

image not found or type unknown



Появление социальных сетей было вопросом времени. Его прогнозировали ещё в XIX веке, когда учёные только пытались изобрести работающий телеграф. Владимир Одоевский в романе «4338 год» описал нечто среднее между Живым Журналом и Instagram. В его мире будущего между домами ведётся переписка с помощью газет. Старший дворецкий, записывая со слов хозяев дома текст, фотографирует его на камер-обскуру и издаёт в нужном количестве экземпляров. Обычно сообщают о домашних новостях, разных мыслях, приглашают на обед. Для более быстрой связи, для экстренных случаев, между домами есть магнетические телеграфы. Своё футуристическое произведение автор писал в 1835 году, когда русский дипломат и историк Пауль Шиллинг уже собрал в Петербурге электромагнитный телеграф, а Морзе ещё не запатентовал свою версию телеграфа и не получил субсидию на строительство первой линии.

Появление интернета открыло новые возможности для быстрого общения. Сначала для военных, затем для учёных, и после — для широкой общественности. В 1989 году Тим Бернерс-Ли из CERN предложил концепцию World Wide Web, разработал протокол HTTP. В 1991 году к интернету наконец стали подключать жилища частных лиц, а не только учебные заведения и военные структуры. С 1995 года можно начинать историю именно социальных сетей. Пионером стал портал Classmates.com, существующий до сих пор. Он позволяет находить одноклассников, однополчан, одноклассников из детского сада, коллег по работе. Со временем разработчики запустили версии сайта с таким же дизайном и функционалом для других стран. В 2008 году портал Classmates.com насчитывал пятьдесят миллионов подписчиков. Из них 3,8 миллионов оплачивали членство. Благодаря большой любви к рассылкам электронной почты, портал стал фигурантом нескольких судебных разбирательств. Например, в 2008 году он выплатил пользователям 9,5 миллиона долларов.

### **Популярные социальные сети в России и мире**

**Facebook.** По-настоящему интернациональная площадка, число ее пользователей превышает 900 000 000. Год основания – 2004.

**Twitter.** Соцсеть, позволяющая делиться короткими сообщениями (преимущественно новостными) и имеющая более 310 000 000 пользователей.

Начала работать в 2006 году.

**LinkedIn.** Данная сеть позиционируется больше как профессиональная и насчитывает более 255 000 000 пользователей. Появилась в 2003 году.

**Google Plus+.** Это социальная сеть, поддерживаемая одноименным поисковиком и имеющая аудиторию более 120 000 000 пользователей. Начало работы – 2011 год.

**Instagram.** Соцсеть, позволяющая делиться фотографиями и видеозаписями. Насчитывает более 100 000 000 пользователей. Появилась в 2010 году.

**«ВКонтакте».** Молодежная российская соцсеть, обеспечивающая хорошие мультимедийные возможности (просмотр видео, прослушивание музыки и т. д.), насчитывает более 80 000 000 пользователей. Основана в 2006 году.

**«Одноклассники».** Одна из самых популярных российских социальных сетей с количеством пользователей более 290 000 000. Принадлежит Mail.Ru Group. Появилась в 2006 году.

## **Что дают нам социальные сети**

### *общение*

Социальные сети предоставляют возможность общаться коллегам по работе, родственникам и друзьям, живущим в разных городах и странах, а также заводить новые знакомства. Удобство социальных сетей заключается в том, что все контакты собраны в одном месте, можно за небольшое время узнать новости обо всех друзьях, рассказать о себе.

### *площадка для развития бизнеса*

Здесь можно прорекламировать свой интернет-магазин, студию веб-дизайна или рок-школу. Реклама может быть направлена на целевую аудиторию и о вашем бизнесе узнают люди, которых могли бы заинтересовать предоставляемые вами продукция или услуги. Можно отыскать здесь новых клиентов, приумножить лояльность постоянных покупателей.

### *образование*

Это может быть как целенаправленное изучение определенных курсов или публикаций какого-либо человека, так и случайное, например прочтение статей, опубликованных вашими друзьями. Информация зависит от круга интересов

конкретной группы людей и может представлять собой кулинарные рецепты, литературу по психологии развития и многое другое.

### *обмен новостями*

Речь идет не только о новой информации, касающейся друзей, но и о новостях в привычном их виде. События последних лет показывают, что новости в социальных сетях распространяются очень быстро и способствуют формированию общественного мнения иногда даже больше, чем традиционные СМИ.

### *инструмент для саморазвития*

Здесь можно смотреть познавательные фильмы, слушать хорошую музыку, читать интересные книги, изучать иностранные языки. В социальных сетях созданы группы по интересам, в которых можно найти интересующую вас информацию, например, видео с занятиями по фитнесу или же с уроками игры на гитаре.

## **Какие данные хранят социальные сети**

Скрывая свои фотоальбомы или семейное положение в соцсетях, мы получаем лишь иллюзию конфиденциальности. На самом деле все, что мы доверяем Сети, становится достоянием корпораций, а точнее – сервисов, которыми они владеют.

Например возьмем соц. сеть " Facebook"

В 2018 году Facebook опубликовал обращение, в котором объяснял, в чем заключается защита персональных данных пользователей, и главное – какие сведения все же остаются доступными. Итак, соцсеть открыто собирает и анализирует:

- данные об устройстве: операционную систему, программное обеспечение, приложения и плагины;
- доступное место для хранения файлов, тип браузера, типы и названия приложений и файлов;
- сведения об операциях: сколько и как часто выполняется каждое действие в окне с вкладкой соцсети;
- идентификаторы (символьное или цифровое имя, присваиваемое пользователю), а также учетные записи из приложений;
- сигналы устройства: уровень заряда батареи, мощность сотового сигнала, Bluetooth-подключение, сведения о ближайших пунктах доступа к Wi-Fi, радиомаяках и сотовых вышках. Также анализируются движения мыши на

устройстве пользователя и сигналы с камеры в приложении Facebook;

## **реклама в социальных сетях**

Практически с момента своего появления социальные сети активно используются для рекламы, и этот рынок постоянно увеличивается. Она может использоваться для решения конкретных задач:

- раскрутки бренда и повышения узнаваемости;
- привлечения на сайт конверсионного трафика;
- адресного обращения к представителям определенных целевых групп для передачи ключевого сообщения бренда;