

В январе текущего года парижский суд обязал Twitter предоставлять информацию об авторах данных сообщений. Также суд удовлетворил другое требование студентов, потребовавших от Twitter разработать механизмы, позволяющие сообщать о противозаконных «твитах» в правоохранительные органы.

По словам главы Союза еврейских студентов Франции Д. Хаюна, руководство Twitter с безразличием отнеслось к решению суда и проигнорировало предписание в течение двух недель предоставить

информацию о пользователях сети микроблогов, которые используют расистские высказывания в своих «твитах».

«Защищая анонимность авторов этих “твитов”, они (руководство Twitter) становятся сообщниками и предоставляют площадку для расистов и антисемитов», – приводит агентство слова Д. Хаюна (*Еврейские студенты Франции решили выбить из Twitter почти 40 млн евро // Комментарии (<http://comments.ua/world/393912-evreyskie-studenti-frantsii-reshili-vibit.html>). – 2013. – 21.03).*

«ВКонтакте» заблокировала сообщества «детской моды»

Социальная сеть «ВКонтакте» заблокировала сообщества «детской моды», на которые обратили внимание блогеры и борцы с педофилами. Когда именно были закрыты сообщества, неизвестно, но 23 марта 2013 г. указание на это появилось в «дружественной» им группе.

При попытке открыть два популярных сообщества (посвященных девочкам и мальчикам) выводится сообщение о том, что они были заблокированы по просьбе Роскомнадзора. Такое же предупреждение висит на странице как минимум еще одного аналогичного сообщества, а группа, на которую ранее ссылались СМИ, оказалась пустой и была переименована.

Представители «ВКонтакте» не стали уточнять, в какой форме поступила просьба. Адреса сообществ на момент написания заметки не значились в реестре запрещенных сайтов, в который, в частности, попадают страницы с детской порнографией.

Как следует из копий закрытых по просьбе Роскомнадзора сообществ в кэше «Яндекса», 15 марта они объявили о поддержке движения натурастов и нудистов (в частности, в них были размещены фотографии взрослых и детей-нудистов из соответствующего сообщества). Само это сообщество на момент написания заметки оставалось доступным.

С критикой в адрес сообществ «детской моды» 13 марта выступил уполномоченный по правам ребенка в России П. Астахов. По его словам, на страницах публикуются фотографии из «разгромленных в свое время Интерполом подпольных порностудий в Украине», а некоторые из снимков детей были размещены в открытом доступе без разрешения родителей. В связи с этим П. Астахов попросил Генпрокуратуру проверить сообщества, а также пообещал инициировать их обсуждение в Роскомнадзоре.

На сообщества «детской моды» в середине февраля обратили внимание пользователи юмористического сайта Рikabu. Блогеры присоединились к обсуждению в начале марта (в их числе – бывшая пресс-секретарь движения «Наши» К. Потупчик, журналистка К. Собчак и певица В. Дайнеко). Пользователи предполагали, что страницы предназначены для педофилов, указывая на откровенные позы и наряды детей на фотографиях. Формально сообщества были посвящены детской одежде. Поддержка «ВКонтакте» в феврале отмечала, что их содержание не нарушает правил соцсети, поэтому

страницы не могут быть закрыты (*«ВКонтакте» заблокировала сообщества «детской моды» // InternetUA (<http://internetua.com/vkontakte--zablokirovala-soobschestva--detskoi-modi>). – 2013. – 25.03).*

Засновник соціальної мережі «ВКонтакте» П. Дуров тісно співпрацює зі спецслужбами і Кремлем в їх боротьбі з опозицією – про це пише російська «Новая газета», публікуючи лист П. Дурова В. Суркову. Лист було написано в грудні 2011 р. одразу після масових мітингів на Болотній площі (тоді В. Сурков був першим заступником керівника Адміністрації президента РФ).

У листі П. Дуров нібито завіряє В. Суркова у своїй повній лояльності і пропонує допомогу. Людиною, яка була фактично зв'язковим між АП та П. Дуровим, як стверджується в публікації, був В. Циплухін, який в той час очолював прес-службу «ВКонтакте». Газета взяла коментар й у самого В. Циплухіна, який очікувано спростував інформацію, викладену в публікації. За його словами, П. Дуров теж вважає публікацію «повною нісенітницею» і «маячнею».

У листі П. Дуров пише, що «Ми вже декілька років співпрацюємо з ФСБ і відділом “К” МВС, оперативно видаючи інформацію про тисячі користувачів нашої мережі».

Також у листі йдеться про те, що блокувати опозиційні групи безглуздо, тому що нав'язана (судячи з усього) модель поведінки «ВКонтакте» «приведе лише до виникнення у американців серйозної конкурентної переваги, кінцевим результатом якої стане втрата контролю з нашого з Вами боку». Натомість «ВКонтакте» пропонує блокувати окремих радикально налаштованих користувачів.

