

**СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ
ЯК ЧИННИК
ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

*Огляд інтернет-ресурсів
(22.07–4.08)*

2013 № 15

Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки

Інформаційно-аналітичний бюлетень
Додаток до журналу «Україна: події, факти, коментарі»

Огляд інтернет-ресурсів
(22.07–4.08)

№ 15

Засновники:

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

Головний редактор

В. Горовий, д-р іст. наук, проф.

Редакційна колегія:

Т. Касаткіна, Л. Чуприна

Заснований у 2011 році

Виходить двічі на місяць

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

Київ 2013

ЗМІСТ

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	4
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА.....	10
БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ	17
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	21
Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість.....	21
Маніпулятивні технології.....	27
Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю».....	33
Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки	43

РОЗВИТОК І ПЕРСПЕКТИВИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

З початку 2013 р. українська аудиторія Facebook зросла на півмільйона (+22 %) і становить 2 млн 800 тис. користувачів.

За методологією Facebook користувачами соцмережі є люди, які хоча б раз протягом останніх 30 днів заходили в соцмережу (логінились).

Watcher стежить за зростанням української аудиторії Facebook з квітня 2009 р. За чотири роки кількість українських користувачів зросла в 44 рази – з 63 тис. у квітні 2009 р.

Якщо темпи зростання першого півріччя 2013 р. збережуться до кінця року, то в січні 2014 р. вже буде близько 3,3 млн українських користувачів Facebook.

У 2012 р. українська аудиторія Facebook зросла на третину з 1,6 до 2,3 млн користувачів (*Українська аудиторія Facebook з початку року зросла на 500 тис. користувачів // UkrainianWatcher (<http://watcher.com.ua/2013/07/22/ukrayinska-audytoriya-facebook-z-pochatku-roku-zroslo-na-500-tys-korystuvachiv/>). – 2013. – 22.07*).

Facebook планує в найближчому часі реалізувати функцію, яка дозволить соціальній мережі знати, яка інформація і чому не подобається користувачеві. Це поки що не кнопка «не подобається», про яку мріють багато, а крок в тому ж напрямку.

В даний час у користувачів Facebook є можливість приховувати будь-які новини з ленти оновлень, і в результаті оновлень з цього джерела будуть з'являтися менше. В той же час, розробники соціальної мережі хотіли б знати, чому саме користувачеві не сподобався той-то пост.

Поэтому, як розповіла ABC News менеджер по рекламним продуктам Facebook Ф. Симо, в найближчі три – чотири місяці видаливши ту або іншу інформацію з ленти оновлень зможуть додатково повідомити мотиви свого рішення. Наприклад, пост можна буде позначити як образливий або нецікавий.

Аналогічна система вже використовується для рекламних оголошень, які показуються на сторінках соціальної мережі – їх можна не тільки приховувати, але й повідомити, що така реклама вас не стосується або чимось образила. Інформація про вподобання користувачів, отримана з допомогою нової функції, буде, звичайно, використана і для того, щоб показувати їм більш релевантну рекламу (*Facebook хоче знати, що користувачам не подобається і чому // Подробности.UA (<http://podrobnosti.ua/internet/2013/07/24/919453.html>). – 2013. – 24.07*).

«ВКонтакте» отключит поддержку XMPP 31 августа.

Поддержка XMPP появилась в «ВКонтакте» три года назад, тогда П. Дуров предвещал протоколу долгую жизнь в «ВКонтакте» и запуск программного интерфейса для сторонних приложений-мессенджеров.

С тех пор технологическая парадигма «ВКонтакте» сильно изменилась: компания анонсировала разработку мессенджера на протоколе Н. Дурова MTPROTO. Также, по словам Г. Лобушкина, разработчиков «ВКонтакте» не устраивает то, что XMPP не поддерживает некоторые возможности соцсети, например, приложения к сообщениям (**«ВКонтакте» отключит поддержку XMPP 31 августа // InternetUA (<http://internetua.com/vkontakte--otkluacsit-podderjku-XMPP-31-avgusta>). – 2013. – 25.07).**

В новостном агрегаторе «Яндекс.Новости» появился раздел «Мои новости», содержимое которого настраивается в зависимости от предпочтений пользователя. Об этом сообщается 25 июля в блоге «Яндекса».

Пользователь «Яндекс.Новостей» может подключить к сервису свои аккаунты во «ВКонтакте», ЖЖ, Twitter и Facebook. После этого, если кто-нибудь из его друзей поделится ссылкой на новость, эта заметка с его комментарием отобразится в разделе «Мои новости». Туда же попадут новости от «любимых» изданий пользователя – тех СМИ, которые он выберет самостоятельно.

В настройках можно переключиться с только новостей на показ всех сообщений. В таком случае на странице будут собраны как новости, так и просто ссылки и фотографии, которыми поделились друзья пользователя.

«Яндекс» подчеркивает, что в агрегатор попадут только посты, в которых люди делятся какой-либо информацией. Выбор «любимых» СМИ будет влиять и на остальные разделы «Яндекс.Новостей»: в новостных сюжетах, где собираются заметки на одну тему, ссылки на такие издания будут стоять выше.

«Яндекс» отмечает, что новый раздел – шаг к построению индивидуальной для пользователей новостной картины дня. Остальные «Яндекс.Новости» выстраиваются автоматически, а их содержание зависит от той новостной картины, которую предлагают СМИ (**«Яндекс.Новости» научились анализировать посты из соцсетей // ООО «Центр информационной безопасности» (<http://www.bezpeka.com/ru/news/2013/07/25/yandex-news.html>). – 2013. – 25.07).**

В Twitter набирает популярность аналог лайка. Значок «звездочки» рядом с сообщением в Twitter предназначен для того, чтобы добавить запись в избранное, чтобы после с легкостью ее отыскать.

Правда, как оказалось, твиты почти никто и никогда не перечитывает, а вот количество добавлений в «Избранное» растет.

Добавление в «Избранное», судя по всему, используется как менее публичный, чем ретвит, способ выразить уважение к автору твита. В течение мая этого года пользователи нажали на кнопку со «звездочкой» 1,6 млрд раз. Учитывая, что месячная аудитория активных пользователей соцсети составляет около 200 млн человек, это очень серьезный показатель.

Д. Маногиан, основатель рекламного агентства 140 Proof, занимающегося продвижением в соцсетях, активно пользуется Twitter с 2006 г. Он отмечает, что большинство людей добавляют в избранное твиты, которые заставили их внезапно рассмеяться. «Добавление в избранное – это прекрасный механизм, чтобы узнать, кто самый смешной», – отметил он.

Есть даже специальный сайт Favstar, который ранжирует твиты по количеству добавлений в «Избранное». Ресурс был основан Т. Хайном в 2009 г. и сейчас его месячная аудитория составляет около 3 млн пользователей. Т. Хайнон также отмечает, что добавления в «Избранное» – это куда более релевантный показатель, чем количество ретвитов (***В Twitter набирает популярность аналог лайка // Marketing Media Review (http://mmr.ua/news/id/v-twitter-nabiraet-populjarnost-analog-lajka-35604/). – 2013. – 26.07).***

Популярное приложение для редактирования фотографий Lomogram, продвижением которого занимается украинская компанией DevRain Solutions, стало социальной сетью. Разработчикам удалось реализовать основные функции социальной сети. Пользователи могут загружать собственные фотографии, отмечать понравившиеся и делиться ими с друзьями, сообщает AIN.UA (<http://ain.ua/2013/07/26/134150>).

Сообщается, что для того, чтобы начать работу с социальной сетью необходимо пройти верификацию с помощью Facebook, Twitter или «ВКонтакте». Далее можно публиковать и просматривать последние пользовательские фотографии. Поиск фотографий можно фильтровать по дню, неделе и месяцу, а также использовать теги. «Мы решили стать социальной сетью, потому что главным желанием пользователей было получить социальные функции», – рассказывает CEO компании DevRain Solutions А. Краковецкий. По его мнению, Lomogram отличается от Instagram тем, что у приложения есть большое количество всевозможных фильтров, световых эффектов и рамок, а также тем, что клиента Instagram нет на платформе Windows Phone.

Приложение Lomogram представляет собой фоторедактор для Windows Phone-смартфонов и предлагает пользователям свыше 47 различных фильтров и 72 эффекта. Придумал приложение независимый разработчик из Львова – П. Тхир, а публикацией и продвижением занимается компания DevRain Solutions.

По словам А. Краковецкого, аудитория приложения составляет около восьми миллионов пользователей, а количество загрузок в Windows Phone Store

достигло 2,5 млн. С учетом разработки и продвижения в проект было вложено 30 тыс. дол. «Дальнейшее развитие – интеграция веб-клиента с мобильным клиентом, наращивание клиентской базы, добавление платных возможностей, портирование на Windows 8 и, возможно, iOS/Android», – резюмирует топ-менеджер (***Популярный украинский фоторедактор для смартфонов Lomogram стал социальной сетью // AIN.UA (http://ain.ua/2013/07/26/134150). – 2013. – 26.07).***

Социальная сеть «ВКонтакте» сфокусируется на международной экспансии после того, как займет 70 % рынка соцсетей в России. Об этом заявил гендиректор «ВКонтакте» П. Дуров на своей странице в соцсети, сообщает IT Expert со ссылкой на портал lenta.ru.

Намерение занять 70 % рынка П. Дуров объяснил тем, что «ВКонтакте» является «самой быстрорастущей социальной сетью России». В доказательство своих слов он привел данные comScore, по которым за год посещаемость «ВКонтакте» в России выросла на 22 %, тогда как у Facebook – снизилась на 18 %. В остальном мире, отметил П. Дуров, «ВКонтакте» выросла на 24 %, а детище М. Цукерберга осталось на прежнем уровне.

Примечательно, что за последний год во «ВКонтакте» зарегистрировался ряд голливудских актеров и известных музыкантов. Кроме того, в январе 2012 г. соцсеть переехала с российского домена vkontakte.ru на международный vk.com. Правда, позднее П. Дуров заявлял, что переезд «был сугубо локальным шагом». По его словам, «проблема позиционирования “ВКонтакте” на Западе заключается не в последнюю очередь в краткости и непонятности короткого домена».

«ВКонтакте» – самая популярная соцсеть Рунета и один из популярнейших сайтов в стране. Ежедневно, по данным LiveInternet, на ресурс заходит по 45 млн пользователей. У ближайшего конкурента «ВКонтакте», соцсети «Одноклассники», 36 млн посетителей в сутки. Как утверждает «евангелист» «ВКонтакте» А. Круглов, детище П. Дурова с течением времени отдает уникальную аудиторию у конкурентов и уже охватывает 70 % аудитории Рунета (***Дуров назвал условие выхода «ВКонтакте» на международный рынок // IT Expert (http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/28389-durov-nazval-uslovie-vykhoda-vkontakte-na-mezhdunarodnyj-rynok.html). – 2013. – 30.07).***

По состоянию на июнь 2013 г. Украина вошла в десятку стран, в которых Facebook не является лидирующей социальной сетью. По количеству пользователей первое место в Украине занимает «ВКонтакте». Об этом пишет Watcher, ссылаясь на данные сервиса Alexa.

Watcher отмечает, что территория, на которой лидирует «ВКонтакте», почти идентична территории бывшего СССР.

В последние месяцы Facebook утратил лидерство в Латвии, где основной соцсетью стала Draugiem с 1,282 млн зарегистрированных пользователей. В то же время Facebook отвоевал первое место у сети Qzone в Южной Корее. Тем не менее, Qzone доминирует в Китае с 611 млн пользователей.

В Иране, в связи с цензурой, доступ к Facebook усложнен. На первом месте по числу пользователей в этой стране – соцсеть Cloob.

В целом же Facebook доминирует в 127 из 137 исследуемых стран (*Названы самые популярные соцсети в мире // DneprNews.info (http://www.dneprnews.info/). – 2013. – 30.07).*

Социальная сеть Facebook тестирует функцию, которая даст возможность пользователям посмотреть, как выглядела их страница, а также страницы их друзей за год до текущей даты, пишет «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/35289-facebook-pomozhet-vernutsya-v-proshloe.htm>).

Функция, которая в настоящее время называется On This Day («В этот день»), начала появляться у некоторых пользователей как один из вариантов просмотра ленты новостей.

Идея взглянуть назад в цифровое прошлое стала особенно популярна благодаря сервису Timehop, который позволяет посмотреть на свою деятельность на Flickr, Twitter, Instagram и Facebook в прошлом (*Facebook поможет вернуться в прошлое // Обозреватель (http://tech.obozrevatel.com/news/35289-facebook-pomozhet-vernutsya-v-proshloe.htm). – 2013. – 1.08).*

Социальная сеть Facebook получила возможность вставлять посты из соцсети на другие сайты. Пока опция доступна для ограниченного количества сайтов, пишет «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/45812-poyavilas-vozmozhnost-delat-perepostyi-zapisej-facebook-na-drugih-sajtah.htm>).

Пост, вставленный на другой сайт, имеет те же характеристики и возможности, что и базовая запись в соцсети. То есть его можно лайкнуть, им можно поделиться. Но для комментирования пользователя перенаправят на сайт.

Стоит отметить, что опция касается только записей с публичным статусом. Если видеть пост могут только друзья, то вставить на другой сайт его невозможно.

Чтобы вставить запись, нужно нажать на галочку в правом верхнем углу и в выпадающем меню выбрать embed post (для большинства опция пока недоступна). Далее скопировать HTML-код и вставить на своем сайте.

Напомним, такая технология была реализована в Twitter еще в 2010 г., а потом скопирована в Instagram (*Появилась возможность делать перепосты записей Facebook на других сайтах // Обозреватель*

(<http://tech.obozrevatel.com/news/45812-poyavilas-vozmozhnost-delat-perepostyi-zapisej-facebook-na-drugih-sajtah.htm>). – 2013. – 1.08).

В популярном микроблоге Twitter вводится новая кнопка «сообщить о нарушении», которая, при необходимости, позволит сообщить в администрацию о наличии противоправных или оскорбительных сообщений на сервисе, пишет «NovostiUA» (<http://novostiua.net/obschestvo/42415-v-twitter-poyavilas-novaya-zhalobnaya-knopka.html>).

Кнопка уже доступна в мобильном приложении блога для последней версии iOS, а через месяц ею смогут воспользоваться и пользователи Android, а также на самом сайте.

Несколько изменились и сами правила микроблога: появилась декларация относительно того, что для сайта неприемлемо оскорбительное поведение пользователей.

Такие изменения стали результатом получения сообщений оскорбительного характерами восьмью пользователями из Британии. Среди пострадавших и член парламента страны.

Управляющий директор Т. Ван на страницах микроблога уже извинился от имени компании за этот инцидент (***В Twitter появилась новая, «жалобная», кнопка // NovostiUA*** (<http://novostiua.net/obschestvo/42415-v-twitter-poyavilas-novaya-zhalobnaya-knopka.html>). – 2013. – 4.08).

