

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ
ЯК ЧИННИК
ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

*Огляд інтернет-ресурсів
(25.08–6.09)*

2015 № 15

Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки

Інформаційно-аналітичний бюлетень
Додаток до журналу «Україна: події, факти, коментарі»
Огляд інтернет-ресурсів
(25.08–6.09)
№ 15

Засновники:

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

Відповідальний редактор

Л. Чуприна, канд. наук із соц. комунікацій

Упорядник

Т. Касаткіна

Заснований у 2011 році
Виходить двічі на місяць

© Національна бібліотека України
імені В. І. Вернадського, 2015

Київ 2015

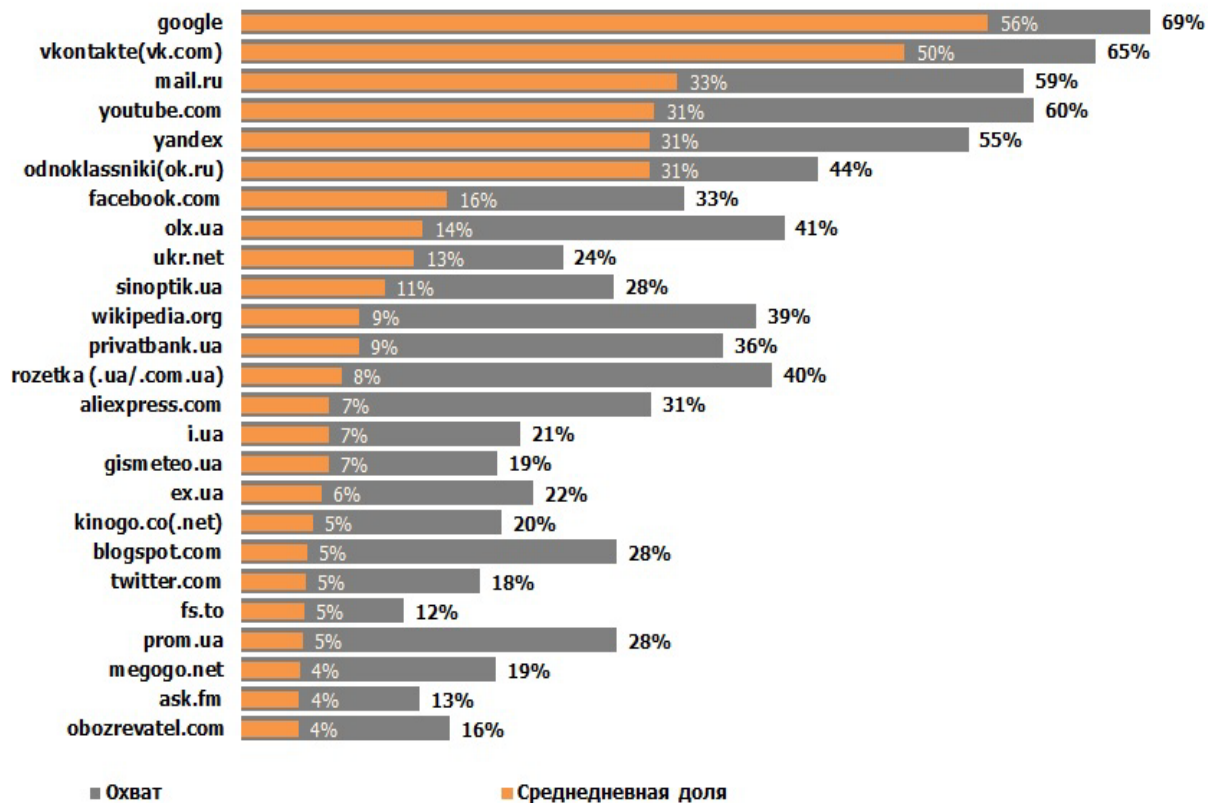
ЗМІСТ

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	4
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....	12
БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ	18
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	28
Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість.....	28
Маніпулятивні технології	32
Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю».....	33
Проблема захисту даних. DDOS та вірусні атаки	41

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Facebook зайняв лише 11-е місце за охопленням української інтернет-аудиторії в липні 2015 р. – про це йдеться в щомісячному дослідженні Factum Group.

Facebook попри те, що займає поки що 7-е місце за денною аудиторією, за місячною аудиторією пересунувся на 11-е місце.



Повний рейтинг (близько 2 тис. сайтів) можна подивитись у таблиці за посиланням (*Facebook випав з ТОП-10 найвідвідуваніших сайтів в Україні // Ukrainian Watcher* (<http://watcher.com.ua/2015/08/26/facebook-vypav-z-top-10-nayvidviduvanishyh-saytiv-v-ukrayini/>)). – 2015. – 26.08).

Спеціалісти из Pew Research Center поділились результатами дослідження, посвященого показателям вовлеченности користувачів Instagram.

Стало відомо, що в 2014 г. 49 % користувачів щодня заходили в соціальну мережу. В теперішній час цей показник зріс до 59 %, а три чверті користувачів щодня перевіряють свої новинні стрічки.

Найбільш залученою залишається аудиторія Facebook, де 70 % користувачів виходять в мережу щодня. 43 % користувачів соціальної мережі перевіряють стрічку новин кілька разів на день. Однак загальна частка щоденних користувачів Facebook залишається незмінною з 2014 г.

Эксперты также отмечают, что вовлеченность аудитории в Instagram и Pinterest удвоилась с 2012 г., а показатели других соцсетей растут не такими быстрыми темпами (*Instagram увеличил количество ежедневно активных пользователей на 10 % за год // ProstoWeb (http://www.prostoweb.com.ua/internet_marketing/sotsialnye_seti/novosti/instagram_uzvelichil_kolichestvo_ezhednevno_aktivnyh_polzovateley_na_10_za_god). – 2015. – 25.08*).

Google официально объявил о запуске англоязычных твитов в поисковой выдаче по всему миру.

Неделей ранее стало известно о том, что компания тестирует эту функцию. Тогда пресс-секретарь компании подтвердил проведение эксперимента, а также отметил, что он проводится с середины июля.

Директор по продуктам REG.RU Т. Антюхов: «Сотрудничество между Google и Twitter можно однозначно назвать взаимовыгодным. Для поисковика Twitter ценен как источник наиболее оперативной информации для вывода в поисковую выдачу – буквально с места событий, а для Twitter, в свою очередь, появление микроблогов в поисковой выдаче – это дополнительный канал популяризации. Кроме того, корпорация Google и социальная сеть Twitter не имеют конкурирующих сервисов, а значит могут гармонично дополнять друг друга, например, использовать технологии YouTube для публикации видео в микроблогах. Такой симбиоз открыл бы новый мощный инструмент для Twitter, а для Google – дополнительный контент (*Google окончательно запустил твиты в поисковой выдаче // ProstoWeb (http://www.prostoweb.com.ua/internet_marketing/internet_dlya_chaynikov/novosti/google_okonchatelno_zapustil_tvity_v_poiskovoy_vydache). – 2015. – 26.08*).

Социальная сеть Facebook добавила в свой функционал кнопку для пожертвований, пишет «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/29845-v-facebook-poyavilas-novaya-funktsiya.htm>).

Об этом сообщается в сообществе Facebook for Business.

Как пояснили в соцсети, кнопку внедрили для некоммерческих организаций и рекламных страниц, связанных с этими организациями.

«Теперь для некоммерческих организаций легче связываться с людьми и задействовать их к сотрудничеству», – уверены в Facebook (*В Facebook появилась новая функция // Обозреватель (<http://tech.obozrevatel.com/news/29845-v-facebook-poyavilas-novaya-funktsiya.htm>). – 2015. – 26.08*).

Социальная сеть Facebook приступила к тестированию своего нового продукта – конкурента Siri, Google Now и других виртуальных ассистентов.

Виртуальный помощник от Facebook называется просто – М. Пока зона его работы ограничена городом Сан-Франциско. Продукт создан на основе технологий искусственного интеллекта. Как ожидается, он не только сможет отвечать на запросы пользователя, но и будет способен выполнять действия, исходя из логики задаваемых вопросов.

М встроен в мессенджер Facebook. Новая разработка станет соперничать с аналогичными помощниками от компаний Google, Apple и Microsoft – Google Now, Siri и Cortana соответственно.

Как отмечают в Facebook, в отличие от существующих на рынке сервисов, основанных на искусственном интеллекте, М «способен выполнять за пользователя различные действия – он может приобретать товары, договариваться о доставке к праздникам подарков родственникам и знакомым, заказывать столики в ресторане, организовывать поездки, назначать встречи и делать много иных вещей».

После теста в Сан-Франциско Facebook планирует распространить действие помощника М на другие регионы, сообщает ТАСС (***Facebook начал тестировать виртуального помощника М // Телекомпания НТВ (<http://www.ntv.ru/novosti/1487636/>). – 2015. – 27.08***).

Социальная сеть Instagram разрешила пользователям публиковать горизонтально и вертикально ориентированные фотографии. Об этом сообщается в официальном блоге компании, пишет therunet.com.

Решение выйти за рамки квадрата в Instagram приняли после проведения собственного исследования, которое показало: пользователи часто отказывались от публикации фотографий в социальной сети, если их изображения не умещались в квадратную форму (это могли быть групповые селфи или фото очень высоких объектов, например). В таких случаях аудитория просто уходила на сторонние сайты, для того, чтобы поделиться фотографиями нестандартных пропорций. В частности, раньше Instagram возможность публикации прямоугольных изображений появилась в отечественном приложении Snapster.

Теперь пользователи Instagram могут выкладывать полноценные ландшафтные и портретные снимки, не теряя их «углы». Не только фото-, но и видеоконтент загружаются в социальную сеть с оригинальным соотношением сторон, если пропорции его высоты и ширины находятся в промежутке от 1,91×1 до 4×5. Кроме того, после нововведения опубликованные снимки стали отображаться без белых рамок. Однако на основной странице профиля фото и видео пользователя для красоты остаётся в виде «плитки».

Обновление Instagram коснулось не только формата, но и цвета изображений. Теперь и фотографии, и видео имеют одинаковый набор фильтров, а у роликов можно изменять интенсивность их наложения (***Instagram изменил формат публикуемых фото и видео // МедиаБизнес***

(<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/44467/118/lang,ru/>). – 2015. – 28.08).

Facebook зашла на территорию Instagram

Ранее в этом году соцсеть позволила добавлять фильтры, стикеры и текст при загрузке фото через телефон, теперь эти функции доступны и для веба. Загрузив фото на главной странице в своем аккаунте, пользователь увидит значок кисточки. При нажатии на него, он попадет в редактор, где сможет добавить шесть фильтров текст и стикеры к фото. Поэкспериментировать со своими фотографиями можно уже сейчас (*Facebook зашел на территорию Instagram, добавив фильтры и стикеры для фото // Marketing Media Review* (http://mmr.ua/show/facebook_zashel_na_territoriyu_instagram__dobaviv_filyty_i_stikery_dlya_foto_). – 2015. – 27.08).

Благодаря запущенному в июле приложению по обмену фотографиями Facebook Moments, пользователи теперь могут создать кастомизированное видео из своих фото. Для этого им нужно загрузить сразу шесть фото, а приложение автоматически создаст видео. Полученный клип можно отредактировать и просмотреть, прежде чем поделиться с друзьями. Как отметили в компании, приложение уже доступно в большинстве стран и переведено на 34 языка. Скачать обновленную версию можно через iTunes App Store или Google Play (*Facebook Moments создаст музыкальные видео из фотографий // Marketing Media Review* (http://mmr.ua/show/facebook_moments_sozdast_muzykalynye_video_iz_fotografiy_). – 2015. – 27.08).

Facebook намерена начать бороться с пиратами, которые размещают в социальной сети контрафактные видеозаписи. Компания разрабатывает технологию, сравнивающую загружаемый контент с уже существующим. Таким образом, правообладатели смогут определить, что кто-то пытается выложить их материалы, и принять меры.

«Некоторые наши партнёры по контенту жалуются, что третьи лица слишком часто используют их контент на Facebook в личных целях... Это несправедливо по отношению к тем, кто тяжело работает над созданием отличных видеороликов. Мы хотим, чтобы авторы получали вознаграждение за видео, которое им принадлежит», – говорится в публикации на сайте Facebook Media.

Социальная сеть по сути разрабатывает эквивалент системы системы Content ID, принадлежащей YouTube. После того, как Facebook стала развивать собственную платформу видеохостинга, наличие подобной системы стало необходимостью.

В настоящее время новая технология доступна только ограниченному количеству лиц, среди которых в основном только сотрудники компаний, участвующих в её разработке. Со временем клиентская часть продукта будет предоставлена другим заинтересованным компаниям.

По словам Д. Стромполоса, руководителя одной из крупнейших сетей по созданию видеоконтента для Facebook и YouTube, текущая ситуация является очень неприятной. При этом он понимает, как Facebook оказалась в ней. «Я смотрю на Facebook как на компанию-разработчика, ориентированного на продукт. И я считаю, что подобные компании обычно сначала создают что-либо, а уже затем разбираются в правилах игры» (*Facebook почти готова избавиться от пиратского видео // InternetUA (<http://internetua.com/Facebook-pocsti-gotova-izbavitsya-ot-piratskogo-video>). – 2015. – 30.08*).

М. Цукерберг сообщил, что число суточных пользователей Facebook достигло 1 млрд человек. «Газета.Ru» выясняла, как самая крупная социальная сеть в мире влияет на человечество.

Первая по-настоящему крупная цифра в 500 млн пользователей была достигнута Facebook в 2010 г., через шесть лет после запуска соцсети. Еще через два года компания удвоила общее количество своих пользователей до 1 млрд. Однако это не означало, что все они одновременно пользовались сетью, поскольку речь шла про зарегистрированные профили.

На сегодня в социальной сети зарегистрировано около 1,5 млрд человек – в последнем квартальном отчете компании говорилось о 1,49 млрд, и с того момента это число наверняка лишь возросло. Во всяком случае, за II квартал рост составил 13 %.

По данным Facebook, среднестатистический владелец смартфона в США проводит в Facebook каждую пятую минуту своего времени.

Но не стоит забывать, что Facebook – это не только социальная сеть. Помимо нее компания также владеет самым популярным в мире мессенджером WhatsApp с 800 млн пользователей и фотоприложением Instagram с 300 млн пользователей. Кроме того, отдельной графой в Facebook считают и использование Messenger, который возрос из сервиса личных сообщений социальной сети. Число его пользователей уже насчитывает 700 млн.

Разумеется, ресурс с таким количеством пользователей не может не влиять на человечество.

С учетом масштаба влияния Facebook можно считать уже абсолютно самостоятельной и не зависимой ни от кого интернет-компанией.

Компания разработала собственный поиск по записям и не нуждается в помощи Microsoft, которая ранее адаптировала поисковый движок Bing под нужды социальной сети. В настоящее время М. Цукерберг также ведет работы над проектом под названием Internet.org, который позволит расширить аудиторию пользователей Интернета за счет бедных стран.

Еще один глобальный проект, который делает Facebook независимым от других интернет-компаний, это разработка беспилотных летательных аппаратов Aquila, которые будут в буквальном смысле «раздавать» Интернет на Землю. Пока речь идет только о труднодоступных районах планеты, где размещать другие средства интернет-подключения экономически невыгодно, но в будущем ничто не помешает Facebook массово запускать дронов для обеспечения доступа к своей социальной сети за счет своих же ресурсов, при этом не имея соглашений с операторами связи.

Все эти проекты призваны увеличить долю доходов Facebook за счет продаж рекламы. Учитывая аудиторию в 1,5 млрд пользователей, любые космические по масштабам проекты будут окупаться, поскольку они только увеличат эту аудиторию и, следовательно, рекламные доходы. Ведь уже сейчас компания только за счет пользователей мобильных приложений заработала на рекламе около 2,9 млрд дол. за квартал.

Впрочем, Facebook уже вышла за рамки Интернета.

Компания является одним из лидеров по разработке устройств виртуальной реальности, поскольку ей принадлежит созданный Д. Кармаком проект Oculus. Уже в 2016 г. Facebook обещает выпустить в продажу финальную версию очков виртуальной реальности Oculus Rift, которые уже на стадии тестовых версий для разработчиков превосходили многие существующие аналоги.