В. Циплухін теж писав листи і хвалився в них тим, що налаштовував окремі опозиційні групи одні проти одних.

П. Дуров у свою чергу пропонує Кремлю визначитися – продовжувати «непрямий контроль за Рунетом» або «почати блокувати інтернет-ресурси на загальнонаціональному рівні по китайській моделі». Проміжний шлях часткової цензури, на жаль, має недоліки обох підходів, не маючи жодної з їх переваг: невдоволені зберігають в Інтернеті майданчика для масової координації своїх дій, але на додаток отримують привід звинуватити владу в цензуруванні Інтернету, пише П. Дуров В. Суркову.

Цікаво, що в той же час, коли нібито писались вище зазначені листи, Lenta.ru опублікувала лист П. Дурова, направлений у редакцію видання, про цензуру та мітинги. Перед тим як написати цього листа, П. Дуров оприлюднив своє листування зі співробітниками ФСБ, з якої з'ясувалося, що спецслужби напередодні масових мітингів протесту просили в соціальної мережі закрити опозиційні групи, а П. Дуров їм у цьому відмовив. Вчинок П. Дурова називали сміливим, а його самого записували в прибічники політичної опозиції.

Ось кілька цитат з листа П. Дурова, опублікованого на Lenta.ru:

«Разговоры о голосованиях, выборах, митингах и гражданской позиции мы считаем формой массового развлечения, наряду с обсуждением футбольных матчей и игрой в Счастливого Фермера....

...внезапная просьба чиновников петербургского ФСБ блокировать оппозиционные сообщества. Фактически это было предложение добровольно дать фору всем конкурирующим площадкам, выдавив на них активную и пассионарную часть аудитории. Конкуренция на глобальном рынке социальных сетей без возможности удовлетворить спрос на свободное общение – это соревнование по боксу со связанными руками. Если иностранные сайты продолжают существовать в свободном поле, а российские начинают цензурироваться, рунет может ожидать только медленная смерть.

Чтобы обеспечить условия игры, при которых такие запросы немыслимы, я привлек внимание аудитории и других интернет-компаний, а затем высших государственных чиновников к запросам петербургского ФСБ. Подобные действия не стоит воспринимать как невинную ошибку. Если мы хотим сохранить отечественную интернет-индустрию, запросы на блокировку оппозиции неприменимы. По крайней мере, до тех пор, пока мы не научились побеждать в боксе, не используя рук...» (*В Росії розгорівся скандал – засновник «ВКонтакте» Дуров добровільно допомагає ФСБ // Замкова гора (<http://zamkova.info/world/14760-v-rosyi-rozgorvsya-skandal-zasnovnik-vkontakte-durov-dobrovlno-dopomagaye-fsb.html>). – 2013. – 27.03*).

Переховуєшся від військомату? Залиш соцмережі!

У Дніпропетровську залучили соцмережі на службу в армії. Завдяки мережі військомат розшукає призовників, які ухиляються від служби.

Всім, хто ухиляється, лишають повідомлення. Задля вражаючого ефекту, юнакам розповідають історії про тих, хто від армії переховується. Така робота в мережі вже дала результати – 50 юнаків після інтернет-повістки прийшли на дільниці призову. Військомат вже навіть додають у «друзі», а дівчата ставлять «лайки».

Військові говорять – це дешевше, ніж відправляти повістку поштою. Тим паче, багато хто мешкає не за місцем реєстрації.

«Безумовно, як в усіх соціальних мережах, як на всіх подібних сайтах, є і троллінг, і інші явища. Але це незначний відсоток, бо ми не ведемо агресивної поведінки. Ми, навпаки, намагаємося допомогти молодим людям», – переконує заступник військового комісара Дніпропетровського обласного військомату С. Полуциган (*Переховуєшся від військомату? Залиш соцмережі! // Дніпроград (<http://dniprograd.org/ua/news/society/15102>). – 2013. – 27.03*).

«Ростелеком» заблокував «ВКонтакте» и «Одноклассников» за екстремизм.

Как сообщает AIN.UA, ряд российских СМИ сообщил, что интернет-провайдер «Ростелеком» заблокировал пользователям доступ к социальным сетям «Одноклассники» и «ВКонтакте». При попытке открыть сайты выдается сообщение о блокировке в связи с решением суда, признавшим ресурсы экстремистскими. Информация основана на поступивших сообщениях в Twitter от пользователей «Ростелекома», которые с 10 утра по мск не могут зайти во «ВКонтакте».

Ранее стало известно, что по тем же причинам недоступна и социальная сеть «Одноклассники», правда только в одной Орловской области. Пользователи «Ростелекома» в других областях, по-видимому, не испытывают затруднений с доступом в соцсеть.