Социальная сеть «Одноклассники» предоставила своим пользователям возможность дарить друзьям особые подарки: праздничные ролики и анимации. Так как это не стандартная статичная картинка, новый сервис так и назвали – «Живые подарки». Каждый такой подарок представляет собой отдельный видеозипизод, интерактивную историю с анимацией (и даже звуковым сопровождением), сообщает gizmonews.ru.

От привычных подарков «живые» можно отличить по зеленой кнопке «Play». Чтобы открыть и просмотреть новый подарок, нужно нажать на его изображение, расположенное рядом с фотографией профиля (или в ленте, или в витрине подарков). «Живыми подарками» могут порадовать своих друзей по соцсети все 40 млн пользователей «Одноклассников», а найти их просто – в общей витрине подарков.

Как обещает администрация ресурса, ассортимент анимаций будет регулярно пополняться, а к работе в новом сервисе будут привлекаться талантливые дизайнеры. Создатели новой услуги надеются, что подобные видео истории разнообразят праздники пользователей социальной сети и сделают их более запоминающимися (***Сеть «Одноклассники» предоставила пользователям возможность дарить «живые подарки» // IT Expert*** (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/28549-set-odnoklassniki-predostavila-polzovatelyam-vozmozhnost-darit-zhivye-podarki.html>). – 2013. – 4.08).

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ВИЯВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Facebook давно став частиною життя не тільки простих українців, но і політиків. Парламентарії і на себе відчули всю силу роботи соцсетей і досить швидко підсели на спілкування в Інтернеті, пише «Обозреватель» (<http://obozrevatel.com/politics/91572-politiki-i-sotsseti-ot-umileniya-do-skandalov.htm>).

Деякі сторінки відкрито ведуть прес-служби, але є і такі народні обранці, які своїми новинами воліють ділитися особисто. «Обозреватель» вивчив сторінки політиків в соцсетях і готовий розповісти про те, хто, з ким спілкується, і про те, чим люблять балакати в Facebook нардепи.

Активно спілкується в соцсетях регіонал В. Лукьянов. Але про себе особисто говорить мало, в основному розповідає про робочі поїздки і зустрічі. Всі фото на сторінці – суцільно офіційні.

А ось фракційний депутат Л. Миримський не хоче показувати особисте життя. В мережі політик спілкується з підписувачами, викладає фото з відпустки. Весною поточного року весь Інтернет облетіли знімки його прогулянки по Одесі. Тоді для виходу на світ політик вибрав одяг виключно жовтого кольору. На прозивіще «ципленок» від журналістів він нічого не обидівся, а разом з усіма підшучував сам над собою. На днях політик виклав в мережу фото, на яких показав, як проводить відпустку в Алушті зі своєю родиною.

Депутати-новачки також вступають в Facebook-сім'ю. Наприклад, регіонал І. Цыркин не хоче поділитися своїми новинами, але поки не готовий писати пости особисто. Політик викладає на своїй сторінці посилання на публікації про себе, або про свою партію.

Регіонал О. Царев також веде свою сторінку в Facebook і за це мужество йому належить. Політик нерідко ставав об'єктом критики за виносимі їм законопроекти і частіше за все негодує народ саме в мережі висказував все, що думає про нардепа.

Втім, народного обранця це не лякає, випадки в його бік він, як правило, ігнорує, але не хоче поділитися з підписувачами посиланням на статтю про те, що переїхав в Росію нормальними шляхами...

Зареєстрована в Інтернеті і член «Батьківщини» Л. Гриневич. Судячи з усього, свою сторінку в соцсети політик веде самостійно, але особисто – ні слова, інше справа розмови про роботу. Якщо любите обговорити освіту – вам точно треба підписатися на Facebook нардепа.

Умеє створювати навколо себе інформаційні поводи і в Facebook, і без нього нардеп-олігарх А. Онищенко. Його ім'я зв'язують з конкурсом «Місс Україна», хоча сам він заперечує своє стосунки до організації. Крім того, фото з тусовок з красотками, знімки з П. Хилтон і В. Дамом систематично з'являються на його сторінці в мережі.

Любит посидеть в соцсети и оппозиционер А. Бригинец. Страницу он ведет самостоятельно и не прочь пожаловаться на «покрашення», покритиковать власть, но и о собственной жизни порой рассказывает: на каких фестивалях был, что видел, чем занимался в ВР. Здесь же можно найти массу фото А. Бригинца в любимых вышиванках.

Говорит в основном о работе, но не прочь прихвастнуть звездным кумовством регионал И. Бережная. Она вместе с Ф. Киркоровым крестила дочь А. Лорак. Потому на ее странице периодически появляются фото с Каролиной.

Партийные новости на своей странице в Facebook сообщает свободовец И. Швайка, однако не против он показать и чем занимается в свободное время. На днях политик выложил фото похода, в который отправился с «малыми свободівцями».

Скандалом в жизни обернулась для ударовца С. Куницяна запись в соцсети. Впрочем, провокационный пост оставил не он, а его супруга, поведавшая всему Интернету, что муж изменяет ей с 35-летней блондинкой. В последнее время политик делится в сети лишь ссылками на статьи о ходе собственного бракоразводного процесса.

А вот молодые политики, такие как свободовец А. Ильенко или коммунист А. Присяжнюк предпочитают молодежную соцсеть «ВКонтакте». Однако и там нардепы не самые частые гости и предпочитают общаться с узким кругом реально знакомых им людей (*Політики і соцсети: от умилення до скандалів // Обозревателъ (<http://obozrevatel.com/politics/91572-politiki-i-sotsseti-ot-umileniya-do-skandalov.htm>). – 2013. – 20.07*).

Нападника на львівського мера знайшли через «ВКонтакте». Чоловіка, який 20 липня двічі здійснив напад на мера Львова А. Садового звали Т. Копровський – про це zahid.net стало відомо з поінформованих джерел.

Після першої атаки на мера нападник встиг зробити запис о 19:48 на своїй сторінці у «ВКонтакте»: «Новый стиль по морде садовому».

Серед інших дописів на сторінці нападника, де згадується прізвище мера Львова, є таке: «новини Київ виступає проти теперішньої політики Андрія Садового, вважає потрібно при таких обставинах змінити мера на більш лояльного до міста Львів... При махінаціях у назві міста результат залишиться незмінним – це для інформації незнаючим» (орфографія збережена, – ред.)

У ще одному дописі є таке: «Садовому не довіряю в нього лев це кіт в чоботях. Він не в моєму колі друзів і ніграма з того, що робилось в мою сторону не поступало».

Т. Копровський зареєстрований на сторінці real-estate.lviv як агент з нерухомості. Також стало відомо, що він мешкає на вулиці Панча у Львові.

Нагадаємо, 20 липня у Львові затримали чоловіка, який двічі за день напав на міського голову А. Садового – коли мер йшов до міської ради і коли її покидав. Під час другого нападу зловмисника затримали. Ним виявився 32-річний безробітний. Чоловік відмовляється давати покази. Однак під час допиту

в міліції з'ясувалося, що він знав, на кого вчиняв напад, і робив це цілеспрямовано.

Отож у міліції перекваліфікували кримінальне провадження із ст. 296 ч. 1 КК України (хуліганство) на ст. 350 ч. 2 КК України (погроза або насильство щодо службової особи чи громадянина, який виконує громадські обов'язки). Санкція статті передбачає покарання у вигляді обмеження волі на строк від трьох до п'яти років або позбавленням волі на той самий строк.

Водночас, як розповіла у коментарі речник ГУ МВС у Львівській області С. Добровольська, правоохоронці ще не мають результатів психоневрологічної експертизи щодо нападника. «Затриманий мовчить, на жодне запитання не відповідає, жодних свідчень не дає. Так що чекаємо на висновки експертизи. Зараз він – під арештом», – повідомила представниця міліції *(Нападника на львівського мера знайшли через «ВКонтакте» // Газета «Місто»*

(<http://gazeta-misto.te.ua/news/%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D0%B0%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D0%BB%D1%8C%D0%B2%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B0-%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D1%88%D0%BB/>). – 2013. – 22.07).

Одесский городской голова А. Костусев призвал одесситов, желающих рассказать мэру о своих проблемах для их последующего решения, обращаться к нему через специальную форму в социальной сети Facebook.

Это связано с тем, что в личные сообщения мэру приходит много спама, общих восклицаний и оскорблений.

«Большинство обращений, присланных именно через стандартную форму отправки Facebook, не содержат никакой конкретной информации для того, чтобы эти вопросы можно было решить: в большинстве случаев отсутствуют адреса, имена, контактные данные. Для повышения эффективности ваших запросов специалисты создали специальную форму, заполняя которую, вы обращаетесь не через внутренние сообщения Facebook, а напрямую в горсовет. После обработки с конкретными важными обращениями я ознакомливаюсь лично и даю соответствующие распоряжения», – написал мэр на своей официальной странице.

Форма, через которую можно обратиться к мэру, находится по адресу: https://www.facebook.com/Mayor.of.Odessa/app_446096405476606.

«За период тестирования мы получили более 80 запросов – порядка 40 в неделю, все они направлены в профильные департаменты городского совета на рассмотрение и, если вы указали свои контактные данные и предпочитаемую форму ответа, с вами обязательно свяжутся», – добавил городской голова *(Мэр попросил писать ему в Facebook // Таймер*

(http://timer.od.ua/news/m_r_poprosil_pisat_emu_v_facebook_449.html). – 2013. – 22.07).

Американский президент Б. Обама оказался самым популярным мировым лидером в Twitter по количеству подписчиков. Таковы результаты исследования Twitplomacy, передает «Корреспондент». Всего у Обамы более 34,5 млн подписчиков, с 2007 г., когда он завел аккаунт в Twitter, президент США написал 9,5 тыс. твитов. Напомним, что в январе частота цитируемости церемонии инаугурации президента США Б. Обамы в сети микроблогов Twitter побила рекорд 2009 г. Так, в момент, когда Б. Обама давал присягу, число сообщений об инаугурации достигло 18 712 в минуту. В 2009 г. во время присяги Б. Обамы число твитов в минуту составило 3 210.

На втором месте по количеству подписчиков оказался Папа Римский Франциск, с 7,2 млн подписчиков. На третьем месте – Белый дом с 4,018 млн, на четвертом – президент Турции А. Гюль (3,42 млн), на пятом – его соотечественник премьер Р. Эрдоган (3,4 млн).

В списке аккаунтов, которые лучше всего контактируют со своими читателями (number of mutual peer connection) первое место досталось главе МИД Швеции К. Бильдту. За ним разместились Отделение по внешним связям ЕС, МИДы Польши, Британии и Франции.

Примечательно, что в рейтинге самых активных аккаунтов властей четвертое место досталось украинскому правительству – @Kabmin_UA, который постит в среднем более 31 сообщения в день.

Чаще украинцев среди властей твитят только президент Венесуэлы (41,9), президент Доминиканской Республики (35,3) и правительство Хорватии (33,8).

При расчете показателей суммировались читатели аккаунтов на разных языках. Между тем, российский премьер Д. Медведев оказался на седьмом месте среди мировых лидеров с 2,6 млн человек, следящими за его активностью.

Главный язык в Twitter – английский (32 % твитов), однако испанским пользуются 31 % пользователей. Интересен и тот факт, что украинский языком пользуются 2 % аккаунтов, а русским – 3 %.

Напомним, что третий президент Украины В. Ющенко зарегистрировался в Twitter 24 февраля 2009 г. Однако сменивший его на посту главы государства В. Янукович пока так и не имеет аккаунта в этой соцсети.

Самым популярным украинским политиком в Twitter была экс-премьер Ю. Тимошенко. В феврале того же года после допроса в ГПУ она завела аккаунт в этой соцсети. Она успела написать 501 твит до того, как в августе 2011 г. была арестована. Сейчас у нее – более 125 тыс. подписчиков (*Twitter назвал самых активных представителей власти // EastKorr – Восточный корреспондент* (<http://www.eastkorr.net/vlast/twitter-nazval-samykh-aktivnykh-predstavitelei-vlasti>). – 2013. – 24.07).

Зіркова яма з Паньківської розповідається по соцмережах. Її ще немає в Twitter – але про неї активно пишуть вже й там, на сторінці «Наші дороги».

«Не знаю, чи треба мені Twitter, чи ні, але те, що каже цей Twitter має сенс. Якби кожна яма мала свою сторінку в Інтернеті, то можливо світ став би трішечки добрішим. Ви згодні?» – пише мешканка Паньківської.

Нещодавно яма на Паньківській, 23/85 зареєструвалась у Facebook. Її вже показали в новинах, та навіть засипали. Але представники ями у соцмережі шукають їй друзів – щоб ремонт на київських тротуарах і дорогах просувався швидше (*Танай Г. Яма з Паньківської добралась до Твіттера // Свідомо (http://www.svidomo.org/defend_article/17479). – 2013. – 26.07*).

В соціальній мережі Facebook створена група «Місто загублених надій. Харків», з допомогою якої організатори хочуть привертати увагу на економічні проблеми регіону.

Як повідомляє кореспондент «Харків. Коментарії», про це написав на своїй сторінці в Facebook депутат Харківського облсовета від фракції «Батьківщина» І. Варченко.

К участю в даному проекті організатори запрошують всіх, хто «на основі фактів здатний на раціональну економічну критику режиму». Передбачена реакція в формі надання публічності отриманим даним, а також звернень до правоохоронних органів.

В частині, в групі будуть збирати матеріали «для нового прокурора 2015 г.» по таких темах, як тиск на бізнес в Харківській області, корупційна діяльність місцевих чиновників, монополізація секторів економіки, рейдерські захоплення, розворовування бюджетних коштів.

Організатори відзначають, що привітливо зустрічати як готовність надати документарні підтвердження таких дій, так і анонімне, але професійне представлення схем такого знищення окремих галузей або підприємств (*Харківчани будуть рятувати бізнес в «Фейсбуку» // Коментарії: Харків (<http://kharkov.comments.ua/news/2013/07/29/174701.html>). – 2013. – 29.07*).

Сторінки в соцмережах для спілкування з українцями відкрили тільки десять глав міністерств із 22-х, незважаючи на рекомендації Н. Азарова.

Щоб налагодити спілкування з громадянами і журналістами, на одному із засідань уряду в початку року Н. Азаров порекомендував міністрам опублікувати сторінки в соціальних мережах. Тоді ж було прийнято рішення створити спеціальний графік спілкування глав міністерств із ЗМІ.

Але як сталося пізніше, не всі міністри прислухалися до прем'єра. Крім самого Н. Азарова, який постійно оновлює свій Facebook і по п'ятницях відповідає на запитання читачів, активних користувачів соцмереж в

Кабмине можно пересчитать по пальцам. А большинство даже не зарегистрировались ни на одном из известных ресурсов.

Из 22 членов Кабмина только девять зарегистрированы на Facebook и четыре в соцсети Twitter (в обеих соцсетях есть только Н. Королевская). Но активно пользуются ресурсами только семь глав министерств.