Учитывая общую интернетизацию общества, в скором времени мы придем к тому, что невозможно будет игнорировать такого крупного игрока, как Facebook. В какой-то момент практически все обязательно будут пользоваться сервисами, которые так или иначе относятся к интернет-гиганту. Даже если вы работаете в одном из основных конкурентов соцсети – Google (*Как Facebook завоевывает мир // InternetUA ([http://internetua.com/kak-Facebook-zavoevivaet-mir](http://internetua.com/kak-facebook-zavoevivaet-mir)). – 2015. – 30.08*).

Пользователи Twitter могут фиксировать избранные твиты вверху профиля. Функция доступна всем пользователям мобильной версии сервиса на iOS и Android.

В настройках каждого твита появилась опция «Прикрепить твит к профилю» (Pin to your account). После этого выбранное сообщение будет отображаться под личной информацией владельца аккаунта.

Предшествующий формат работы сервиса предполагал, что твиты расположены в профиле пользователя в хронологическом порядке. Новая функция позволит его нарушить. Как отмечают журналисты издания The Next Web, теперь у пользователей появилась возможность оставлять старые твиты, которые им особенно понравились своим остроумием или глубиной мысли (*Twitter разрешил пользователям закреплять лучшие сообщения // InternetUA (<http://internetua.com/Twitter-razreshil-polzovatelyam-zakrepyat-lucsshie-soobsxeniya>). – 2015. – 29.08*).

LinkedIn обновил сообщения и добавил поддержку GIF. Обновление постепенно затронет мобильные клиенты и веб, где появились новые функции от других сервисов, включая Facebook Messenger, чаты, и отправку emoji и GIF. Визуально, интерфейс новых сообщений стал проще, чище и теперь походит на все современные мессенджеры. Директор по управлению продуктом М. Халл в блог-посте озаглавленном «Новый опыт общения приходит в LinkedIn, наконец-то!» сообщил, что компания рассматривала возможность встроить в мессенджер умного помощника, вроде Facebook M, а также голосовые и видеосообщения, чтобы «сделать общение более полным» (*LinkedIn обновил сообщения и добавил поддержку GIF // Marketing Media Review (http://mmr.ua/show/linkedin_obnovil_soobshteniya_i_dobavil_podderzhku_gif_). – 2015. – 1.09).*

Instagram представил обновленную функцию Direct, которая позволяет отправлять фотографии из ленты своим друзьям в виде сообщений.

В обновленной версии под каждым фото и видео в ленте появится значок стрелки с надписью re-share, нажав на который пользователь может поделиться контентом с друзьями. Раньше для этого требовалось скопировать ссылку на изображение и перенести ее в сообщение. Обмен сообщениями будет отображаться в виде цепочки: пользователи смогут быстро отвечать друг другу текстовым сообщением, фото или «лайком». Функция быстрого доступа к камере смартфона станет доступна в окне переписки.

В прежнем формате функция Direct позволяла отправлять снимки из Instagram одному или нескольким пользователям, не публикуя их в общей ленте. На них нельзя отмечать пользователей или использовать хештеги.

По данным сервиса, функцией Direct ежемесячно пользуются около 85 млн человек. Общее число активных пользователей социальной сети составляет 300 млн человек. Все изменения в Instagram будут доступны в обновленном приложении для Android и iOS.

Функция Direct была запущена в декабре 2013 г. (*Instagram разрешил отправлять фото друзьям прямо из ленты // InternetUA (<http://internetua.com/Instagram-razreshil-otpravlyat-foto-druzyam-priamo-iz-lenti>). – 2015. – 2.09).*

Исследование, проведенной American Press Institute, показало, что Twitter стал важнейшей платформой как для поиска, так и для дистрибуции новостей. Исследование проводилось при поддержке Twitter (компания выделила финансовые ресурсы и открыла доступ к своим базам данных). В опросе приняли участие более 4700 пользователей социальной сети, пишет themedia.center.

Выяснилось, что 90 % из них читают в Twitter новости, причем 74 % делают это ежедневно. 40 % заявили, что именно соцсеть оповещает их о срочных новостях. 74 % из тех, кто использует Twitter как источник новостей, подписаны на экаунты определенных авторов, 62 % – на экаунты конкретных изданий.

При этом специалистам Twitter есть над чем работать: далеко не все доступные подписчикам инструменты используются так, как задумывалось. В частности, более 90 % из тех, кто заходит в соцсеть преимущественно ради новостей, при поиске информации чаще всего проматывают всю ленту или обращают внимание на материалы, опубликованные их знакомыми. Всего 30 % пользуются поиском, 34 % обращают внимание на список популярных тем.

Также выяснилось, что с новостными твитами часто сталкиваются люди, не зарегистрированные в соцсети. Более 50 % опрошенных, не имеющих экаунтов в Twitter, видят их на телевидении, в новостных заметках, опубликованных в Интернете, и в печатной прессе (*Twitter и новости: пример симбиоза* // *МедиаБизнес* (<http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/44547/118/lang,ru/>). – 2015. – 4.09).

Социальная сеть Twitter намерена заменить функцию «в избранное» (Favorite) на более распространенную Like. Об этом сообщает Neowin со ссылкой на собственные источники в компании.

Портал опубликовал отредактированное изображение, на котором показано как новая функция, скорее всего, будет выглядеть. Пока не ясно, будет ли заменен символ «звездочки» на что-либо другое. Источник Neowin утверждает, что это маловероятно.

На сайте технической поддержки Twitter говорится, что кнопка Favorite дает возможность пользователям показать, что те или иные твиты им нравятся. В связи с этим переход на новое название кажется логичным. О том, когда именно нововведения вступят в силу, пока неизвестно (*Twitter заменит кнопку «Favorite» на «Like»* // *IGate* (<http://igate.com.ua/lenta/9890-twitter-zamenit-knopku-favorite-na-like?ref=ukrnet>). – 2015. – 5.09).

Соцсеть «ВКонтакте» решила усилить свое присутствие в Казахстане и открыла официальное сообщество для пользователей из этой страны «Казахстан ВКонтакте». Это произошло после значительного прироста количества активных местных пользователей.

Из остальных стран СНГ аналогичное сообщество запущено только для Украины.

За последние два месяца прирост активных пользователей из Казахстана составил 15 %, несмотря на общий спад в летний период. По подсчетам «ВКонтакте», соцсетью пользуется около 75 % пользователей казахстанского

сегмента Интернета. «Запуск официального сообщества – лишь первый шаг в цепочке мероприятий и активностей по работе с Казахстаном. Впереди еще предстоит очень много работы», – сообщили представители компании.

«Казахстанские пользователи активно интересуются нами, мы обгоняем в республике все остальные социальные сети, поэтому мы ответим жителям страны взаимностью. Казахстан не менее важная для нас страна, чем Россия и Украина», – заявили представители «ВКонтакте».

Руководство соцсети пока решило не открывать физический офис в Казахстане по аналогии с Украиной. «Со страной работают те же специалисты, что и с Россией. Если мы поймем, что наших сил не хватает для эффективного покрытия страны, мы, разумеется, рассмотрим вариант об открытии офиса», – сообщили во «ВКонтакте» (*«ВКонтакте» запускает официальное сообщество для Казахстана // IGate (<http://igate.com.ua/lenta/9732-vkontakte-zapuskat-ofitsialnoe-soobshhestvo-dlya-kazahstana?ref=ukrnet>). – 2015. – 28.08*).

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВІЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

В украинском Facebook чуть ли не ежедневно происходит перетягивание каната между адептами «зрады» и «перемоги». Естественно, онлайн-сообществу интересны все новости, касающиеся развития страны, но часто обсуждение таких новостей скатывается к очень эмоциональным, и не особо плодотворным дискуссиям. Сооснователь Prometheus И. Примаченко и активист Ф. Духлий решили обратить внимание пользователей на тех, кто на деле занимается какой-то полезной реформаторской активностью, пишет AIN.UA (<http://ain.ua/2015/08/28/600319>).

«Пока мы репостим яркую, но пустую болтовню популистов, общественная дискуссия так и будет бесконечно ходить по замкнутому кругу. Чтобы исправить эту ситуацию, и создан этот список людей, которые делом, а не словом, реформируют Украину», – объясняет И. Примаченко. Список, конечно, не полный и не исчерпывающий, и составители постоянно его дополняют. Он разбит на подпункты – по тематике работы. За пару дней его зарепостили свыше 1300 раз. Ниже подаем его полную версию, с согласия составителей.

Реформы в экономике

М. Нефьодов, он же Max Nefyodov в Facebook. 31-летнего замминистра читают те, кому интересны тематики прозрачных госзакупок, либерализации рынка и другие актуальные для страны темы. Если хочется получать постоянные апдейты из Минэкономики, можно подписаться также на Alexander Nakhod, Olena Tregub, Nataliya Mykolska, Adomas Audickas, Олександр Стародубцев и Dmitriy Romanovich. Если кому-то все еще не хватает

информации о госзакупках, можно почитать, что пишет Андрей Кучеренко из ProZorro.

Даже в такую закрытую для публичности структуру, как НБУ, проникли бывшие журналисты, и теперь мы знаем намного больше внутренней кухни регулятора. Чтобы быть в курсе о том, как работает банковская система Украины, можно подписаться на Facebook замглавы НБУ Vladyslav Rashkovan – это именно тот человек, благодаря которому регулятор поддержал инициативу привести PayPal в Украину. Директор департамента регистрационных вопросов и лицензирования НБУ Leonid Antonenko – также сторонник прозрачности работы органов власти. И наконец, у бывшего замредактора Forbes Eugene Dubogryz – замечательная экспертиза в финансах и промышленности.

Если вас интересует реформа налоговой системы, стоит зафолловить замминистра финансов Olena Makeieva, а также Kostiantyn Likarchuk – замглавы Государственной фискальной службы.

Развитием услуг e-government в Украине уже два года занимается Яника Мерило, она также является внештатным советником мэра Львова и при ее участии в городе недавно запустили услугу онлайн-верификации горожанина BankID для доступа к госуслугам.

Предприниматель и инвестор Iiia Kenigshtein и так известен в украинском IT-сообществе. Но если вам хочется первыми знать, как Львов превращают в стартап-сити, и когда же наконец в Украину придет PayPal, обязательно подпишитесь на Илью.

Тимофей Милованов, основатель аналитического издания Voxukraine, часто пишет о реформах и коррупции в Украине.

Валерій Пекар и Тарас Козак работают над визионерским проектом «Нова країна» – гражданской инициативой по самоуправлению и разработке реформ.

О состоянии украинской экономики пишут «Ціна держави: популярна економіка» и Dmytro Boyarchuk.

Реформы в армии

Кто-то – безусловно, верит всему, что пишет советник президента Юрий Бирюков, кто-то ругает его последними словами, подписываться или нет – решать вам. На странице замминистра обороны Волонтерський десант в Міністерстві оборони України: Yurii Husyev есть много данных о том, как реформируются закупки и обеспечение армии. Konstantin Lesnik пишет о разработке новой формы и обмундирования, Рычкова Татьяна – о психологической помощи военным. Подписаться на главу совета волонтеров при Минобороны David Braun также будет нелишним.

Богдан Ковалев пишет о контроле материального обеспечения армии, Владимир Степанец – о компьютерных системах управления боем, о том, какую роль в АТО играют дроны, можно почитать на страницах Мария Берлинская и Центр підтримки аеророзвідки.

Roman Burko, Gennadiy Kornev занимаются документацией российского присутствия на Донбассе, пишут о реформах в армии.

Реформы в образовании

Министр образования Serhiy Kvit довольно оперативно реагирует в Facebook на многие спорные вопросы. Можно также почитать замминистра Inna Sovsun и главу департамента международных отношений Anna Novosad.

Один из основателей ЗНО и глава Центра оценивания качества образования – Игорь Ликарчук. Можно подписаться также на Yaroslav Prytula, главу Программы по компьютерным наукам УКУ/ CS UCU и на исполнительного директора аналитического центра CEDOS Егора Стадного.

В список Иван также скромно включил и обоих сооснователей Prometheus, но включение это – вполне оправданно. Аспирант-историк Иван Примаченко и преподаватель КПИ Олексій Молчановський за последние пару лет, как никто, вложились в развитие и популяризацию онлайн-образования в Украине.

Реформы законодательства

По мнению составителей списка, Оксана Продан, Татьяна Острикова и Андрій Журжій – одни из самых плодотворных авторов реформаторских законопроектов в парламенте этого созыва. Yaroslav Yurchyshyn – координатор Реанімаційний пакет реформ (реформаторские законопроекты), Victoria Strakhova – Национальный совет реформ.

Борьба с коррупцией

Замгенпрокурора Davit Sakvarelidze много пишет о том, как тяжело реформы проходят в органах прокуратуры. По этой теме можно читать также главу Центра противодействия коррупции Vitaliy Shabunin.

И уж точно обязательно подпишитесь на Дениса Бигуса, у которого огромный опыт в антикоррупционных журналистских расследованиях.

Реформы энергетики

Всем, кому небезразлично развитие отрасли энергетики в Украине, можно зафоловить как минимум главу «Укргазвидобування» Oleg Prokhorenko, также полезно будет посмотреть на аккаунты сотрудников «Нафтогаз України» – Юрий Витренко, Aliona Osmolovska.

Ольгу Белькову в украинском IT-сообществе хорошо знают, ранее она занималась темой стартапов в EastLabs, затем – лоббировала принятие законопроекта об электронной коммерции. В этой Раде она занимается энергетикой. А если вам интересны вопросы альтернативной энергетики, почитайте Романа Зинченко из Greencubator.

Реформы инфраструктуры

Начнем с перечня аккаунтов работников Минтранса – Андрей Пивоварский (глава ведомства), Владимир Шульмейстер (первый замминистра), Volodymyr Omelyan – замминистра инфраструктуры, Oleksiy Sobolev – советник министра инфраструктуры.

В этот список попал еще один очень известный айтишник – Роман Хмиль. Он долгое время занимался аутсорсом, но сейчас интересуется болезненной для всех автовладельцев темой автодорог в Украине.

Реформы в Киеве

Чтобы отслеживать эту тему, можно подписаться на аккаунты людей из департаментов КГГА – Anna Bondar и Dmitriy Belotserkovets.

Пока за новыми красивыми патрульными полицейскими гоняются киевляне с селфи-палками, полиция Киева особо не нуждается в рекламе. Но все же, можно подписаться, к примеру, на Михаила Киндракевича, одного из новых полицейских города.

О разработке стратегии Smart City для Киева много пишут Антон Мойсеенко и Podgorna Viktoriya.

Другие реформы

IT-директор «ПриватБанка» Дмитрий Дубилет в последнее время активно занимается порталом iGov.org.ua – это амбициозный проект по переводу вообще всех возможных государственных услуг в онлайн.

Если вы хотите следить за развитием e-government в Украине, можно подписаться на Алексея Выскуба – замглавы Государственного агентства по вопросам электронного управления и Владимира Фльонца – гражданского активиста (ГО «Электронная демократия»).

Люба Шипович – украинка, которая жила и работала в крупной IT-компании в США, теперь вернулась на родину, чтобы заниматься IT-реформами в команде М. Саакашвили. Ссылки доступны в статье на сайте (*Карпенко О. Антизрада: кого почитать в Facebook, если вам интересны реформы в Украине // AIN.UA (<http://ain.ua/2015/08/28/600319>). – 2015. – 28.08*).

Семеро черкаських чиновників, яких цікаво читати у Facebook

Звинувачення у корупції, своя правда, обмін думками, навіть не завжди приємними, спільні теми «за» і «проти». Це не сесія будь-якої ради чи зустріч старих знайомих на вулиці. Це Facebook черкащан, у якому кожен день відбуваються цікаві та подекуди гострі обговорення не лише місцевих, а й новин усеукраїнського масштабу, пише Zmi.ck.ua (<http://zmi.ck.ua/sotsium/7-cherkaskih-chinovnikv-yakih-tskavo-chitati-u-facebook.html>).

