

Изучить материал лекции, ответить на контрольные вопросы, выполняется в конспекте и готовое задание для проверки и оценки отправить в виде фотографий на адрес эл.почты admin@ptmecx.ru или в личные сообщения в ВК

В исключительных случаях, при невозможности предоставления выполненных заданий по эл.почте необходимо проинформировать преподавателя или классного руководителя и предоставить после выхода на занятия

02.06.2020

Лекция №23

Тема: Социальные сети

История развития и классификация социальных сетей

В настоящее время практически от каждого человека можно услышать такое словосочетание как, социальная сеть. Термин «социальная сеть» был введен в 1954 г. социологом из Манчестерской школы Джеймсом Барнсом. Во второй половине XX в. это понятие начало активно использоваться на Западе при исследованиях социальных связей и человеческих отношений, а сам термин на английском языке стал общеупотребительным. Со временем в социальной сети в качестве ее узлов стали рассматривать не только людей, как представителей социума, но и любых других объектов, которые могут иметь социальные связи, например: города, страны, фирмы, сайты, их ресурсы и т.п.

Это понятие сейчас очень широко применяется среди пользователей в сети Интернет. Дадим определение социальной сети в Интернете: - это виртуальная сеть, являющаяся средством обеспечения сервисов, связанных с установлением связей между его пользователями, а также разными пользователями и соответствующими их интересам информационными ресурсами, установленными на сайтах глобальной сети. Проще говоря, это веб-сайты с возможностью указать какую-либо информацию о себе (школу, институт, дату рождения и другое), по которой вас смогут найти другие участники сети. Социальная сеть направлена на построение сообществ в Интернете из людей со схожими интересами и/или деятельностью. Связь осуществляется посредством сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями.

С развитием технологий Web 2.0 социальные сети обрели осязаемую основу в виде порталов и веб-сервисов. Так, найдя на одном из таких сайтов совершенно незнакомого для себя человека, можно увидеть цепочку промежуточных знакомств, через которую вы с ним связаны.

Первопроходцем среди социальных сетей в Интернете является американский портал Classmates.com. Его разработали в 1995 году. Проект оказался весьма успешным, что в следующие несколько лет спровоцировало появление не одного десятка аналогичных сервисов. Но официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003--2004 годы, когда были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook.

И если LinkedIn создавалась с целью установления/поддержания деловых контактов, то владельцы MySpace и Facebook сделали ставку в первую очередь на удовлетворение

человеческой потребности в самовыражении. Ведь, в соответствии с пирамидой Маслоу, именно самовыражение является высшей потребностью человека, опережая даже признание и общение. Социальные сети стали своего рода Интернет-пристанищем, где каждый может найти техническую и социальную базу для создания своего виртуального «Я». При этом каждый пользователь получил возможность не просто общаться и творить, но и делиться плодами своего творчества с многомиллионной аудиторией той или иной социальной сети.

Также бывают социальные сети для поиска не только людей по интересам, но и самих объектов этих интересов: веб-сайтов, прослушиваемой музыки и т. п.

Обычно на сайте сети возможно указать информацию о себе (дату рождения, школу, вуз, любимые занятия и другое), по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники. Различаются открытые и закрытые социальные сети. Одна из обычных черт социальных сетей -- система «друзей» и «групп».

Помимо перечисленных социальных сетей имеются следующие типы ресурсов в формате Web 2.0:

Социальные закладки (social bookmarking). Некоторые веб-сайты позволяют пользователям предоставлять в распоряжение других список закладок или популярных веб-сайтов. Такие сайты также могут использоваться для поиска пользователей с общими интересами. Пример: Delicious.

Социальные каталоги (social cataloging) напоминают социальные закладки, но ориентированы на использование в академической сфере, позволяя пользователям работать с базами данных цитат из научных статей. Примеры: Academic Search Premier, LexisNexis Academic University, CiteULike, Connotea.

Социальные библиотеки представляют собой приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим. Предусмотрена поддержка системы рекомендаций, рейтингов и т. п. Примеры: discogs.com, IMDb.com.

Социальные сети вебмастеров используются для анонсирования полезных материалов, позволяющие авторам оставлять ссылки на их посты, общаться, голосовать за интересные анонсы и т. п. Часто имеют рейтинги или рекомендации. Обзор основных социальных сетей для вебмастеров.

Многопользовательские сетевые игры (Massively Multiplayer Online Games) имитируют виртуальные миры с различными системами подсчёта очков, уровней, состязательности, победителей и проигравших. Пример: World of Warcraft.

Геосоциальные сети позволяют налаживать социальные связи на основании физического положения пользователя. При этом используются различные инструменты геолокации, например GPS, которые дают возможность определить нынешнее местоположение пользователя, а также создавать профайлы мест, которые пользователи посещают.

Профессиональные социальные сети создаются для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей. Примеры: LinkedIn, Профессиналы.ру.

Возрастные и Гендерные социальные сети создаются для общения пользователей определенной гендерной или возрастной принадлежности. Например, социальные сети для детей, подростков, девушек. Примеры: социальная сеть для девушек - Мирподруг.ру, социальная сеть для детей - webiki.ru.

Сервисные социальные сети позволяют пользователям объединяться в он-лайн режиме вокруг общих для них интересов, увлечений или по различным поводам. Например, некоторые сайты предоставляют сервисы, с помощью которых пользователи могут размещать для общего доступа персональную информацию, необходимую для поиска партнеров. Примеры: LinkedIn, В Контакте.

Коммерческие социальные сети ориентированы на поддержку бизнес-транзакций и формирование доверия людей к брендам на основе учёта их мнений о продукте, о том как

сделать его лучше и т. п., тем самым позволяя потребителям участвовать в продвижении продукта и расширяя их осведомленность.

Для рекламодателей социальные сети предоставляют уникальные возможности непосредственного контакта с потребителями. Ежедневно миллионы пользователей ведут беседы о компаниях, их товарах и услугах, делясь своим мнением и впечатлениями. В результате отдельно взятый участник сетевого сообщества может испортить (или наоборот) репутацию компании с многомиллионным оборотом.

Объём рынка рекламы в социальных сетях неуклонно растёт. В 2007 году, по оценкам аналитической компании eMarketer, он достиг отметки в 1,225 млрд долларов. При составлении отчёта экспертами eMarketer учитывались все виды рекламы, размещённой в социальных сетях, включая медийную, контекстную и видеорекламу, а также затраты на маркетинговые проекты, в которых маркетологи создают профили для своих товаров и брендов в социальных сетях. Кроме того, в прогнозах впервые учитываются расходы на создание виджетов и приложений. По прогнозам eMarketer, к 2011 году объём рынка рекламы в социальных сетях вырастет до 3,8 млрд долл.

В настоящее время наибольший интерес к социальным сетям проявляют компании таких секторов, как потребительские товары, производители спиртных напитков, автопроизводители, компании индустрии развлечений. Потребительские бренды до последнего времени не вели агрессивную рекламную политику в сети Интернет, однако с 2009 года многие из них запланировали бюджеты на маркетинг в социальных сетях.

Социальное программное обеспечение -- это широкий диапазон программных систем, позволяющих пользователям взаимодействовать и обмениваться данными. Этот способ компьютерно-опосредованного взаимодействия стал популярным с появлением таких социальных сайтов, как MySpace, Facebook, Одноклассники.ru, медиасайтов Flickr и YouTube, коммерческих сайтов eBay. Многие из этих приложений имеют такие общие характеристики как: открытые API, сервис-ориентированный дизайн, возможность удалённого размещения данных и медиафайлов. Такие приложения принято относить к системам Web 2.0.

Внутри социального ПО можно выделить две группы программных инструментов: коммуникационные и интерактивные.

Коммуникационные инструменты применяются для записи, хранения и представления коммуникационных данных, чаще всего в текстовом виде, но все больше в аудио- и видеоформатах.

Интерактивные инструменты применяются для поддержки взаимодействия между отдельными пользователями и их группами. В отличие от коммуникационных инструментов, акцент делается на поддержке связности пользователей и механизмов общения между ними. В противоположность коммуникационным инструментам, которые являются обычно асинхронными, интерактивные инструменты преимущественно синхронны, позволяя взаимодействовать пользователям в режиме реального времени (как в случае интернет-телефонии, видеочатов и т. п.) либо почти синхронно (службы мгновенного обмена сообщениями, текстовые чаты и т. п.).

2. Характеристика наиболее популярных социальных сетей.

За последнее время развитие социальных сетей протекает очень стремительно, количество порталов растёт. Рассмотрим наиболее известные и популярные сервисы.

Мировые:

Обычные социальные сети:

Facebook - стартап из Силиконовой долины. Широко распространена среди колледжей и университетов большинства англоговорящих стран. Является второй по популярности сетью после MySpace в США. Эта сеть пока еще не доступна во многих странах, однако стабильно развивается и растёт. Рекомендуются: студентам колледжей и университетов.

MySpace - одна из крупнейших социальных сетей в мире. Она с огромной скоростью завоевала США, сейчас MySpace насчитывает порядка 80 миллионов пользователей. В 2005-

м году её выкупила компания Newscorp за 580 миллионов долларов. MySpace продолжает стремительно развиваться и на данный момент именно она определяет пути развития социальных сетей. Рекомендуется: тинейджерам, молодым людям.