На общение с посетителями своих аккаунтов нашли время всего два министра – премьер Н. Азаров и министр соцполитики Н. Королевская. Причем оба министра не только отвечают на вопросы читателей, а и исполняют просьбы и принимают жалобы по отдельным вопросам.

В свою очередь Л. Кожара, А. Вилкул, Э. Ставицкий и Г. Темник предпочитают пользоваться Facebook с целью обновить свои фото и запостить новости о своей деятельности. Также со страницы главы МИДа можно узнать, что он ценитель рок-музыки, а именно Led Zeppelin, The Ramones и Aerosmith.

Есть и такие министры, которые завели аккаунт «для галочки». Например, в хронике министра культуры Л. Новохатько и первого вице-премьера С. Арбузова нет ни одной записи. А из аккаунта министра экологии О. Проскурякова можно узнать только то, что ему импонирует В. Янукович-младший.

Активным пользователем микроблогов Twitter оказался вице-премьер К. Грищенко. Его лента обновляется каждый час, причем вице-премьер ведет не только активную переписку и обсуждает последние новости, а и просто делится своими мыслями.

Ранее, еще 2011 г., Н. Азаров выступал с аналогичной просьбой. Он рекомендовал министрам и руководителям центрального органа исполнительной власти вести собственные блоги на сайте государственного информагентства «Укринформ». Задачей этого проекта было содействовать диалогу между гражданами и властью и предоставить возможность оперативного обмена мнениями по проблемным вопросам с целью их решения. Но и с этой задачей справились не все главы министерств.

С тех пор только восемь министров воспользовались возможностью пообщаться с украинскими гражданами. При чем активностью, как и в ситуации с соцсетями, отличились сам Премьер, Н. Королевская, К. Грищенко и министр МВД В. Захарченко, которые пользуются сервисом до сих пор.

Остальные четыре министра – Ю. Бойко, П. Лебедев, Д. Табачник и Ю. Колобов – использовали «Укринформ-блоги» всего один раз, в том же 2011 г. (кроме П. Лебедева, единственное и последнее сообщение которого было написано в этом году).

Напомним, учетная запись украинского Кабинета Министров @Kabmin_UA в Twitter является четвертой в рейтинге наиболее активных пользователей сервиса среди мировых властей. В среднем Кабмин постит 31,8 твита в день. Первые места в этом рейтинге заняло правительство Венесуэлы (41,9 твита в день), президент Доминиканской Республики (35,3 твита) и правительство Хорватии (33,8 твита) *(Азаров, Королевская и Грищенко – самые активные пользователи соцсетей среди министров //*

Чемверта Влада (<http://4vlada.net/partii-lidery/azarov-korolevskaya-i-grishchenko-samy-aktivnye-polzovateli-sotssetei-sredi-ministrov>). – 2013. – 27.07).

Полиция Австралии запустила специальный канал на YouTube, посвященный поиску пропавших без вести людей, передает Russian Club.net.

Канал на видеохостинге носит название National Missing Persons («Пропавшие без вести люди»). На канал загрузили уже около 40 роликов. Многие из них рассказывают про людей, числящихся пропавшими уже несколько десятков лет. Ролики будут появляться вместо рекламы перед просмотром видео на YouTube.

Социальная кампания рассчитана только на жителей Австралии. Ролики при этом будут сортироваться по принципу геотаргетинга – пользователям будут показывать в первую очередь людей, пропавших неподалеку от их места жительства. Полиция Австралии рассчитывает, что за неделю ролик увидят около миллиона человек – ровно столько австралийцев пользуется видеохостингом ежемесячно.

Кампания была разработана в сотрудничестве с поисковиком Google, владеющим YouTube, и маркетинговым агентством VML. Канал был запущен в рамках национальной недели по поиску пропавших людей, которая ежегодно проходит в Австралии. Каждый год в стране пропадает около 35 тыс. человек (*Австралийская полиция запустила YouTube-канал для поиска пропавших // Свобода слова в Україні* (<http://svobodaslova.in.ua/news/read/20460>). – 2013. – 5.08).

Twitter-знаменитости и Twitter-подделки

Тихая мечта любого Twitter-пользователя, вся его твердая твит-валюта и величайшая ценность, несомненно – в количестве подписчиков. Кто бы отказал себе в возможности быть влиятельным и важным и сознавать, что сказанное им услышано?

Человек, который в обычной жизни мал, тих и незаметен, вдруг становится весомым и значительным, всего лишь залогинившись в своем Twitter-аккаунте. Twitter – определенно то место, где полно живых и ушедших от нас знаменитостей и даже мифических персонажей. В Twitter действительно можно встретить кого угодно и узнать все обо всем. Один из многих лордов Вейдеров @DarthVader сумел набрать в Twitter 429 тыс. подписчиков, а один из лордов Волдеморов @Lord_Voldemort7 – целых 2,27 млн!

Печальна участь Twitter-аккаунта одного шутника, который пародировал Twitter-аккаунт CNN и публиковал смешные новости из серии «Обама назначил вице-президентом пасхального зайца» и «Из тайной правительственной тюрьмы Колорадо сбежал предводитель космического восстания Мегатрон». Этот аккаунт был закрыт по причине нелегального использования

товарного знака CNN, що порушує закон об авторському праві, і кращі твити цього профайла можна знайти тепер лише в інтернет-глибинах.

Не набагато легше положення у піддільних аккаунтів живих знаменитостей, які нерідко бувають дуже зайняті.

Несумнівно, всі популярні аккаунти є офіційно підтвердженими профайлами реальних знаменитостей. Возглавляють список Д. Бибер (41 млн послідователів / 22600 твитів), Гага (38 млн / 2600 твитів), Б. Обама (33,4 млн / 9400 твитів), Б. Спірс (28 млн / 2444 твитів) і т. д. Якщо у вас менше 16 млн послідователів, то місце в топ-20 Twitter доведеться забути. Так, наприклад, у офіційно підтвердженого аккаунта @DalaiLama всього 7,2 млн послідователів, і в даний момент він займає лише далеке 89-е місце. Але це не варто переживати, адже в середньому у одного Twitter-аккаунта всього лише 208 послідователів, а 80 % користувачів мають по менше ніж 50 послідователів.

Щоб набрати кількість послідователів, взагалі необов'язливо активно твитити самому – К. Лагерфелд висказується рідко, він говорив всього 500 раз, але за ним слідує 200 тис. Для порівняння, гуру маркетингу і інвестицій Г. Кавасаки твитив всього якихось 115 тис. раз, і за ним слідує більше ніж 1,3 млн користувачів (*Twitter-знаменитості і Twitter-підделки // Marketing Media Review (http://mmr.ua/news/id/twitter-znamenitosti-i-twitter-poddelki-35602/). – 2013. – 26.07).*

БІЗНЕС І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Українські роботодавці виступають за обмеження використання соціальних мереж, зокрема «ВКонтакте», в офісах на роботі.

«Працівники намагаються перевірити приватні повідомлення кожні 2 хвилини і виконують роботу набагато довше. Ніхто не хоче працювати, на всіх комп'ютерах соціальні мережі, «ВКонтакте» особливо популярні серед молодих працівників», – обурюється київський працедавець.

Великі компанії в Україні готові підтримати ініціативу про обмеження «ВКонтакте» та інших соціальних мереж у робочий час.

«Ми втрачаємо працездатність, робітник з 8 годин на роботі працює 3, решта імітація роботи», – повідомив в коментарі журналу Україна один з керівників ІТ-компанії Києва.

Громадські активісти готові винести на обговорення проект обмеження соціальних мереж у робочий час (*Vkontakte можуть заборонити в Україні // Свобода слова в Україні (http://svobodaslova.in.ua/news/read/19758). – 2013. – 23.07).*

Соціальна мережа Facebook за II квартал 2013 г. скоротила витрати на 35 % до 1,25 млрд дол., пише «Обозреватель»

(<http://finance.obozrevatel.com/economy/83674-facebook-vo-2-kvartale-sokratil-rashodyi-na-35-a-vyiruchka-vyirosla-na-53.htm>).

Наиболее масштабное снижение издержек – на 63 % до 173 млн дол. – произошло по статье общих и административных расходов (на зарплаты топ-менеджмента, аренду, оплату услуг консультантов и т. п.).

Расходы на маркетинг срезаны на 31,4 % – до 269 млн дол.

На 51 % – до 344 млн дол. сократились расходы на исследования и разработки.

Вместе с тем в целом затраты на организацию бизнес-процессов и оказание услуг пользователям увеличились на 27 % – до 465 млн дол.

В итоге за первое полугодие общие издержки Facebook снизились на 10,3 % – до 2,3 млрд дол.

При этом выручка Facebook во II квартале возросла по сравнению с тем же периодом годом ранее на 53 % – до 1,813 млрд дол., отмечает ТАСС-Телеком.

По словам основателя и главы Facebook М. Цукерберга, мобильная реклама, которая в I квартале генерировала примерно 30 % выручки соцсети, в перспективе будет приносить более половины рекламных доходов.

Операционная прибыль Facebook составила в апреле – июне 562 млн дол. Чистая прибыль достигла 333 млн дол., тогда как во I квартале 2012 г. компания зафиксировала чистый убыток в размере 157 млн дол.

Количество активных пользователей, которые посещают Facebook ежедневно, возросло за отчетный квартал к тому же периоду прошлого года на 27 % – до 699 млн человек.

Количество активных пользователей увеличилось на 21 % – до 1,15 млн человек в месяц.

Число мобильных пользователей Facebook возросло во II квартале на 51 % – до 819 млн человек.

Общее количество зарегистрированных пользователей Facebook составило 1,15 млрд пользователей (*Facebook во 2 квартале сократил расходы на 35 %, а выручка выросла на 53 % // Обозреватель (<http://finance.obozrevatel.com/economy/83674-facebook-vo-2-kvartale-sokratil-rashodyi-na-35-a-vyiruchka-vyirosla-na-53.htm>). – 2013. – 25.07*).

Как показал опрос агентства Greenlight, большая часть аудитории Facebook не обращает внимания на рекламу, редко или вообще никогда не щелкает по рекламным ссылкам. В то же время есть довольно существенная часть аудитории, которая готова вносить ежемесячную плату, лишь бы рекламу убрали вообще.

Для многих веб-сервисов стандартной моделью считаются бесплатный доступ с показом рекламы или платный доступ без рекламы. Обычно вместе с отключением рекламы дают еще несколько «плюшек», которые не слишком важны. Но такие крупные сервисы как Facebook работают чисто по рекламной

модели, когда даже миллионер не имеет возможности избавиться себя от просмотра коммерческих предложений.

Опрос показал, что 15 % пользователей Facebook готовы платить ежемесячную плату за отключение рекламы. Примерно половина из них готова платить от 5 до 10 дол. Некоторые готовы платить больше, остальные – меньше.

С учетом миллиардной аудитории Facebook такое количество платных подписчиков принесло бы компании 750 млн дол. в месяц или 2,25 млрд дол. за квартал, если принять среднюю стоимость подписки за 5 дол., а количество платных подписчиков за 150 млн (*Пользователи Facebook готовы платить \$10 в месяц, чтобы убрать рекламу // InternetUA (<http://internetua.com/polzovateli-Facebook-gotovi-platit--10-v-mesyac--cstobi-ubrat-reklamu>). – 2013. – 27.07*).

Facebook запустил фото у комментариях для сторінок брендів. Світлини у коментарях на сторінках брендів працюють точно так, як і в облікових записах.

Користувачі та адміністратори сторінок брендів у Facebook відтепер можуть додавати фото до коментарів у відповідь на публікації чи інші коментарі.

Щоб додати фото до коментаря, який ви хочете залишити на сторінці бренду, вам потрібно просто клікнути на іконку фотокамери праворуч у полі для введення тексту (*Facebook запустил фото у коментарях для сторінок брендів // iPress.ua (http://ipress.ua/news/facebook_zapustyv_foto_u_komentaryah_dlya_storinok_brendiv_24463.html). – 2013. – 29.07*).

Украина занимает первое место по количеству рекламных видеороликов в Центрально-Восточной Европе, сообщает «Обозреватель» со ссылкой на польское издание «Пульс бизнеса» (<http://tech.obozrevatel.com/news/68920-ukraina-lidiruet-v-tsentralno-vostochnoj-evrope-po-kolichestvu-videoreklamyi-v-sotssetyah.htm>).

«Если мы посмотрим на популярность этого вида рекламы (видеорекламы в соцсетях. – Ред.) по Центральной и Восточной Европе, то согласно статистическим данным, предоставленным компанией Gemius, Польша занимает второе место в рейтинге. Из 12 стран впереди нас только Украина. В Польше использование видеообъявлений в два раза превышает средний показатель в регионе», – говорится в сообщении издания.

А. Порык, специалист Gemius по сотрудничеству со СМИ и рекламными агентствами, считает, что причиной роста популярности видеорекламы в соцсетях является ее эффективность, которая значительно превышает эффективность рекламы в соцсетях. Кроме того, реклама в соцсетях может быть дополнением к рекламной кампании, которая параллельно проводится в

традиционных СМИ (*Украину записали в лидеры по видеорекламе в соцсетях // Обозреватель (<http://tech.obozrevatel.com/news/68920-ukraina-lidiruet-v-tsentralno-vostochnoj-evrope-po-kolichestvu-videoreklamyi-v-sotssetyah.htm>). – 2013. – 30.07).*

Социальная сеть Facebook планирует размещать видеорекламу в аккаунтах пользователей, сообщает РИА «Новости» со ссылкой на агентство Bloomberg.

В социальной сети появятся 15-секундные рекламные ролики, в аккаунтах пользователей выбранных целевых категорий. Источники утверждают, что реклама будет появляться не более трёх раз в день. Рекламодатель будет оплачивать целый день, стоимость которого может варьироваться от 1 до 2,5 млн дол.

Аудитория Facebook насчитывает более 1,15 млрд пользователей, 61 % которых посещают сайт ежедневно, в том числе в прайм-тайм. Ранее Facebook представила возможность размещения 15-секундного видео на сервисе Instagram, с возможностью также вставлять его на страницу в социальной сети. Таким образом, формат видеорекламы является привычным для пользователей.

Конкуренты Facebook уже активно используют возможности видеорекламы, которая раньше появлялась только на телевидении. Google размещает рекламу через YouTube, а медиакомпания AOL запустила интернет-канал HuffPost Live.

Представитель Facebook отказалась комментировать агентству эту информацию (*Facebook собралась размещать видеорекламу в аккаунтах пользователей // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/28435-facebook-sobralas-razmeshchat-videoreklamu-v-akkauntakh-polzovatelej.html>). – 2013. – 31.07).*

Во II квартале текущего года чистая прибыль LinkedIn, деловой соцсети, составила 3,73 млн дол., что на 33 % больше, чем годом ранее, сообщили представители соцсети.