Черкаські політики та чиновники, особливо після Майдану, збагнули, що унікальна платформа М. Цукерберга може бути корисною і для них. Кожен це робить по-своєму, але у цьому є свій смак.

Сергій Одарич, міський голова Черкас

Кількість френдів – 4976

Стиль сторінки – «В дошку свій»

С. Одаричу давно зрозумів, що соцмережі є хорошою можливістю підтримувати зворотній зв'язок зі своїм виборцем. Ну і робить він це якісно. Тим більше, що Сергій Олегович колишній журналіст, який добре знається на медійних технологіях. На будь-які проблемні звернення черкащан реагує. Відчувається, що пише сам, оскільки використовує риторичку, яка притаманна йому і в житті.

Тематика постів – різна

Здебільшого акцентує увагу на важливих питаннях для Черкас. Хоча не залишається також осторонь подій загальноукраїнського рівня. Своєю близькістю до людей забезпечує за рахунок особистих постів. Інколи С. Одарич може порадувати «френдів» цікавими фото зі свого минулого. Подекуди навіть поділитися власними музичними смаками, тим самим рекомендуючи їх для ознайомлення.

Олександр Радущкий, секретар Черкаської міської ради

Кількість френдів – 4050

Стиль сторінки – «Людина діла»

Свого часу Олександр Романович був у команді міського голови Черкас, тому немає нічого дивного, що певних PR прийомів у нього все ж навчився. Особливо це стосується активності у соцмережі. О. Радущкого можна з впевненістю назвати активним користувачем Facebook. Часто вступає в дискусії, намагається оперативно реагувати чи виявляти зацікавленість на звернення і проблеми, які надходять від людей через монітор.

Тематика постів – різна

Свою сторінку використовує в основному для наочної демонстрації своєї роботи – «дорогу відремонтували», «майданчик поставили», «вікно замінили», «спортзал зробили», «узяв участь», «допоміг». Цю тематику інколи розбавляє повідомленнями або фото, що стосується сім'ї. Це додає його сторінці людяності.

Із опонентами у соцмережі веде діалог гідно, хоча у житті це досить емоційна людина. Подекуди у його повідомленнях трапляються і емоційні «пориви», але вони в основному стосуються головного опонента О. Радущкого – чинного мера Черкас. Останнім часом також не втрачає можливості висловити свою точку зору щодо подій в Україні.

Олександр Давиденко, начальник управління інспектування Черкаської міськради

Кількість френдів – 3831

Стиль сторінки – «Борець із беззаконням»

О. Давиденко, не займаючи високі керівні посади у владі міста або області, зумів істотно «розкрутити» свою сторінку, максимально показуючи свою роботу. Судячи зі стихійної торгівлі в Черкасах роботи в нього ще не початий край, однак він принаймні публічно з нею бореться.

Тематика постів – робота

Демонтаж МАФів, боротьба із незаконною торгівлею, або із церквою, яка на своїй території організувала майже підпільне кафе. Подекуди у своїх постах звертає увагу на паркувальників, які ніяк не можуть прилаштувати у потрібних місцях свої машини. Усе це можна знайти на його сторінці у Facebook.

Активно ділиться та коментує новини загальноукраїнського рівня. Особливо, що напряду пов'язані із політикою.

Юрій Ткаченко, голова Черкаської ОДА

Кількість френдів – 3666

Стиль сторінки – «Керівник-реформатор»

Якщо С. Одарич і О. Радуцький вже давно активно грають у полі Facebook, то губернатор Черкащини у цьому плані почав діяти лише з весни 2014 р., коли і очолив ОДА. Здебільшого використовує сторінку для питань безпосередньо пов'язаних із роботою. На фоні попереднього керівника Черкащини Тулуба, якого у соціальних мережах не було, виглядає сучасно та прогресивно.

Тематика постів – реформи і патріотизм

Його сторінку можна сміливо називати найрізноманітнішою, хоча висока доля патріотизму в ній присутня. Юрій Олегович не соромиться повідомляти свою позицію з приводу резонансних питань (наприклад, мітинг працівників філій «Облавтодору», ситуація по Фрезеніусу).

Водночас саме у Facebook він розповів про корупціонера з обласної лікарні, який допомагав «відкосити» від армії призовнику. Також необхідно відзначити, що очільник ОДА багато уваги приділяє історії та патріотизму в Україні.

Активно підтримує політику реформ (з останніх – скорочення штату ОДА, створення коворкірг-центру, боротьба з корупцією, створення поліції). Про особисте життя (сім'я, хобі, життя поза роботою) майже не пише.

Владислав Пустовар, начальник УМВС України в Черкаській області

Кількість френдів – 2621

Стиль сторінки – «чесний міліціонер»

Головний міліціонер Черкащини особистих постів пише небагато. Завжди пов'язані із роботою. Владислав Володимирович здебільшого ділиться певними успіхами черкаських правоохоронців. Десь спіймали браконьєрів чи накрили партію наркотиків. Можливо, і корупціонера. Водночас у В. Пустовара активно налагоджений взаємозв'язок зі своєю аудиторією.

Тематика постів – пояснення

Він пости не пише, але люди самі надсилають питання щодо діяльності черкаських міліціонерів, чекаючи відповіді. Проблем від них завжди вистачає.

До честі Владислава Володимировича на зв'язок він йде регулярно, а відповідь надає завжди ґрунтовну.

Останнім часом приємно здивував особистою фотографією, коли він долучився на велосипеді до встановлення рекорду найбільшого рухомого прапора України у Черкасах.

Валентина Коваленко, голова Черкаської обласної ради

Кількість френдів – 2124

Стиль сторінки – «патріотка»

Валентина Михайлівна не такий активний «гравець» у соцмережі, як інші представники високих владних позицій.

У соцмережі висловлюється рідко, хоча завжди в той момент, коли це потрібно. І ці думки є цікавими та мають свій резонанс у суспільстві. Голосування за зміни до Конституції, війна на Донбасі, прийняття закону «Про місцеві вибори» тощо.

Вміння потрапити точно в ціль в неї не відняти. Тематика її постів переважно патріотична. Коли в країні відбувається важливі процеси, В. Коваленко точно не змовчить. Однак знаючи Валентину Михайлівну можна з впевненістю констатувати, що вона більше робить, ніж буде це публічно демонструвати.

Микола Бондаренко, керівник КП «Дирекції парків»

Кількість френдів – 1474

Стиль сторінки – «заходи і веселощі»

Микола Петрович ще меншу року працює на посаді керівника «Дирекції парків», але свого читача він вже знайшов. Більше того, на цьому явно не планує зупинитися. Особистих постів майже не пише, однак активно ділиться із друзями цікавими новинами, анонсами, може порадити серіал.

Тематика постів – анонс

Як і О. Радущкий, що свого часу також очолював відоме комунальне підприємство Черкас, М. Бондаренко також максимально інформує містян про події, які організовує «Дирекція парків». Анонси, програма та звіти із заходів. Також інколи на своїй сторінці декламує позицію мера Черкас С. Одарича, оскільки входить до складу його команди (*Стасько С. 7 черкаських чиновників, яких цікаво читати у Facebook // Zmi.ck.ua (<http://zmi.ck.ua/sotsium/7-cherkaskih-chinovnikv-yakih-tskavo-chitati-u-facebook.html>). – 2015. – 4.09).*

БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Facebook начала показывать администраторам страниц количество охваченных пользователей и кликов для любого сообщения.

Эта информация отображается под сообщением в хронике страницы, а также в Ленте новостей и каждом отдельном сообщении, если перейти на него по соответствующей ссылке. Обновление поможет анализировать представление сообщений и принимать меры по улучшению их видимости.

Пока неизвестно, является ли обновление ограниченным тестированием или полноценным запуском.

Месяцем ранее сооснователь ресурсов KISSmetrics и CrazyEgg Н. Патель опубликовал инфографику, которая призвана помочь владельцам страниц в Facebook увеличить их органический охват.

Компании, продвигающиеся на Facebook должны уделять максимум внимания качеству контента, не размещать его слишком часто и не переполнять рекламой. Сообщения на странице должны быть интересными и информативными. При этом продвигать за деньги следует лишь самые интересные сообщения (*Facebook показывает администраторам страниц*

охват сообщений и количество кликов по ним // ProstoWeb (http://www.prostoweb.com.ua/internet_marketing/sotsialnye_seti/novosti/facebook_pokazyvaet_administratoram_stranits_ohvat_soobscheniy_i_kolichestvo_klikov_po_nim). – 2015. – 26.08).

YouTube планирует к концу текущего года ввести новый вариант подписки, которая за определенную плату избавит пользователя от назойливой рекламы.

Примечательно, что эта услуга станет источником дохода не только для самого сервиса, но и для видеоблоггеров. Кроме того, подписка даст возможность юзерам кэшировать понравившиеся видео и просматривать их без доступа к сети.

Сообщается, что будущее подписки будет напрямую зависеть от того, как ее встретят пользователи сервиса. Возможно, что функциональность будет расширена.

О намерении ввести платную подписку боссы YouTube заявили ещё в октябре 2014 г. Напомним, что в ноябре видеохостинг запустил бета-версию сервиса Music Key, который осуществляет работу по аналогичной финансовой системе, предоставляя возможность слушать музыку в офлайне и без рекламы за 10 дол. в месяц. Ожидается, что Music Key откроется в ближайшее время для всех.

Как отмечает The Verge, отношения лейблов и YouTube остаются натянутыми. Представители музыкальной индустрии считают, что выплаты являются недостаточными. Введение платных сервисов может разрешить конфликт. В прошлом году сайт получил 4 млрд дол. выручки, но всё равно оказался убыточным (*В YouTube грядут большие перемены // InternetUA (http://internetua.com/v-YouTube-gryadut-bolshie-peremeni). – 2015. – 1.09).*

Почему украинский бизнес не приживается в Facebook: пять причин провалов и неудач

Печально осознавать, но большая часть компаний, входящих в топ крупнейших компаний Украины (рейтинг Forbes Украина), либо вообще отсутствуют в соцсетях, либо ведут себя там как неумелые подростки на первом свидании, пишет AIN.UA (<http://ain.ua/2015/09/01/600551>).

Причина № 5. Бесплезные и вредные советы

Интернет полон подробных руководств по продвижению бизнеса в социальных сетях. В них рассказывается о различии групп и публичных страниц в Facebook, а также о необходимости проводить акции и предлагать поощрения подписчикам. Бизнесу напоминают, что картинки во «ВКонтакте» привлекают внимание, что контент должен быть интересным, а с подписчиками нужно вести диалог. Стартапам Интернет напоминает о крайней важности вставки хэштегов в Instagram. А еще до сих пор попадаются статьи, в которых

компаниям советуется использовать уже давно не любимые всеми «демотиваторы» и одновременную публикацию в нескольких соцсетях.

Понятное дело, что такие советы написаны не для людей, которые строят системный бизнес. Скорее, «супер-руководства» созданы для любителей, не только никогда не видевших в глаза соцсети, но и совершенно не представляющих себе, какой огромный потенциал несет в себе этот канал продвижения для крупных компаний. И хотя остается неясным, читают ли подобные советы те, кто ведет в соцсетях странички крупных украинских компаний, или же эти люди наступают на собственные грабли, но факт остается фактом: украинский бизнес в соцсетях продолжает совершать ошибки, из которых уже давно пора было «вырасти».

Причина № 4. Мы ориентированы только на B2B

Если у компании всего пару крупных клиентов, и у ее руководителей нет ни желания, ни необходимости искать других партнеров или развивать бренд, то социальные сети, вероятно, действительно бессильны. Но если круг потенциальных клиентов достаточно широк – не все ли равно, компании это или отдельные личности? Ведь представители B2B – самые обычные люди, которые точно так же пользуются Facebook, Instagram и другими социальными сетями. И они тоже уделяют внимание товарам, услугам и компаниям, которые связаны с их сферой деятельности.

Причина № 3. Наши товары/услуги не интересны обычным людям

Часто именно такую фразу говорят промышленные компании, когда им предлагают заняться своим продвижением в Интернете. Но «обычные люди», похоже, так не считают.

На основе интересов людей Facebook автоматически сгенерировал страницу для компании, которая сама, при этом, убеждена, что результаты ее деятельности слишком скучны для пользователей социальных сетей.

Причина № 2. Нежелание вкладывать, чтобы получить

Многие компании уверены в слабой эффективности продвижения в социальных сетях, а потому отказываются вкладывать средства в раскрутку своих страниц. При этом, бесплатное продвижение они часто приветствуют. И это, конечно, здорово, если вы вручную распространяете свой контент в других группах, а ваши посты интересны 100 % вашей целевой аудитории, которая УЖЕ есть у вас в подписчиках. В остальных же случаях без рекламной кампании не обойтись. Если говорить о Facebook, то даже самые креативные сообщения увидит лишь часть подписчиков. А еще меньшее количество людей – обратит на них внимание. Такова политика социальной сети. Зачем тогда нужно «продвигать» страницу и посты? Чтобы их хотя бы увидели!

Причина № 1. Ориентация «на всех», а не на целевую аудиторию

Главная цель использования социальных сетей компаниями – удержание существующих и привлечение потенциальных клиентов. Но некоторые компании так увлекаются собственным креативом или настолько страдают от того, что им нечего рассказать своим подписчикам, что абсолютно забывают об

этом и наполняют свою страничку в социальной сети информацией, не несущей никакой ценности клиентам.

Не стоит, конечно, считать, что такие проблемы касаются только украинского бизнеса: множество иностранных компаний вообще не представлены в социальных сетях. Однако в международной практике все же существуют очень удачные примеры того, как можно вести Facebook-страницу бренда.

Однако, что мешает тому же Roshen или другим отечественным компаниям с сильными, в рамках Украины, брендами добиться подобных успехов (пусть даже пропорционально уменьшенных, с учетом того, что принимается во внимание только украинская аудитория)? Ведь пока что в Украине можно на пальцах пересчитать компании, которые тщательно заботятся как о своем бренде на просторах Интернета, так и об увеличении прибыли посредством Facebook.

Результаты, которые компания может получить при правильном продвижении в социальных сетях, уже не раз обсуждались в специализированных книгах, Интернете, на тренингах. А что если взглянуть на другую сторону медали и посмотреть, что компании теряют в случае неадекватного продвижения в Facebook?

Деньги – первый актив, который неизбежно теряют любители гнаться за количеством подписчиков.

Вовлеченность подписчиков (их желание комментировать, лайкать и репостить публикации) – показатель менее приметный, но гораздо более важный, нежели количество подписчиков. И если продвижение в Facebook направлено не на вовлечение аудитории, а на быстрый рост отметок «мне нравится» на самой странице, то избежать пустой потери денег у компании не получится.

Ведь какой смысл потратить весь рекламный бюджет в Facebook (который обычно и так измеряется немаленькими суммами) на привлечение живой аудитории, которую:

а) будет нечем «развлекать» (отсутствие средств на генерацию хорошего контента)?

б) будет не за что информировать (опять-таки, чтобы люди увидели публикации, их желательнее отдельно рекламировать)?

в) вероятно, вообще не интересуется ваш продукт (привлечена нецелевая аудитория)?

Есть еще более «интересный» вариант, когда «хочу 100 тыс. лайков страницы» выливается в покупку подписчиков, являющихся «ботами», а не живыми людьми. Тут появляется логический (как для людей, строящих бизнес) вопрос: а зачем тратить деньги на привлечение аудитории, которая априори никогда ничего не купит?

Время – актив, который бесспорно теряют компании, вообще не представленные в социальных сетях.

Привлечение клиентов, которые могли «прийти» через Facebook, при помощи других каналов продвижения – займет достаточно длительный, а, вероятно, и более трудоемкий, период времени. К тому же, если компания не представлена в Facebook, ей понадобится гораздо больше усилий для анализа потенциальных и существующих клиентов. Ведь Facebook – действительно уникальная площадка, позволяющая не просто сконцентрировать в одном месте целевую аудиторию, но также и напрямую общаться с ней – узнавать ее характеристики и предпочтения.