Bebo - в отличии от американизированной MySpace, Bebo рассчитан на другие англоговорящие страны, такие как Англия, Австралия и Новая Зеландия. По функциям Bebo очень похож на MySpace. Изначально, Bebo был создан для того, чтобы осуществлять связь между друзьями, однако в последствии сеть разрослась и на данный момент насчитывает порядка 40 миллионов пользователей. Рекомендуется: тинейджерам, молодым людям.

Friendster - одна из первых сетей, запущенная как “социальный эксперимент”, совсем недавно приобрела патент “на социальные сети”. Сеть очень быстро выросла, однако к сегодняшнему дню совсем опустилась и занимает в данный момент менее 1% рынка социальных сетей. Очень популярна в Азии. Рекомендуется: тинейджерам.

Tagworld - основана осенью 2005 года. Прямой конкурент MySpace. Выделяется прекрасной реализацией Web 2.0 (тэгирирование, AJAX). Так же в Tagworld есть поисковик для музыки и IM клиент с возможностью видео чата. Рекомендуется: тинейджерам, молодым людям.

Orkut - продукт созданный программистом Google в своё свободное время (каждый программист Google имеет право тратить 20% своего рабочего времени на собственные проекты). Своё развитие Orkut начал в США, однако впоследствии получил широкое распространение в Бразилии (около 65 % пользователей). Рекомендуется: бразильской молодёжи.

AIM pages - Самая молодая социальная сеть среди наиболее популярных. Это попытка AOL потеснить MySpace на рынке социальных сетей. Считалось, что AIM Pages станет настоящим прорывом, однако у неё еще все впереди. Рекомендуется: тинейджерам, молодым людям.

Ni5 - насчитывает порядка 40 миллионов пользователей. За участие в этой социальной сети нужно платить. Одной из отличительных особенностей системы является то, что можно скачав за деньги музыку из iTunes, добавлять её в профайл. На бесплатном аккаунте можно загрузить фотографий на целый гигабайт. На Ni5 есть профайлы у Келли Кларксон, Джессики Симпсон, Тире Бэнкс. Рекомендуется: тинейджерам, молодым людям.

Ranjea - основанная в 2010 году, социальная сеть с экономикой. Предлагает несколько способов получить деньги за свои творческие работы. Есть уникальная система очков. Рекомендуется: тинейджерам, молодым людям.

Syworld [US] - появилась в Корее и разрослась до феноменальных размеров. Ежедневный доход этой сети составляет порядка 300.000 долларов. Теперь Syworld постепенно распространяется в США. В сети есть своя валюта (acorns), а так же у каждого юзера есть свой 'minihomru' (профайл). Пользователи могут украшать свои 'minihomru' и поддерживать связь друг с другом. Рекомендуется: тинейджерам, молодым людям.

Tagged - предназначена в основном для подростков. Главная идея - быть тэтирированным, создавать тэтирующие команды и зарабатывать очки, для того, чтобы стать самой крутой тэтирующей командой. Tagged потихоньку набирает популярность у подростков в США, однако по сравнению с MySpace вторична. Рекомендуется: тинейджерам.

Popist - очень похож на MySpace, как интерфейсом, так и направленностью. Предлагает пользователям большое количество открытых функций, таких как возможность интеграции с другими социальными сетями. Рекомендуется: тинейджерам.

Tribe - не так давно эту сеть приобрела NBC. Основная задача Tribe заключается не столько в знакомствах и общении, сколько в объединении собственных социальных сетей пользователей. Предоставляет возможность создавать так называемые “кланы”, а так же очень хорошо локализована за счёт этих самых кланов. Рекомендуется: тинейджерам.

ConnectU - очень похожа на Facebook. Так же рассчитана на студентов колледжей и университетов. ConnectU, в отличии от Facebook, охватывает гораздо меньшее число

колледжей и университетов по всему миру. Рекомендуется: студентам колледжей и университетов.

Yahoo! 360 - запущен в начале 2005-го, продукт Yahoo, который предоставляет возможность объединять блоги и фотоальбомы. Только для тех, кто старше 18 лет - это заметно сокращает список потенциальных пользователей. Рекомендуется: взрослым.

PeopleAggregator - попытка Marc Canter занять свою нишу в сфере социальных сетей. Основан на открытых стандартах и функциональностях. Одной из отличительных особенностей является то, что это просто демо версия софта, который позже можно будет приобрести. Рекомендуется: взрослым.

Тематические социальные сети:

MommyBuzz - была запущена всего пару месяцев назад, MommyBuzz - создана для того, чтобы мамы могли общаться по интернету, делиться и обмениваться мыслями и идеями с другими мамами. Замечательное место для подобной целевой группы. Рекомендуется: мамам.

Flickr - является самым популярным фотосервисом в мире. Миллионы людей хранят на Flickr свои фотографии, помечают их тегами, создают альбомы, добавляют в группы для обсуждения. Рекомендуется: фотолюбителям.

MuslimSpace - создан бывшим студентом факультета вычислительной техники американского университета Sharjah, MuslimSpace полностью оправдывает свое название - MySpace для мусульман. На сегодняшний день сайт насчитывает около 15000 пользователей, и его цель - стать более чистым и защищённым сайтом, чем MySpace и, естественно, только для мусульман. Рекомендуется: мусульманам.

Stardoll - Вы бы хотели одевать знаменитостей как бумажных кукол? Изначально называвшийся Paperdoll Heaven, Stardoll как раз-таки и позволяет вам это. Имея крепкую социальную сеть в основе и почти миллион пользователей, Stardoll завоёвывает мега популярность в мире детей и подростков почти также как Neopets несколько лет назад. Рекомендуется: детям/подросткам.

Imbee - Существует очень много сайтов для подростков, а как же насчёт детей? Цель Imbee - обеспечить безопасную и надёжную социальную сеть для детей. Так что теперь, если твой старший брат хвалится своим профайлом на MySpace и дразнится, что ты не можешь завести себе такой же, вперёд на Imbee! Рекомендуется: детям.

Dogster - место, где могут встречаться и общаться собаки (и их владельцы). На Dogster каждая собака имеет свою собственную веб-страничку. Подзаголовок гласит: размещайте фото собак, рассказывайте собачьи истории, заводите новых друзей(собак)! Рекомендуется: собакам и их владельцам.

Catster - практически брат-близнец сайта Dogster, разрабатывается теми же людьми, Catster - это Dogster для кошек. Размещайте фото кошек, рассказывайте кошачьи истории, заводите новых друзей(кошек)! Нужно ли объяснять что-то еще? Рекомендуется: кошкам и их владельцам

Fuzzster - будучи в некоторой степени комбинацией Dogster и Catster, Fuzzster - это место для ваших кошек, собак и других пушистых любимцев. Запущенный в начале 2004 г он вырос и превратился в достаточно большое сообщество любителей животных. Рекомендуется: пушистым животным и их владельцам.

BookCrossing - В реальном мире bookcrossing (обмен книгами) осуществляется так: кто-то оставляет книгу в общественном месте, чтобы её взяли и прочитали другие и затем сделали то же самое. Цель сайта BookCrossing - запустить такой же процесс и в виртуальном мире. Рекомендуется: книголюбам.

Boopra - этот сайт для автолюбителей, а в интернете их безусловно много. Цель сети- стать вашим онлайн гаражом. Автолюбители могут похвастаться здесь своими "тачками", найти рекомендации по их усовершенствованию, познакомиться с другими автолюбителями, просматривать видео и фото, а так же многое другое. Рекомендуется: автолюбителям.

Spout - это база данных, включающая более 250000 названий фильмов, Spout - социальная сеть для киноманов. Здесь можно найти отзывы и рекомендации, познакомиться с другими киноманами. Spout - это место, которое полезно посещать перед тем, как вы собираетесь взять на прокат какой-нибудь фильм. Рекомендуется: киноманам.

MOG - стартап из Силиконовой долины, цель MOG - объединять меломанов с одинаковыми интересами. Очень интересный способ познакомиться с новыми людьми, также здесь вы можете открыть для себя новые музыкальные направления, о которых вы раньше не знали. Рекомендуется: для меломанов.

Gusto. Существуют сайты о машинах, фильмах, музыке, книгах, животных, ну а как насчёт путешествий? Gusto - это как раз место, объединяющее путешественников на основе их стиля жизни (выраженного в предпочтениях). Здесь вы также можете найти тонны информации, рекомендаций и отзывов о путешествиях.

Yub.com - соединяет в себе социальную сеть и шоппинг. Цель сайта Yub.com - обеспечить рациональный шоппинг с помощью интернета. Используется система 'cash back', когда, если какой-то пользователь помогает другому или наоборот, оба пользователя имеют возможность получить CashBack. Интересный способ делать покупки. Рекомендуется: любителям (онлайн) покупок.

Yelp (от создателей PayPal) - этот сайт во многом похож на Yub, созданный, чтобы помогать шопперам принимать решения, показывая им отзывы других пользователей. Однако, в отличие от Yub, Yelp в большей степени сфокусирован на коммерческой деятельности и услугах, чем на товаре, ориентированном на потребителя. На данный момент доступен только в США. Рекомендуется: любым жителям США (особенно в больших городах).