Эксперты LinkedIn также заявили, что выручки возросла на 59 % по сравнению с прошлым годом – до 363,7 млн дол., количество пользователей возросло за этот же период на 36 %.

Отметим, компания является одной из самых дорогих по соотношению цена/прибыль. Она оценивается рынком в 144 годовые прибыли. Для сравнения: Facebook стоит 53 годовые прибыли, Google – 21.

Стоит подчеркнуть, что на сегодняшний день в пользовательской базе компании зарегистрировано 238 млн человек. По словам генерального директора Д. Вейнера, количество пользователей продолжит увеличиваться. Он полагает, что его сайт может быть интересен около 600 млн человек во всем мире.

Напомним, что в I квартале текущего года чистая прибыль соцсети для делового общения взлетела в 4,5 раза, достигнув 22,6 млн дол. За отчетный период аудитория LinkedIn превысила отметку в 225 млн пользователей – за квартал она увеличилась на 25 млн пользователей (*Популярная соцсеть для профессионалов на треть увеличила прибыль // Подробности.UA* (<http://podrobnosti.ua/internet/2013/08/02/921362.html>). – 2013. – 2.08).

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Інформаційно-психологічний вплив мережевого спілкування на особистість

Популярний ресурс Instagram, де користувачі публікують свої фото та відеозаписи, виявився «найбільш гнітючою» соціальною мережею – навіть гіршою, ніж соціальний гігант Facebook, з'ясувало американське видання Slate, пише Корреспондент.net (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1584913-ne-facebook-nazvana-najbilsh-depresivna-socialna-merezha>).

На думку журналу, надаючи можливість розглядати сотні чужих фотографій про мандрівки та інші радощі життя, Instagram пригнічує багатьох людей, у яких немає можливості поділитися тим самим та отримати сотні лайків і захоплених відгуків. Вони стають пригніченими і незадоволеними своїм життям, захоплені почуттям хворобливих ревнощів і самотності.

Як вказує автор матеріалу Д. Уінтер, Facebook, по суті, робить те саме, але оскільки Instagram націлений на картинки, які сильніше впливають на емоції, ніж текст, в останньому випадку депресивний ефект значно сильніший.

«Ви зчитуєте значно більше явних і неявних сигналів про щастя, багатство та успішність інших через фотографії, ніж через їхні статуси у профілі», – наголошує Х. Краснова з Університету Гумбольдта у Берліні. Крім того, людей може дратувати чужа бравада або висвітлення якихось занадто особистих подій зі свого життя – що через фото демонструється у нав'язливішому вигляді.

Як і у Facebook, в Instagram люди надмірно залежні від лайків, вказує журнал, проте у випадку останньої невелика кількість лайків до якогось свого улюбленого фото може засмутити значно сильніше.

Крім того, психологи рекомендують не надто довіряти і заздрити чужим радісним фото, оскільки насправді невідомо, що за ними ховається.

Додамо, що гнітючому впливу Facebook уже присвячена маса досліджень психологів. Серед іншого, за одним із досліджень того самого Університету Гумбольдта, у кожної третьої людини настрої погіршуються після відвідин цієї соцмережі (*Не Facebook. Названа найбільш депресивна соціальна мережа // Корреспондент.net* (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1584913-ne-facebook-nazvana-najbilsh-depresivna-socialna-merezha>). – 2013. – 25.07).

О чем расскажут аккаунты в социальных сетях «ВКонтакте»

Считается, что «ВКонтакте» используют преимущественно школьники и студенты. Люди младше 30 лет, действительно, составляют более половины пользователей сети. Однако ими аудитория ресурса вовсе не исчерпывается. Иногда здесь можно встретить занятых и успешных людей среднего возраста. Ведь выложить 150 фотографий на фоне туристических достопримечательностей и еженедельный апдейт роста своего малыша хочется многим, а вот такой «формат» контента будет уместен далеко не в каждой сети.

Источник информации о характере и увлечениях

Аккаунт «ВКонтакте» – кладезь информации о человеке. Большинство пользователей «ВКонтакте» общительны и склонны к демонстрации своих музыкальных, кинематографических, спортивных и прочих интересов. Обратите внимание на количество фотографий, забавных картинок и частоту обновления статусов на странице. Если аккаунт используется активно, то его обладатель почти наверняка экстраверт – о его настроении и текущих занятиях должны знать все.

Facebook

Бывший еще несколько лет назад местом повышенной концентрации компьютерных гиков, Facebook приобретает все большую популярность в странах СНГ. Однако его по-прежнему предпочитают преимущественно студенты вузов, предприниматели и офисные работники, журналисты. Очень часто аккаунт в Facebook создают люди, имеющие знакомства за границей.

Источник информации о работе и гражданской позиции

Помимо сферы интересов, на Facebook можно обычно посмотреть информацию о месте работы человека – подобную информацию сравнительно редко указывают в других непрофессиональных социальных сетях. По комментариям и репостам можно догадаться о гражданской и социальной позиции владельца аккаунта.

Pinme

Большинство людей на Земле визуалы, поэтому формат «сети в картинках» столь быстро набирает популярность. Его выбирают люди, которые ценят стиль и любят быть в курсе самых модных тенденций в Интернете. Очень часто аккаунт на Pinme создают люди, ценящие свое время и часто использующие для поиска необходимых вещей Интернет. Ведь эта сеть позволяет собирать понравившиеся изображения в одном месте (каждая картинка имеет ссылку на источник!) и экономить время на повторных поисках в сети.

Источник информации об увлечениях и желаниях

Собираемые коллекции – отражение своих владельцев. Если человек собирает в отдельные альбомы изображения идеальной кухни, спальни и гостиной, скорее всего, в топ-листе его приоритетов находится домашний уют или дизайн интерьера. Подборки рецептов намекают об увлечении готовкой,

коллекции свадебных платьев – о желании в ближайшем будущем выйти замуж. Здесь же можно найти информацию о хобби новых знакомых. Девушки часто создают альбомы интересных hand-made идей, а также продают свои собственные поделки на витрине Pinme.

Twitter

У обладателя аккаунта в этой социальной сети много свободного времени, и он готов делиться своими мыслями с окружающими. Причем мыслями оригинальными – репостов в Twitter не более 20 %. Пользователи этой сети должны выражать свои мысли кратко, поэтому среди пользователей высок процент людей с логическим мышлением.

Источник информации о текущих занятиях

Первоначально проект задумывался, как возможность ответить на единственный вопрос: «Что ты сейчас делаешь?». С тех пор характер размещаемых в Twitter сообщений расширился, но из сети по-прежнему можно почерпнуть немало сведений о текущих занятиях и мыслях нового знакомого. Очень часто пользователи Twitter выходят в сеть с мобильных телефонов и постят по несколько сообщений в день.

LinkedIn, «Мой круг» и другие профессиональные сети

В подобных сетях часто регистрируются нацеленные на карьерный рост офисные работники. Источник информации о профессиональной истории, навыках и работе.

В профессиональных сетях можно найти информацию о карьерном росте и профессиональных навыках человека. Иногда люди рассказывают и о своих увлечениях. Однако помните, что вся размещаемая информация предназначена для потенциальных работодателей и, скорее всего, подверглась жесткой цензуре.

Естественно, пользователи глобальной сети давно не «зацикливаются» на одной социальной сети. Напротив, мода и практическая необходимость подталкивают к ведению аккаунтов сразу в нескольких сетях. Например, «ВКонтакте» – для школьных друзей, Facebook – для иностранных знакомых и профессиональных контактов, Pinme – для понравившихся изображений. Сложности могут возникнуть, если одной и той же новостью хочется поделиться с пользователями нескольких сетей (*О чем расскажут аккаунты в социальных сетях // Vlasti.net (<http://vlasti.net/news/171357>). – 2013. – 1.08*).

Все чаще в социальной сети люди делятся желанием устроить себе «цифровое воздержание». Появляется много статей на тему: «Как я перестал пользоваться Facebook и жить стало легче», «Как 30 дней без социальных сетей изменили мою жизнь». На западе это носит название Digital Asceticism, Digital Diet, Digital Addiction.

В 2011 г. креативный директор, основатель британских агентств С. Уотерфол перечислил десять свойств будущего. Десятым трендом шло желание перейти хотя бы на некоторое время в состояние off: «Я хочу

выключить телефон, Foursquare, Twitter. Я хочу выключить все! Выключить все – это новая эмоция нашего времени».

Социальными сетями пользуется 99,7 % среднесуточной аудитории рунета, или 30,9 млн человек, по данным Comscore. В среднем российский пользователь проводит в соцсети 12,8 часа в месяц. Это самый высокий показатель в мире. Российские пользователи находятся в зоне риска интернет-зависимости.

Как формируется интернет-зависимость

Человек не доволен своей жизнью, своим телом, своими отношениями с окружающими, а тут рядом – виртуальный мир, в котором нет тела, и можно свою личность показать только с тех сторон, которые человеку удобны. Тогда человек проецирует свою жизнь в социальную сеть и там, в ментальном мире, ищет себе любовь и утверждение своей личности – постоянное подтверждение своего существования, получение лайков, поиск внимания со стороны других.

Но так как реально страсти и желания человека в Интернете не развиваются, а только замещаются и подавляются, то у человека проблемы недостатка внимания не разрешаются. Ко всему еще прибавляется еще и задержка развития личности. Личность стоит и не развивается – развивается ум, развиваются ментальные навыки, но развитие ответственности, понимание себя и забота о других замораживается. Появляется интернет-зависимость.

Сплошные расстройства

Эффект плавленого сыра, в который Интернет превращает наш мозг, проявляется в том, что мы перестаем адекватно оценивать реальность. С приходом Интернета психологи все чаще замечают у людей следующие расстройства:

– расстройство структуры времени.

«Стоит сесть за комп, как все планы насмарку, часы и дни деваются неизвестно куда!» – знакомая ситуация? Интернет обладает свойством похищать внимание и деформировать время. Если раньше мы ложились спать, когда сядет солнце, с изобретением электрического света стали ложиться, когда выключим свет, то теперь тогда, когда закроем браузер. Интернет убил время. Время в Интернете течет в зависимости от доступной человеку информации. Если в ленте один человек, чтение обновления займет пять минут, а если сто человек, то всю ночь.

– расстройство структуры информации.

После тысячи прочтенных твитов мы уже не так просто прочитаем статью в 5 тыс. знаков, про серьезные книги в большинстве случаев не приходится говорить. Расстраиваются причинно-следственные связи, ведь перед вами мелькают сотни различных знаков: фото, тексты, видео, звуки – все, перемешиваясь, сливается в одну довольно бессмысленную кашу, восприятие становится фрагментарным, способность к анализу утрачивается.

Мозг начинает лениться – зачем думать самому, если можно подождать комментария или нового поста. Зачем делать выводы, если этот пост сейчас уедет вниз и можно переключить свое внимание на новое сообщение.

– расстройство личности.

Мы неадекватно оцениваем свою интернет-персону, которая, не стоит забывать, является лишь нашим дублем и никогда не равна нам по значению. А сколько раз вы, делая репост, думали, что сделали хорошее дело, и сколько таких маленьких, непростительно мизерных мыслей составляли одну большую о том, какой вы благородный и великодушный человек. Нет. Мы по-прежнему живем в реальном мире, и кроме репостов осталось еще столько всего, что вы не сделали.

Набор наших действий в сети ограничен. По сути, все, что мы можем, это постить и наблюдать. Люди, проводящие большую часть времени в Интернете, больше наблюдают за миром, чем участвуют в нем. Своеобразный социальный вуаеризм.

Кроме того, в сети невозможно существовать незримо: если вы перестаете лайкать или постить, через несколько дней о вас начнут забывать, а через месяц и на улице не узнают. Ваши беспомощные посты, которые вы будете строчить в надежде опять войти в most popular, даже не будут отображаться в ленте ваших друзей, о ужас! Теперь возможность быть онлайн перешла из возможностей в разряд обязанностей.

Постоянное общение с друзьями ворует людей у самих себя. Вместо того чтобы обратиться к своему «я», нырнуть вглубь себя, пользователи бегут от этого, от одиночества в поверхностное общение в социальные сети. Булимия – это болезненное обжорство, жажда еды, никогда не удовлетворяемая. Подобное времяпрепровождение можно назвать булимией социального общения.

Интернет – это нефизический мир, в нем нет физических ощущений. Это – ментальный мир, мир платоновских идей. В Интернете человек забывает о своем теле и живет ментально. Бывали случаи, когда люди истощали свой организм из-за того, что не могли прервать онлайн-игру.

Из того, что Интернет – это нефизический мир, следует одна важная особенность: в Интернете не могут полноценно реализоваться чувства человека, не только негативные, но и положительные – проявление любви, симпатии, заботы. В реальном мире девушка кричит, в Интернете она постит крик. В Интернете люди описывают эмоции.

Теория лайков

Ну, в общем, скажете вы, я это и так знал. Но почему мы продолжаем это делать? Ответ прост: нам всем хочется, чтобы нас погладили!

Понятие поглаживания заимствовано из психологии. Это действие, при котором человек направляет свое внимание на партнера и, обращаясь к нему, сигнализирует о том, что признает его присутствие или его самого как личность. В сети эквивалентом поглаживания служит лайк.

Каждому из нас хочется, чтобы его любили, но, если вы в Интернете, вам недостаточно просто быть. Например, ваша мама любит вас просто так, вам не обязательно для этого постить секси-фоточки или писать глубокомысленные посты о митингах. Иначе обстоят дела в сети – здесь вас погладят только за действие или его отсутствие; как цирковая собачка, вы начинаете прыгать,

чтобы вам на нос положили кусочек лоснящейся пахучей ветчины. И ведь переживаете, если никто не лайкнул, ну признайтесь же!

Когда человеку не хватает поглаживаний, он становится эмоционально зависимым. Вы выкладываете самое сокровенное, и никто не лайкает! Это универсальное правило: от этого страдают и образованные менеджеры среднего звена, и недалекие домохозяйки, и сверхинтеллектуальные нарциссы. А иногда хочется удалить со стены все посты и комментарии, а еще скрыть фотографии. Ну конечно, ведь это тоже вы – только в Интернете все остается неизменным, а в реальной жизни вы уже успели сто раз передумать, поменяться, опомниться, напиться и поплакать. Так что вперед в реальную жизнь, где вас и поглядят, и по морде дадут, если надо.

Три причины отказаться от соцсетей

Если вы обнаружите у себя все из перечисленных ниже признаков, то у вас есть все шансы застрять в пространстве современного небытия, то есть Интернета, и никогда оттуда не вернуться в реальную жизнь.

Толки. Это разговоры, которые избавляют от понимания. Понахватавшись чужих мнений, отрывков из постов, твитов, мы начинаем думать, что теперь-то мы знаем, кто виноват и что делать. Может быть, перестать себя обманывать? Чужими мыслями мы никогда не подменим свои, поверхностные знания не дадут нам реальную картинку происходящего.