Впрочем, в «Одноклассниках» факт блокировки опровергают: представитель компании М. Лапук в комментарии Roem.ru сообщила, что в Орловской области сайт социальной сети работает.

Из ряда источников поступила информация о том, что блокировке на некоторых локациях подверглись также популярные ресурсы Livejournal, YouTube. Сайты якобы попали в реестр запрещенных за экстремизм, но были удалены из него в тот же день, а «Ростелеком» среагировал чересчур оперативно и успел ввести блокировку.

На сайте Министерства юстиции РФ нашелся перечень материалов, из-за которых произошла блокировка всей соцсети:

Есть аналогичный список и по «Одноклассникам»:

Пока не сообщается, возобновил ли уже Ростелеком доступ к сайтам социальных сетей.

Напомним, в «Новой Газете» были опубликованы письма, якобы написанные П. Дуровым и В. Цыплухиным, смысл которых сводится к сотрудничеству социальной сети «ВКонтакте» с Кремлем. На эту тему вчера высказались в Рунете все, причастные хоть как-то к «ВКонтакте» и нет (*«Ростелеком» заблокировал «ВКонтакте» и «Одноклассников» за экстремизм // AIN.UA (<http://ain.ua/2013/03/28/118611>). – 2013. – 28.03*).

Шифрованные системы передачи сообщений в сети, такие как Skype, Viber или WhatsApp, могут оказаться под запретом в Саудовской Аравии, где с соответствующей инициативой выступил национальный телекоммуникационный регулятор

Об этом сообщает «CyberSecurity».

Регулятор настаивает на том, что существует «реальная необходимость» в мониторинге подобного трафика, однако правозащитные организации говорят, что подобная мера может значительно ограничить права граждан.

Саудовская пресса сегодня сообщает о том, что компаниям, предоставляющим подобные услуги на территории страны, дана неделя для официальных возражений. Кроме того независимая пресса отмечает, что власти

не объяснили, в связи с чем именно возникла «реальная необходимость» мониторинга трафика сообщений.

Также издания сообщают, что местные интернет-провайдеры уже выступили против данной инициативы, так как сочли ее направленной против их клиентов. Напомним, что несколько лет назад Саудовская Аравия уже воевала с BlackBerry, настаивая на том, чтобы канадская компания предоставила доступ к сообщениям местных пользователей одноименной системы. Тогда заявлялось, что это необходимо по соображениям безопасности.

Британский телеканал BBC сообщает, что саудовские блогеры также высказались против данной меры, так как считают ее неконституционной и антисоциальной. Подавляющее большинство блогеров видят в данной инициативе политическую подоплеку. Многие блогеры пишут, что подобные меры не только антисоциальны, но и просто бесполезны, так как чисто технически невозможно заблокировать или мониторить все существующие мессенджеры или системы коммуникаций, ведь все они работают с собственными особенностями (*Саудовская Аравия хочет мониторить Skype и другие мессенджеры // InternetUA (<http://internetua.com/saudovskaya-araviya-hocset-monitorit-Skype-i-drugie-messendjeri>). – 2013. – 27.03*).

Социальная сеть Facebook удалила с ресурса «запрещенную информацию, из-за которой (сеть) могла быть заблокирована в России». Об этом сообщают СМИ со ссылкой на пресс-секретаря Роскомнадзора В. Пикова.

На одной из страниц в социальной сети были обнаружены материалы, которые были признаны экспертной комиссией содержащими призыв к совершению суицида. Роскомнадзор в четверг, 28 марта 2013 г., направил обращение руководству интернет-ресурса с требованием удалить эту информацию, и руководство оперативно отреагировало.

«Facebook уже удалил информацию», – сказал представитель ведомства, отвечающего за ведение реестра сайтов, содержащих запрещенную к распространению в РФ информацию.

По закону, интернет-ресурс подлежит блокировке, если запрещенная информация не будет удалена в течение трех дней со дня отправки уведомления.

Реестр запрещенных сайтов заработал в России с 1 ноября 2012 г., в него попадают интернет-страницы с материалами, содержащими признаки детской порнографии, информацию о наркотиках и призывы к суициду.

Решение о включении ресурсов в «черный список» принимают Федеральная служба по контролю за оборотом наркотиков, Роспотребнадзор и сам Роскомнадзор.

В Роскомнадзоре неоднократно подчеркивали, что с крупными мировыми интернет-компаниями по этому вопросу удалось установить диалог, и полная блокировка таких интернет-площадок в России маловероятна.

В большинстве случаев незаконная информация удаляется по первому требованию, еще до внесения ресурсов в «черный список».

Так, за время работы реестра в Роскомнадзор поступило более 34 тыс. обращений о нарушениях, в реестр было включено пять тысяч записей, из них две тысячи затем были удалены (*Facebook удалил информацию, из-за которой ресурс могли заблокировать в России // Версии.com* (<http://www.versii.com.ua/news/276060/>). – 2013. – 29.03).

Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки

Интернет находится под влиянием «плохих зон».

Около 50 % всей нежелательной почты в сети проходит от всего лишь 20 % интернет-провайдеров (ISP), обнаружило исследование.

В результате проведенного исследования, более чем 42 тыс. провайдеров попытались сопоставить «чистые и плохие районы», чтобы помочь определить источники вредоносной почты.

Исследователи в Голландии обнаружили, что во многих случаях, провайдеры специализируются, в частности, на угрозах для Вашего ПК, таких как спам и фишинг.

Методы того, как эффективно помешать атакам и предсказать их цели также были предложены в ходе исследования.

Масштабное исследование было проведено для того, чтобы помочь тонким настройкам компьютерной безопасности, которые внимательно изучают сетевые адреса электронной почты и другие сообщения, чтобы заблокировать их в том случае, если они являются нежелательными.

В своем анализе Д. Мора, который учился в университете Твенте, обнаружил, что некоторые сети могут быть классифицированы как «плохие районы», потому что, как и в реальном мире, они находятся в местах, где вредоносная активность является более вероятной.

Исследователь обнаружил, что из 42 201 провайдеров около 50 % всего спама, фишинг-атак и других вредоносных сообщений пришло от всего 20.

Многие из этих сетей были сосредоточены в Индии, Вьетнаме и Бразилии (*Интернет находится под влиянием «плохих зон» // NovostiUA* (<http://novostiua.net/techniks/33178-internet-nahoditsya-v-poiske-plohih-zon.html>). – 2013. – 16.03).

Британський хакер вкрав у ООН квоти на вуглекислий газ.

Британський суд Кінгстон-апон-Темс засудив британського хакера М. Беддоуса до 3,5 років в'язниці за крадіжку документів, які дають квоти на вуглекислий газ, з комп'ютерної мережі ООН (<http://ua.korrespondent.net/world/1528008-britanskij-haker-vkrav-u-oon-kvoti-na-vuglekislij-gaz>).

Як повідомляють іноземні ЗМІ, М. Беддоуса засудили до двох років і дев'яти місяців ув'язнення безпосередньо за скоєні ним злочини і ще до дев'яти місяців за те, що, перебуваючи під вартою в очікуванні вироку, він отримав доступ до Інтернету і передав по мережі зображення.

Крім того, було винесено вироки особам, які найняли хакера. 38-річний Д. Рандхава проведе за ґратами 21 місяць, а його спільник Д. Сангха отримав рік в'язниці, два роки випробувального терміну, штраф у тисячу фунтів стерлінгів і 120 годин громадських робіт.

Нагадаємо, М. Беддоус був арештований у листопаді 2011 р., і, як з'ясувалося, діяв із червня. Він створив вірус, за допомогою якого вкрав з реєстру Механізму чистого розвитку ООН, розташованого в німецькому Бонні, 426108 квот на Сертифіковані скорочення викидів. Вартість вкрадених квот, що надають державам право на певний обсяг викидів вуглекислого газу, оцінювалася в 3,2 млн фунтів.

Крім того, хакер вкрав з іспанського реєстру 350 тис. квот (загальною вартістю близько 4,5 млн дол.) на викиди вуглекислого газу і перевів їх британському брокеру. Той зміг продати понад 8 тис. цих квот невідомому третій особі (як пише The Telegraph, компанії BP) за 80 тис. фунтів стерлінгів (близько 120 тис. дол.). Також у М. Беддоуса були знайдені дані 3 тис. кредитних карт і скани особистих документів семи осіб, громадян США, Канади, Великобританії та Нідерландів.

М. Беддоус переховувався під псевдонімами Black Dragon, Cyber Commander і Secret Squirrel. Хакеру висунули звинувачення за 35 пунктами, але суддя визнав доведеними тільки 13 випадків.

Нагадаємо також, що квоти на парниковий газ виділяються в рамках Кіотського протоколу. Держави можуть продавати квоти, якщо їх обсяг викидів нижче передбаченого. Сертифікат на тонну вуглекислого газу коштує від 8 до 12 фунтів стерлінгів (*Британський хакер вкрав у ООН квоти на вуглекислий газ // Корреспондент.net (http://ua.korrespondent.net/world/1528008-britanskij-haker-vkrav-u-oon-kvoti-na-vuglekislj-gaz). – 2013. – 20.03).*

Названы самые популярные категории персональных данных, которые «выманиваются» в Интернете.

По информации Государственной службы по вопросам защиты персональных данных, наиболее часто персональные данные обрабатываются в рамках таких процессов, как заполнение анкет, регистрация и получение логина и пароля на сайте, регистрация с использованием учетной записи социальной сети, предоставление электронного адреса посетителя для обратной связи.