LinkedIn - согласно опросам, самая популярная бизнес сеть, цель LinkedIn - объединить коллег и партнёров по бизнесу, помочь найти новых. С количеством пользователей около 5 миллионов, LinkedIn остается популярным среди бизнес аудитории. Рекомендуется: наёмникам и бизнесменам

biddingBuddies - часто на аукционных сайтах вроде eBay вам приходится иметь дело со многими людьми. BiddingBuddies поможет вам с этим. Это единственная социальная сеть исключительно для пользователей eBay. Теперь, если вы участвуете в аукционе, почему бы не подружиться с противниками. Рекомендуется: пользователям eBay (покупателям и продавцам).

Faqqlу - существует так много вещей, которые вы хотели бы узнать о своих друзьях, так почему бы не спросить их об этом через Faqqlу? Faqqlу создает страничку FAQ (часто задаваемые вопросы) для каждого пользователя и позволяет друзьям спрашивать друг друга о чем угодно.

Сети Рунета

ВКонтакте. Поиск сокурсников и одноклассников, наиболее посещаемый ресурс в России и Украине. Создан в 2006 году, Павлом Дуровым (для регистрации требуют указания e-мэйл и номера мобильного телефона).

Одноклассники -- Год основания -- 2006. Самая большая социальная сеть, насчитывает 11 миллионов (февраль 2008) пользователей. Одноклассники.ru помогут найти старых друзей и узнать чем и как они живут сейчас. Можно отправить сообщения людям, с которыми потеряли связь, и, возможно, организовать с ними встречу (с недавнего времени регистрация стала бесплатной).

Мой круг -- социальная сеть для поиска работы и работников. Первая в Рунете социальная сеть, созданная в 2005 г. группой недавних выпускников МФТИ, МГУ и Российской экономической школы для поиска одноклассников, однокурсников, коллег и сотрудников (на июнь 2006 г. в ней было зарегистрировано 100 тыс. пользователей). 27 марта 2007 г. сервис был куплен компанией Yandex; теперь он является одним из сервисов Яндекса и продолжает своё развитие под его опекой.

Первый национальный -- социальная сеть, открывающая новые возможности в общении, образовании, работе, покупках и путешествиях. Альтернатива крупнейшей социальной сети ВКонтакте.

RuSpace -- российская социальная сеть, аналог всемирно популярной Американской социальной сети MySpace.

Gosu -- игровая социальная сеть. Преимущественно MMORPG, но и для других игр тоже есть место. Самомодерируемая, достаточно уникальный контент, создаваемый самими пользователями.

GameSport -- социальная сеть геймеров, никакой личной информации -- только любимые игры.

Мой мир@Mail.ru -- социальная сеть на www.mail.ru. Паутина профессиональных знакомств (Webby) -- предоставляет возможность своим пользователям опубликовать свою визитку-презентацию и наладить деловые контакты.

Мир тесен -- социальная сеть и поисковый ресурс, которые позволяют восстановить разного рода утраченные контакты.

LovePlanet -- сайт знакомств и общения.

FiXX.RU -- российская социальная фотосеть. «Лучшее место для того, чтобы поделиться фотками».

Rambler Планета -- социальная сеть на www.rambler.ru

TooDoo -- как пишут авторы сайта: «Этот сайт -- социальная сеть сайтофанатов, призванная объединить Рунет и позволить каждому обмениваться мнением со своими друзьями по поводу любимых (или нелюбимых) сайтов, находить новые интересные странички, узнать «в лицо» тех, кто читает те же сайты, заводить новые знакомства с интересными людьми -- например с авторами любимых сайтов».

Привет.ру -- сайт о людях и интересах. Общение, блоги, сообщества, видео...

Факультет.ру -- социальная сеть для студентов и выпускников.

Spaces.ru -- российская сеть для мобильных телефонов.

Украинские:

Connect.ua -- социальная сеть все для знакомства и общения онлайн.

Сайт поможет обрести новые знакомства, как для серьезных отношений, так и просто ради дружбы по переписке.

3. Лидеры среди социальных сетей

социальная сеть facebook

Еще пару лет назад за корону господствующей социальной сети отчаянно билась MySpace. Сегодня лидер очевиден и единоличен -- Facebook.

Социальная сеть Facebook была основана Марком Цукербергом в не очень далеком 2004 году. Изначально Facebook создавалась как студенческая социальная сеть студентов Гарварда, мгновенно вышедшая впоследствии из этого тесного русла. Вначале Facebook стал доступен для студентов прочих университетов Бостона, а потом для студентов США и Великобритании в самом широком смысле, а потом и для всех желающих. Очень интересно, кстати, наблюдать за развитием Facebook по недавно вышедшему полнометражному фильму The Social Network. И хотя там не все детали соответствуют действительности на 100% по словам Марка Цукерберга, в большей степени кино проливает свет на формирование сети.

Количество пользователей Facebook давно перевалило за 500 млн., а по генерируемому трафику социальная сеть наступает на пятки Google (а некоторым данным уже обходит Google). На сегодняшний день количество пользователей Facebook приближается к 600 миллионам. Динамика роста пользователей Facebook за последние 6 месяцев представлена в таблице 1.

Наиболее популярной, сеть остается в США. Там уже 146,6 млн. пользователей - это 47% населения страны. За последние 6 месяцев прирост составил 20,7 млн. На втором месте по количеству пользователей идет Индонезия - 33,9 млн. человек, а на третьем - Великобритания - 27,5 млн.

Дополнительной популяризации Facebook также способствовал вышедший в 2010 году фильм «Социальная сеть»

Следует признать, что успех Facebook не мог и не может быть случайным (таким образом, мировое господство не завоевать). Команда разработчиков с самого начала находилась в авангарде технологий Web 2.0, предлагая пользователям неведанные для прочих сетей возможности. Причем, что ценно все это было и остается не в ущерб простоте и открытости.

В системе есть все основные моменты как профайл, друзья, фотографии, видео, заметки для реализации нужных социальных возможностей. Для более продвинутых пользователей там есть много интересных фишек. Так, например, полезной особенностью Facebook является то, что эта сеть отличный маркетинговый и рекламный инструмент. Например, не так давно на Facebook появилась возможность указывать осмысленный URL своего профиля, создавать группы и страницы. Не говоря уже о таких вещах как возможность транслировать записи из своего блога/микроблога, которые существуют очень давно.

На пост советском пространстве лидером является Вконтакте. Вконтакте появилась в 2006 году. Отцом-основателем социальной сети считается Павел Дуров (согласно некоторым источникам - тандем братьев Павла и Николая Дурова). По распространенному мнению, Вконтакте является, по сути, русскоязычным клоном известной сети Facebook. Это не лишено оснований, потому что даже сам Павел Дуров не скрывает, что брал за некий образец Facebook (правда, при этом отмечая, что многие вещи впервые появились, именно в сети Вконтакте).

В связи с этим, социальную сеть Вконтакте частенько обвиняют в плагиате. Хотя к этому можно относиться по-разному. Правовые вопросы вряд-ли интересуют конечного пользователя, ему подавай продукт, который будет удобный, функциональный и отвечающий последним веяньям. Ориентируясь на Facebook, Вконтакте постоянно развивается, оперативно подстраивает функционал, тем самым остается актуальной и современной.

Вконтакте, унаследовавшая лучшие черты, обладает очень хорошей «базой» и функционалом, но Вконтакте давно представляет собой нечто большее. Это и крупнейший фотохостинг, и огромное хранилище аудио-, видеоконтента, и многие сотни веб-приложений. Одним словом, Вконтакте это целая вселенная, «Интернет в Интернете», где есть даже собственная платежная система (одно из наиболее заметных нововведений 2010 года)! Не зря многих пользователей затягивает на столько, что впору говорить о «Вконтакте-зависимости». И таких «зависимых» уже почти 92 млн!

Если разделить все возможности данного проекта для пользователей, то можно выделить следующие несколько направлений:

- создание персональной страницы Вконтакте, загрузка личных фотографий, видео, написание каких-то текстов и т.п. - то есть, по сути, ваше виртуальное «досье»;
- поиск своих одноклассников, однокурсников, сотрудников и друзей, виртуальное общение. Так иногда интересно глянуть спустя пару лет кто чем занимается, в жизни не всегда удастся вместе собраться.
- приятное времяпровождение - сейчас Вконтакте есть много различных занятий и сторонних возможностей для того чтобы убить время. Игры и приложения хорошее тому подтверждение, не говоря ещё о фильмах, клипах и музыке, которых там более чем достаточно.

Амбиции Вконтакте лежат гораздо дальше Рунета, поэтому в 2009 году социальная сеть начала экспансию на запад (что ознаменовалось покупкой домена vk.com). Поэтому, аудитория социальной сети продолжает активно расти, что позволяет говорить о Вконтакте как об одной из крупнейших социальных сетей мира. Список использованной литературы.