Любопытство. О, это коварное любопытство. Оно в совокупности с зеленой ревностью является одним из основных двигателей социальных сетей. Признайтесь себе, сколько часов вы провели, изучая стену бывшего/бывшей в поисках подтверждений ваших опасений или надежд. Это в лучшем случае. Промолчим о вскрытых аккаунтах, фейсбук-скандалах и тому подобном.

Двоемыслие. Заключается в том, что разговором о действии мы хотим заменить свое действие, опыт. Вы говорите «с завтрашнего дня я брошу есть цветную капусту, чего бы мне это ни стоило». И вот вы пишете об этом пост в сети, и вам становится лучше, вы уже чувствуете, какой вы молодец, – теперь-то вы точно бросите, а если не бросите, то ведь никто не узнает, потому что Facebook не чекинит вас каждый раз, когда вы едите капусту ночью под одеялом.

Возникает вопрос: «А может быть, правда нужно отключить все эти устройства и уехать в деревню?» Но эскапизм ни к чему хорошему не приведет. Если все станут дауншифтерами, что мы будем производить? И вообще – что будет с миром? Конечно, это не выход. Хотя иногда отключать надо. Информации стало столько, что человек оказывается погружен в лавину данных, часто ему не нужных, поэтому стоит осознанно относиться к экологии пользования медиа.

Человек живет между усталостью от состояния онлайн, желанием уйти в офлайн и постоянным желанием знать, что происходит в мире. В английском языке даже есть такое слово – FOMO – fear of missing out – боязнь остаться в стороне. Медиааскетизм призван научить человека разумно лавировать между двумя этими потребностями (*Соловьев Д. Медиааскетизм. Как вырваться из*

рабства соцсетей и начать жить по-настоящему // From-UA. Новости Украины (<http://www.from-ua.com/technology/7312c577f718a.html>). – 2013. – 31.07).

Маніпулятивні технології

В Интернете появился новый большой сайт, который активно привлекает к себе наркодилеров и открыто рекламирует себя на YouTube.

К этому времени анонимный черный рынок «Силк Род» был монополистом. Этот сайт не рекламировал свои услуги, чтобы не привлекать лишнего внимания. Тем не менее, «Силк Род» смогли в 2012–2013 гг. пропустить сквозь себя запрещенных товаров на сумму 14–15 млн дол., пишет ТСН.

Среди этих товаров были и героин, ЛСД и метаамфетамин. Администрация сайта, при всей сомнительности характера собственного бизнеса, запрещает продажу детской порнографии, продажу данных кредитных карт, оружия массового уничтожения и заказ убийств.

Но в «Силк Род» впервые появилась открытая конкуренция – сайт Atlantis, чью страницу на YouTube ежедневно посещают до 500 человек, а общее количество подписчиков уже достигло 50 тыс. человек.

Удивительно, что ролик Atlantis провисел на YouTube уже около месяца, хотя обычно администрация сайта удаляет подобный контент. Поскольку пока правоохранители ни одной страны не стали предъявлять администрации сайта никаких обвинений, эксперты предсказывают стремительное развитие черному рынку (*YouTube открыто рекламирует сайт по продаже наркотиков // 05366.com.ua (<http://www.05366.com.ua/news/350346>). – 2013. – 22.07).*

В Украине набирает обороты движение «Оккупай-педофиляй», участники которого охотятся на растлителей малолетних.

«– А скок тебе лет?

– 35. А что? Сильно много, да?

– Да нет, просто мне 15».

Это выдержка из переписки двух пользователей на сайте знакомств. Общение взрослого мужчины со школьницей закончится их встречей в парке. Уединение будет недолгим. Через несколько минут после встречи к парочке подойдут парни спортивного телосложения, у одного из них в руках будет плохонькая видеокамера. И окажется, что девочка была приманкой, частью операции, цель которой – найти потенциального педофила и предать его фамилию огласке.

Эта история произошла в Николаеве, за два дня до того, как в другом населенном пункте Николаевщины возмущенные изнасилованием своей односельчанки жители Вradiевки штурмовали райотдел милиции. Пикантности ей добавило то, что, по утверждению охотников на педофилов,

они нашли у мужчины удостоверение помощника народного депутата. Как сообщили СМИ, после этой истории народный депутат от Партии регионов А. Ильюк уволил своего помощника С. Скалова.

«То, что там произошло, не в духе нашей организации», – комментирует действия николаевцев киевский борец с педофилами А. Лапшук.

От манеры общения с предполагаемым педофилом зависит, кем в глазах общественности предстанут охотники на растлителей малолетних: обычными хулиганами или, скажем, санитарами общества. Охотники за педофилами стараются не попасть в кадр в обличающем ролике из соображений безопасности: появился в кадре – рискуешь стать объектом уголовного преследования. В некоторых акциях ребята надевают маски Анонимуса.

А. Лапшук мог бы упрекнуть николаевцев еще и в качестве видео: изображение слишком темное. Но этот недостаток встречается у многих – не у всех охотников на растлителей малолетних найдутся хорошие видеозаписывающие устройства. По приблизительным оценкам А. Лапшука, всего в Украине активному выявлению педофилов посвящают свое свободное время около 600 человек. Пассивных единомышленников у движения намного больше. Киевлянин против того, чтобы такую инициативу называли охотой. «Это никакая не охота. Это спасение просто», – заявляет А. Лапшук.

Ловля на живца

Жителю Белой Церкви Валентину 18. Он студент, занимается веб-дизайном, продает работы на фотобанках. Примерно раз в месяц Валентин и его друзья выявляют очередного педофила. Вообще это движение называется «Окупай-педофилай». Его участники узнают друг друга по отличительному знаку – большой палец руки согнут буквой г. И конечно, есть свой идеолог – россиянин М. Марцинкевич по прозвищу Тесак. У М. Марцинкевича за плечами создание организации скинхедов, два срока за разжигание ненависти по национальному и религиозному признаку и написание книги о своем тюремном опыте. Теперь он охотится на предполагаемых растлителей малолетних и, вроде бы, пытается заработать на своих поклонниках, рекламируя спортивное питание.

Тесак и вдохновил Валентина открыть охоту на педофилов. Для полноценной команды нужно не так много: оператор, человек, который будет общаться с любителем несовершеннолетних, силовая группа из нескольких спортивных парней и юная наживка. Валентин такую собрал. В качестве наживки он выбирает мальчиков.

Схема поимки педофила проста. Мальчик регистрируется на сайте знакомств. Никому не пишет, ждет, пока познакомятся с ним. За день получает около 30–40 сообщений. На сайте знакомств нельзя указать возраст меньше 18, поэтому, когда мальчик говорит собеседникам, что ему 15, большая их часть сразу отсеиваются.

«Оставшиеся начинают вести разговоры на сексуальные темы. Мальчик якобы смущен: ой, я не знаю, не пробовал и боюсь. Не было еще такого, чтобы общение прекращалось, потому что мальчик смущается. Затем ему предлагают

встретиться. На встречу он приходит с диктофоном и провоцирует дядю на откровенные разговоры. Обычно они гуляют по парку или заходят в кафе. Ну и тут подходим мы с камерой», – рассказывает Валентин. Интернет щедр на ролики о том, что происходит дальше.

Особенно эффектно видеосюжеты с самим Тесаком в главной роли, где все действие происходит в квартире: мальчик ведет предполагаемого растлителя в пустую комнату, тот садится на кровать. Внезапно в комнату вваливается несколько парней, один из них с видеокамерой. Но еще страшнее, когда поднимается край настенного ковра и из ниоткуда появляется атлет (оказывается, все это время он прятался здесь). Этот мужчина с грудой мышц и есть М. Марцинкевич. Предполагаемый растлитель напуган. Его страх бережно подпитывают угрозами и издевками. Оправдаться пытается каждый: не знал, что мальчику 15, не планировал его растлевать, наоборот, хотел отговорить... И здесь обнаружить ложь помогают избранные места из переписки на сайте знакомств и свидетельства самого мальчика.

Для Валентина из Белой Церкви самое важное во всем этом – публичность. Одна из задач охотника на педофилов – узнать имя возможного растлителя и раструбить его на весь мир. Имена узнают по-разному. Например, в случае с помощником депутата в Николаеве при нем были документы. Иногда подростки могут забрать у предполагаемого педофила телефон, позвонить на один из номеров в его телефонной книжке и заявить: я нашел этот мобильный на улице, подскажите, как зовут его владельца.

«Цель этого проекта: сломать педофилу жизнь. Выставить информацию на всеобщее обозрение, чтобы его сотрудники, члены семьи это увидели. Также мы звоним жене, на работу, скидываем детальную переписку, чтобы знали, с кем они живут, с кем они работают», – говорит Валентин.

Если родители ребенка готовы писать заявление в милицию, активисты «Оккупай» вызывают наряд и отдают подозреваемого людям в форме. Правда, случаи, когда задержанный активистами понес уголовное наказание, они могут пересчитать по пальцам. Чаще наказание моральное. Последний громкий пример в России: замруководителя подмосковного управления Федеральной службы судебных приставов А. Каминов подал в отставку после того, как активисты «Оккупай-педофилай» завлекли его на свидание с 14-летним мальчиком.

Отдельная тема для разговора – взаимоотношения охотников на педофилов с милицией. «Такого откровенного мощного сопротивления я от милиции даже не ожидал. Мы предлагали им проект, в котором организовались бы как гражданско-правовая организация, по сути, как дружинники. Мы могли бы таким образом плодотворно взаимодействовать», – рассказывает А. Лапшук. Сотрудничества не вышло.

Валентин тоже не может назвать общение с милицией удачным. Вспоминает, как ребята передавали задержанного вместе с заявлением в руки милиционеров, а потом встречали его в общественном транспорте. «Многие правоохранители предлагали такую схему: вы ловите педофила, мы сбиваем

бабки и делим их пополам, – объясняет Валентин. – Но цель нашего проекта не заработать денег, а очистить страну».

Самый спорный момент акции – насилие над растлителями малолетних. В Украине представители этого движения есть во многих крупных городах, и методы их разнятся. Доходит и до физического воздействия. Иногда потому, что одним только моральным давлением на вероятного педофила не заставишь его разоткровенничаться перед камерой. Иногда потому, что охотники на растлителей считают свою агрессию приемлемой. В МВД говорят: пока с жалобами на неправомерные действия активистов «Оккупая» к ним никто не обращался.

«Совершенно нормальное явление, когда группа людей, организация выявляет скрытых педофилов, разными путями принуждает их раскрыть свои желания. Если весь процесс документируется, ведется видео- и аудионаблюдение, все эти материалы собираются и передаются в момент задержания в милицию, то это нормально. Но когда они начинают применять физическое воздействие, бьют, завязывают руки скотчем, кляп в рот вставляют... Ограничение свободы четко прописано в уголовном кодексе», – напоминает правозащитник Э. Багиров. И добавляет: решение о наказании преступников должен принимать суд.

Но основное оружие Тесака и его сторонников не мускулистые руки, а информация. В эпоху YouTube и социальных сетей несложно снять видео о предполагаемом педофиле, разместить его в Интернете, и не только испортить жизнь любителю малолетних, но и предостеречь других: не пытайтесь совращать детей через электронную переписку, это может больно для вас закончиться (*Халилов Р. Охота на педофила // From-UA . Новости Украины (<http://www.from-ua.com/crime/dc3e27a1c28ec.html>). – 23.07*).

Сервіс мікроблогів Twitter попросив вибачення у користувачів за «підробку» їхніх повідомлень при оголошенні про рекламний продукт. Вибачення були оприлюднені в мікроблозі @TwitterAds, пише Корреспондент.net (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1584595-twitter-pidrobitv-tviti-koristuvachiv-zaradi-samoreklami>).

У пості, який спровокував скандал, повідомлялося, що рекламна послуга, що синхронізує рекламу в Twitter і на ТБ, стала доступною всім американським фірмам. У ньому містився скріншот статистики рекламної кампанії, де, серед іншого, вказувалися імена та профілі трьох осіб, які хвалять побачену рекламу, говорячи про неіснуючий акаунт @barristabar.

Один зі згаданих у пості користувачів, Н. Готліб, вказав у себе в мікроблозі, що він хотів би зрозуміти, чому Twitter вирішив скористатися його ім'ям і фотографією в «підробленому записі». Як пише видання SFGate, інший користувач, В. Мазео, спочатку не звернув уваги, що його згадали в скріншоті. Коли видання повідомило йому про це, В. Мазео «здивувався і розлютився», а також наголосив, що ніколи не чув про barrista bar.

Після того як ЗМІ звернули увагу на приписані користувачам цитати, Twitter замінив скріншот у блозі.

Варто вказати, що бета-версія рекламного сервісу, про який йшлося в пості, була презентована у травні 2013 р. За його допомогою рекламодавці можуть показувати оголошення тим користувачам, які щойно подивилися таку ж рекламу по телевізору. Для цього Twitter за твітами вивчає, які телепередачі дивляться користувачі, і зіставляє цю інформацію з даними про рекламу, яка транслюється по ТБ (*Twitter підробив твіти користувачів заради самореклами* // *Корреспондент.net* (<http://ua.korrespondent.net/business/web/1584595-twitter-pidrobiv-tviti-koristuvachiv-zaradi-samoreklami>). – 2013. – 24.07).

Комунальне підприємство «Київзеленбуд» виклало в себе у Facebook фотографію, на якій нібито оздоблено квітами одну з вулиць міста.

В описі до фотографії написано, що «у столиці триває квіткове оформлення. До Дня хрещення Київської Русі на вулицях та проспектах з'являться 3000 жовтих, бузкових та білих хризантем. Зараз фахівці КО “Київзеленбуд” оформлюють цими квітами клумби і висаджують їх в термочаші...»

Але користувачі Facebook одразу запідозрили, що фотографія не справжня, а неякісно відредагована в графічному редакторі – до фото додані зображення квітів.

Нагадаємо, що цього року сайт Київської міської державної адміністрації рапортував про успіхи в боротьбі зі сніговою стихією, при цьому демонструючи фотографії зроблені на вулицях Москви (*Київзеленбуд до річниць хрещення Русі «відфотошопив» київські вулиці* // *UkrainianWatcher* (<http://watcher.com.ua/2013/07/25/kyivzelenbud-do-richnytsi-hreshchennya-rusi-vidfotoshopyv-kyivski-vulytsi/>). – 2013. – 25.07).

В соцсетях продают ксерокопии паспортов, которые аферисты используют для получения кредитов, регистрации фирм и махинаций в Интернете.

Приобрести копии документов можно за 2–4 дол., а на крупную партию дают скидку – 1,5 дол. По мнению юристов, утечка данных произошла в обменниках, а вот банкиры сетуют на копи-центры, пишут «Вести».

Купить копии паспортов можно в соцсети «ВКонтакте» и на многочисленных форумах.

«Продам скины (копии) украинских паспортов – Киев и другие регионы, к некоторым есть пенсионные, идентификационные коды, также есть пасы (паспорта) граждан Евросоюза, 2–4 дол. за штуку. Оптовикам скидки – до 1,5 дол. за один», – пишет продавец Евгений.