«Кроме того в сети отслеживаются и особенности поведения пользователей. Для этого к компьютеру пользователя направляются куки первой и куки третьей стороны, а также осуществляется сбор в базах веб-ресурсов детальной информации о посещенных страничках», – сказал на открытом заседании расширенной коллегии Государственной службы по вопросам защиты

персональных данных заместитель главы коллегии В. Козак (*Названы самые популярные категории персональных данных, которые «выманиваются» в Интернете // NewsOboz (http://newsoboz.org/it_tehnologii/nazvany-samyepopulyarnye-kategorii-personalnyh-dannyh—20032013153800). – 2013. – 20.03).*

Акаунт всевітньої медіа-корпорації BBC у Twitter був зламаний групою хакерів, які називають себе Сирійська електронна армія. За даними Вести.Ru, про це повідомляють іноземні ЗМІ з посиланням на заяву BBC (http://ua.korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1529758-akkaunt-bbc-u-twitter-atakuvali-sirijski-hakeri).

Як повідомляють Вести.Ru, був зламаний Twitter-акаунт BBC, який відповідає за стрічку новин погоди від інформаційного гіганта. За даними джерела, користувачі помітили низку дивних твітів, таких як «саудівська метеостанція перестала працювати після зіткнення з верблюдом» або «хаотичний прогноз погоди для Лівану, оскільки уряд вирішив дистанціюватися від Чумацького шляху», які з'явилися в інформаційній стрічці у другій половині четверга.

Джерело зазначає, що на цю стрічку підписані близько 60 тис. користувачів і на даний момент повідомлення дивного змісту про безглузді погодні умови в країнах Близького Сходу видалені модераторами BBC.

Представники медіа-корпорації повідомили, що робота погодного Twitter-акаунта на сьогодні нормалізована, і вибачилися у зв'язку із ситуацією, що виникла.

Повідомляється також, що Сирійська електронна армія поширювала і повідомлення на підтримку президента Сирії Б. Асада, але, в основному, в інших Twitter-стрічках BBC, які також виявилися зламани.

Раніше повідомлялося, що один із внутрішніх веб-сайтів Федеральної резервної системи США атакували хакери (*Акаунт BBC у Twitter атакували сирійські хакери // Корреспондент.net (http://ua.korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1529758-akkaunt-bbc-u-twitter-atakuvali-sirijski-hakeri). – 2013. – 22.03).*

Хакери зламали акаунт найбільшого французького інформаційного агентства.

Акаунт інформаційного агентства Франс Пресс у соціальній мережі Twitter був зламаний невідомими хакерами (http://ua.korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1531308-hakeri-zlamali-akkaunt-najbilshogo-francuzkogo-informacijnogo-agentstva).

«У вівторок, починаючи з 17:45, акаунт агентства @AFPPHOTO для розміщення фотографій у Twitter був зламаний. Розміщені там документи не стосуються агентства», – ідеться в заяві керівництва Франс Прес.

До того як роботу акаунта було призупинено, на сторінці з'являлися фотографії, пов'язані зі збройним конфліктом у Сирії. Зокрема хакери розмістили тут зображення загиблих у Сирії іракських журналістів.

Агентство зазначає, що намагається якомога швидше відновити нормальну роботу свого ресурсу.

Відповідальність за кібератаку поки не взяло жодне з хакерських або екстремістських угруповань.

Нагадаємо, минулого тижня сирійські хакери атакували акаунт BBC у Twitter (*Хакери зламали акаунт найбільшого французького інформаційного агентства // Корреспондент.net (http://ua.korrespondent.net/business/mmedia_and_adv/1531308-hakeri-zlamali-akaunt-najbilshogo-francuzkogo-informacijnogo-agentstva). – 2013. – 25.03).*

Крупнейшая в истории атака на Spamhaus затормозила передачу данных в Интернете.

Крупнейшая хакерская атака в истории снизила скорость передачи данных в Интернете. Об этом 27 марта сообщает lenta.ru.

Мишенью атаки стала компания Spamhaus – организация с офисами в Лондоне и Женеве, занимающаяся противодействием рассылке спама. Для этого Spamhaus ведет базу данных, в которую заносятся серверы, используемые для рассылки спам-сообщений. Также компания поддерживает несколько сервисов, блокирующих рассылки с подозрительных серверов.

27 марта стало известно, что серверы Spamhaus подверглись «крупнейшей DDoS-атаке в истории». Нападение началось в середине марта и, по всей видимости, продолжается до сих пор. Мощность DDoS-атак составляет 300 гигабит в секунду, при том, что мощности в 50 гигабит в секунду хватает для того, чтобы вывести из строя инфраструктуру крупной финансовой организации.