1. Википедия - социальная сеть (Интернет);
2. Яндекс.Словари - социальные сети в интернете;

3. BizTimes - зарубежные социальные сети;
4. ITnews - Facebook: 600 миллионов человек.

Контрольные вопросы:

1. Какие социальные сети вы знаете ?
2. Назовите самые популярные социальные сети расположив их в порядке убывания популярности

04.06.2020

Лекция №24

Тема: Этические нормы коммуникаций в Интернете

Интернет-журналы и СМИ

Исторически традиционным объектом права собственности является материальный объект. Информация сама по себе не является материальным объектом, но она фиксируется на материальных носителях. Первоначально информация находится в памяти человека, затем она отчуждается и переносится на материальные носители: книги, диски, кассеты и прочие накопители, предназначенные для хранения информации. Как следствие, информация может тиражироваться путем распространения материального носителя. Перемещение такого материального носителя от субъекта- владельца, создающего конкретную информацию, к субъекту- пользователю влечет за собой утрату права собственности у владельца информации.

Интенсивность этого процесса существенно возросла в связи с тотальным распространением сети Интернет. Ни для кого не секрет, что часто книги, музыка и другие продукты интеллектуальной деятельности человека безо всякого на то согласия авторов или издательств размещаются на различных сайтах без ссылок на первоначальный источник. Созданный ими интеллектуальный продукт становится достоянием множества людей, которые пользуются им безвозмездно, и при этом не учитываются интересы тех, кто его создавал.

Принимая во внимание, что информация практически ничем не отличается от другого объекта собственности, например машины, дома и прочих материальных продуктов, следует говорить, о наличии подобных прав собственности и на информационные продукты. Право собственности состоит из трех важных компонентов: права распоряжения, права владения, права пользования.

Право распоряжения состоит в том, что только субъект- владелец информации имеет право определять, кому эта информация может быть предоставлена.

Право владения должно обеспечивать субъекту- владельцу информации хранение информации в неизменном виде.

Право пользования предоставляет субъекту- владельцу информации право ее использования только в своих интересах.

Таким образом, любой субъект- пользователь обязан приобрести эти права, прежде чем воспользоваться интересующимся его информационным продуктом.

Это право должно регулироваться и охраняться государственной инфраструктурой и соответствующими законами. Любой закон о праве собственности должен регулировать отношения между субъектом –владельцем и субъектом- пользователем. Такие законы должны защищать как права собственника, так и права законных владельцев, которые приобрели информационный продукт законным путем. Защита информационной собственности проявляется в том, что имеется правовой механизм защиты информации от разглашения, утечки, несанкционированного доступа и обработки, в частности копирования, модификации и уничтожения.

В настоящее время по этой проблеме мировое сообщество уже выработало ряд мер, которые направлены на защиту прав собственности на интеллектуальный продукт. Нормативно-правовую основу необходимых мер составляют юридические документы: законы, указы, постановления, которые обеспечивают цивилизованные отношения на информационном рынке.

В Российской Федерации уже сейчас существует и активно развивается законодательство в сфере информации, которое включает в себя более десяти законов:

- «О средствах массовой информации»,
- «О правовой охране программ для электронных вычислительных машин и баз данных»,
- «Об авторском праве и смежных правах»,
- «О связи»,
- «Об информации, информатизации и защите информации»,
- «Об участии в международном информационном обмене»,
- « О правовой охране топологий интегральных схем»,
- «О болванках».

Законы существуют, но к сожалению далеко не все граждане знакомы с ними и соблюдают свои права и обязанности.

Закон Российской Федерации «Об информации, информатизации и защите информации» является базовым юридическим документом, открывающим путь к принятию дополнительных нормативных законодательных актов для успешного развития информационного общества.

Закон состоит из 25 статей, сгруппированных по пяти главам:

Общие положения

Информационные ресурсы

Пользование информационными ресурсами

Информатизация, информационные системы, технологии и средства их обеспечения

Защита информации и прав субъектов в области информационных процессов и информатизации

В законе определены цели и основные направления государственной политики в сфере информатизации.

Закон закладывает юридические основы гарантий прав граждан на информацию. Он направлен на регулирование важнейшего вопроса экономической реформы- формы, права и механизма реализации собственности на накопленные информационные ресурсы и технологические достижения. Обеспечена защита собственности в сфере информационных систем и технологий, что способствует формированию цивилизованного рынка информационных ресурсов, услуг, систем, технологий и средств их обеспечения.

Этические нормы

Правовые нормы поведения людей имеют юридическую основу и регулируются государственными законами. Этические нормы регулируют поведение людей и их отношения в повседневной жизни по сложившимся традициям и внутренним законам общества.

Этические нормы дополняют юридические, что позволяет эффективнее регулировать человеческие отношения.

В информационной деятельности, юридические законы пока не всегда возможно применить. Но определенные понятия о том, «что такое хорошо и что такое плохо», все же существуют, и постепенно складываются этические нормы.

Взаимоотношения людей в обществе базируются на выработанных человечеством нормах нравственности и морали. Этика – это философская наука, объектом изучения которой является мораль. В этике можно выделить два рода проблем: вопросы о том, как должен поступать человек в той или иной ситуации, и теоретические вопросы о прохождении и сущности морали. Практическое значение этики проявляется в первую очередь в сфере человеческого общения. Когда люди занимаются информационной деятельностью, а их основным средством работы является компьютер, соблюдение этических норм становится чрезвычайно актуальным. Каждый, кто работает с информацией, должен отчетливо осознавать свою ответственность за сохранение необходимой степени ее конфиденциальности.

Успешная информационная деятельность людей во многом зависит от соблюдения таких этических норм и принципов, как четкость, точность, корректность, объективность в оценке и представлении информации, порядочность и другие нравственные категории.

Этичность поведения не имеет «верхних» границ. Правилам поведения в общественных местах учат с детства. Виртуальное общение отличается от общения, которое происходит в реальной жизни. Как легко бывает общаться с малознакомыми людьми, которые наверняка вам больше не встретятся. В таком общении исчезает зависимость, предубеждение, контакт начинается «с чистого листа». Примерно то же самое происходит и при общении в сети: собеседникам вас не видно, они не знают ваших достоинств и недостатков, никого не интересует ваше положение в обществе. Все изначально равны между собой. Это раскрепощает, но везде нужна мера. Иногда один из участников виртуальной беседы, понимая безнаказанность своего поведения, может оскорбить других, возмутить, разочаровать или просто надоесть им. Несдержанность некоторых личностей приводят к созданию в Сети групп, которые всеми правдами и неправдами ведут долгие войны друг против друга по самым мельчайшим и нелепыми поводам. И вроде бы и ничего страшного (воюют, ну и пусть воюют), однако беда в том, что остальные, большинство, которым, как потребителям информации не имеет значения ее форма, смотрят на потасовку и испытывают от нее неприятные ощущения. Еще большая беда в том, что всю эту убогость видят юные жители Интернета. А если они подумают, что в Сети, так принято?!

В этой связи стоит привести один из наиболее упорядоченных сейчас в Сети документов относительно Сетевой этики, но следует сразу заметить, что хоть он и приводится на некоторых сайтах как законченный документ, однако работа над проектом все еще продолжается.

Говоря о каких-либо моральных ценностях в Сети следует уделить внимание пока еще острой проблеме взаимодействия этики и капитала.

В последнее время правительства многих государств стараются ограничить свое финансирование Всемирной паутины за счет возрастания доли коммерческого капитала. Здесь выделяются два аспекта проблемы – личностный и коммерческий.

Первый заключается в том, что многие пользователи, несмотря на прекращение финансирования Интернета хотели бы, чтобы расходы на подключения оплачивались не из их кармана. Именно поэтому во многих учреждениях, через которые пользователь использует Сеть, могут потребовать соблюдения определенных правил.

Коммерческий аспект, в свою очередь, основывается на том, что финансовые дела должны вестись так, как это принято в Интернет. И хотя культура взаимоотношений в Сети находится, как уже не раз упоминалось, еще в стадии становления и этические нормы еще не получили стабильности, в сети еще живы традиции откровенного неприятия проявлений меркантилизма по отношению к Интернет и во взаимоотношениях через него. Навязывание

рекламы в Сети сейчас полуофициально запрещено, что вырабатывает определенное Интернет- сознание: престиж компании раз проделавшей это сильно падает. Реклама отнюдь не исключается, но она должна носить чисто информационный характер. В принципе, как и вся предлагаемая информация в Сети.

В этом и заключаются сущность, особенности, основные нормы и принципы Сетевой этики, от которых, а точнее от их достаточно бурного сейчас развития будет зависеть, каким будет выглядеть Интернет завтра: грязным, аморальным, упадочным или сущностью красоты глобального человеческого общения и взаимоотношений. Вот она – проблема развития сегодняшней Сети!

Существуют, однако, общепринятые нормы работы в сети Интернет, направленные на то, чтобы деятельность каждого пользователя сети не мешала работе других пользователей. Фундаментальное положение этих норм таково: правила использования любых ресурсов сети Интернет (от почтового ящика до канала связи) определяют владельцы этих ресурсов и только они.

Настоящий документ описывает общепринятые нормы работы в сети Интернет, соблюдение которых является обязательным для всех пользователей. Действие этих норм распространяется на порядок использования ресурсов Сети.