При этом есть в сети объявления и покупателей. «Куплю крупную партию незасвеченных паспортов. Нужны новые лица» или «Нужны копии паспортов украинок от 23 до 30 лет». Цели покупки чужих документов разные.

«Я лично покупаю для регистрации на международном игровом сайте – играю в покер. Чтобы на игре хорошенько заработать, нужно иметь своих подставных игроков, но каждого из них регистрируют только по паспорту. Иначе система не пропустит игрока. Кто-то использует копии для других интернет-игр, открытия электронных кошельков и т. д., а кто-то – в мошеннических целях. Но я таких сам не видел», – пишет покупатель Андрей.

Некоторые девушки приобретают документы для сайтов знакомств.

«Все безопасно. Мы регистрируем по реальным паспортам девочек, а переписываются за них другие. Мы на переписках зарабатываем», – отмечает покупатель Дана. Однако некоторые заказчики используют копии чужих паспортов для мошеннических схем. «У меня брал один мужчина копии паспортов, для того чтобы оформить людей на работу. У него в отделе реально работает два человека, а по штату нужно семь человек. Так вот за “пустышек”, я так понимаю, он деньги себе в карман кладет. Слышал, что некоторые свои фирмы на копии чужих документов умудряются зарегистрировать, а потом людям приходится бегать по судам и доказывать, что не его фирма и он вообще тут не при чем. Есть и те, кто на эти документы берет кредиты», – написал нам продавец Евгений. На вопрос, откуда берут копии, он и его коллеги отвечали неохотно. «Ну, кто-то с обменками валют сотрудничает, кто-то базы данных взламывает, другие варианты. На самом деле это очень просто, поэтому и цены такие низкие», – сообщил Евгений.

«Самый главный поставщик персональной информации – это киоски по обмену валют. У них нет возможности защищать персональные данные и они не несут ответственности, как сотрудники банков. В последнее время действительно участились случаи, когда потребительские кредиты берутся пачками на чужой паспорт. А люди потом должны доказывать, что деньги брали не они, заказывая графологическую экспертизу. Хорошо, если им удастся доказать, что их копию паспорта просто украли, но ведь получается не всегда. Кроме того, участились случаи, когда предприятия регистрируются на копию паспорта. Человеку приходят потом из налоговой и требуют возместить миллионные долги», – отметил советник президента Ассоциации украинских банков А. Куш.

Кроме того, банкиры считают, что грешить могут и копи-центры.

«Там более вероятна утечка, и контроля никакого», – говорит топ-менеджер одного из крупных банков. А вот по мнению правозащитника Э. Багирова, распространять персональные данные могут и сами банки, коллекторы и даже операторы мобильной связи (*Мошенники покупают в соцсетях копии паспортов украинцев и оформляют на них кредиты // EastKorr – Восточный корреспондент (http://www.eastkorr.net/obshchestvo/moshenniki-pokupayut-v-sotssetyakh-kopii-pasportov-ukraintsev-i-oformlyayut-na-nikh-kred). – 2013. – 26.07).*

Зарубіжні спецслужби і технології «соціального контролю»

Более жесткий контроль за высказываниями в Интернете вряд ли найдет одобрение у общественности, однако он необходим.

За последние несколько лет речь переместилась в онлайн-пространство, что вызвало острые дискуссии о необходимости ее регулирования. Недавно представители феминистского движения повели наступление против Facebook, призвав очистить эту социальную сеть от женоненавистнических реплик, которые полностью противоречат кодексу этой сети против ненавистнических высказываний. Две недели назад в Facebook предприняли незначительный шаг в этом направлении, создав программу, убирающую со страниц ту рекламу, которая считается «неоднозначной». Однако это решение является полумерой. В Facebook и других социальных сетях должны с нетерпимостью относиться к ненавистническим высказываниям, и в условиях отсутствия государственного регулирования им следует принять европейскую модель удаления материалов с оскорбительным содержанием.

Жесткое регулирование высказываний в Интернете вряд ли будет пользоваться поддержкой свободомыслящих граждан США. Тем не менее, это необходимо. Типичный взгляд на такую цензуру излагает Д. Роузен, который на страницах The New Republic утверждает следующее.

«...Таким компаниям, как Facebook, Google, Yahoo и Twitter, учитывая их огромные размеры и важность в качестве площадок, где обеспечена свобода слова, не следует стоять на страже того, что философ Д. Уолдрон называет “хорошо упорядоченным обществом”. Вместо этого, они должны выступать в роли современных аналогов описанного О. У. Холмсом беспокойного рынка идей. Они должны представлять собой демократические площадки, где любые ценности, включая нормы корректности, всегда можно вынести на всеобщее обсуждение».

Такая модель выглядит мило и романтично (ее часто неверно приписывают О. Холмсу, который, как известно, тянул обе лямки в дебатах на тему свободы слова, хотя истинным ее автором является Д. Милль, однако стоит задаться вопросом о том, как это все работает? Роузен приводит следующий пример.

«В прошлом году французское правительство запретило использование хештэга #unbonjuif (“хороший еврей”. – Пер.), пытаясь, видимо, спровоцировать злые высказывания на тему “хороший еврей – ...”. Тогда Twitter закрыл несколько соответствующих твитов во Франции, но лишь по той причине, что они нарушали французское законодательство. В течение нескольких дней множество твитов с этим хэштегом превратились из антисемитских в осуждающие антисемитизм. Это подтверждает, что среда Twitter сама способна с легкостью бороться с ненавистническими высказываниями без неуклюжего вмешательства со стороны».

Примечательно то, насколько эта идея напоминает фундаментализм свободного рынка: просто избавьтесь от всех принудительных правил, и «рынок идей» естественным образом принесет оптимальный результат. В Государственном университете им. Гумбольдта составили карту, на которой обозначены 150 тыс. оскорбительных высказываний, собранных за 11 месяцев на территории США. Данные были собраны в результате обобщения API (интерфейса программирования приложений) Google Maps и твитов, отличающихся гомофобными, расистскими или иными оскорбительными высказываниями. Факт существования такой карты вызывает сомнения в утверждении о том, что среда Twitter способна сама бороться с ненавистническими высказываниями. Сами по себе оскорбительные высказывания не исчезнут из Twitter.

Негативные последствия ненавистнических высказываний не связаны с реакцией сторонних наблюдателей, поскольку подобные фразы преследуют две цели. Во-первых, это попытка сказать фанатикам, что они не одиноки. Неонацист Ф. Коллинз в ходе судебного процесса Национал-социалистической партии Америки против города Скоки (1977) сказал: «Мы хотим достучаться до хороших людей, хотим, чтобы ярые антисемиты, которые вынуждены жить среди евреев, воспрянули духом и могли постоять за себя».

Вторая цель, которую преследуют ненавистнические высказывания, заключается в запугивании определенного меньшинства, чтобы заставить его представителей задаваться вопросом, являются ли их достоинство и социальный статус надежно защищенными. Во многих случаях такое запугивание приносит свои плоды. Посчитайте количество изнасилований, о которых никто не сообщает в полицию. Возможно, на это повлияли рубрики портала Reddit, такие как «Изнасилование женщин или права мужчин»? Может, это из-за тех преследований, с которыми сталкиваются женщины даже при малейшем намеке на то, что их изнасиловали? Пронизывающая Facebook и Twitter культура насилия и общественные дискуссии хотя бы частично, но несут ответственность за общую культуру жестокости, царящую в обществе.

Reddit стал настоящим сборником ненавистнических высказываний. Посмотрите рубрики портала под заголовками «нацист», «убей женщину», «женоненавистничество», «убивать женщин». Я считаю, что эти рубрики нужно закрыть – не потому что они содержат оскорбительные высказывания, а поскольку они ведут к унижению той части общества, которая исторически подвергалась гнету. Представьте себе, что на Reddit появятся такие рубрики, как «линчевать черных» или «убить президента». Никто не утверждает, что надо просто сидеть и ждать, пока такие высказывания будут «перекрыты» позитивными репликами; просто эти рубрики надо полностью закрыть.

Американская юриспруденция в области свободы слова исходит из принципа, что речь является лишь продолжением мышления, а не действием. Если мы будем рассматривать ее как действие, тогда утверждение о том, что бороться с ненавистническими высказываниями нужно посредством положительных реплик, представляется абсурдным. Речь сама по себе уже

причиняет боль, и никакая поддержка не изменит впечатление пострадавшего о том, что он на самом деле не является по-настоящему защищенным в обществе. Мы же не можем сказать жертве ограбления: «Да ладно, все в порядке, есть много людей, которые не хотят тебя грабить». Точно так же не представляется особо полезным говорить следующее тому, кто был оскорблен по расовому, половому признаку или за сексуальную ориентацию: «В мире есть еще много других хороших людей».

Те, кто призывает к «защите свободы слова», выступая в поддержку права на публикацию ненавистнических высказываний в сети, на самом деле люди отсталые. Свобода слова не является абсолютным правом. Никакое право невозможно взвесить в вакууме. Суд накладывает различные ограничения на свободу слова. Борьба же со словами, клеветой и детской порнографией запрещено. Другие страны просто продвинулись на один шаг вперед, запретив высказывания, призванные унижить незащищенные группы. Правда заключается в том, что такие высказывания не делают речь более демократичной, они ее монополизируют. Женщины, представители ЛГБТ-сообщества, лица, не определившиеся со своей ориентацией, расовые и религиозные меньшинства чувствуют себя оскорбленными и изгнанными из общественной сферы. Так, на портале Reddit женщины порой меняют имя пользователя, чтобы быть больше похожими на мужчин и реже сталкиваться с оскорблениями и унижениями, когда на сайте обсуждаются даже самые нейтральные гендерные темы.

Тех же, кто пытается убрать ненавистнические высказывания, критикуют со всех сторон. В журнале Slate Д. Йорк пишет следующее: «Хотя сторонников такой идеи следует похвалить за то, что они повышают информированность о неприятных высказываниях в Facebook, предлагаемое ими решение абсолютно бесполезно, поскольку создает опасный прецедент для групп с особыми интересами, пытающихся привлечь внимание цензоров Facebook к своим любимым вопросам».

Едва ли верно будет назвать «группой с особыми интересами, пытающейся привлечь внимание цензоров Facebook к своим любимым вопросам» людей, борющихся с ненавистническими высказываниями. «Группы с особыми интересами», которые, как опасается Д. Йорк, будут просить защиты, обязаны соответствовать строгим нормам общения Facebook. А они гласят следующее: «Мы поощряем ваше стремление бросать вызов идеям, институтам и привычкам, но мы запрещаем отдельным лицам и группам лиц оскорблять других по их расовой, этнической, географической, религиозной принадлежности, по половому признаку, сексуальной ориентации, инвалидности или состоянию здоровья».

Помимо прочего, группы, о которых ведет речь Д. Йорк, подталкивают Facebook к реальному выполнению собственных правил.

Выступающие против таких правил люди обычно говорят о своих оппонентах как о стоящих на краю пропасти и на скользкой дорожке и размышляющих о том, что будет дальше. Мы можем ответить на этот вопрос:

ненавистнические высказывания запрещены в Канаде, Англии, Франции, Германии, Нидерландах, ЮАР, Австралии и Индии. Однако ни одна из этих стран не скатилась к тоталитаризму. Во многих отношениях эти страны стали более свободными, если сопоставить негативную свободу выражения обидных мыслей и позитивную свободу, которая подавляется, когда вы позволяете унижать и запугивать меньшинства.

Как говорил А. Шопенгауэр, «свобода печати должна регулироваться очень жестким запретом на любую анонимность». Но с появлением Интернета общественный диалог перешел в онлайн-пространство, где проще делать ненавистнические высказывания, сохраняя анонимность.

Д. Роузен считает, что нормы вежливости должны быть открыты для дискуссии, однако с учетом современных реалий этот вопрос уже решен. Упрекать кого-либо по расовому, половому признаку или сексуальной ориентации недопустимо в цивилизованном обществе. Запрет на ненавистнические высказывания не является тем механизмом, который призван способствовать этой дискуссии, поскольку такие дискуссии закончены.

Как считает Д. Уолдрон, закон о ненавистнических высказываниях исключит для расистов «возможность создать впечатление, что равное положение представителей ущемляемых меньшинств в обществе, где уважаются права, обеспечено в меньшей степени, чем это подразумевается действующими устоями общества».

Некоторые полагают, что запрещающие ненавистнические высказывания законы нацелены лишь на то, чтобы не обидеть блюстителей нравов. До сих пор ни одна страна еще не прибегала к исключению какого-либо аспекта из общественной сферы лишь по той причине, что он провоцирует оскорбления. Скорее это делалось исходя из того, что он оскорбляет достоинство группы лиц. Эту практику в Верховном суде США после процесса Богарне против штата Иллинойс (1952 г.) назвали «групповой клеветой». Подобный стандарт можно было бы применить и к Twitter, и к Reddit, и к другим социальным сетям. Хотя прописанную политику Facebook и можно использовать в качестве модели, ее реализация сильно хромает. Х. Поток полагает, что если компания утверждает об имеющейся у нее политике, она должна строго и честно проводить ее в жизнь.

Если это станет нормой, Интернет все равно будет оставаться скандальным и противоречивым. Тем не менее, его можно очистить от ненависти и дать всем возможность им пользоваться. Настоящий рынок идей должен сосуществовать с обществом во всем его расовом, половом и сексуальном многообразии. И он может это делать (*Макэлви Ш. За цензуру в отношении ненавистнических высказываний (AlterNet, США) // ИноСМИ (<http://www.inosmi.ru/world/20130719/211090311.html>). – 2013. – 19.07).*

У соціальної мережі «ВКонтакте» найбільша кількість інформації про способи вчинення самогубства і закликів до вчинення самогубства. Про це

повідомляє прес-служба Федеральної служби по нагляду у сфері захисту прав споживачів і благополуччя людини.

«Винесено 2002 рішення про закриття сторінок сайтів, що містять інформації про способи самогубства і заклики до вчинення самогубства і 128 рішень про відсутність забороненої інформації на сторінці сайту. З винесених рішень про закриття сторінок сайтів 1754 сторінок із забороненою інформацією були видалені. У стадії “заходи реагування” перебувають 204 сторінки сайтів, власники даних сайтів повинні видалити заборонену інформацію з інтернет-ресурсу найближчим часом, інші рішення були прийняті по дубльованих посиланнях», – повідомив глава Росспоживнагляду Г. Онищенко.

Він також висловив упевненість, що відомству вдасться боротися з пропагандою дитячого суїциду.

Відзначається, що, крім соцмережі «ВКонтакте», до згаданих ресурсів належать Mail.ru, Google, Youtube і Yandex (*«ВКонтакте» поширює суїцидальний контент // Незалежне Бюро Новин (http://nbnews.com.ua/ua/news/94642/). – 2013. – 23.07).*

Twitter планирует ввести специальную систему для предотвращения размещения в соцсети детской порнографии, пишет The Guardian. Она была разработана компанией Microsoft и называется PhotoDNA.