Лояльность клиентов – ценность, которую зарабатывают годами и теряют за доли секунд.

а) Неудачные посты могут вызвать бурю эмоций: в наше время неправильный подход к ведению социальных сетей может сулить компании не только потерей лояльности существующих клиентов, но и большим скандалом, легко вовлекающим в себя также и потенциальных клиентов.

б) Нет диалога – нет лояльности: для многих современных потребителей остается непонятным, почему та или иная компания не представлена в социальной сети. У ряда клиентов такой факт вызывает недоверие к компании или даже антипатию к ней. Другие и вовсе воспринимают такой факт как нежелание общаться с клиентами.

Упущенные информационные возможности – негатив, который клиенты часто выплескивают именно на своих страницах в Facebook или «ВКонтакте», намного проще нейтрализовать, если компания знает, как правильно общаться с клиентами в этих соцсетях. Гораздо труднее будет справиться с негативом от клиентов в том же Facebook, если компания и вовсе там не представлена.

Может быть, через несколько лет продвижение в Facebook для украинских компаний будет уже и неактуальным, поскольку найдутся более интересные и выгодные каналы продвижения. Но зачем сейчас терять это прекрасное время, когда конкуренты еще не освоили социальные сети, а украинская аудитория Facebook постоянно растет? *(Почему украинский бизнес не приживается в Facebook: пять причин провалов и неудач // AIN.UA (<http://ain.ua/2015/09/01/600551>). – 2015. – 1.09).*

Facebook приступила к тестированию нового формата мобильной рекламы – полноэкранных интерактивных объявлений, анонсированных на международном фестивале креативности Cannes Lions 2015 в июне. В эксперименте принимает участие четыре бренда – Gatorade, Mr Porter, Michael Kors и Carrefour. Об этом пишет searchengines.ru.

«Нам интересно увидеть, как маркетологи будут использовать этот формат для создания привлекательного и вовлекающего опыта для покупателей и достижения своих ключевых целей, в частности увеличения ценности бренда для потребителей и получения прямого отклика», – комментирует запуск теста директор по рекламным продуктам Facebook К. Грациадей.

В новостной ленте объявления выглядят как обычные спонсируемые посты, однако по клику они разворачиваются на весь экран и дают возможность пользователю прокручивать и поворачивать текст, фотографии, видео и другой контент. Этот формат выглядит как альтернативная версия веб-сайта бренда. При этом он загружается быстрее и является более интерактивным. В целом, идея очень схожа с функционалом «мгновенных статей», который социальная сеть предлагает ведущим СМИ.

На текущий момент эксперимент ограничен лишь приложениями Facebook для iPhone и iPad (*Facebook начал тестирование нового интерактивного формата мобильной рекламы // МедиаБизнес ()*. – 2015. – 4.09).

Как неплохо заработать в соцсетях?

Сегодня сложно найти человека, который бы не использовал хотя бы одну из соцсетей. Facebook, «ВКонтакте», Twitter, Pinterest, «Одноклассники»... Да, соцсети – быстрый и доступный способ общения, обмена мнениями, информацией и просто приятного времяпровождения. Однако в их использовании можно выделить и коммерческую составляющую, пишет UBR (<http://ubr.ua/business-practice/own-business/kak-neploho-zarabotat-v-socsetiah-351982>).

Будьте максимально активны в социальных сетях.

С помощью Twitter клиентам будет намного легче донести своё мнение касательно качества услуг, а LinkedIn поможет вам начать новое дело. Друзья на Facebook поддержат вас и разделят ваши успехи, а Pinterest облегчит коллекционирование вдохновляющих картинок, напоминающих, ради чего вы экономите.

Есть множество способов использования социальных медиа, как толчка для финансового развития. Но есть и много опасностей, которые Вам придётся обходить.

Усовершенствуйте ваш аккаунт

Если вы занимаетесь фрилансом и хотите найти новых клиентов, вы можете использовать вашу страничку в Twitter, Instagram или LinkedIn, чтобы описать услуги, которые вы предоставляете. Также, полноценный профиль на LinkedIn с примерами вашей работы, рекомендациями и другими вашими достижениями мог бы вам помочь заняться новой (и более высокооплачиваемой) работой.

Будьте экспертом

Перед тем как пресс-секретарь компании Donna Karan А. Лихт начала писать свою книгу «Оставь свой след», она твитила советы по карьере для молодых людей, работающих в сфере общественной информации, используя хештег #PR101. В результате этого взаимодействия в Twitter, она воплотила в

жизнь свою мечту – книгу. Это лишь один из примеров, как посты в социальных сетях могут открыть возможности в реальной жизни.

Делитесь целями

Не вдаваясь в личные детали, вы можете делиться своими целями с вашими друзьями на Facebook или подписчиками в Twitter. Если вы хотите покончить с кредитом на образование, вы можете дать знать об этом людям, особенно если при этом они будут вежливо поддерживать вас на этом пути, не приглашая на дорогие обеды. Если вы поделитесь с друзьями о том, сколько собираетесь накопить, то вам будет легче откладывать эти деньги.

Повысьте уровень обслуживания клиентов

Вместо того, чтобы кто-то ждал на линии при звонке в обслуживание клиентов, подумайте о том, чтобы дать людям возможность твитить об этом. Многие ритейлерские компании, банки и другие имеют своих представителей по вопросу обслуживания клиентов в социальных медиа, готовых дать ответ. Ответом может быть сообщение прямого характера или общение оффлайн, ради избежания разглашения личной информации.

Коммуницируйте с банком

Банки всё больше и больше используют соцмедиа, чтобы взаимодействовать с клиентами, и делиться новостями о новых продуктах и сделках. Подписка на страничку вашего финансового учреждения поможет вам находиться в курсе всего, что происходит в вашем банке.

Используйте приложения для шоппинга

Такие приложения, как Wish и Blinq существенно облегчают поиск продуктов, вещей, сделок и дают возможность поделиться с друзьями вашими мыслями и желаниями. Магазины, как правило, сначала анонсируют свои распродажи в соцмедиа, чтоб их подписчики и поклонники могли первыми совершить покупки. Убедитесь только, что вы не делитесь слишком многим – если вы делаете покупки, о которых не хотели бы рассказать всему миру, то лучше не делитесь на Facebook постами о них.

Найдите новые связи

Если вы будете твитить кому-то, кем вы восхищаетесь в вашей сфере, ретвитить мысли ваших сотрудников или других профессионалов, вы увидите многие хорошие пути подъёма в сети. Это забирает меньше времени, чем встречи вживую, и также, в общении через социальные медиа исключается фактор неловкости. Плюс, вы можете связываться с людьми, которые раскиданы по всему миру прямо с вашего рабочего стола (или телефона).

Максимально защитите ваши аккаунты

Если кто-либо обманным путём зайдёт на ваш аккаунт в Facebook, этот человек сможет собрать очень много вашей личной информации и теоретически сможет использовать эту информацию, чтобы выманить что-то из ваших друзей, или взломать ваш банковский счёт. Чтобы снизить вероятность того, что вы окажетесь жертвой, используйте сложные пароли и двойную защиту, где это возможно.

Оставьте определённую приватность

Если вы будете постить фото с отдыха, пока вас нет, это позволит потенциальным ворам узнать, что вы не дома; если поделитесь такими личными деталями, как дата годовщины свадьбы, то кто-то, возможно, узнает ответ на секретный вопрос вашего денежного счёта, что позволит легче его взломать. Избегайте чрезмерного распространения личной информации, поменяйте настройки приватности вашего профиля и не принимайте запросы о дружбе от незнакомых людей.

Подумайте о будущем вашего аккаунта

Звучит немного кошунственно, но мало кто знает, что для того чтобы держать ваш аккаунт в безопасности даже после смерти, Facebook позволяет выбрать себе управителя, который будет этим заниматься после вашего ухода. Другие соцмедиа-платформы предлагают разные опции, включая удаление и заморозку аккаунта. Подумайте и пересмотрите ваши теперешние настройки, чтобы убедиться, что они соответствуют вашему видению, и возможно, вам захочется рассказать одному доверенному лицу, где можно найти ваши пароли (*Как неплохо заработать в соцсетях? // UBR (<http://ubr.ua/business-practice/own-business/kak-neploho-zarabotat-v-socsetiah-351982>). – 2015. – 28.08*).

В Twitter беседы происходят публично, на глазах у всех, и многие клиенты пользуются этим, чтобы привлечь внимание брендов к своим проблемам.

По сути, возможность клиентского обслуживания – одна из главных причин по которой пользователи Twitter подписываются на аккаунты брендов в этой соцсети. За последние два года бренды и пользователи стали взаимодействовать друг с другом в Twitter в 2,5 раза больше.

Недавно Twitter провел опрос среди 14 040 пользователей, который подписаны на страницы известных компаний или даже имели опыт взаимодействия с ними в течение последних шести месяцев. Пользователей спрашивали об их впечатлениях от общения с брендами в Twitter – насколько они были дружелюбны, оперативны, внимательны, эффективны в разрешении запросов и т. д. По итогам исследования Twitter составил четыре ключевых рекомендации для брендов, которые хотят повысить лояльность среди своей аудитории и получить новых клиентов.

1. Будьте дружелюбными: проявляйте эмпатию и предлагайте помощь

Наши мамы были правы, когда учили нас, что доброта может творить чудеса. Во время опроса многие пользователи признавались, что они будут рекомендовать своим друзьям те бренды, которые были дружелюбны, вникали в их проблемы и предлагали свою помощь. Таких оказалось 76 % пользователей из тех, кто имел подобный положительный опыт общения с компаниями в Twitter. В то же время 82 % пользователей, получивших негативный опыт общения с брендами, которые без должного участия

относились к проблемам своих клиентов, сказали, что вряд ли будут рекомендовать эти компании своим друзьям и знакомым.

Тональность твитов также может повлиять на эффективность решения клиентских проблем. Так, дружелюбный тон помогает брендам успешно разрешать запросы подписчиков на 20 % чаще. А потребители при этом на 25 % чаще признаются, что они оказались полностью удовлетворены тем, как в их случаях сработала клиентская поддержка.

2. Персонализируйте: используйте настоящие имена сотрудников и подписи при каждом ответе

Очеловечить бренд – всегда отличная идея, но особенно хорошо это работает при общении с клиентами. Лояльность пользователей растет, когда они видят конкретных людей, выступающих от имени бренда и вникающих в их проблемы. Для этого достаточно указать в информации в аккаунте и в твитах компании имена и фамилии или инициалы сотрудников, которые отвечают подписчикам. Из тех пользователей, который сталкивались с таким персонализированным общением со стороны брендов, 77 % признались, что склонны рекомендовать эти компании своим друзьям и знакомым. Из тех же, кто общался с обезличенным аккаунтом, 66 % сказали, что вряд ли порекомендуют бренд. При этом в случае персонализированного общения проблемы клиентов решаются на 19 % чаще. К тому же на 22 % больше подписчиков остаются удовлетворены уровнем клиентского обслуживания.

Пример из опыта американского банковского холдинга Capital One. Компания решила укрепить лояльность подписчиков в Twitter и набрать новых, запустив специально для клиентского обслуживания аккаунт @AskCapitalOne. Бренд отвечал на вопросы пользователей в дружелюбном и отзывчивом тоне так, чтобы у них складывалось впечатление, что они разговаривают с конкретным живым человеком, а не с абстрактной клиентской поддержкой. Также Capital One довольно быстро реагировала на запросы – на ответ не должно было уходить более 30 мин.

3. Будьте оперативными: отвечайте на запросы меньше чем за час

Twitter во время исследования выяснил, что время для ответа на запросы клиентов может варьироваться от 4 сек. до 221 ч. При этом в среднем 60 % пользователей хотели бы, чтобы бренд отвечал на их запросы в течение часа. В реальной жизни среднее время ответа брендов на обращения через Twitter составляет 1 ч. 24 мин.

Яркий пример, как это можно обратить в свою пользу – авиакомпания KLM Royal Dutch Airlines (@KLM). В ее отделе по взаимодействию с подписчиками работают 150 сотрудников, которые отвечают на запросы пассажиров через Twitter на 14 языках. Они оперативно решают вопросы с бронированием, изменением бронирования, регистрацией, выбором места, питания, дополнительным багажом и т. д. По внутренним стандартам компании, скорость ответа при этом не должна превышать одного часа. В заглавной фотографии бренда в Twitter указывается, через какой промежуток времени его сотрудники ответят на запрос клиентов. Этот показатель

обновляется каждые пять минут, а рассчитывается в зависимости от того, сколько времени уходило на обработку запросов в течение последнего часа.

4. Доводите дело до конца: убедитесь, что проблема решена

Многие запросы клиентов можно удовлетворить в 140 символов. Но в реальности на решение одной проблемы в Twitter в среднем уходит пять твитов со стороны брендов и пользователей. В 30 % случаях, когда бренды отвечают на запросы клиентов, проблему, с которой те обратились, решить не удастся. Какой вывод следует из этого? Мало ответить клиенту, нужно довести дело до конца и убедиться, что его проблема решена. Вероятность, что пользователи, чьи запросы были обработаны и разрешены, порекомендуют этот бренд своим друзьям и знакомым, выше на 31 % нежели в других ситуациях.

Пример из опыта британской телекоммуникационной компании O2 (@O2), которая решила частично перенести клиентскую поддержку в Twitter и снизить нагрузку на колл-центр. Для этого была запущена кампания под названием #TweetServe, в рамках которой клиенты могли в режиме реального времени получать ответы свои запросы в Twitter.

Клиенты подписывались на аккаунт @O2 и писали твит @O2#TweetServe, чтобы таким образом пройти процесс регистрации. Аккаунт автоматически подписывался на этих пользователей и посылал проверочный код через личное сообщение. Клиенты могли задействовать девять тематических хэштегов, чтобы запросить информацию через личные сообщения (например, #charges, #data, #minutes, #ios, #offers), или отказаться от участия в любое время, ответив #stop (*Как брендам выстроить работу с клиентами в Twitter // Sostav.ua (<http://sostav.ua/publication/kak-brendam-vystroit-rabotu-s-klientami-v-twitter-68195.html>). – 2015. – 2.09*).

Сервіс мікроблогів Twitter зробив доступним самостійне розміщення та просування рекламного контенту ще у 167 країнах і територіях. Про це повідомляє 112 Україна з посиланням на Bloomberg (<http://ua.112.ua/svit/mozhlyvosti-rozmishchennia-reklamy-u-twitter-staly-dostupnymy-shche-u-167-krainakh-255824.html>).

Раніше опція з розміщення реклами у Twitter була доступна лише в 33 країнах, тепер же кількість ринків зросла до 200.

Повідомляється, що ця платна послуга дає змогу демонструвати рекламні оголошення в тому числі і тим користувачам соцмережі, які не підписані на блог рекламодавця.

Очікується, що цей захід надасть змогу підвищити виручку Twitter. Так, у II кварталі поточного року 63 % із 452 млн дол. сукупної виручки компанія отримала у США, однак переважна більшість користувачів соцмережі проживають за межами цієї країни. Відзначається, що у Twitter сподіваються розширити свою присутність на ринках, де є велика кількість користувачів смартфонів, наприклад, у Бразилії та Індонезії.

За даними компанії, кількість активних рекламодавців у Twitter досягає 100 тис. Сервіс пропонує можливість розміщення реклами 15 мовами (*Можливість розміщення реклами у Twitter стала доступною ще у 167 країнах // 112 Україна (<http://ua.112.ua/svit/mozhlyvosti-rozmishchennia-reklamy-u-twitter-staly-dostupnymy-shche-u-167-krainakh-255824.html>). – 2015. – 2.09).*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість

Сайт Time опублікував статтю «Як насправді працює стрічка новин Facebook», у якій співробітники компанії розповіли про особливості фільтрації повідомлень. У матеріалі порушується й проблема надмірної «легковажності» стрічки – соціологи вважають, що часом алгоритм Facebook навмисне пропонує користувачам розважальний контент замість суспільно значущого. Утім, представники компанії не погоджуються з цим і наголошують, що вони не можуть ставати «тенденційною стрічкою». MediaSapiens пропонує скорочений переклад цієї статті.