1. Запрет несанкционированного доступа и сетевых атак

Не допускается осуществление попыток несанкционированного доступа к ресурсам Сети, проведение или участие в сетевых атаках и сетевом взломе, за исключением случаев, когда атака на сетевой ресурс проводится с явного разрешения владельца или администратора этого ресурса. В том числе запрещены:

1.1. Действия, направленные на нарушение нормального функционирования элементов Сети (компьютеров, другого оборудования или программного обеспечения), не принадлежащих пользователю.

1.2. Действия, направленные на получение несанкционированного доступа, в том числе привилегированного, к ресурсу Сети (компьютеру, другому оборудованию или информационному ресурсу), последующее использование такого доступа, а также уничтожение или модификация программного обеспечения или данных, не принадлежащих пользователю, без согласования с владельцами этого программного обеспечения или данных либо администраторами данного информационного ресурса.

1.3. Передача компьютерам или оборудованию Сети бессмысленной или бесполезной информации, создающей нагрузку на эти компьютеры или оборудование, а также промежуточные участки сети, в объемах, превышающих минимально необходимые для проверки связности сетей и доступности отдельных ее элементов.

2. Соблюдение правил, установленных владельцами ресурсов

Помимо вышеперечисленного, владелец любого информационного или технического ресурса Сети может установить для этого ресурса собственные правила его использования. Правила использования ресурсов либо ссылка на них публикуются владельцами или администраторами этих ресурсов в точке подключения к таким ресурсам и являются обязательными к исполнению всеми пользователями этих ресурсов. Пользователь обязан соблюдать правила использования ресурса либо немедленно отказаться от его использования.

3. Недопустимость фальсификации

Значительная часть ресурсов Сети не требует идентификации пользователя и допускает анонимное использование. Однако в ряде случаев от пользователя требуется предоставить информацию, идентифицирующую его и используемые им средства доступа к Сети. При этом пользователю запрещается:

3.1. Использование идентификационных данных (имен, адресов, телефонов и т.п.) третьих лиц, кроме случаев, когда эти лица уполномочили пользователя на такое использование. В то же время пользователь должен принять меры по предотвращению

использования ресурсов Сети третьими лицами от его имени (обеспечить сохранность паролей и прочих кодов авторизованного доступа).

3.2. Фальсификация своего IP-адреса, а также адресов, используемых в других сетевых протоколах, при передаче данных в Сеть.

3.3. Использование несуществующих обратных адресов при отправке электронных писем.

4. Настройка собственных ресурсов

При работе в сети Интернет пользователь становится ее полноправным участником, что создает потенциальную возможность для использования сетевых ресурсов, принадлежащих пользователю, третьими лицами. В связи с этим пользователь должен принять надлежащие меры по такой настройке своих ресурсов, которая препятствовала бы недобросовестному использованию этих ресурсов третьими лицами, а также оперативно реагировать при обнаружении случаев такого использования. Примерами потенциально проблемной настройки сетевых ресурсов являются:

открытый ретранслятор электронной почты (SMTP-relay);

общедоступные для неавторизованной публикации серверы новостей (конференций, групп);

средства, позволяющие третьим лицам неавторизованно скрыть источник соединения (открытые прокси-серверы и т.п.);

общедоступные широковеб-адреса локальных сетей;

электронные списки рассылки с недостаточной авторизацией подписки или без возможности ее отмены.

Итак, из всего вышеизложенного можно определить главный, претендующий на доминирование принцип Всемирной паутины – Noli nocere («Не навреди»). Коротко и ясно. Однако, как много смысла заложено в этой мудрой фразе. Свобода одного пользователя Интернет заканчивается там, где начинается свобода другого. Но не нужно ограничивать себя, свою свободу, запирайте свое "я" в клетку. Однако, в то же время, каждый раз, перед поступком – словом, действием – следует подумать, чтобы не ограничить свободу своего Ближнего. В Сети он может быть и дальним – Земля большая. Но «дальним» по расстоянию, зато «ближним» по духу и интересам.

Жители Интернет-пространства – это новый, информационный социальный слой, достаточно массовая группа; это специфическое, построенное на принципах объединения интересов надгосударственное образование, а его так называемая анархия – возможно это новейшая форма общественной жизни, за которой будущее.

Конечно же, ясно и понятно, Интернет – это особое место. Живя по законам человеческим, он повторяет нашу реальность. Однако, это повторение не есть слепым и невдумчивым копированием. Человек в Сети старается быть намного лучше, чем на самом деле. В Интернете он воплощает неудавшиеся планы и нереализованные идеи обыденной жизни. Здесь пользователь строит тот идеал, на который всю жизнь хотел быть похож, и который жаждет и приемлет вся его сущность. Но не стоит, в то же время, забывать – "я" в жизни и "я" в Сети – это тоже две стороны одной медали, два стороны одной сущности, два аспекта одной проблемы.

Контрольные вопросы:

1. Назовите 3 важных компонента правовой собственности
2. Назовите основные этические нормы поведения в социальных сетях

05.06.2020

Лекция №25

Тема: Примеры сетевых информационных систем для различных направлений профессиональной деятельности (системы электронных билетов, банковских расчетов, регистрации автотранспорта, электронного голосования, системы медицинского страхования)

Широкое применение интернет-технологий становится одной из актуальнейших задач в индустрии туризма. Создание мощных компьютерных систем бронирования средств размещения и транспорта, экскурсионного и культурно-оздоровительного обслуживания, информация о наличии и доступности тех или иных туров, маршрутов, туристского потенциала стран и регионов — весь комплекс этих вопросов становится актуальным для организации текущей и будущей деятельности туристских предприятий.

Использование современных разработок позволяет клиенту работать в системе бронирования с любого компьютера, имеющего доступ к Интернету и оснащенного стандартным программным обеспечением MS Internet Explorer.

Как правило, подтверждение брони занимает от нескольких минут до 24 часов. В периоды высокого спроса эта процедура может потребовать до трех дней.

В большинстве случаев для оплаты требуется кредитная карта. Услуги по бронированию также можно оплатить в офисах уполномоченных турагентств или через банк.

На сервере указываются контрактные цены. Они действительны только в указанный период. Обычно в стоимость номера уже включены все сервисные услуги и госпошлины. При бронировании групповых заказов вступают в силу особые условия и тарифы.

Очень часто на сайтах по бронированию гостиниц представлены дополнительные услуги: бронирование туров, авиа- и железнодорожных билетов, аренда яхт, автомобилей, экскурсии, страхование.

Технологии бронирования электронного авиабилета

Электронный билет или e-ticket — это электронный документ, удостоверяющий договор воздушной перевозки между пассажиром и авиакомпанией. В отличие от бумажного авиабилета, электронный билет представляет собой цифровую запись в базе данных авиакомпании.

Недостатки технологии бумажных билетов.

Технологии применения традиционных бумажных авиабилетов создавались в первой половине XX века с учетом возможностей применявшихся в то время технологий хранения, передачи и обработки информации. В частности, для хранения информации применялись бумажные носители, для передачи — телеграфные и телефонные голосовые каналы, для поиска информации большие хранилища бумажных носителей просматривались глазами. Используемые технологии не позволяли проводить в массовом порядке за приемлемо короткое время даже выборочную проверку авиабилетов, предъявляемых пассажирами для получения услуг перевозки или для возврата денег при отказе от перевозки. Таким образом, выписанный авиабилет должен был быть сам по себе носителем полной информации, которая необходима для предоставления услуг и соответствующих денежных расчетов. Вместе с тем, на различных стадиях процесса продажи билетов и перевозки пассажира теоретически возможны намеренные злоумышленные действия по фальсификации информации о заключенных договорах перевозки с целью незаконного получения какой-либо финансовой выгоды. (Например, в законно купленном билете исправлялась информация о маршруте и цене билета на более высокую, после чего такой билет

предъявлялся к возврату. Также известны случаи оформления поддельных билетов на похищенных бланках и другие виды махинаций). В результате этих и многих других факторов были выработаны специальные меры по проведению процедур продажи авиабилетов. В частности, существовали следующие ограничения:

1. Авиабилет должен быть выпущен на специальном бланке, который снабжен средствами защиты от подделок (например, бумага с водяными знаками).

2. Бланки авиабилетов должны быть бланками строгой отчетности, в отношении которых действуют специальные правила учета, хранения, передачи для использования, утилизации.

3. Процедура выпуска авиабилета должна была подразумевать копирование информации с билета на другие носители информации (например, отрывные купоны билета) и передачу этих носителей в другие предприятия для учета, использования, приема к исполнению, архивирования и других целей.

Все это делало процедуру выпуска авиабилета достаточно дорогостоящей. Есть сведения, что затраты авиакомпаний на выпуск бланков билетов и другие затраты, связанные собственно с организацией продажи билетов на бумажных бланках, достигали 10 долларов за каждый проданный билет.

Преимущества электронного билета.