Принцип действия PhotoDNA основан на технологии распознавания лиц на основе уже имеющихся изображений. Программа позволяет узнать фотографию, даже если она была отредактирована.

Британская газета получила эксклюзивную информацию об этих планах соцсети в тот момент, когда премьер-министр Британии Д. Кэмерон выразил сильную озабоченность распространением детской порнографии в Интернете и потребовал от поисковиков заблокировать доступ к таким материалам.

Социальная сеть Facebook начала использовать технологию PhotoDNA для борьбы с педофилией еще в 2011 г. (*Twitter развернет борьбу с детской порнографией // Главком: Новости политики и экономики (http://glavcom.ua/news/142231.html). – 2013. – 23.07).*

Государственная служба Украины по вопросам защиты персональных данных требует от Google и ООО «ВКонтакте» придерживаться украинского законодательства в сфере защиты персональных данных. Компаниям направлено обязательное к исполнению предписание с просьбой устранить замечания. Об этом 23 июля на пресс-конференции в Киеве заявил заместитель председателя Госслужбы по защите персональных данных В. Козак.

В. Козак отметил, что политика конфиденциальности компаний Google и «ВКонтакте» в Украине не полностью соответствует законодательству в сфере защиты персональных данных. «В частности, они не сообщают, что у каждого

пользователя есть право обращаться с жалобами в уполномоченные органы и в суд», – сказал чиновник.

«Срок исполнения предписаний – до октября. Мы хотели бы в сотрудничестве с Google и “ВКонтакте” добиться того, чтобы на территории Украины эти компании при предоставлении услуг соблюдали украинское законодательство», – заявил В. Козак.

Как уточнил В. Козак, проверки не касались непосредственно американской компании Google Incorproation. «Мы в ходе проверки проверяли только те вопросы, которые касаются предоставления украинской компанией ООО “Гугл” рекламных услуг и обработки персональных данных в ходе процедуры предоставления этих услуг. Примерно такой же объем проверки был осуществлен и в отношении компании «ВКонтакте», – подчеркнул замглавы Госслужбы защиты персональных данных.

Госслужба по защите персональных данных в настоящее время является центральным органом исполнительной власти по формированию государственной политики в сфере защиты персональных данных (*Google и «ВКонтакте» получили предупреждение от Госслужбы защиты персональных данных // Ирта-факс (<http://irtafax.com.ua/news/2013/07/2013-07-23-48.html>). – 2013. – 23.07).*

Новые правила для учителей, запрещающие использование социальных сетей, вступили в силу в немецком г. Баден-Вюртемберг.

Правила были опубликованы отделом культуры и образования Баден-Вюртемберга. Представители госучреждения говорят о том, что документ под названием «Использование социальных сетей в школах» не стоит рассматривать, как запрет, а всего лишь как рекомендации для педагогов.

Однако, в тексте чётко прописано: «Использование социальных сетей для служебной обработки личных данных запрещено».

В документе можно найти ещё не одно ограничение, в частности, запрещено любое общение с учениками или коллегами посредством социальных сетей, общение в чатах, создание новостных рассылок, обработка рабочей документации в облачных сервисах и планирование встреч и мероприятий он-лайн.

Многие педагоги уже выразили недоумение и недовольство подобными рекомендациями и запретами. Так, один из педагогов отметил:

Использование некоммерческих интернет-сервисов, в том числе социальных сетей, стало для школ благословением, поскольку официальные некоммерческие сервисы либо попросту не привлекательны, либо же слишком сложны в использовании (*В Германии учителям запретили использовать соцсети даже для работы // InternetUA (<http://internetua.com/v-germanii-ucsitelyam-zapretili-ispolzovat-socseti-daje-dlya-raboti>). – 2013. – 26.07).*

Российские власти начали проверку вероятных нарушений в области уплаты налогов и охраны личных данных пользователей российским подразделением Google и наметили проверку социальной сети Facebook и ресурса микроблогов Twitter, сообщает The Wall Street Journal со ссылкой на российского законодателя.

Некоторые российские политики обвиняли иностранные социальные сети в различных нарушениях в ходе массовых протестов за последние полтора года, отмечает автор статьи О. Разумовская.

Депутат Р. Гаттаров сообщил репортерам, что верхняя палата парламента инициировала проверку Google и теперь налоговые органы изучают, уклонялась ли компания от уплаты налогов в России. Он также отметил, что компания, возможно, могла передать третьим лицам личные данные российских граждан, говорится в статье.

Вице-президент компании по Южной и Восточной Европе, Ближнему Востоку и Африке К. Д'Азаро Бьондо вылетел в Москву, чтобы ответить на вопросы Р. Гаттарова.

«Эта проверка последовала за конфликтом между Google и Великобританией по поводу уплаты налогов. В прошлом месяце парламентский комитет страны заявил, что Google активно уклоняется от уплаты налога на прибыль корпораций. Компания отрицает, что совершила какие-либо нарушения», – пишет автор статьи (*Российские власти начали налоговую проверку // BlackSeaNews.net (<http://www.blackseanews.net/read/67990>). – 2013. – 28.07*).

Власти США запрашивали у крупнейших интернет-компаний пароли их пользователей, сообщает веб-сайт CNET со ссылкой на осведомленные источники. «Я лично видел запрос о раскрытии паролей пользователей. Наша компания ответила на него отказом», – сообщил один из источников.

По имеющимся сведениям, в этих запросах американские власти добивались раскрытия не только пользовательских паролей, но и предоставления им алгоритмов шифрования и специальных модификаторов, призванных обеспечить большую защищенность данных.

Кроме того, в ряде случаев власти требовали от компаний раскрыть ответы клиентов на секретные вопросы. Пользователи используют эту функцию при необходимости восстановить доступ к аккаунту.

Представители ряда крупных компаний, таких как Microsoft, Google и Yahoo!, не подтвердили информацию о получении таких запросов.

Они также отметили, что их компании никогда не предоставляли кому бы то ни было личные данные своих пользователей и не собираются это делать впредь.

«Мы не раскрываем такие данные и не видим оснований, которые могли бы заставить нас пойти на такой шаг», – заявили в компании Microsoft.

Пока остается неясным, когда именно начали поступать эти запросы, а также имели ли они точечный характер и касались конкретных пользователей, или же содержали в себе требование предоставить информацию по всей клиентской базе.

Комментариев со стороны американских властей по данному вопросу пока не поступало, отмечается в сообщении.

Ранее газета «Вашингтон пост» сообщила, что американские спецслужбы имеют прямой доступ к серверам девяти крупнейших интернет-компаний, включая Apple, Facebook, Google и Microsoft. По сведениям издания, секретная программа спецслужб носит название PRISM.

Позднее выяснилось, что данную утечку информации организовал экс-сотрудник спецслужб США Э. Сноуден, работавший в консалтинговой компании Booz Allen Hamilton (*Власти США требуют пароли пользователей у крупных интернет-компаний // Эксперт-центр (<http://expert.org.ua/statias/?st=2&id=108191>). – 2013. – 26.07*).

Сервис микроблогов Twitter опубликовал доклад, в котором говорится, что число правительственных запросов в Twitter для предоставления информации за последний год увеличилось более чем на четверть, пишет «Обозреватель» (<http://tech.obozrevatel.com/news/29431-chislo-zaprosov-v-twitter-ot-pravitelstv-vyiroslo-na-25.htm>).

В январе – июне 2013 г. количество запросов составило 1 157, за тот же период 2012 г. г. – 849, говорится в докладе.

Лидером по числу запросов в Twitter является США с 902 обращениями, что составляет 78 % всех запросов. При этом Twitter полностью или частично удовлетворил 67 % этих запросов.

На втором месте Япония с 87 запросами (8 % общего числа запросов, 16 % запросов были удовлетворены), на третьем – Великобритания – 26 запросов (3 % от общего количества, 15 % удовлетворены).

Четвертое и пятое места поделили Бразилия и Италия с 22 запросами, при этом ни одного запроса Италии Twitter не удовлетворил.

За январь-июнь информацию запрашивали 26 стран, а за тот же период 2012 г. – 35.

Государства также просили удалить информацию 60 раз за указанный период, что в десять раз больше, чем за январь – июнь 2012 г.

При этом больше всего с таким запросом в Twitter обращалась Россия – 17 раз. 13 аккаунтов пропагандировали наркотики или суицид. В двух случаях аккаунты были восстановлены.

За январь – июнь 2013 г. 5 753 запроса было подано по поводу нарушения авторских прав, что на 76 % больше, чем за аналогичный период прошлого года (*Число запросов в Twitter от правительств выросло на 25 % // Обозреватель (<http://tech.obozrevatel.com/news/29431-chislo-zaprosov-v-twitter-ot-pravitelstv-vyiroslo-na-25.htm>). – 2013. – 1.08*).

«Сверхсекретная программа АНБ США позволяет аналитикам вести поиск без предварительной санкции в колоссальных базах данных, которые содержат электронные письма, онлайн-чаты и историю запросов в поисковиках миллионов человек», – утверждает The Guardian в очередной статье, подготовленной по документам, которые предоставил Э. Сноуден. Статья, написанная журналистом Г. Гринвальдом, проиллюстрирована слайдами из некой презентации. Газета сообщает, что программа называется XKeyscore. «В своих учебных материалах АНБ хвалится, что это “самая широкая по размаху” программа обработки разведанных из Интернета», – добавляет автор.

По мнению газеты, эти откровения подольют масла в огонь дебатов о слежке АНБ.

Данные документы проливают свет на заявление Э. Сноудена в видеоинтервью The Guardian 10 июня. «Я, сидя за своим столом», сказал Э. Сноуден, мог «подслушать чей угодно разговор: от вас или вашего бухгалтера до федерального судьи или даже президента, если бы я располагал одним личным электронным письмом».

«Официальные лица США яростно опровергали это конкретное утверждение», – пишет газета. Конгрессмен М. Роджерс, председатель комитета по делам разведки, заявил: Э. Сноуден «лжет. Никак невозможно, чтобы он смог делать то, что, по его словам, может».

Но газета утверждает: «Учебные материалы по XKeyscore детально описывают, как аналитики могут пользоваться этой и другой системами для поиска информации в огромных базах данных агентства, заполняя простую онлайн-форму и приводя лишь расплывчатое обоснование поиска. Перед обработкой запрос не проверяется ни судом, ни кем-либо из сотрудников АНБ».

В одной из презентаций говорится, что программа освещает «почти все, что типичный пользователь делает в Интернете»: содержание электронных писем, посещенные сайты, запросы в поисковиках, метаданные.

«Аналитики также могут использовать XKeyscore и другие системы АНБ, чтобы перехватывать интернет-активность пользователя в “реальном времени”», – говорится в статье.

По законам США, АНБ обязано запрашивать конкретное решение суда о слежке лишь в случае, если объект слежки – «лицо из США» (в документах употреблен термин US person). Причем перехватывать переписку американцев с иностранными объектами можно и без решения суда. «Но XKeyscore предоставляет техническую возможность, если и не юридическое право, осуществлять без решения суда широкую электронную слежку даже за “лицами из США”, если аналитику известны некие данные – например, адрес электронной почты или IP-адрес», – говорится в статье.

Цель XKeyscore – обеспечивать поиск в метаданных, а также в содержимом электронных писем и других данных о деятельности в Интернете, даже когда электронный адрес («селектор» на жаргоне АНБ) лица неизвестен.

«Аналитики могут также проводить поиск по имени, телефону, IP-адресу, ключевым словам, языку деятельности в Интернете или типу браузера», – говорится в статье. Газета перечисляет и другие виды поисковых запросов.

Форма для поиска простая: вводятся, допустим, электронный адрес, «обоснование» поиска и временной период электронных писем.

«Система похожа на то, как аналитики АНБ вообще могут перехватывать сообщения любого, кого они выберут, в том числе, как сказано в одном документе АНБ, “сообщения, которые идут транзитом через США, и сообщения с конечным пунктом в США”», – говорится в статье.

XKeyscore также позволяет мониторить «практически бесконечный спектр других видов интернет-активности, в том числе в соцсетях», утверждает газета. Так, инструмент DNI Presenter позволяет читать как электронные письма из хранилища, так и реплики в чатах или личные сообщения в Facebook (достаточно ввести в поисковик имя пользователя в Facebook и временной срок).

XKeyscore program также позволяет узнать IP-адреса всех, кто посещает любой сайт, указанный аналитиком.

Объем данных колоссальный – их даже невозможно подолгу хранить. «Чтобы решить проблему, АНБ создало многоярусную систему, с помощью которой аналитики могут хранить «интересный» контент в других базах данных: например, в Pinwale, где материалы могут храниться до пять лет», – пишет автор.

Газета также подробно останавливается на юридически-правовых ограничениях (или их отсутствии) и технических препонах для программ слежки АНБ.

Например: «вся переписка американцев с лицами на территории других стран включена в те же базы данных, что и переписка иностранцев с иностранцами, так что в ней легко вести поиск без решения суда».

Некоторые сеансы поиска, которые проводятся аналитиками, проверяются их начальством в АНБ. Но Э. Сноуден говорил в интервью: «Наши поиски очень редко оспаривают, а если и оспаривают, то обычно в духе: “Давайте упрочим обоснование”».

Директор разведслужбы Д. Клеппер признал в письме к сенатору Р. Уайдену, что при слежке внутри США аналитики АНБ вышли за рамки даже правовых ограничений в понимании самого АНБ. Р. Уайден назвал нарушения, упомянутые Д. Клеппером, тревожными.

Со своей стороны, АНБ заявило, что его деятельность направлена только против иностранных объектов оправданной слежки и ее цель – обеспечить руководство «информацией, необходимой для защиты нашей страны и ее интересов». «Утверждения, что аналитики имеют широкий, беспрепятственный доступ к собранию данных АНБ, – попросту неправда», – сказано в заявлении. По словам агентства, доступ к XKeyscore и вообще всем аналитическим инструментам АНБ предоставляется «только тем сотрудникам, которым требуется доступ в связи с порученными им заданиями», существуют

многочисленные «сдержки и противовесы», предотвращающие злоупотребления (*Гринвальд Г. XKeyscore: инструмент АНБ собирает «почти все, что пользователь делает в Интернете» // Четверта Влада (<http://4vlada.net/obshchestvo/xkeyscore-instrument-anb-sobiraet-pochti-vse-cto-polzovatel-delaet-v-internete-guardian>). – 2013. – 1.08).*

Проблема захисту даних. DOS та вірусні атаки

Принадлежащий Apple веб-сайт для разработчиков пострадал из-за хакерской атаки, сообщает IT Expert со ссылкой на портал Корреспондент.net.

Атака вероятнее всего случилась 18 июля. С этого дня сайт пребывал в офлайне, а его посетителям сообщали, что он недоступен из-за технического обслуживания.