Соціальна мережа дедалі більше додає «людського втручання» у механізм формування новинної стрічки. Адже не все можна виміряти «лайками». До прикладу, новий інструмент See first («Пріоритет показу») дає змогу кожному користувачеві обрати тих своїх друзів, чиї оновлення вони хочуть бачити вгорі стрічки, а не доручати це рішення алгоритму.

Кінцева мета Facebook – не просто вгадати, на чому ви клікнете, коли вам стане нудно. Компанія хоче показувати вам ті речі, які хвилюють вас найбільше у житті, як в онлайні, так і в офлайні. «Якби ви могли скласти особистий рейтинг усього, що відбувається на Землі сьогодні і що було опубліковано будь-де будь-ким з ваших друзів, членів родини, ЗМІ і потім з цього рейтингу взяти десять найбільш значущих для вас речей, які б ви хотіли знати сьогодні – ось це був би справді крутий сервіс, який ми хотіли б створити. Ми хочемо, щоб новинна стрічка стала цим сервісом», – говорить К. Кокс, шеф-продакт-менеджер Facebook.

Як проходить відбір повідомлень

Команда, яка працює над стрічкою, має шукати золоту середину. Адже стрічка має бути персоналізованою, і водночас бути привабливою для користувачів, аби вони продовжували повертатись до неї та бачили більше рекламних повідомлень від більше ніж двох мільйонів рекламодавців компанії.

Більшість користувачів бачать малу кількість потенційних постів: у середньому за день їх створюється 1500, але потрапляє на очі 300. Якщо користувач буде безкінечно прокручувати стрічку, то побачить зрештою кожен пост своїх друзів і частину постів зі сторінок, на які він підписаний.

Щоб переконатись, що ці 300 постів є більш цікавими, ніж решта, Facebook враховує тисячі факторів. Найбільш впливові фактори очевидні: наскільки близька вам людина у цій мережі, тобто як часто ви «лайкаєте» її пости, пишете у неї в хроніці, клікаєте на її фото або говорите у чаті. Велике значення має і тип посту – Facebook намагається показувати більше посилань тим, хто на них клікає, більше відео для тих, хто дивиться відео і т. д. Алгоритм також враховує, наскільки великій кількості людей видався привабливим певний контент.

Є й інші менш очевидні фактори. Зайдіть з телефону із повільним Інтернетом і ви побачите менше відео. Допис «вітання» у коментарях сигналізує, що пост стосується важливої життєвої події, то ж на нього звернуть увагу. Лайк до статті, поставлений вже після того, як ви клікнули на посиланні – це більш позитивний сигнал, ніж коли ви вподобаєте його до відкриття посилання. Адаже це означає, що ви, мабуть, прочитали статтю і вона вам сподобалась.

Найбільш складна річ – поєднати ці всі фактори і створити потік новин у стрічці. Розробники також постійно проводять експерименти з приблизно одним відсотком користувачів соцмережі, аби підвищити участь людей у формуванні своєї стрічки. Якщо експеримент визнається вдалим, його запускають для всіх. Про великі оновлення повідомляється у блозі News Feed, а незначні з'являються без розголосу. Як правило, зміни відбуваються двічі чи тричі на тиждень.

Команда стрічки новин наголошує, що вони не хочуть, аби стрічка перетворювалась на «що завгодно, на що ви можете клікнути». Розробники прагнуть, аби в ній було якомога більше змісту. У цьому допомагає група «оцінювачів» якості стрічки новин. Щодня учасник такої панелі ранжує 60 постів, які опинились у його стрічці, виставляючи їм від одного до п'яти балів, залежно від того, наскільки цікавими для нього є ці пости. Також вони змінюють порядок цих новин відповідно до наданих оцінок і пишуть невелике пояснення, чому саме їм сподобалися чи не сподобалися певні пости. Отримані результати щотижня розглядаються розробниками мережі. Facebook регулярно проводить онлайн-опитування про стрічку новин і залучає звичайних користувачів для випробовування нових функцій.

Світ алгоритмів

Відповідно до того як стрічка новин стає розумнішою та ми дедалі більше часу із нею взаємодіємо, її вплив на людину стає предметом пильнішого розгляду. Дослідниця із Іллінойського університету К. Карахаліос намагалась відстежити, як люди змінюють свою онлайн-поведінку залежно від алгоритму стрічки новин. Однак вона зіштовхнулася із проблемою – багато з опитаних навіть не знали, що цей алгоритм існує. У дослідженні К. Карахаліос, 62 %

американців не знали, що їх стрічка фільтрується. Коли ж їм розповіли, багато хто був шокований.

Ця реакція підкреслює всезростаючу стурбованість інтернет-користувачів щодо того, що алгоритми можуть контролювати їх цифрове життя: не лише Facebook, але і сайти Google, Amazon, Twitter та ін.

Скандал довкола Facebook вибухнув через дослідження, опубліковане у червні 2014 р., у якому розповідалося про зміну позитивних і негативних постів у стрічці новин 700 тис. користувачів, з метою вплинути на їх настрої. У Facebook тоді визнали, що це дослідження було неправильним. Пізніше, коли у США відбувались протести у місті Фергюсон, медіаоглядачі помітили, що у стрічках користувачів переважають радісні відеоролики з флешмобу Ice Bucket Challenge (де люди виливають собі на голову відро з крижаною водою), замість фотографій з місць протестів.

А. Моссері, директор проект-менеджменту News Feed, називає Ice Bucket Challenge «аномальним» і зазначає, що він справді домінував над рештою новин на піку своєї популярності – і це якраз збіглось у часі із протестами у Фергюсоні.

Утім, він каже, що це не робота Facebook – відстежувати, щоб кожен користувач побачив те, що хтось вважає критично важливим: «Ми не можемо стати тенденційною стрічкою. Це не означає, що у нас немає цінностей, але є межа, яку ми не можемо переступити. Ми не можемо займатися промоцією певної інформації (нехай це буде новина чи пост на тему політики, релігії). Це дуже, дуже слизький ґрунт, і я думаю, ми маємо бути дуже обережними, щоб не впасти тут».

Розробники стрічки новин наголошують, що вони не проводять аналіз «почуттів» – тож алгоритм не намагається знайти пости із позитивним змістом, щоб показати їх у більшій кількості стрічок (команда, яка проводила контроверсійне «емоційне дослідження» була частиною іншого відділу).

Тим не менш, багато соціологів усе одно вважають, що позитивний та легковажний контент у стрічка Facebook з'являється частіше, ніж такі суспільно значущі речі, як протести у Фергюсоні. «Структуруючи середовище, Facebook неявно привчає людей поводитись у певний спосіб у цьому середовищі алгоритмів», – каже З. Тюфексі, соціолог Університету Північної Кароліни, який вивчає онлайн-взаємодію.

Залишається проблемою те, що користувачів не інформують про існування алгоритму. А ті, хто знає про його існування, не ознайомлені, як їхні дії на сайті вплинуть на те, що вони побачать. У дослідженні К. Карахаліос багато користувачів озвучували поширену скаргу на Facebook за занадто велику кількість фото немовлят. Вони ставили «лайк» під фотографією дитини знайомого – і в результаті стрічка заповнювалась зображеннями немовлят. Пересічний користувач не може дізнатись про механізми стрічки. «Люди люблять відчувати повноваження. – каже К. Карахаліос. – У цьому випадку вони відчують, що в них частину влади забрали і хтось інший приймає рішення, які впливають на них».

Facebook останнім часом надає користувачам деякі повноваження, аби вони могли впливати на зміст стрічки. У компанії кажуть, що опція Unfollow дуже популярна – вона дає могу відмовитись від оновлень певної людини, не видаляючи її із друзів. Так само можна вивести оновлення від цікавих людей на початок стрічки за допомогою опції See First.

Деякі користувачі, без сумніву, продовжать вимагати більше контролю. Соціологи радять спростити спосіб, у який би користувач міг прямо контролювати, що відображається у його стрічці. К. Карахаліос каже, що було б добре внести зміни у сам дизайн веб-сайту (та інші веб-сайти, які використовують алгоритми), аби користувачам було більш зрозуміло, що контент, який вони бачать, відфільтрований (*Стрічка «Фейсбуку»: секрети «найбільшого бігборда Землі» // Media Sapiens (http://osvita.mediasapiens.ua/web/social/strichka_feysbuk_sekreti_naybilshogo_bibordu_zemli/). – 2015. – 27.08).*

Разработан сервис, который составляет психологический портрет в Facebook. Сервис дает человеку характеристику в рамках его личностных качеств.

Алгоритм работы сервиса построен на анализе предоставленного контента в социальной сети.

Исследователи из Кембриджа представили сервис Apply Magic Sauce, который составляет психологический портрет пользователя, основываясь на его предпочтениях и «лайках» в социальной сети Facebook, пишет Хроника.инфо со ссылкой на «Корреспондент».

Во время анализа сервис берет во внимание не только непосредственно страницу пользователя, но и все понравившиеся ему посты и фотографии. В результате этого тест генерирует предполагаемый возраст пользователя, его сексуальные и политические предпочтения, а также уровень интеллекта и степень удовлетворенности от собственной жизни.

Кроме того, сервис дает человеку характеристику в рамках его личностных качеств. Например, может определить его умение противостоять стрессу и общий уровень либеральности натуры (*Разработан сервис, который составляет психологический портрет в Facebook // Хроника мировых событий (<http://hronika.info/tehnologii/82832-razrabotan-servis-kotoryy-sostavlyayet-psihologicheskij-portret-v-facebook.html>). – 2015. – 3.09).*

Ученые из США провели исследование и создали алгоритм, позволяющий прогнозировать профессиональный успех манекенщиц на основании популярности их аккаунта в Instagram.

Авторы собирали информацию в декабре 2014 г., анализируя данные из профилей базы Fashion Model Directory и статистику их страниц в Instagram.

Участие в показах во время недели моды в Лондоне, Париже, Нью-Йорке и Милане считалось ключевым параметром успешности.

В 73 % случаев программа правильно предсказывала, пройдет ли модель кастинг на показ в неделю моды. Рост модели и среднее количество «лайков» в Instagram оказались самыми значимыми факторами в исследовании (*Успех начинающих моделей предскажут по соцсетям // InternetUA (http://internetua.com/uspeh-nacsinauasxih-modelei-predskajut-po-socsetyam). – 2015. – 6.09).*

Молодые британцы не хотят служить в Британском королевском флоте на подводных лодках, так как не будут иметь возможность заходить в Интернет и социальные сети, сообщает The Daily Mail.

Об этом стало известно в результате исследования, проведенного RA Consulting, целью которого было помочь королевскому флоту в решении проблемы нехватки кадров.

Н. Шаффи, глава консультирования в военной сфере, отметил, что общество за последние несколько десятилетий развивалось гораздо быстрее, чем мы думаем.

«Например, факт, что если вы подводник, то вы заперты, будто в консервной банке, под водой на достаточно продолжительный период времени. Но то, что вы отрезаны от Интернета и Twitter, оказывается существенным препятствием для привлечения молодых людей», – сказал Н. Шаффи.

Компания заявляет, что молодые люди теперь ожидают гораздо большего от работодателей, меняют работу гораздо чаще и ищут лучший баланс между работой и свободным временем (*Молодые британцы не хотят служить подводниками из-за недоступности соцсетей // InternetUA (http://internetua.com/molodie-britanci-ne-hotyat-slujit-podvodnikami-iz-za-nedostupnosti-socsetei). – 2015. – 25.08).*

Маніпулятивні технології

Сообщество в Facebook под названием «Я люблю Киев» сообщило на своей странице об акции, согласно которой подписчики, сделавшие репост, поучаствуют в розыгрыше квартиры-студии в Киеве. За два часа после публикации сообщением поделилось более девяти тысяч человек, и оно стремительно собирает новые шэры и комментарии. Количество подписчиков также быстро растет, пишет AIN.UA (<http://ain.ua/2015/09/02/601306>).

Согласно условиям розыгрыша, представительство компании «КИЕВСИТИ БИЛДИНГ КОМПАНИ» и сообщество «Я люблю Киев» подарит одну совершенно новую квартиру-студию площадью 41 кв. м в новостройке Шевченковского района города Киева, а победителя определят 31 декабря.

Издание AIN.UA попыталось связаться с редакторами сообщества, чтобы уточнить детали акции и попросить у них доказательства, что квартиру на самом деле разыграют, как и обещали – с помощью random.org среди всех выполнивших условия. Никакого ответа от админов «Я люблю Киев» редакция AIN.UA не получила.

Тогда редакция решила обратиться в компанию «КИЕВСИТИ БИЛДИНГ КОМПАНИ», которая, согласно посту, предоставит квартиру счастливчику. Но оказалось, что Google не слыхал о подобной компании – вероятно, она вообще не существует.

Для того, чтобы окончательно убедиться, что розыгрыш обманный, AIN.UA обратилась к Единому реестру юрлиц. Среди украинских компаний нет ни компании с таким названием, ни компании с соответствующим украинским и английским названием.

По мнению SMM-специалистов, скорее всего путем неправдивых розыгрышей идет накопление аудитории под новое городское сообщество и в дальнейшем на странице будут размещаться городские новости, а также – продаваться реклама. Стоимость одного рекламного объявления в аналогичных по содержанию сообществах составляет примерно 100 дол. (*Facebook-страница набрала более 10 000 репостов за 4 часа на обещании квартиры от несуществующей компании // AIN.UA (<http://ain.ua/2015/09/02/601306>). – 2015. – 2.09).*

Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»

Соцмережу Facebook можуть заблокувати через невиконання закону про зберігання персональних даних росіян. Про це повідомляє Еспресо.TV з посиланням на газету «Ведомости».

Проблему виконання російського закону «Про персональні дані» керівник Роскомнагляду О. Жаров обговорив під час зустрічі з директором з громадської політики Facebook у Скандинавії, Центральній та Східній Європі та Росії Т. Крістенсенем.

Закон вимагає, щоб усі компанії, які працюють з персональними даними росіян, обробляли та зберігали їх у Росії. Роскомнагляд має вести реєстр порушників цієї норми. Ресурси, які не будуть виконувати закон планують блокувати.

Жодна зі сторін не розголошує подробиць зустрічі. Але «Ведомости» з посиланням на власні джерела стверджує, що Facebook не планує переносити дані про користувачів з Росії до російських дата-центрів.

Закон вступив в силу 1 вересня 2015 р. Але перевіряти чи виконують його Facebook або Google не будуть мінімум до 1 січня 2016 р., обіцяє представник Роскомнагляду В. Ампелонський (*Facebook не збирається переносити дані про користувачів у Росію // Espresso.tv*

(http://espreso.tv/news/2015/08/26/facebook_ne_zbyrayetsya_perenosyty_dani_pro_korystuvachiv_v_rosiyu). – 2015. – 26.08).

Роскомнагляд не зможе перевіряти Google і Facebook на виконання закону про персональні дані, оскільки ці компанії фізично не представлені в РФ. Тому відомство сподівається отримувати інформацію від користувачів.

Про це повідомив «Ведомостям» його представник В. Ампелонський.

«Швидше за все ми будемо отримувати на цей рахунок скарги від допитливих користувачів і ставити відповідні запитання компаніям», – сказав він.

В. Ампелонський пояснив, що наглядове відомство не може «провести звичайні перевірочні заходи відносно компаній, які юридично не присутні в Росії, – наприклад, виїмку документів».

Як сказав представник відомства, насамперед планується перевірити компанії, які зберігають паспортні дані, інформацію про банківські рахунки та інші дані, витік яких завдасть серйозної шкоди користувачам інтернет-сервісів. Дані, які зберігаються в соцмережах, він порохував менш значущими.

Протягом вересня планується перевірити 90 компаній на дотримання закону, до кінця року – 317. У цей період не будуть перевірятися великі інтернет-компанії, проте, за даними В. Ампелонського, на перевірки погодилися eBay, PayPal, Samsung, Lenovo, Uber, Booking.com та ін. *(Роскомнагляд не зможе перевірити Google і Facebook // Економічна правда (<http://www.epravda.com.ua/news/2015/09/2/558058/>). – 2015. – 2.09).*

В Таджикистані обмежен доступ до соціальної мережі Facebook і відеохостингу YouTube.