В конце XX века ситуация с хранением, передачей, обработкой и поиском информации существенно изменилась. Существенно возросли скорость передачи и обработки информации, а также емкость информационных хранилищ и скорость поиска информации. Все это сделало возможным появление технологии электронных билетов. В отличие от бумажного билета, электронный билет представляет собой совокупность записей в базах данных различных компьютерных систем. Для электронного билета не требуется специальный бланк - вся информация хранится в памяти компьютеров и при необходимости быстро передается с одного компьютера на другой. Соответственно, снижаются затраты авиакомпаний на изготовление бланков и их обращение. Далее, с развитием средств электронной коммерции и электронных платежей появляется возможность оплаты авиабилета с помощью автоматизированных устройств (банкоматы, платежные терминалы, банковские компьютерные системы). Таким образом, сокращаются затраты авиакомпаний и агентов по продаже билетов на организацию денежного оборота. Кроме того, внедрение технологий электронного билета позволяет снизить и некоторые другие затраты.

Сайты продаж электронных билетов.

Электронный билет можно самостоятельно купить в интернете на специальных сайтах. Преимущества интернет-покупки билета заключаются в том, что бронирующий получает полную информацию о всех возможных перелётах, предложенных авиакомпаниями на данном маршруте, а также видит структуру образования цены авиабилета, с указанием платы за саму перевозку и сборов аэропорта. Покупка производится гораздо быстрее стандартной покупки через турбюро. Покупка и оплата электронного билета осуществляется на сайтах, которые подключены к ресурсам продаж билетов авиакомпаний. Для оплаты принимается кредитная карта. Подтверждение о покупке высылается на электронный адрес.

Маршрут-квитанция.

Маршрут-квитанция - это информация о факте бронирования и оплаты электронного билета, распечатанная на бумаге. В отличие от бумажных билетов, для маршрут-квитанции не требуются специальные бланки. Маршрут-квитанция печатается на обычной бумаге на обычном компьютерном принтере. Если пассажир бронирует билет самостоятельно - ему предоставляется возможность самостоятельно распечатать маршрут-квитанцию.

Развитие технологии в России.

Развитие технологии электронных билетов в России несколько затруднено в связи с относительно низким (по отношению к странам Европы) уровнем развития систем передачи данных (особенно в азиатской части страны). Однако эти затруднения относятся к категории

технических проблем, которые могут быть решены при достаточном уровне инвестиций в их решение.

5 декабря 2006 года ЗАО "Сирена-Тревел" (эксплуатант автоматизированной распределительной системы "Сирена-Тревел" и заказчик работ по ее развитию) объявило о том, что через эту систему продан первый электронный билет на рейс авиакомпании "ЮТэйр".

По состоянию на ноябрь 2008 года продажи электронных авиабилетов через АРС "Сирена-Тревел" производятся на рейсы 22 авиакомпаний, в частности для авиакомпаний "Трансаэро", "Ютейр", "Сибирь", "Аэрофлот", "Уральские авиалинии".

Система банковских расчетов

Безналичные расчеты — это [платежи](#), осуществляемые без использования наличных [денег](#), посредством перечисления денежных средств по счетам в кредитных учреждениях и зачётов взаимных требований. Имеют важное экономическое значение в ускорении оборачиваемости средств, сокращении наличных денег, необходимых для обращения, снижении издержек обращения. Организация денежных расчётов с использованием безналичных денег гораздо предпочтительнее платежей наличными деньгами. Широкому применению безналичных расчётов способствует разветвлённая сеть [банков](#), а также заинтересованность государства в их развитии, как по вышеотмеченной причине, так и с целью изучения и регулирования макроэкономических процессов.

История развития

Различия в организации безналичных расчётов обусловлены историческим и экономическим развитием отдельных стран. Так, в Великобритании раньше, чем в других странах, получили распространение безналичные расчёты [векселями](#) и [чеками](#). С 1775 г. здесь возникли расчётные, клиринговые палаты — специальные межбанковские организации, осуществляющие безналичные расчёты по чекам и другим платёжным документам путём зачёта взаимных требований. Коммерческие банки — члены расчётной палаты принимают к оплате чеки, выписанные на любой банк или его отделение. Все чеки поступают в расчётную палату, где их сортируют и проводят зачёт несколько раз в день. Оплачивается только конечное сальдо расчётов через счета в центральном банке. В ряде стран функции расчётных палат выполняют центральные банки. Расчётные палаты существуют также при товарных и фондовых биржах для взаимного зачёта требований по заключённым здесь сделкам, что значительно упрощает и ускоряет расчёты.

В США, Канаде, Великобритании, Франции, Италии широкое распространение получила система чековых расчётов. В ряде стран континентальной Европы (Австрии, Бельгии, Венгрии, Германии, Голландии, Франции, Италии, Швейцарии) преобладают [жирорасчеты](#) — разновидность безналичных расчётов вначале через специальные жиробанки, а затем через коммерческие банки и сберегательные кассы. Сущность этих расчётов состоит в перечислении средств по особым счетам на основе поручений — жироприказов, то есть письменных распоряжений о перечислении денежных средств со счета плательщика на счёт получателя.

Расчётные операции относятся к числу важнейших банковских операций. Они включают инкассовые, переводные и аккредитивные операции.

С развитием и совершенствованием автоматизации банковских операций с середины 70-х годов в развитых странах стала применяться система электронных платежей, используемых для кредитных и платёжных операций и контроля над состоянием банковских счетов посредством передачи электронных сигналов, без участия бумажных носителей информации. Они способствуют ускорению денежного оборота, улучшению кредитно-банковского обслуживания клиентов, уменьшают издержки, связанные с выполнением платёжных операций.

Для своевременного перемещения средств от отправителя денежного перевода к получателю при оптовых платёжных операциях используются телеграфные переводы.

В электронной системе денежных переводов в настоящее время действуют банковские автоматы, позволяющие клиенту банка самостоятельно подключаться к банковской ЭВМ и осуществлять наиболее распространённые операции: получение наличных денег со счета, внесение вклада, перевод средств по счетам и др. Некоторые банковские автоматы служат только для выдачи наличных денег.

Безналичные платежи в Российской Федерации

Согласно Положению Банка России от 19 июня 2012 г. № 383-П «О правилах осуществления перевода денежных средств» перевод денежных средств осуществляется в рамках следующих форм безналичных расчётов:

[Расчёты платёжными поручениями](#)

[Расчёты платёжными требованиями](#)

[Расчёты по пластиковым картам](#)

[Расчёты по аккредитивам](#)

[Расчёты чеками](#)

[Расчёты по инкассо](#)

Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «О национальной платёжной системе». В соответствии с ним электронные платежи с использованием электронных денег официально признаны одной из форм безналичных расчётов, они должны осуществляться только кредитными организациями по поручению клиентов (эмитент — кредитная организация, регулятор — Банк России).

Безналичные платежи среди населения пока не так популярны, как наличные, хотя и стали более востребованы при повседневных расходах. За последние два года россияне стали в три раза чаще расплачиваться безналичным способом за товары и услуги (5% в 2013 году и 16% в 2015) и в два раза чаще - за мобильную связь (17% в 2013 и 33% в 2015), за интернет и коммерческое ТВ (15% против 28%), за [налоги](#) и [штрафы](#) (8% против 20%), за [кредиты](#) (9% против 17%). В качестве главного барьера в использовании безналичных платежей россияне называют то обстоятельство, что не везде принимают к оплате карты или же принимают их от случая к случаю (44%)

Система регистрации автотранспорта

Процедура постановки на учёт ГИБДД или регистрации достаточно проста и, как мы уже упомянули выше, состоит из 5 основных процедур. Опишем их более подробно, кроме сбора документов и оплате госпошлины, которым мы посвятили много текста выше.

И начнём с порядка подачи заявления для учёта МРЭО. Его можно подать онлайн и лично в подразделение ГАИ.

Пошаговая инструкция подачи заявления на регистрацию через Госуслуги

Для этого нам необходимо прежде всего зарегистрироваться и авторизоваться на Госуслугах (далее "ГУ"). На 2018 год эта процедура существенно упрощена (ранее нужно было лично приходить в различные организации с паспортом).

Итак, пошаговый процесс подачи заявления!

Авторизуйтесь на ГУ и перейдите в раздел "[Транспорт и вождение](#)" (здесь и далее мы будем приводить скриншоты компьютерной версии сайта, но в мобильной версии и в приложении Госуслуг всё идентично).

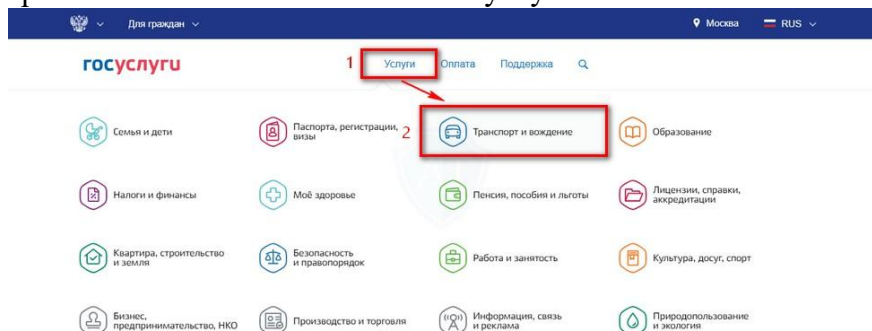


Рисунок 19. Раздел "[Транспорт и вождение](#)"

Далее перейдите в раздел "[Регистрация ТС](#)".