Корпорация из Купертино сообщила разработчикам о взломе в письме, отправленном в воскресенье, 21 июля. Компания уточнила, что анонимный хакер намеревался получить доступ к персональной информации, которая имеется в распоряжении пользователей ресурса.

В Apple подчеркнули, что «конфиденциальные» данные взломщик получить не сумел, тем не менее, не исключают, что злоумышленнику могла достаться база с именами и электронными и почтовыми адресами разработчиков.

На момент написания статьи Apple «проводит техобслуживание» систем ресурса, обновляет серверное ПО и «перестраивает» базу данных, чтобы гарантировать защиту портала от вероятных дальнейших атак, отмечается в письме.

В то же время The Next Web указывает, что ответственность за атаку взял на себя программист из Британии И. Балик. Он похвастался, что нашел в системе уязвимость и осуществил взлом ради демонстрации, без вредоносных намерений.

Отметим, что ресурс Apple для разработчиков включает инструментарий для авторов программ для iOS и OS X, техническую документацию, форумы для общения и ряд других сервисов. Стоит указать, что членство на сайте является платным и обходится сто долларов в год (*Хакеры взломали сайт Apple для разработчиков // IT Expert (<http://itexpert.in.ua/rubrikator/item/28143-khakery-vzломali-sajt-apple-dlya-razrabotchikov.html>). – 2013. – 22.07).*

Вы никогда не замечали, что, хоть раз посетив интернет-страницу какого-нибудь магазина одежды или обуви, вы затем постоянно наталкиваетесь на неё в рекламном отделе вашего поисковика? Таким образом работают современные маркетинговые программы большинства крупных сайтов.

О том, как личные данные, публикуемые в Интернете, стали маркетинговым продуктом, рассказывает статья, опубликованная в экономическом приложении «Фигаро».

В то время как скандал с американской программой PRISM, дающей доступ к личным данным практически любого человека на планете, набирает обороты, газета предлагает посмотреть на проблему под другим углом. Такие американские интернет-гиганты как Facebook, Google, Amazon, Apple, Microsoft и другие располагают огромными базами данных о своих пользователях. И используют эту информацию в целях рекламы.

«Информация стала новым сырьевым продуктом, практически таким же неиссякаемым как нефть и газ», – свидетельствует на страницах газеты эксперт компании Roland Berger. Эта консалтинговая фирма выпустила отчет, в котором говорится, что сфера эксплуатации личных данных пользователей только начинает развиваться.

Своего зенита она достигнет в ближайшем десятилетии, когда появятся новые программы, позволяющие обработать огромное количество данных, чтобы предсказать покупательские тенденции интернет-пользователей или обозначить сферы их интересов.

Только сейчас рынок использования личных данных во Франции оценивается в 100 млрд дол.! Именно такую прибыль могут получить предприятия, занимающиеся интернет-маркетингом. Причем, доступ к наиболее личной информации оценивается дороже, чем просто данные об имени, фамилии, возрасте или адресе. Так, например, информация о больных раком ценится в три раза дороже, чем о парах, ждущих рождения ребенка, и в 100 раз дороже, чем о людях, собирающихся купить автомобиль!

Предприятия, продающие личную информацию пользователей Интернета, имеют, таким образом, свой преискурант. Так, страница с данными о 1000 покупателей какого-либо типа продукции легкой промышленности стоит около двух долларов. А 1000 имен будущих владельцев недвижимости будет стоить уже 85 дол. И 260 дол. – цена за личные данные уже цитируемых больных раком! Такие цифры публикует газета, не объясняя, правда, причин такого «ценового распределения».

Статья в этом бизнес-приложении «Фигаро» – сухая и информативная. Она не касается моральных аспектов использования личных данных в целях рекламы. Не делает предположений, сколько будет стоить, например, информация о человеке, страдающем депрессией и готовящемся совершить суицид. Наверное, недорого, раз уж он скоро перестанет покупать что-либо вообще. Хотя, пользуясь моментом, можно предложить такую продукцию как веревка и мыло...

Французские предприятия, продающие списки с личной информацией пользователей Интернета во Франции переживают тяжелую конкуренцию с США. Американские и другие зарубежные интернет-гиганты занимают рынок на 80 %, оставляя остальные 20 % для предприятий французских. Это логично, так как, чем крупнее предприятие, тем больше и подробнее его база данных.

Однако французские Orange, DalyMotion и TF1 начинают активнее работать в этой отрасли.

Что же касается этических вопросов использования личных данных, то, как рассказывает эксперт Roland Berger, существует некий устный «моральный контракт» между продавцом личных данных и покупателем. Все зависит от серьезности работы и имиджа марки, которой продают такую информацию: только так можно заручиться гарантией, что ваши данные не будут использованы «нецелевым образом» (*Макарова А. Сколько стоит ваша личная информация в Интернете? RFI (http://www.russian.rfi.fr/obshchii/20130722-skolko-stoit-vasha-lichnaya-informatsiya-v-internete). – 2013. – 22.07).*

Хакерская группа ReZK2LL Team осуществила дефейс сайта управления образования Полтавы.

На момент написания статьи на главной странице сайта osvita.poltava.org размещено сообщение о взломе и государственный флаг Туниса.

По нашей информации, сайт работал на устаревшей версии CMS Joomla 1.5, имеющей большое количество незакрытых уязвимостей.

Также, по данным, размещенным в кеше Google, накануне по неизвестной причине все посетители сайта управления образования переадресовывались на сайт профсоюза учителей Франции.

Напомним, что ранее аналогичному взлому со стороны турецких хакеров подвергся сайт газеты «Полтавський Вісник» (*Тунисские хакеры взломали сайт полтавского управления образования // Полтавщина (http://www.poltava.pl.ua/news/23284/). – 2013. – 24.07).*

Державна служба України з питань захисту персональних даних звинуватила російську соціальну мережу «ВКонтакте» у недостатньому захисті конфіденційної інформації своїх користувачів. За це соцмережі загрожує штраф на 8,5 тис. грн, повідомив представник прес-служби «ВКонтакте» на Україну В. Леготкін.

«Наші юристи поки вивчають це питання. Тим часом хочу уточнити, що київський офіс не збирає й не зберігає інформацію про користувачів “ВКонтакте”», – цитує пана В. Леготкіна Digit.

У свою чергу технічний директор «ВКонтакте» М. Дуров не розуміє претензій української служби. «Насправді ніяких особистих даних на вкрадених серверах не було і не могло бути. Тільки медіаконтент. Але не здивуюся, якщо їх там виявлять. Не здивуюся, якщо вони просто хочуть зібрати додатковий дохід з іноземних ІТ-компаній, що працюють на території України», – припустив М. Дуров.

Як повідомляв НБН, 26 червня у Києві міліція вилучила сервери соцмережі «ВКонтакте» вартістю близько 500 тис. дол. Це не спричинило відключення соцмережі в Україні, однак сповільнило швидкість її роботи.

Пізніше в Міндоходів заявили, що українські сервера соціальної мережі «ВКонтакте», вилучені при перевірці компанії ТОВ «Дата-Айкс ЮЕЙ», будуть повернені одразу після проведеної експертизи.

Потім Міністерство доходів і зборів України повідомило, що на вилучених серверах «ВКонтакте» експерти знайшли медіафайли з ознаками порнографії (*Держслужба із захисту даних може оштрафувати «ВКонтакте» на 8,5 тис. грн // Незалежне Бюро Новин (<http://nbnews.com.ua/ua/news/94843/>). – 2013. – 25.07*).

60 % пользователей соцсетей теряли доступ к своему аккаунту в результате действий злоумышленников. Более того: каждый четвертый сталкивался с такой ситуацией неоднократно.

Почти 60 % пользователей соцсетей хотя бы однажды теряли доступ к своему аккаунту в результате действий злоумышленников, сообщает ESET. По данным опроса, проведенного специалистами антивирусной компании в Facebook, «ВКонтакте» и «Одноклассниках», более 25 % респондентов сталкивались с такой ситуацией неоднократно.

Только 32 % пользователей обладают достаточным уровнем компьютерной грамотности или просто везением, чтобы ни разу не подвергнуться взлому. Еще 8 % респондентов вообще пребывают в неведении и не могут однозначно ответить на вопрос, подвергались ли взлому их аккаунты в соцсетях.

Чаще всего преступники взламывают аккаунты пользователей в соцсетях для вымогательства, рассылки спама и ссылок на фишинговые сайты, получения доступа к личной информации. Эксперты рекомендуют создавать сложные пароли, которые отличаются от паролей, уже использованных пользователем на других сайтах (*60 % пользователей соцсетей сталкивались со взломом аккаунта // Marketing Media Review (<http://mmr.ua/news/id/60-polzovatelej-socsetej-stalkivalis-so-vzломom-akkaunta-35575/>). – 2013. – 24.07*).

В США начинаются слушания по делу, которое называют крупнейшим компьютерным преступлением в истории Америки. Большое жюри федерального суда Ньюарка (штат Нью-Джерси) предъявило обвинение в краже 160 млн платежных карт и нанесении ущерба на сумму 300 млн дол. Среди пострадавших – биржа NASDAQ, платежная система Heartland, французский ритейлер Carrefour, бельгийский банк Dexia и другие крупные компании.

В краже баснословной суммы обвиняются россияне и гражданин Украины, которые на протяжении семи лет взламывали компьютеры крупных

американских и международных компаний. Расследование продолжается, им занимаются спецслужбы США, подключено ФБР.

Пятеро обвиняемых – это россияне В. Дринкман, А. Калинин, Р. Котов, Д. Смильянец и одессит М. Рытиков – руководитель фирмы «Бастион Трейд Групп», которая предоставляла услуги Интернет-хостинга странам СНГ.

В 2010 г. М. Рытиков выложил в Интернет открытое письмо, где рассказал, как по просьбе американцев СБУ устраивало обыски у него в доме, в квартирах родных и на фирме, чем фактически уничтожила ее, поскольку вся аппаратура была изъята. Уголовное дело тогда так и не возбудили, этому, в частности, поспособствовали народные депутаты, к которым М. Рытиков обращался с жалобами. Но о том, что за этим не слишком громким скандалом могут крыться грандиозные обвинения, стало известно только сейчас.

По версии американского следствия, М. Рытиков сыграл в группе важную роль – создал анонимный веб-хостинг для деятельности хакеров, что позволяло им долгое время быть неуловимыми.

Как пишут американские СМИ, сеть действовала в 2005–2012 гг. Хакеры тщательно выслеживали своих жертв. В 2007–2008 гг. они посещали магазины, чтобы определить их платежные системы. Затем группа устанавливала специальные программы, открывавшие доступ к информации на корпоративных компьютерах. Хакерские атаки проводились из арендованных в разных странах компьютеров. В частности, на Багамах и в Панаме. Группировка занималась хищением кредитных карт, которые перепродавали на форумах частным лицам и организациям. За каждый номер американской кредитки хакеры получали 10 дол., за канадскую карту – 15 дол., за европейскую – 5 дол. Для постоянных клиентов делались скидки, пишет «Комсомольская правда в Украине».

Заговорщики тщательно распределили роли. О том, какая досталась одесситу М. Рытикову, мы уже говорили. Москвич В. Дринкман и питерец А. Калинин, согласно обвинительному заключению, специализировались на проникновении в корпоративные сети и получении доступа к системам. Москвич Р. Котов исследовал взломанные сети, ища в них нужные данные. Еще один москвич Д. Смильянец торговал в Интернете кредитками и делил деньги между сообщниками.

«Это одно из самых тяжких преступлений. Люди, чьи способности и наклонности позволяют взламывать компьютерные сети, представляют угрозу для нашего экономического благосостояния, частной и национальной безопасности», – заявил на пресс-конференции прокурор П. Фишман.

Сегодня под арестом в США находится только Д. Смильянец. Его задержали в Амстердаме, куда он отправился в составе тургруппы. Отец Дмитрия, известный в Москве адвокат, на страничке «ВКонтакте» пишет, что вина сына ничем не подтверждена.

Недавно в Нидерландах задержали В. Дринкмана, сейчас он ожидает экстрадиции. А вот А. Калинин, Р. Котов и М. Рытиков остаются неуловимыми для ФБР. Где они скрываются, пока неизвестно.

В МВД Украины подтвердили, что М. Рытиков объявлен в розыск по линии Интерпола.

Как сообщал MIGnews.com.ua, ведущий немецкий оператор связи Deutsche Telekom визуализировал карту стран-источников кибератак, на которой Украина оказалась на четвертом месте после России, Тайваня и Германии. За последний месяц с украинских серверов было совершено 566 531 атак (*Украинца обвиняют в крупнейшем компьютерном преступлении за всю историю США // MIGnews.com.ua (http://www.mignews.com.ua/ru/articles/142420.html). – 2013. – 28.07).*

Хакеры Anonimus начали атаку на сайт Службы безопасности Украины и призвали главу СБУ задуматься о пенсии. Как заявили сами представители Anonimus на своей странице в Facebook, атака приурочена недавнему избиению активисток движения FEMEN.

«Жестокое избиение коллектива FEMEN невозможно было осуществить без информации сотрудников СБУ. Из имеющейся у нас переписки между оперативниками следует, что на протяжении девяти месяцев они ведут ежедневную слежку за участниками организации», – подчеркнул один из лидеров движения в Восточной Европе.

«Неуважаемый господин Якименко (глава СБУ), мы возмущены, что вы отдаете преступные приказы, участвуете в избиении своих граждан, воруете собачек, компьютеры, используя все приемы давления на психику человека», – подчеркнули Anonimus.

«Скоро пенсия, хорошо подумайте над своим поведением. Побейте лучше нас, но мы можем дать сдачи, причем так, что коротать пенсию придется на нарах», – добавили хакеры.

В настоящее время сайт СБУ недоступен для просмотра – страница просто не загружается в браузере (*Хакеры взломали сайт СБУ – мстят за FEMEN // Четверта Влада (http://4vlada.net/smi/khakery-vzломали-sait-sbu-mstyat-za-femen). – 2013. – 29.07).*

Страница вице-премьер-министра Украины А. Вилкула в социальной сети Facebook была атакована хакерами.

Представитель пресс-службы А. Вилкула передал его собственный комментарий по поводу события. А. Вилкул заявил, что для него на Facebook очень важно доверие при общении. Но количество лайков на персональной странице за сегодняшний день резко увеличилось на несколько тысяч. А по профилю ясно видно, что это не люди, а боты. И боты не только из Украины.

Вице-премьер пообещал разобраться с ситуацией, и после этого обязательно написать об этом. Того, кто это делает, А. Вилкул попросил прекратить. На Facebook важно честное общение, прокомментировал А. Вилкул событие на своей же странице (*Facebook-страницу украинского*

вице-премьера атаковали хакеры // УРА-Информ (<http://ura-inform.com/ru/politics/2013/07/31/facebook-stranitsu-ukrainskogo-vitse-premera-atakovali-khakery>). – 2013. – 31.07).