«Вечером в понеділок провайдерам було дано усне розпорядження від регулятора – Служби зв'язу – об обмеженні доступу до соціальної мережі Facebook і відеохостингу YouTube», – повідомили в одній з компаній-провайдерів.

Також представник компанії додав, що во вівторок вранці всі провайдери отримали розпорядження об обмеженні доступу до інтернет-сервісів.

Глава Асоціації інтернет-провайдерів Таджикистану А. Атоєв додав, що причина блокування в даний час невідома *(Влада Таджикистану обмежила доступ до Facebook і YouTube // InternetUA (<http://internetua.com/vlasti-tadjikistana-ogranicsili-dostup-k-Facebook-i-YouTube>). – 2015. – 25.08).*

Министр юстиции Германии призвал компанию Facebook удалять из соцсети посты с расистской и ксенофобской тематикой и провести в сентябре встречу по вопросу соблюдения законов.

По словам министра Х. Маас, Facebook обязан удалять посты, которые нарушают законодательство Германии.

Пресс-служба Facebook ответила министру, что нетерпимо относится к проявлениям расизма и готова к встрече с Х. Маасом (*Германия требует от Facebook удалять расистские посты // Подробности (http://podrobnosti.ua/2054809-germanija-trebuje-ot-facebook-udaljat-rasistskie-posty.html). – 2015. – 27.08).*

Американский суд приговорил 17-летнего жителя штата Вирджиния к 11 годам и четырем месяцам тюрьмы за ведение аккаунта в соцсети Twitter, который поддерживал террористическую организацию «Исламское государство». А. Амин с помощью соцсети пропагандировал идеи террористов, объяснял своим подписчикам, как пересылать электронные деньги на нужды организации.

В январе этого года подросток помог одному из знакомых добраться до Сирии, где находятся основные базы исламистов. При этом сам А. Амин не покидал территорию США и не был замечен в каких-либо актах насилия, что и отметил суд. Во время объявления приговора пособник террористов вел себя невозмутимо: «Я принял решение и готов принять его последствия».

За время своей активности в Twitter молодой человек опубликовал 7000 сообщений и набрал 4000 подписчиков. В общей сложности молодому человеку грозило 15 лет заключения. В скором времени А. Амин должен был с отличием закончить школу (*Подростка в США посадили на 11 лет за поддержку «Исламского государства» в Twitter // InternetUA (http://internetua.com/podrostka-v-ssha-posadili-na-11-let-za-podderjku--islamskogo-gosudarstva--v-Twitter). – 2015. – 30.08).*

31 августа администрация президента США Б. Обамы приступила к разработке экономических санкций против китайских компаний, которые причастны к хакерским взломам баз данных американских организаций. Официальное решение будет принято в течение двух недель, сообщает газета The Washington Post, передает «Корреспондент».

Этот пакет санкций в материале назван «беспрецедентным». Как подчеркивается, он разрабатывается «в отношении тех китайских компаний и частных лиц, которые получают выгоды от совершаемых правительством киберхищений ценных американских торговых секретов».

Отмечается, что санкции не будут введены в отношении виновных в атаках на кадровое агентство США, т. к. это была скорее операция разведки, а не промышленный шпионаж.

В правительстве и госдепартаменте страны информацию не прокомментировали.

Как сообщал MIGnews.com.ua, доступ к электронной переписке госсекретаря США Д. Керри могут иметь Россия и Китай ***(США готовят санкции против Китая из-за кибератак // Mignews.com.ua (http://mignews.com.ua/sobitiya/inworld/6446019.html). – 2015. – 31.08).***

Ученые из Колорадского университета в Боулдере создали алгоритм для поиска интернет-троллей в социальной сети Instagram. Описание программы доступно на портале arxiv.org.

При помощи машинного обучения и методов языкового анализа специалистам удалось с 60 % точности предсказать инциденты троллинга. Всего авторы проанализировали 2218 постов в Instagram, отобранных более чем из трех миллионов записей. Затем они отобрали ключевые слова, содержащиеся в большинстве оскорбительных комментариев.

На основании полученных данных авторы создали набор признаков, по которым обучали программу-классификатор. Точность определения киберагрессии или кибермоббинга этим методом составляет до 77 % ***(В США создана программа поиска троллей в Instagram // InternetUA (http://internetua.com/v-ssha-sozdana-programma-poiska-trollei-v-Instagram). – 2015. – 2.09).***

В Запорожье Служба безопасности Украины задержала местного жителя, который по заданию российских кураторов вел активную антиукраинскую пропаганду в социальных сетях.

Как сообщает пресс-центр УСБУ в Запорожской области, в социальных сетях злоумышленник распространял антиукраинские материалы с призывами к насильственному изменению конституционного строя Украины, гражданского неповиновения действующей власти, поддержки террористических действий на Востоке страны, а также совершение на территории региона террористических актов.

В настоящее время решается вопрос о возбуждении уголовного производства по ст. 109 УК «Действия, направленные на насильственное изменение конституционного строя» ст. 110 УК «Посягательство на территориальную целостность Украины» и ст. 258-2 УК «Публичные призывы к совершению террористического акта» ***(В Запорожье задержали онлайн-сепаратиста // InternetUA (http://internetua.com/v-zaporoje-zaderjali-onlain-separatista). – 2015. – 6.09).***

Суд російського міста Краснодар розпочав розгляд справи 26-річної кубанської активістки Д. Полюдової, яку звинувачують у закликах до

екстремістської діяльності та до сепаратизму за публікації в соціальній мережі «ВКонтакте».

Про це повідомляє Радіо Свобода.

«Д. Полюдова стала першою людиною в Росії, якій висунули звинувачення у закликах до сепаратизму після того, як у травні 2014 р. вступив у силу закон, що припускає кримінальну відповідальність за такі дії», – ідеться в публікації.

Звинувачення Д. Полюдовій висунули в серпні минулого року. Після заклику провести марш «За федералізацію Кубані» у відповідь на заклики Росії до федералізації України Д. Полюдову заарештували на 14 днів за дрібне хуліганство. Однак після закінчення цього терміну активістку не відпустили із СІЗО, повідомивши їй про кримінальну справу.

Жінку відправили у слідчий ізолятор, але в лютому 2015 р. змінили їй запобіжний захід на підписку про невиїзд.

Аналогічні звинувачення могли загрожувати ще одному організатору цього жартівливого «маршу» П. Любченкову, проте він виїхав в Україну і уникнув суду, хоча його прізвище внесли в російський список «екстремістів і терористів» (*У Росії судять активістку за публікації в соцмережі // MediaSapiens (http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/government/u_rosii_sudyat_aktivistku_z_a_publikatsii_v_sotsmerezhi/). – 2015. – 4.09).*

Мін'юст Росії вніс до списку екстремістських матеріалів браузер Internet Explorer, кеш пошукової системи Яндекс, Google і сайт Internet Archive. Таке рішення ухвалив Світлоярський районний суд Волгоградської області.

Інстанція виявила, що за допомогою згаданих сервісів можна отримати доступ до циклу лекцій про афганських найманців. Ці тексти раніше були визнані екстремістськими.

Федеральний список екстремістських матеріалів формується на підставі рішень суду, що надходять до Мін'юсту Росії. При цьому сайти, на яких розміщені відповідні матеріали, зобов'язані видаляти їх, а в разі невидалення, самі сайти можуть бути заблоковані на території Росії.

На разі не відомо, як буде відбуватись блокування майкрософтівського браузера Internet Explorer (*У Росії браузер Internet Explorer визнано екстремістським // UkrainianWatcher (http://watcher.com.ua/2015/08/27/u-rosiyi-brauzer-internet-explorer-vyznano-ekstremistskym/). – 2015. – 27.08).*

Майже дві сотні осіб покарали в Китаї за поширення чуток про кризу на фондовому ринку та про вибухи у місті Тяньцзін, повідомляє ТСН. Серед 197 заарештованих – журналіст і кілька працівників біржі.

Також закриті більш ніж півтори сотні акаунтів у соціальних мережах. У повідомленнях, які коштували їхнім авторам волі, йшлося про непідтвержене

самогубство чоловіка через обвал на ринку та про завищену в кілька разів кількість жертв катастрофи у Тяньцзіні.

Нагадаємо, обвал фондового ринку в Китаї спинився лише 26 серпня після кількох днів сильного падіння (*За розбурхування у соцмережах фінансової паніки заарештували 200 китайців // Інформаційний Акцент (<http://www.akcent.org.ua/rizne/za-rozburhuvannya-paniky-u-sotsmerezah-zaareshtuvaly-200-ky-tajtsiv/>). – 2015. – 31.08*).

За участь у незаконних збройних формуваннях житель Слов'янська Донецької області отримав три роки ув'язнення, пише «7 Днів-Україна» (<http://7days-ua.com/news/teroryst-iz-slov-yanska-doroho-poplatyvsvya-za-selfi-u-sotsmerezah/>).

Слідством встановлено, що сепаратист із квітня по травень минулого року чергував на блокпосту із мисливською рушницею в руках. Він перевіряв транспорт і документи на розі вул. Свободи та вул. Французької комуни в Слов'янську, пише znaj.ua.

Бойовик виклав в «Однокласниках» фото, на якому він красується у камуфляжній формі та з кулеметом на блокпосту. Світлини стали доказом провини обвинуваченого. По фото його впізнали свідки і дали проти місцевого жителя свідчення. Тому свою провину прихильник ДНР не став заперечувати, а на суді щиро розкався (*Терорист із Слов'янська дорогою заплатився за селфі у соцмережах // 7 Днів-Україна (<http://7days-ua.com/news/teroryst-iz-slov-yanska-doroho-poplatyvsvya-za-selfi-u-sotsmerezah/>). – 2015. – 2.09*).

Как предсказать по данным из Интернета реальный бунт?

События арабской весны показали мощь социальных сетей в разжигании общественных беспорядков и распространении экстремистской информации. А также научили правительства и армии разных стран использовать социальные сети и сотовую связь для решения своих вопросов.

Компьютерные программы побеждают маркетологов

Возможности современной цифровой технологии дают возможность выявлять потенциальных бунтовщиков более эффективно, нежели посредством чисто человеческой интуиции. Так называемые «предиктивные» технологии (от англ. predict – «предсказать») уже опережают человеческий разум. Американской лабораторией Telenor Research and MIT Media Lab реализован проект обучения машин, для которых разработан алгоритм целевого маркетинга. Он был выставлен на соревнования с группой людей, топовых специалистов по маркетингу из одной крупной азиатской телекоммуникационной компании. Машинный алгоритм использовал некоторые массивы данных о людях из целевой группы, включая информацию из социальных сетей и мобильных телефонов, а живые маркетологи

оперировали традиционными методами. Целью соревнования было продать абонентам новые тарифные планы.

Машина победила – она продала в 13 раз больше, чем профи-маркетологи

При этом 98 % привлеченных машиной людей сохранили этот же тарифный план по истечении первого месяца пользования, в то время как у людей этот показатель составил всего 37 %.

Как выследить банду в соцсетях?

Алгоритмы, позволяющие по-разному таргетировать целевые группы и физические лица, показали способность не только успешно продавать товары. Например, в США, а точнее в Чикаго и некоторых локациях штата Массачусетс уже применяется новый алгоритм обработки информации из социальных сетей, который разработали специалисты Корпуса морской пехоты США. Этот инструмент используется для выявления ключевых членов уличных банд. Подобные программы могут анализировать социальные сети, определяя нарушителей и потенциальных жертв.

Уже составлены списки склонных к насилию людей, и полиция работает с их семьями и окружением, вовлекая их в профилактику преступлений.

Данные для таких программ берутся из социальных сетей и распечаток телефонных разговоров, записей о приводах и арестах и прочих баз, к которым может иметь доступ полиция. Некоторые такие программы включают в себя опции определения местоположения интересующих лиц с тем, чтобы создавать географические картины, например, распространения наркопреступности.

Такие программы были отработаны в Сирии силами оппозиции, выявляющей таким образом своих врагов и сторонников, а ранее в Ираке, где при помощи них отслеживался оборот взрывчатых веществ среди местного населения и процесс сборки импровизированных взрывных устройств. Сегодня они вернулись в США для выявления организованных преступных сообществ и подозреваемых.

Реально ли погасить протесты через Интернет?

В применении к внутренней контрразведывательной деятельности эти алгоритмы показали эффективность в прогнозировании общественных беспорядков. Начиная с ноября 2012 г. ученый мир США разрабатывает проект «Распознавание событий на основе ранних моделей с применением суррогатов», финансируемый агентством ДАРПА (передовые оборонные исследования и разработки), использующий как информационное сырье твиты, блоги, посты и прочие формы активности для прогноза беспорядков и мятежей в Южной Америке. Не раскрывая деталей, представители проекта заявляют, что результат работы был весьма хорош: «...алгоритм научился учитывать свои же промахи и успехи, корректируя оперируемые переменные значения с каждой новой попыткой».

В России об успешной разработке такой же программы («Демон Лапласа») заявляет Центр по исследованию легитимности и политического протеста. Его руководитель Е. Венедиктов считает, что «Демон» поможет государству на ранних стадиях выявлять намерения о созыве на публичные

массовые акции, гася таким образом протест в зародыше и задолго до появления каких-то публикаций в прессе.

Участникам киевского майдана приходили SMS-ки о том, что они зарегистрированы как участники антиправительственных мероприятий. Правительства действительно могут фиксировать положение своих граждан через их телефоны, ноутбуки и планшеты.

Учитывая, что сегодня каждый человек практически сам непрерывно снабжает мировой эфир какой-то информацией, новые программы уже могут сами отсеивать то, что нужно.

Машины уже научились считывать личные интересы и пристрастия, фиксируя лайки на Facebook, а также используют данные личных профилей пользователей, чтобы спрогнозировать, какие группы они могут создать на основе какой-то общности. Но некоторые режимы гораздо изобретательней в опережении общественных беспорядков и просто несогласия. Сайт 365info уже публиковал обзоры западных СМИ с информацией о прокремлевских троллях и киберармии Китая, создающих ложные профили пользователей и публикующих проправительственные комментарии. В западных СМИ даже появился отдельный псевдоним для китайских кибертроллей – «50-центовая партия», которая была создана после речи руководителя КНР Х. Цзиньтао на заседании Политбюро, где он поставил задачу «установить превосходство над общественным мнением в онлайн...» как ответ на оранжевые революции.

Сегодня ученые предлагают опции для отслеживания распространения идей через кластеры конкретных слов и фраз. С 2012 г. ученый мир США работает над построением математических моделей распространения информации среди различных групп населения через блоги, твиты и комментарии к информационным сообщениям. Осталось правильно увязать это с метаданными телефонов пользователей и психологическим профилированием таковых. Даже такая мелкая и несущественная деталь, как порядок выдачи поискового результата, может повлиять на формирование общественного мнения, так как уже подсчитано, что среднестатистический пользователь предпочтет кликнуть на первые несколько результатов поиска и проигнорирует другие. А еще подсчитано, что такое же влияние может иметь цвет текста.

Так что в будущем для политики куда большее значение будут иметь хорошо просчитанные алгоритмы работы в Интернете, нежели дорогие PR-специалисты (*Дербисов А. Как предсказать по данным из интернета реальный бунт? // 365info (<http://365info.kz/2015/09/novye-texnologii-na-rukune-tolko-buntovshhikam/>). – 2015. – 2.09).*

Проблема захисту даних. DDOS та вірусні атаки

Исследователь безопасности под псевдонимом Rotologix обнаружил ряд брешей в мобильных интернет-обозревателях Dolphin Browser и Mercury Browser, эксплуатация которых позволяет удаленно выполнить код.

По имеющимся на сегодняшний день данным, пользователями Dolphin являются 100 млн человек, Mercury – 1 млн. Для сравнения, браузер Firefox для Android установили 500 млн пользователей, показатели же Google Chrome колеблются в пределах 5 млрд инсталляций.