Как предполагают специалисты, вывод из строя блокировщиков Spamhaus сделал другие сайты в сети более уязвимыми для DDoS-атак. В результате были затронуты миллионы компьютеров и серверов по всему миру.

Расследованием инцидента занимаются специалисты из пяти разных стран. Представители Spamhaus обвиняют в организации атак голландскую компанию Cyberbunker. Некоторое время назад Spamhaus заблокировала ее серверы в связи с подозрениями, что компания предоставляет хостинг спамерам. Представители Cyberbunker обвинили Spamhaus в злоупотреблении полномочиями.

В Spamhaus уверяют, что DDoS-атаки по заказу Cyberbunker организовали хакеры из России и ряда стран Восточной Европы (*Крупнейшая в истории атака на Spamhaus затормозила передачу данных в Интернете //*

IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/24502-krupnejshaya-v-istorii-ataka-na-spamhaus-zatormozila-peredachu-dannykh-v-internete.html>). – 2013. – 25.03).

Хакеры взломали сайт Управления государственной автомобильной инспекции УМВД Хмельницкой области.

По состоянию на 9:50 25.03.2013 вместо всех рубрик, новостей, текстов на сайте присутствует надпись «Hacked By Team MosTa AlgeriaN HackeR», что дословно означает «Взломан командой Моста алжирских хакеров».

Отметим, что ранее группа MosTa во взломе украинских сайтов замечена не была. Хотя, другие алжирские хакеры были замечены в нашей стране. Так, весной 2012 г. был взломан сайт Минобразования Крыма. Тогда там красовалась надпись «HaCkEd by SnIpEr*39» (*Хакеры взломали сайт ГАИ Хмельниччины // Обозреватель (<http://auto.obozrevatel.com/news/92701-hakeryi-vzломali-sajt-gai-hmelnichchinyi.htm>). – 2013. – 25.03).*

Facebook использует для таргетинга не только вашу информацию из профайла

Для того чтобы точнее подобрать объявление для показа, соцсеть обращается к внешним источникам данных о пользователях.

В конце февраля 2013 г. Facebook объявил о партнерстве с четырьмя компаниями (Acxiom, Datalogix, Epsilon и BlueKai), которые собирают данные о пользовательском поведении тех, кто пользуется различного рода картами лояльности.

Россиянам бить панику рано – речь идёт лишь о пользователях, которые живут в США.

«Наша цель заключается в повышении эффективности маркетинговых кампаний в Facebook», – отметил в интервью The New York Times Г. Раджарам, директор по рекламным продуктам Facebook.

Эксперты отмечают, что после довольно неудачного выхода на рынок акций соцсеть стремится максимально увеличить свои доходы от рекламы.

Как это работает? Например, вы, простой американский житель, приходите в супермаркет и покупаете там упаковку кукурузных хлопьев. При оплате покупки вы предъявляете бонусную карту супермаркета, на которой фиксируются данные о том, хлопья какой марки вы приобрели. Вполне вероятно, в скором времени таргетированную рекламу именно этого бренда хлопьев вы будете видеть на Facebook.

Вариант 2: вы залогиниваетесь через учётную запись Facebook на сайте интернет-магазина и покупаете там конкретный товар – будьте уверены, что именно его рекламу вам будут настойчиво показывать впрямь.

Интерес брендов к обработке пользовательских данных в последние несколько лет всё возрастает. В наших материалах мы неоднократно (1, 2) писали о big data. Использование сведений от пользователей, несомненно, даёт

свои положительные результаты, что подтверждается рядом маркетинговых кампаний – однако, в деле использования информации о клиенте крайне важно не переступить рамок закона о конфиденциальности (*Facebook использует для таргетинга не только вашу информацию из профайла // Sostav.ua (http://www.sostav.ua/news/2013/03/28/127/55854/). – 2013. – 28.03).*

Експерти «Лабораторії Касперського» зафіксували цілеспрямовану атаку на користувачів мобільних пристроїв, що працюють під управлінням операційної системи Android. Про це інформує прес-служба компанії.

Вона була націлена на тибетських, уйгурських, китайських і монгольських активістів, з телефонів яких кіберзлочинці крали списки контактів, історію повідомлень і дзвінків, геолокаційні дані та інформацію про самі телефони.

Атака проводилася в кінці березня 2013 р. і організаційно була дуже схожа на попередні, спрямовані на уйгурських і тибетських активістів. Основна відмінність полягала в тому, що на цей раз зловмисники використовували не вразливості в DOC, XLS і PDF-документах для злому комп'ютерів під управлінням ОС Windows і Mac OS, а зосередили свої зусилля на мобільних пристроях.

Зламавши поштовий акаунт відомого тибетського активіста, вони поширили фішингові листи по всьому списку його контактів. Всі подібні повідомлення мали вкладений файл, призначений для Android-пристроїв, всередині якого знаходилася шкідлива програма.