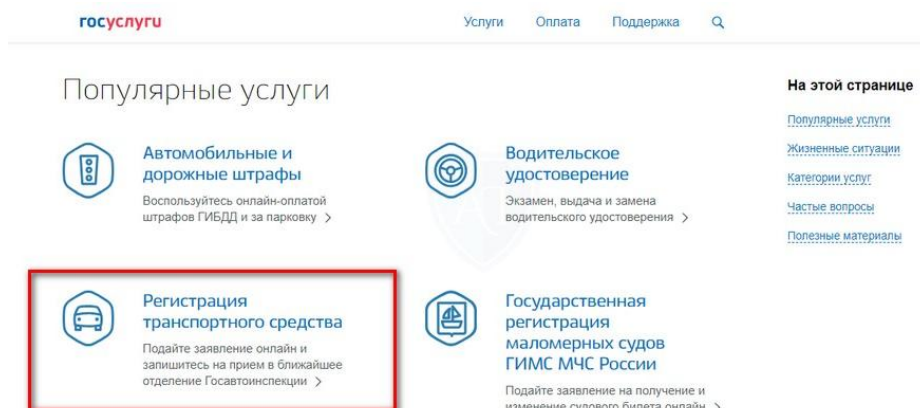


Рисунок 20. Раздел "[Регистрация ТС](#)"

Затем выберите набор услуг "[Оформление документов при покупке...](#)".

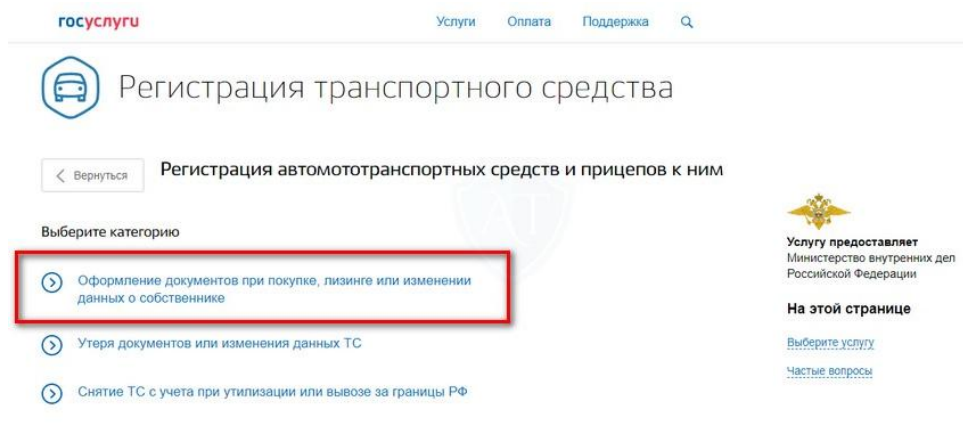


Рисунок 21. Выбор услуги "[Оформление документов при покупке...](#)".

Теперь Вам нужно выбрать одну из услуг:

либо "[Регистрация транспорта в Госавтоинспекции](#)", если Вы ставите на учёт ГИБДД новый авто или снятый ранее с учёта,

либо "[Изменение данных собственника](#)", если Вы купили машину с пробегом.

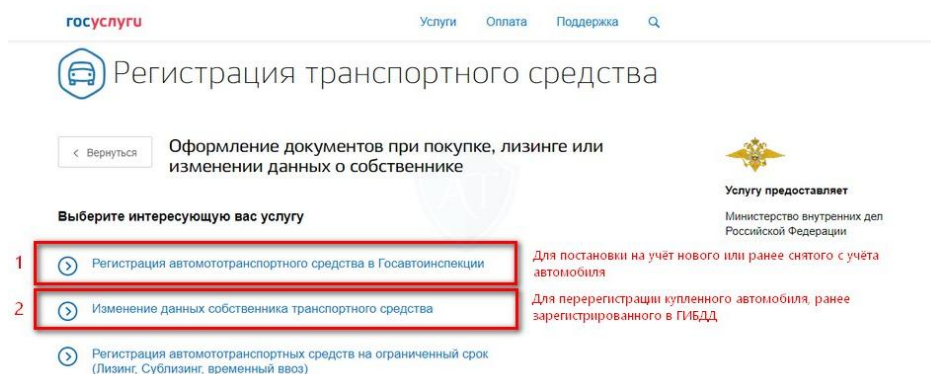


Рисунок 22. Выбор вида услуги

Далее на открывшейся странице Вам нужно ознакомиться с условиями предоставления услуги, стоимостью оплаты госпошлин, выбрать нужные Вам госпошлины

из инструкции выше и кликнуть на кнопку "Получить услугу".

госуслуги

Услуги Оплата Поддержка



Регистрация транспортного средства

< Вернуться

Регистрация автомототранспортного средства в Госавтоинспекции

Подробная информация об услуге >

Сроки оказания услуги:

В день, указанный вами в заявлении.

Стоимость услуги:

1400 рублей 2000-рублей – госпошлина за выдачу регистрационных знаков;

1050 рублей 1500-рублей – госпошлина за выдачу регистрационных знаков на мототранспортные средства и прицепы;

350 рублей 600-рублей – госпошлина за выдачу свидетельства о регистрации ТС; ?

245 рублей 360-рублей – госпошлина за внесение изменений в выданный ранее паспорт ТС; ?



Услугу предоставляет

Министерство внутренних дел
Российской Федерации

Получить услугу >

Это займет 15 минут

На этой странице

[Информация об услуге](#)

Рисунок 23. Переход к получению услуги

Теперь самое долговременное – корректно заполнить все поля формы заявления. Здесь сложностей возникнуть не должно, все данные стандартны.

Далее в самом низу странице на последнем этапе заполнения Вам нужно выбрать подразделение ГАИ, где Вам удобно пройти регистрацию или постановку на учёт (это не обязательно должен быть адрес Вашего проживания), и время для посещения МРЭО ГИБДД.

Подача заявления лично в ГИБДД

Здесь всё проще: Вам нужно заполнить заявление и подать его в ГИБДД лично. Процедура регистрации должна проходить в день подачи заявления.

[Скачать бланк заявления о регистрации автомобиля 25 Ноября 2018](#) (формат DOCX),

[Скачать бланк заявления о регистрации автомобиля 25 Ноября 2018](#) (формат PDF),

Осмотр на площадке

Это несложный процесс, если Вы или кто-то до Вас не вносил изменений в конструкцию машины, и её состояние соответствует ПДД, Основным положениям по допуску ТС (Приложение к ПДД) и Техрегламенту Таможенного союза.

Особенно обратите внимание на следующие моменты, которые могут стать причиной отказа в регистрации:

двигатель машины заменён на другой – отличный по характеристикам и/или модели ([отдельная статья о замене двигателя](#)),

тонировка должна соответствовать [правилам](#),

на машине не должно быть установлено газобаллонное оборудование (ГБО) без внесённых ранее [изменений в конструкцию](#),

другие изменений в конструкции – даже мелкие – должны подходить под данную модель автомобиля (быть одобрены производителем в перечне или комплектоваться с машиной), в том числе фаркоп, [багажник на крыше](#) и другие,

VIN номер должен совпадать с указанным в документах, быть читаемым и не иметь признаков подделки.

Результат подачи заявления

Собственно, здесь варианта только два:

Вы успешно зарегистрируете машину,

Вам откажут в регистрации на законных основаниях.

Полный перечень законных причин отказа в регистрации на 2018 год [приведён](#) в Приказе №605 МВД РФ.

Про сроки

Важным моментом является срок постановки на учёт. Согласно [пункту 4](#) Приказа №1001 МВД, собственникам даётся 10 дней на регистрацию автомобиля в ГИБДД после приобретения права собственности – то есть от даты, указанной в договоре купли-продажи. Такой же срок отводится на страхование машины по ОСАГО.

Штраф за несвоевременную регистрацию автомобиля [составляет 500 рублей по части 1 статьи 12.1 КоАП](#), а если Вы попадёте повторно, то Вас [может ждать уже лишение прав до 3 месяцев](#).

Также помните, что, если речь идёт о б/у автомобиле, то предыдущий собственник на 11-й день после продажи имеет право снять машину с регистрации на себя в ГИБДД. И тогда за управление не зарегистрированным авто [Вас ждёт изъятие госномеров и СТС](#).

Вы можете переписывать договор (хоть заново продавать автомобиль своему родственнику/другу и так далее), но это также в 2018 году пресекается судами.

Система электронного голосования

Электронное голосование — термин, определяющий различные виды [голосования](#), охватывающий как [электронные средства](#) голосования ([электронная демократия](#)), так и технические электронные средства [подсчёта голосов](#). Разновидностями электронного голосования являются [Интернет-выборы](#) и телефонный сервис [телеголосование](#).

[Технологии](#) электронного голосования могут включать в себя [перфокарты](#), системы оптического сканирования и специализированные терминалы для голосования. Они также могут включать передачу [избирательных бюллетеней](#) и голосов по телефону, частным [компьютерным сетям](#) или через [Интернет](#).