Rotologix проинформировал о брешах разработчиков интернет-обозревателей. Оба производителя уже выпустили обновления с устранением брешей.

По словам специалиста, в случае с Dolphin Browser атакующей с возможностью контроля сетевого трафика может модифицировать функционал загрузки и применения новых тем для браузера. Путем эксплуатации этого функционала злоумышленник может выполнить код в контексте браузера на устройстве пользователя.

Поскольку в последний раз Dolphin Browser обновлялся в июле нынешнего года, отмечает Rotologix, брешь затрагивает всех пользователей интернет-обозревателя.

Проблема Mercury Browser заключается в ненадежной реализации схемы Intent URI и уязвимости обратного пути в директориях (Path Traversal) в кастомном веб-сервере, используемом для поддержки функции Wi-Fi Transfer. Совместная эксплуатация данных брешей позволяет атакующему удаленно читать и создавать файлы в директории данных браузера (*В мобильных браузерах Dolphin и Mercury обнаружены уязвимости нулевого дня // InternetUA (<http://internetua.com/v-mobilnih-brauzerah-Dolphin-i-Mercury-obnaruzeni-uyazvimosti-nulevogo-dnya>). – 2015. – 25.08*).

Исследователи безопасности компании Zscaler сообщают о масштабной вредоносной кампании, во время которой злоумышленники используют более 2,6 тыс. скомпрометированных сайтов WordPress для распространения вымогательского ПО CryptoWall 3.0. По данным экспертов, хакеры внедрили вредоносные плавающие фреймы (iframe) в более 4 тыс. страниц ресурсов, использующих версии WordPress 4.2 или предыдущие. В свою очередь, эти фреймы перенаправляют пользователей на целевую страницу, содержащую набор эксплоитов Neutrino.

Эта страница разработана с целью эксплуатации уязвимостей в медиаплеере Adobe Flash для инфицирования вредоносом CryptoWall 3.0 компьютеров пользователей Internet Explorer. Не лишним будет отметить, что создатели Neutrino включили в набор эксплоиты для брешей во Flash, утекшие в результате взлома корпоративной сети Hacking Team практически сразу после того, как похищенная информация была опубликована в свободном доступе.

По словам экспертов из Zscaler, обнаруженная ими вредоносная кампания свидетельствует о росте популярности Neutrino. Этот факт подтверждает и исследователь безопасности ИБ-компании Rackspace Б. Данкан. Полученные им данные говорят о том, что атакующие, ранее использовавшие набор эксплоитов Angler, в последние несколько месяцев изменили предпочтение в сторону Neutrino. В настоящее время ввиду отсутствия полной информации не представляется возможным определить, перманентны ли эти изменения. Тем не менее, хакерские группировки в прошлом не раз молниеносно меняли тактику, поэтому не исключено, то ситуация изменится, отметил Б. Данкан в своем блоге (*Тысячи взломанных сайтов WordPress используются для распространения CryptoWall 3.0 // InternetUA (<http://internetua.com/tisyacsi-vzlomannih-saitov-WordPress-ispolzuuatsya-dlya-rasprostraneniya-CryptoWall-3-0>). – 2015. – 26.08*).

Samsung производит практически все, что только можно представить. Многие его современные гаджеты помимо своего основного предназначения также оснащены различными смарт-функциями, в том числе и холодильники. Однако «умные» хранители еды могут стать и предметом атак хакеров, ведь в них найдена уязвимость, которая позволяет украсть пароль пользователя от учетной записи Google.

«Подключенный к Интернету холодильник предназначен для показа информации из календаря Gmail», – рассказал представитель компании Pen Test Partners К. Манро. По его словам, календарь работает идентично любому подобному устройству и приложению, то есть система принимает пароль и систематически обновляет данные на дисплее.

Исследователи Pen Test Partners, занимающиеся вопросами безопасности, обнаружили уязвимость типа man-in-the-middle, которая позволила обойти защиту холодильника Samsung RF28HMELBSR во время соревнования по взлому устройств «интернета вещей» на конференции DEF CON. Хотя в холодильнике реализован криптографический протокол SSL, устройство не справляется с проверкой SSL-сертификатов, что позволило хакнуть гаджет.

Специалисты также проковырялись в возможности взломать прошивку холодильника и установить туда собственную сборку (!), но экспериментально доказать возможность взлома им не удалось. Правда, суть заключается в том, что взломщикам нужно подобрать правильную комбинацию слов и букв URL (например, модель холодильника или серийный номер – это стандартные шаблоны для многих компаний). Если им это удастся, то идея с подменой прошивки может сработать.

А вот «раздербанить» приложение для управления «умным» устройством Samsung им пока не удалось, но все еще впереди: «Мы пока что извлекаем пароль, который открывает хранилище ключа. Нам кажется, мы нашли пароль к сертификату в коде на стороне клиента». Правда, расшифровать его пока не удалось. Как отмечают специалисты, это дело времени (**В «умных»**

холодильниках Samsung нашли серьезную уязвимость // InternetUA (http://internetua.com/v--umnih--holodilnikah-Samsung-nashli-sereznuua-uyazvimost). – 2015. – 26.08).

По данным экспертов компьютерной безопасности, свыше 220 тыс. аккаунтов iCloud были украдены с помощью вредоносного ПО, замаскированного под джейлбрейк-твики. Пользователям устройств с джейлбрейком следует быть предельно внимательными при использовании программ из Cydia.

Тревожная информация поступила от экспертов WooYun, специализирующихся на сетевой безопасности. Утверждается, что через Cydia распространяется ряд приложений и твиков, которые крадут пользовательскую информацию со взломанных iOS-устройств и передают на серверы злоумышленников.

Отчет не содержит конкретную информацию о разработчиках вредоносного ПО и названий твиков. Утверждается, однако, что злоумышленники активно используют бэкдоры в неофициальных приложениях, с целью получения данных об учетных записях Apple ID. С этой информацией хакеры могут получить доступ к персональным сведениям пользователей: сообщениям, контактам, электронной почте и т. д.

Одним из главных вопросов для владельца «яблочной» техники заключался в том, стоит ли делать джейлбрейк. Ведь всегда есть сомнения на счет безопасности гаджета. Некоторые пользователи, склонны полагать, что взлом устройства не делает его менее защищенным и даже наоборот: используемые для джейлбрейка бреши безопасности закрываются после выполнения процедуры. Однако не все так просто.

Пользователь Reddit под ником ZippyDan утверждает, что многие продавцы гаджетов в Китае реализуют iPhone и другие iOS-устройства уже взломанными. Высока вероятность того, что на часть этих устройств также загружаются вредоносные твики, которые крадут информацию у ничего не подозревающих пользователей.

К сожалению, конкретные детали и названия вредоносных расширений пока неизвестны. Лучшее, что могут сделать сейчас владельцы джейлбрейкнутых iPhone и iPad – не устанавливать твики из ненадежных репозиторийев. Кроме того, следует активировать двухэтапную авторизацию, позволяющую повысить безопасность данных при использовании Apple ID на различных устройствах (*Хакеры похитили данные от 220 000 аккаунтов Apple ID с помощью вредоносных джейлбрейк-твиков // InternetUA (http://internetua.com/hakeri-pohitili-dannie-ot-220-000-akkauntov-Apple-ID-s-pomosxua-vredonosnih-djeilbreik-tvikov). – 2015. – 27.08).*

На сайт, регистрирующий заявки на электронные пропуска в зону АТО, в первые дни его работы совершалось до 25 тыс. DDoS-атак ежедневно. Об этом заявил заместитель начальника штаба АТЦ при Службе безопасности Украины (СБУ) Ю. Пасько.

«С момента, когда мы его (сайт. – Ред.) запустили 12 июля 2015 г., мы получили очень большое количество заявок. Мы выделили специальных людей, операторов, занимающихся обработкой этой информации, мы завели специальные базы данных, чтобы люди могли нормально работать, но мы не рассчитывали, что действительно такое количество людей начнет обращаться, и у нас начались небольшие проблемы. На сегодняшний день, мне кажется, мы справились с теми проблемами, было время, когда сайт технически не работал, не только из-за наших технических проблем. Я думаю, что не открою тайну, если скажу, что у нас с момента начала работы сайта, ежедневно было до 25 тыс. DDoS-атак, у нас были очень серьезные технические проблемы. На сегодняшний день мы стабилизировали эту работу», – сообщил Ю. Пасько.

Он добавил, что сейчас разработчик сайта вносит коррективы в техническое задание, чтобы была возможность корректировать ошибки в орфографии. «Мы это делаем ежедневно, потому что действительно люди достаточно часто обращаются, звонят, мы в режиме онлайн правим эти ошибки», – сообщил Ю. Пасько (*АТЦ: На сайт регистрации пропусков в зону АТО совершалось до 25 тыс. DDoS-атак ежедневно // Информационное Агентство 112.ua (<http://112.ua/obshchestvo/atc-na-sayt-registracii-propuskov-v-zonu-ato-sovershalos-do-25-tys-DDoS-atak-ezhednevno-254390.html>). – 2015. – 26.08*).

Антивирусная компания ESET сообщила о новом типе мошеннической рассылки в мессенджере WhatsApp.

По словам экспертов компании, киберпреступники рассылают пользователям приглашение пройти опрос и выиграть один из 150 сертификатов сети кофеен Starbucks на крупную сумму. В рассылке говорится о расширении сети, чем и обусловлена необходимость сбора отзывов клиентов. В сообщениях указана ссылка, при переходе на которую пользователь попадает на страницу для ввода персональных данных, среди которых имя, адрес электронной почты и номер мобильного телефона.

В будущем эта информация может быть использована для подписки на дорогостоящие SMS-сервисы или спам-рассылок, предупреждают эксперты (*Мошенники похищают данные пользователей WhatsApp // InternetUA (<http://internetua.com/moshenniki-pohisxauat-dannie-polzovatelei-WhatsApp>). – 2015. – 28.08*).

По данным квартального отчета компании IBM, использование браузера Tor в корпоративных сетях представляет угрозу безопасности предприятий из-за роста числа атак с использованием таргетированного вымогательского ПО. Ситуация усугубляется тем, что Tor не позволяет проследить за перемещением вредоносных программ по сети.

В отчете сообщается, что используемая анонимайзером так называемая луковая маршрутизация дает возможность не только сохранять анонимность общения, но также скрывать преступную деятельность. С помощью Tor злоумышленники могут маскировать истинный источник атак, подстраивая все так, будто им является совсем другая точка земного шара.

По словам экспертов IBM, наиболее вероятной целью осуществляемых через Tor атак является промышленность – финансовые учреждения, предприятия и коммуникации. С января по май нынешнего года эксперты зафиксировали свыше 300 тыс. подобных инцидентов безопасности. Наибольшей популярностью у преступников пользовались американские компании – 200 тыс. атак пришлось на США. Далее следуют Нидерланды (150 тыс.) и Румыния (75 тыс.).

Исследователи зафиксировали всплеск атак с использованием вымогательского ПО, которое стало более таргетированным. Злоумышленники предлагают программы для вымогательства, используя бизнес-модель «вымогательское ПО как услуга» (ransomware as a service) (*Tor представляет угрозу корпоративной безопасности // InternetUA (<http://internetua.com/Tor-predstavlyaet-ugrozu-korporativnoi-bezopasnosti>). – 2015. – 27.08*).

Эксперты Компьютерной группы реагирования на чрезвычайные ситуации (Computer Emergency Response Team, CERT) предупредили о том, что маршрутизаторы DSL от целого ряда производителей содержат жестко запрограммированные учетные данные, с помощью которых злоумышленник может получить полный контроль над ними через сервисы, использующие протокол telnet.

Брешь затрагивает продукты ASUS Tek (DSL-N12E), DIGICOM (DG-5524T), Observa Telecom (RTA01N), Philippine Long Distance Telephone (SpeedSurf 504AN) и ZTE (ZXV10 W300). Эксперты CERT сообщили о подобных брешах в устройствах ZTE еще в феврале прошлого года, однако теперь дополнили этот список рядом маршрутизаторов от других производителей.

По словам исследователей, жестко запрограммированные учетные данные включают в себя имя пользователя admin и его вариации, а также пароль, состоящий из части MAC-адреса маршрутизатора, который можно получить по протоколу SNMP.

В мае нынешнего года эксперты CERT уведомили о бреши компанию Asus, в июне – PLDT, а ZTE известно о ней еще с декабря 2013 г. Поскольку уязвимости до сих пор остаются неисправленными, предприятия,

использующие вышеперечисленные продукты, должны в настройках своих межсетевых экранов отключить telnet или SNMP как временная мера безопасности (*Уязвимости в маршрутизаторах ASUS и ZTE позволяют получить над ними полный контроль // InternetUA (<http://internetua.com/uyazvivosti-v-marshrutizatorah-ASUS-i-ZTE-pozvoliyauat-polucsit-nad-nimi-polnii-kontrol>). – 2015. – 28.08*).

Украинским программистам удалось загрузить файлы с компьютера и телефона так называемого заместителя председателя «Народного совета» самопровозглашенной Донецкой народной республики Д. Пушилина. Об этом на своей странице в Facebook написал представитель «Украинских Кибер Войск» Е. Докукин.

Согласно сообщению, все эти материалы уже переданы в Службу безопасности Украины.

«Выложил все файлы с компьютера Д. Пушилина и дампы Skype, Viber и SMS с его смартфона. Разместил их на ex.ua. В том числе экспортированные в csv данные из БД SMS. Сделал это еще 9 августа, но обнаружил как раз в мой день рождения», – написал Е. Докукин.

Стоит отметить, что волонтерское движение «Украинские Кибер Войска», состоящее из программистов и обычных людей, было основано летом 2014 г. Его участники взламывают сайты ДНР/ЛНР, копируют информацию с серверов МВД России, проникают на сайт минобороны РФ, перехватывают веб-камеры Донбасса, Крыма и Москвы, подключаются к правительственным компьютерам и технике (*«Украинские Кибер Войска» выложили в сеть файлы с компьютера Пушилина // Mignews.com.ua (<http://mignews.com.ua/sobitiya/inukraine/6427826.html>). – 2015. – 27.08*).

Известные ИБ-эксперты, а также исследовательская группа Unit 42, компании Palo Alto Networks, обнаружили новый RAT, который получил название uWarrior. Троян удаленного доступа распространяется под видом .RTF документа. Вредонос содержит эксплоит к двум старым уязвимостям (CVE-2012-1856 и CVE-2015-1770), позволяющим удаленное выполнение кода. Первая брешь, обнаруженная в 2012 г., которая затрагивала Windows Common Controls MSCOMCTL.OCX, начала снова эксплуатироваться хакерами в возвратно-ориентированном программировании для обхода ASLR.

Согласно данным исследователей, вредоносный .RTF документ содержит множество объектов OLE, которые могут быть использованы для эксплуатации брешей. После инфицирования устройства, троян копирует себя в другую локацию на системе, записывает информацию на локальный файл, и связывается с C&C-сервером через сжатый, зашифрованный, сырой TCP сокет и двоичный протокол.

Специалисты отметили, что uWarrior содержит некоторые компоненты другого трояна, известного как stOS. Оба вредоноса включают в себя аналогичные конфигурационные структуры, несколько одинаковых функций, кодов и даже строчки на итальянском языке. Именно поэтому исследователи называют этот троян «итальянским» (*Исследователи обнаружили новый «итальянский» троян удаленного доступа // InternetUA (<http://internetua.com/issledovateli-obnarujili-novii--italyanskii--troyan-udalennogo-dostupa>). – 2015. – 29.08).*

«Лаборатория Касперского» обнародовала развёрнутый анализ вредоносной программы Shade, жертвами которой становятся преимущественно российские интернет-пользователи.

Shade – это троян-шифровальщик, кодирующий файлы с целью последующего получения выкупа. Зловред попадает на компьютер жертвы двумя способами: либо через спам-рассылки, либо с помощью эксплойтов. В первом случае жертва получает письмо с вредоносным вложением, попытка открыть которое приводит к заражению системы. Во втором случае вредоносный код появляется в системе после посещения жертвой скомпрометированного веб-сайта: троян эксплуатирует уязвимость в браузере или его плагинах, после чего в систему тайно устанавливается программа-вымогатель.