Після її дослідження фахівці «Лабораторії Касперського» дійшли висновку, що написана вона була китайськомовними хакерами – про це свідчать коментарі в програмному коді і певні характеристики командного сервера зловмисників.

«До недавнього часу цілеспрямовані атаки на мобільні пристрої не застосовувалися на практиці, хоча зловмисники дуже цікавилися цією можливістю і навіть намагалися експериментувати. Для здійснення атаки кіберзлочинці використовували троян, призначеного для крадіжки конфіденційних даних відразу у групи жертв. Зараз хакери все ще застосовують методи соціальної інженерії, змушуючи користувачів самостійно встановлювати шкідливі програми, але ми не виключаємо, що в майбутньому вони почнуть використовувати уразливості в мобільному ПО або цілі комбінації складних технологій атак», – пояснює К. Райю, керівник Центру глобальних досліджень та аналізу загроз «Лабораторії Касперського» (*«Лабораторія Касперського» виявила хакерську атаку на Android-телефони // Вголос (http://vgolos.com.ua/zhyttya/news/14055.html). – 2013. – 28.03).*

Новый вредоносный код работает через сервис Evernote.

Сетевые преступники прибегают ко все более изощренным способам создания бот-сетей и управления ими. Для преступников проблема заключается в том, что бот-сети завязаны на одном или нескольких командных серверах, при отключении командного сервера миллионы клиентских компьютеров, вошедших в сеть, становятся недоступными для злоумышленников, кроме того, часто системы базопасности компьютеров обнаруживают подозрительные коммуникации и блокируют странные коммуникации. Иными словами, перед мошенниками стоит задача по созданию необычных систем связи между ними и армией ботов-компьютеров.

В антивирусной компании Trend Micro говорят, что обнаружили подобный необычный способ коммуникации. В качестве «командного сервера» преступники использовали популярный сервис заметок Evernote, к которому обращались зараженные ПК.

Созданный бекдор, который был подселен преступниками на компьютеры пользователей, антивирусная компания Trend Micro идентифицирует, как Vernot.A. Он доставляется через исполняемый файл и размещает вредоносный код в виде динамической библиотеки. Инсталлятор также прячется в DLL-файле, чтобы скрыть процесс вредоносного кода от обнаружения. После старта бекдор начинает собирать данные о системе, а после этого он подключается к Evernote, точнее к специально созданному китайскому аккаунту, откуда операторы раздают дальнейшие команды для работы вредоноса. Здесь публикуются все технические данные, интерпретируемые кодом.

Согласно сообщению в блоге Trend Micro Threat Response, антивирусная компания обнаружила Evernote-аккаунт, когда исследовала код, в частности его методы для отправки краденных данных.

Отметим, что хакеры не в первый раз используют публичные сервисы в собственных интересах. Так, ранее они применяли сервис SkyDrive для размещения спама, а также Twitter-аккаунт для коммуникации с вредоносными кодами. Последним, в частности, прославился Mac-вредонос Flashback. В Trend Micro говорят, что подобные ходы нужны не только из-за того, что подобные сервисы обладают мощными коммуникационными каналами, но еще и благодаря тому, что такие сервисы, как SkyDrive, Dropbox, Evernote, Twitter и им подобные априори внесены в белые списки систем фильтрации трафика (*Новый вредоносный код работает через сервис Evernote // InternetUA (<http://internetua.com/novii-vredonosnii-kod-rabotaet-cserez-servis-Evernote>). – 2013. – 30.03*).

94 % необнаруживаемого вредоносного ПО распространяется через веб-приложения.

Большинство существующих антивирусных программ не способно обнаружить вредоносное ПО, загружаемое через веб-приложения.

ИБ-эксперты компании Palo Alto Networks провели исследование, главным объектом которого стал метод распространения вредоносного ПО. Согласно полученным результатам, 94 % необнаруживаемого ПО распространяется через приложения, используемые в режиме реального времени.

Исследователи подчеркнули, что большинство существующих антивирусных программ не способны обнаружить или идентифицировать ПО, которое загружается на компьютеры пользователей через веб-приложения.

Отчет, опубликованный Palo Alto, гласит, что 70 % вредоносного ПО можно использовать для того, чтобы обнаружить первоисточник распространения, а 40 % – являются всего лишь переписанным кодом уже существующего вредоносного ПО, как, например, ботнет Zeus.

Эксперты по безопасности также отметили, что FTP-протоколы чаще всего используются для распространения вирусов – около 95 % вирусов не обнаруживаются на протяжении последующих 30 дней после загрузки.

Согласно отчету, авторы вредоносного ПО стараются сделать его способным к адаптации. Например, исследователям удалось распознать 30 различных методов, с помощью которых вредоносное ПО некоторое время не обнаруживается.