После проникновения на компьютер жертвы Shade приступает к шифрованию файлов. При поиске целевых объектов троян пользуется обширным списком расширений. К обработанным файлам добавляются расширения .xtbl и .ytbl. Далее выводится сообщение с требованием выкупа и инструкциями.

Однако, в отличие от большинства других шифровальщиков, кодированием данных функциональность Shade не ограничивается. Зловред скачивает и устанавливает в систему пользователя другие вредоносные программы нескольких различных семейств, например, программу подбора паролей к веб-сайтам. Ещё одно вредоносное ПО, загружаемое шифровальщиком, известно как Zerot: эта программа может устанавливать на компьютер жертвы известный банковский троян ZeusS.

Наибольшее число случаев заражения трояном Shade зафиксировано на территории России, Украины и Германии (*Троян-шифровальщик Shade заражает систему жертвы другими зловредами // InternetUA (<http://internetua.com/troyan-shifrovalsxik-Shade-zarajaet-sistemu-jertvi-drugimi-zlovredami>). – 2015. – 1.09).*

«Лаборатория Касперского» предупреждает о значительном росте количества мобильных вредоносных программ, использующих привилегии суперпользователя (root-доступ).

Root-доступ даёт зловеру фактически неограниченный контроль над устройством – смартфоном, фаблетом или планшетом. Атаки подобного типа нацелены на владельцев Android-гаджетов, а в зоне наибольшего риска находятся пользователи в России и Индии.

Эксперты выделяют три основных семейства троянов, использующих рут-привилегии без ведома пользователя: это Trojan.AndroidOS.Ztorg, Trojan-Dropper.AndroidOS.Gorpo (действующий в связке с Trojan.AndroidOS.Fadeb) и Trojan-Downloader.AndroidOS.Leech. Особенностью названных зловеров является то, что они представляют собой пакеты, встроенные в обычное приложение без особой связи с его исходным назначением. Иными словами, киберпреступники внедряют вредоносный код в легитимные приложения, не затрагивая их основную функциональность. Это облегчает распространение троянов и усыпляет бдительность пользователей.

После проникновения на мобильное устройство и запуска троян перебирает известные ему уязвимости ОС Android, пытаясь получить права суперпользователя. В случае успеха, в папку системных приложений (/system/app) устанавливается автономная версия зловера, которая периодически обращается на серверы злоумышленников за командами на скачивание и установку других приложений. Дальнейшие действия троянов могут различаться в зависимости от семейства.

Чаще всего владелец смартфона даже и не подозревает о наличии на своём устройстве приложения с привилегиями суперпользователя, поскольку зловер получает такие права самостоятельно. Как правило, подобные трояны попадают на гаджет пользователя при скачивании приложений из неофициальных источников. В некоторых случаях вредоносные программы оказывались на новых, только что приобретённых мобильных устройствах (*Растём число троянов, получающих полный контроль над смартфонами // InternetUA (http://internetua.com/rast-t-csislo-troyanov--polucsauasxih-polnii-kontrol-nad-smartfonami). – 2015. – 31.08).*

Специалисты IBM обнаружили новый экземпляр вредоносного ПО, предназначенного для хищения логинов и паролей. Как сообщается в отчете компании, вредонос обладает достаточной гибкостью, чтобы в будущем получить возможность похищать личные данные в режиме реального времени.

По словам специалиста IBM в области кибербезопасности Л. Кессема, CoreBot имеет модулярную структуру, позволяющую в будущем легко расширять функционал вредоноса, добавляя новые механизмы хищения данных. В настоящее время вредоносное ПО похищает логины и пароли, а также лицензионные ключи установленных на компьютере программ. Тем не менее, эксперты крайне взволнованы его модулярной структурой.

«Несомненно, самой интересной особенностью CoreBot является его система плагинов, благодаря которой обеспечивается модульная структура вредоноса и его потенциал, – заявил Л. Кессем. – Сразу после установки на

целевую систему CoreBot загружает плагины с C&C-сервера, после чего внедряет их с помощью функции экспорта plugininit в DLL плагина».

В настоящее время CoreBot использует лишь один плагин, известный как Stealer. Он похищает логины и пароли, сохраненные во всех крупных браузерах, FTP- и email-клиентах, сервисах Webmail, а также кошельках криптовалют, частных сертификатах и классических приложениях. По данным IBM, сейчас CoreBot не может похищать данные напрямую из браузера в режиме реального времени, но по мере появления дополнительных плагинов вредонос обзаведется и этой функциональностью (**Обнаружен новый экземпляр похищающего логины и пароли вредоносного ПО // InternetUA (<http://internetua.com/obnarujen-novii-ekzemplyar-pohisxauasxego-logini-i-paroli-vredonosnogo-po>). – 2015. – 3.09**).

Бывший сотрудник российской компании Qrator, специализирующейся на DDoS-атаках, рассказал об организации спланированных акций против ряда украинских сайтов.

А. Вря – бывший технический специалист Qrator, заявил, что DDoS-атаки против нескольких украинских сайтов, включая сайт Министерства обороны, направлял глава департамента коммуникации и информации «Ростеха» В. Бровко.

Он же и предоставил компании систему для организации DDoS-атак на сетевом уровне, мощностью до 10 Гбит/сек.

Для тестирования работы этой неназываемой системы дважды был успешно атакован сайт Министерства обороны Украины (mil.gov.ua). Кроме того, В. Бровко предложил атаковать сайт издания Slon.ru, который тоже не выдержал DDoS.

После демонстрации В. Бровко предложил А. Вряе управлять системой атаки, однако последний отказался.

Отказ спровоцировал повышенный интерес к его особе со стороны спецслужб и технический специалист был вынужден уволиться и сбежать в Хельсинки – сейчас он собирается получить статус беженца.

Комментируя откровения технического специалиста, В. Бровко подтвердил факт встречи с А. Вряей, но заявил, что они обсуждали системы защиты от атак, которым подвергается «Ростех» (**«Ростех» причастен к DDoS-атаке на украинские сайты – инсайдер из Qrator // Блог Imena.UA (<http://www.imena.ua/blog/rostech-response-for-ua-ddos/>). – 2015. – 4.09**).

Создатели банковского трояна Duge начали использовать новые методы для того, чтобы вредоносное ПО было сложнее обнаружить и удалить. По данным ИБ-исследователей из IBM, вирусописатели решили изменить

механизм устойчивости и заменить ключи запуска в реестре Windows на диспетчеризацию задач.

Реестр по-прежнему будет содержать инструкцию, но файлы работающие с помощью диспетчеризации задач можно найти в заданной Windows папке задач, откуда их можно извлечь по мере необходимости. Dyre, использующий диспетчеризацию задач, становится более устойчив к удалению и обнаружению антивирусными программами. Эта модификация также дает возможность хакерам выбирать, когда и как часто перезапускать вредоносное ПО, объясняет ИБ-эксперт из IBM Trusteer О. Сафран.

Еще одно изменение Dyre связано с именами, предоставляемыми конфигурационным файлам. Давая этим файлам полупроизвольные имена, злоумышленники надеются предотвратить обнаружение вредоносного ПО автоматизированными системами безопасности, призванными выявлять и удалять вредоносные файлы.

ИБ-исследователи сообщают, что несмотря на то, что полупроизвольные файловые имена делают достаточно сложным обнаружение Dyre, знание алгоритма, использующегося для выбора данных имен, может реально помочь в выявлении вредоноса.

Стоит отметить, что популярность Dyre возросла за последнее время на 125 %, подтверждая, что интерес мошенников к онлайн-банкингу увеличивается с каждым днем. Пользователи сервисов онлайн-банкинга из Европы и Северной Америки все чаще становятся жертвами кибератак, в которых злоумышленники используют Dyre (*Модифицированный банковский троян Dyre намного сложнее обнаружить и удалить // InternetUA (<http://internetua.com/modificirovannii-bankovskii-troyan-Dyre-namnogo-slojnee-obnarujit-i-udalit>). – 2015. – 27.08*).

Эксперты IBM Security X-Force обнаружили новый банковский троян, получивший название Shifu, что с японского переводится как «вор». Троян заимствует функционал различных вредоносных семейств, таких как Shiz, Zeus, Gozi/ISFB и Corgow. Он нацелен, в основном, на японские финансовые организации и платформы.

Вредонос похищает разнообразную информацию, связанную с процессом авторизации, в том числе пароли, учетные данные и личные сертификаты. Таким образом, оператор Shifu может использовать украденные учетные данные для получения контроля над банковскими счетами жертв, открытыми в различных финансовых организациях.

Shifu способен сканировать, проводить анализ и осуществлять эксфильтрацию данных со смарт-карт, если они подключены к считывателю, а также осуществлять поиск кошельков криптовалюты и похищать их содержимое. Помимо прочего, троян обладает функцией «антивируса», которая активируется после инфицирования компьютера жертвы и служит для обнаружения и сдерживания других вредоносов.

Специалисты IBM полагают, что создателями Shifu являются выходцы из стран постсоветского пространства, на что указывают фрагменты кода, написанные на русском языке. Пока основными целями вредоноса являются японские банки, однако специалисты не исключают, что в будущем вредоносная кампания распространится и на финансовые учреждения других стран (*Новый банковский троян Shifu атакует японские финучреждения // InternetUA* (<http://internetua.com/novii-bankovskii-troyan-Shifu-atakuet-yaponskie-finucsrejdeniya>). – 2015. – 3.09).

Как сообщают исследователи безопасности, обычные изображения, сохраненные в формате PNG, можно применять для осуществления DoS-атак. Используя определенные настройки в заголовке, сочетаемые с особенностями декодирования нулевых областей при методе сжатия DEFLATE, можно создать изображение размером в 50 гигапикселей (225000x225000). При раскладке 3 байта на пиксель обработка такого изображения потребует буфер размером в 141,4 Гб, что во много раз превышает объем оперативной памяти в подавляющем большинстве ПК.

Попытавшись открыть такую картинку в любом приложении или браузере, жертва столкнется с аварийным завершением процесса в связи с исчерпанием памяти. Как пример атаки исследователи порекомендовали загрузить изображение на любой онлайн-сервис как аватар или установить его как картинку favicon.ico. В первом случае также произойдет сбой скриптов обработки изображений. Такой способ атаки может использоваться для всего контента, в котором применяется метод сжатия DEFLATE.

Аналогичными подобной атаке являются zip-бомбы и XML-бомбы. В первом случае используется вредоносный архив с расширением ZIP, распаковка которого приведет к исчерпанию свободного пространства (в прошлом был популярен архив 42.zip, объем распакованных данных которого составлял более 4000 Тбайт). Во втором случае атака затрагивала XML-парсеры, приводя к аналогичной первому случаю ситуации: полностью распакованный файл занимал 3 Гб в оперативной памяти, что в 2002 г., когда была впервые проведена атака, приводило к аварийному завершению процесса (*Изображения PNG можно использовать для осуществления DoS-атаки // InternetUA* (<http://internetua.com/izobrajeniya-PNG-mojno-ispolzovat-dlya-osusxestvleniya-DoS-ataki>). – 2015. – 6.09).

Исследователи Bitdefender сообщили об обнаружении XSS-уязвимости в PayPal, которая дает возможность хакерам загружать вредоносные файлы для атак на зарегистрированных пользователей платежного сервиса. Брешь существует из-за того, как обрабатывается и расшифровывается URL, по которым передаются загружаемые файлы.

Эксперты представили концепт атаки с использованием XML-файла в формате HTML, загружаемого через раздел «Создать инвойс» (Create an Invoice). Путем манипуляций с URL, который загружает файлы с серверов PayPal, исследователи смогли выполнить вредоносный код в браузере.

После создания файла эксперты модифицировали ссылку на него и внесли изменения, вызывавшие ошибку. Определив весь путь к XSS-уязвимости, эксперты загрузили второй файл с заданным именем, который был разделен на блоки по 16 символов. В связи с тем, что изменения, внесенные в каждый из них, затрагивают последующие блоки, входной файл очень отличался от первоначального. Добившись ответа от PayPal, исследователи получили ссылку, которую можно использовать в последующих атаках.

Эксплуатация уязвимости возможна только через браузер Firefox. До настоящего времени какие-либо свидетельства подобных атак обнаружены не были (*В PayPal обнаружена XSS-уязвимость // InternetUA (http://internetua.com/v-PayPal-obnarujena-XSS-uyazvimost). – 2015. – 4.09).*

ИБ-исследователи из Symantec продолжают проводить анализ высокотехнологического шпионского ПО Regin. Экспертам удалось обнаружить новые подробности о широком диапазоне возможностей и сложной инфраструктуре вредоноса.

Напомним, шпионское ПО Regin, появившееся в 2014 г., было разработано спецслужбами для атак на телекоммуникационную сферу, энергетический сектор и сферу здравоохранения России и Саудовской Аравии. Примечательно, что по своей сложности вредонос сравним только с Duqu и Stuxnet, и более того, даже превосходит их в техническом отношении.

Эксперты выяснили, что Regin имеет модульную систему, которая дает возможность удалять и добавлять различные функции в зависимости от цели кибератаки. Некоторые модули Regin контролируют основные функции вредоносного ПО, включая шифрование виртуальной файловой системы. Другие модули выступают как полезная нагрузка, контролируя процесс каждой «инфекции».

Исследователи из Symantec обнаружили 49 новых модулей, общее число которых теперь составляет 75 модулей. Эксперты отмечают, что это еще не предел. Symantec также обнаружила внушительную C&C-инфраструктуру. Атакующие разработали сложную систему для связи с серверами, в которой трафик передается через инфицированные Regin устройства. Инфицированные компьютеры могут выступать как прокси-сервер для других зараженных устройств, используя сеть P2P.

Все C&C-серверы используют сильное шифрование и двухступенчатый протокол. Модуль 0009h отвечает за ядро обработки протоколов связи, в то время, как каждый протокол имеет свой собственный модуль. Эксперты насчитали шесть транспортных протоколов – ICMP, UDP, TCP, HTTP cookie, SSL и SMB (*Раскрыты новые подробности о высокотехнологическом*

шпионском ПО Regin // InternetUA (<http://internetua.com/raskriti-novie-podrobnosti-o-visokotehnologiceskom-shpionskom-po-Regin>). – 2015. – 31.08).

Хакеры продают новый вариант банковского трояна Zeus

Разработанный на базе исходного кода вредоноса Zeus, новый банковский троян под названием Sphinx можно приобрести на подпольном рынке за 500 дол. По словам вирусологов, Sphinx полностью работает через Tor, устойчив к синкхолингу, не боится черных списков, а также сканирующих Zeus инструментов. Разработчики Sphinx заявляют, что пользователям не обязательно иметь «пуленепробиваемый» хостинг для того, чтобы управлять ботнетом, пишет Security Week.

В список возможностей нового банковского трояна входят форма захвата и веб-инъекции для браузеров Internet Explorer, Firefox и Tor, клавиатурный шпион, перехватчик сертификатов, а также FTP и POP3. Sphinx создан для работы с Windows Vista и Windows 7 с активированным контролем учетных записей (User Account Control). Вредонос способен работать с учетной записью с низкими привилегиями, включая гостевую учетную запись.

Благодаря возможностям Backconnect VNC трояна злоумышленники могут осуществлять денежные переводы непосредственно с инфицированного устройства. Эта функция также дает возможность деактивировать инструменты безопасности, установленные на компьютере жертвы.

Sphinx может быть использован для хищения цифровых сертификатов, которые в дальнейшем позволяют подписать вредоносное ПО, а также для осуществления веб-инъекций с целью изменения содержания интернет-страницы для того, чтобы обмануть пользователя и получить его персональные данные.

Для C&C коммуникаций Sphinx использует белый список процессов для того, чтобы обойти брандмауэры, отметила ИБ-консультант Бев Робб (Bev Robb) (*Хакеры продают новый вариант банковского трояна Zeus // InternetUA (<http://internetua.com/hakeri-prodauat-novii-variant-bankovskogo-troyana-Zeus>). – 2015. – 28.08).*