Кроме того, ИБ-эксперты считают, что антивирусным компаниям следует внести некоторые изменения в свои продукты на основе фактов об уже существующем вредоносном ПО. Изменения смогут блокировать версии, созданные на основе ранее обнаруженного вредоносного программного обеспечения (***94 % необнаруживаемого вредоносного ПО распространяется через web-приложения // InternetUA (<http://internetua.com/94-neobnarujuvaimogo-vredonosnogo-po-rasprostranyaetsya-cserez-web-prilojeniya>). – 2013. – 30.03***).

Троян ransomlock научился обходить песочницы автоматизированных систем анализа угроз.

Эксперты информационной безопасности предупреждают о распространении новой модификации опасного вируса.

Согласно сообщению экспертов по информационной безопасности из антивирусной компании Symantec, им удалось обнаружить новую модификацию трояна ransomlock. Среди обновленного функционала вредоносного приложения появилась возможность обхода песочниц, содержащихся в автоматизированных системах анализа угроз.

Symantec проводил проверку образца вредоносного файла на восьми веб-сайтах, которые занимаются хостингом автоматизированных систем анализа угроз, и получил следующие результаты:

ThreatExpert зарегистрировал создание файла, изменения в реестре, а также подозрительную сетевую активность.

Еще три портала зафиксировали появление нового процесса, однако не смогли предоставить дополнительной информации.

Четыре оставшихся ресурса вовсе не смогли что-либо зафиксировать.

«Symantec продолжит вести мониторинг вредоносного кода и анализировать его функционал. Мы рекомендуем пользователям воздержаться от запуска подозрительных программ и регулярно обновлять свое антивирусное ПО до актуальных версий», – заявили эксперты (*Троян ransomlock научился обходить песочницы автоматизированных систем анализа угроз // InternetUA* (<http://internetua.com/troyan-ransomlock-naucsilsya-obhodit-pesocsnici-avtomatizirovannih-sistem-analiza-ugroz>). – 2013. – 30.03).

Украина просит США поспособствовать защите интеллектуальной собственности в Украине. Об этом говорится в сообщении пресс-службы вице-премьер-министра К. Грищенко, передают «Українські новини».

Согласно ему, К. Грищенко провел встречу с послом США в Украине Д. Теффтом.

«Сами по себе ограничительные меры государства не будут эффективными без формирования в обществе понимания того, что бесплатное скачивание фильмов или компьютерных программ ничем не отличается от кражи материальных ценностей. Важно, чтобы такие не слишком популярные меры получали необходимую информационную поддержку со стороны наших иностранных партнеров, которые особенно остро ставят вопрос борьбы с пиратством в Интернете», – говорится в сообщении.

При этом К. Грищенко отметил, что Украина увеличила внимание к проблеме нарушения прав интеллектуальной собственности и принимает необходимые шаги, как в нормотворческой плоскости, так и в сфере правового применения.

Кроме того, вице-премьер-министр подчеркнул, что на рассмотрении в Кабинете Министров в настоящее время находится проект постановления «Об утверждении порядка использования средств в 2013 г., предусмотренных государственным бюджетом на реализацию мероприятий по легализации компьютерных программ, используемых в органах исполнительной власти», который создаст механизм решения проблемы использования нелегального программного обеспечения в государственных учреждениях.

Также он сообщил, что за январь – март 2013 г. инспекторами государственной службы интеллектуальной собственности уже конфисковано больше контрафактных материальных носителей видео- и музыкальной продукции и программного обеспечения, чем за весь предыдущий год (*Украина попросила помощи у США в борьбе с пиратством // InternetUA* (<http://internetua.com/ukraina-poprosila-pomosxi-u-ssha-v-borbe-s-piratstvom>). – 2013. – 31.03).

НБУ: украинцы «отдали» кибермошенникам 11 млн грн.

В прошлом году мошенники украли с банковских платежных карт украинцев 11 млн грн. Директор департамента платежных систем НБУ Н. Лапко считает, что это не очень большая цифра. Об этом она сообщила на заседании негосударственной общественной организации «Лига финансового развития», передает «ГолосUA».

«Цифра мошеннических операций у нас на сегодня очень небольшая. Я вам назову цифру и, конечно, она покажется вам местами смешной: это цифра меньше 2-х тысячных процента. В 2012 г. банки показали потери от мошеннических операций. Это 0,0015 % от общей суммы убытков банка», – сказала Н. Лапко.

По словам представителя НБУ, фактов хищения денег в России с пластиковых карт не меньше. «Мы не отстаем и не опережаем никого из соседей», – подытожила Н. Лапко **(НБУ: украинцы «отдали» кибермошенникам 11 млн грн. // InternetUA (<http://internetua.com/nbu-ukrainci--otdali--kibermoshennikam-11-mln-grn>). – 2013. – 31.03).**