Технология электронного голосования позволяет ускорить процесс подсчёта голосов, а также упростить голосование людям с ограниченными возможностями. Но в настоящее время ведутся споры о том, что электронное голосование может быть подвержено [нарушениям](#) (большим, чем при традиционных системах голосования).

Устройства подсчёта голосов

Системы электронного подсчёта голосов применяются на выборах с [1960-х](#) годов, с тех пор, как появились [перфокарты](#).

Более новая система оптического сканирования [может считывать с бюллетеня отметку](#), поставленную избирателем.

Системы прямой записи голосов, накапливающие голоса [на одном устройстве](#), используются повсеместно в [Бразилии](#), также достаточно широко распространены в [Индии](#), [Нидерландах](#), [Венесуэле](#) и [США](#).

Системы [Интернет-голосования](#) завоевали популярность и используются в [правительственных](#) выборах и [референдумах](#) в [Великобритании](#), [Эстонии](#) и [Швейцарии](#), а также муниципальных выборах в [Канаде](#) и партийных выборах в США и [Франции](#).

Устройства заполнения

Существуют системы, включающие в себя и устройство заполнения электронного бюллетеня ([сенсорный экран](#), либо [сканер штрих-кода](#)). Также они, зачастую, оснащены дополнительным вспомогательным [устройством для распечатки](#) бумажной копии бюллетеня либо квитанции о голосовании. Хранение и подсчёт голосов при этом происходит на отдельном устройстве.

Системы голосования, использующие публичные сети

Это системы голосования, использующие и электронные бюллетени, и передающие информацию о голосах с мест голосования по открытым [компьютерным сетям](#). Информация может передаваться после каждого голоса, периодически в виде набора голосов, либо один раз по окончании голосования. Таким образом организованы [Интернет-голосования](#) и телефонные голосования. В подобных системах может использоваться как подсчёт голосов на месте голосования, так и централизованный подсчёт.

[Компании](#) и [организации](#) обычно используют Интернет-голосования для выборов должностных лиц и членов Совета, а также для других внутренних выборов. Системы Интернет-голосования широко используются в США, Великобритании, Ирландии, Швейцарии и Эстонии. В Швейцарии, где такие системы являются установленной формой местных выборов, избиратели получают свои личные пароли для доступа к голосованию по почте. Большинство избирателей в Эстонии могут проголосовать на парламентских или местных выборах через Интернет. Это возможно благодаря тому, что большинство эстонцев имеют идентификационные карточки с микрочипами, которые могут быть прочитаны на компьютере, и с помощью этих карточек они получают доступ к системе электронного голосования. Всё, что нужно, это — карточка с микрочипом, компьютер, подключённый к Интернет, и считывающее устройство — и избиратель может проголосовать из любой точки мира.

Электронные бюллетени

Системы электронного голосования могут использовать электронные бюллетени для хранения голосов в [памяти компьютера](#). При этом отпадает необходимость затрат на печать бюллетеней. При проведении выборов, в которых бюллетени должны быть на нескольких языках, электронная система может быть настроена на использование многоязычных бюллетеней на одном и том же устройстве. Такая возможность является уникальной для электронных голосований. Нет нужды рассчитывать, сколько бюллетеней на каждом языке необходимо поставить в каждый избирательный пункт.

Критики же говорят, что проблему распределения бюллетеней на разных языках по избирательным участкам можно решить путём печати бюллетеней прямо на месте. Также они утверждают, что проверка качества ПО, аппаратного обеспечения, проверка качества установки и настройки систем являются сложными и дорогостоящими, и нет гарантии, что электронные бюллетени будут менее дорогостоящими, чем печать бумажных бюллетеней.

Доступность

Системы электронного голосования вполне доступны людям с ограниченными возможностями. Системы, использующие перфокарты, и системы сканирования недоступны людям с недостатками зрения. Кнопочные системы могут вызывать трудности для людей, ограниченных в движениях. Электронные же системы могут использовать наушники, педали, джойстики и другие приспособления для обеспечения доступности.

Некоторые организации подвергают критике доступность электронных систем и предлагают альтернативу. Некоторые недееспособные избиратели (например слепые) могут использовать тактильные системы, специальным образом помечающие места, в которых нужно поставить отметку. Но в то же время люди с ограниченными двигательными функциями подобные системы использовать не в состоянии.

Криптографическая защита

Системы электронного голосования позволяют избирателям подтвердить свои голоса с помощью математических вычислений. Такие системы снижают вероятность записи некорректного голоса. Одним из способов является использование [цифровой подписи](#). При этом можно гарантировать надёжность и точность проведения голосования, но нельзя гарантировать анонимность, а также появляется возможность [запугивания](#) или [подкупа избирателя](#).

Некоторые криптографические решения позволяют избирателю самому подтверждать правильность выбора, не прибегая к услугам третьей стороны. Каждый голос может быть помечен случайным образом сгенерированным идентификатором сессии, что позволяет избирателю проверить, что его голос был правильно учтён, с помощью общедоступной системы наблюдения за голосованием.

Аппаратное обеспечение

Неправильное обеспечение безопасности [аппаратной части](#) может привести к серьёзным проблемам. Постороннее оборудование может быть внедрено внутрь устройства

для голосования или между пользователем и устройством недобросовестным обслуживающим персоналом, так что даже опечатывание устройства не всегда помогает.

Программное обеспечение

Специалисты по безопасности, например [Брюс Шнайер](#), считают, что [исходный код программного обеспечения](#), использующегося в устройствах для голосования, должен быть открыт для публичного изучения. Другие призывают к тому, чтобы программное обеспечение создавалось и распространялось как [свободное](#).

Тестирование и сертификация

Одним из методов выявления ошибок является параллельное [тестирование](#), проводящееся в день выборов с произвольно выбранными устройствами. Так, на [президентских выборах в США 2000 года](#) неправильно были учтены только в среднем 2 голоса по каждому избирательному округу.

Система медицинского страхования

Как оформить полис ОМС через Госуслуги?



Рисунок 24. Вид полиса ОМС

Полис обязательного медицинского страхования (ОМС) является одним из главных документов для получения своевременного и качественного медицинского, врачебного, профилактического и консультационного обслуживания. Владелец полиса имеет полное право на бесплатную медицинскую помощь, стоматологические услуги, обследование и другие услуги медицинского характера. Иметь данный документ должны все граждане страны, и иностранные лица, которые временно или же постоянно проживают в РФ.

Организации выдающие полис ОМС

С полисом могут помочь страховые компании, которых на сегодняшний день функционирует более чем 50 фирм. Страховые компании предлагают один набор услуг, просто варьируют цены, добавляют скидки и акции. В какой именно компании оформлять полис решать только вам, но в любом случае у компании должен быть заключён договор с медучреждениями.

Необходимые документы для оформления полиса обязательного страхования

Для того чтобы правильно оформить полис, необходимо обратиться в надёжную страховую компанию. Будучи уже там необходимо обговорить все вопросы касательно ОМС. На оформление подаётся заявка. Заявка рассматривается и оформляется в течение 30 дней. А пока вам будет выдано временное свидетельство, которое подтверждает, что вы подали заявку на получение постоянного полиса. Оно действует ровно 30 дней до получения постоянного документа.

Для подачи заявки вам потребуются такие документы как:

Паспорт гражданина РФ;

Страховой номер лицевого счёта (если он имеется);

Также могут потребоваться другие или дополнительные документы в таких случаях:

Ребёнку до 14 лет, необходимо иметь свидетельство о рождении;

Беженцам, нужно будет предоставить документ, о предоставлении жилища на территории РФ;

Гражданам других стран помимо паспорта родной страны необходимо будет иметь при себе такой документ как вид на жительство в РФ, и при наличии СНИЛС.

Как получить ОМС через сайт Госуслуг

Проходить процесс заявки для получения документа ОМС через сайт Госуслуг было бы весьма удобным, но к сожалению на данный момент такая возможность не предоставляется. Данная услуга находится в разработке, и возможно в скором времени порадует пользователей сайта Госуслуг. Но оформить заявку в режиме онлайн можно на сайтах страховых компаний.

Преимущества нового образца ОМС

Полис нового образца был введён 1 мая 2011 года. Отличается он от старого тем, что версия полиса заменяется с бумажной на пластиковую. Предоставленные услуги по полису спонсируются компанией страховщиками. В новом формате полиса определённо есть свои преимущества, такие как:



Рисунок 25. Полис ОМС в новом формате

Сравнение старого и нового полисов ОМС

Пластиковый вид, который хранится значительно дольше, нежели бумажный;

Компактность;

Удобный, в ношении и хранении.

Преимущества основаны, пожалуй только на практичности документа, так как с бумажным образцом у них одинаковый спектр предоставляемых услуг.

Основные элементы полиса ОМС (номер,серия)

Полис нового формата представляет собой похож на банковскую карту. Лицевая сторона содержит информацию о:

Выбранном вами страховщике;

Номер документа;

Чип.



Рисунок 26. Номер полиса ОМС

С другой стороны также содержится нужная и важная информация:

Фотография владельца;

ФИО;

Дата рождения;

Дата, до которой документ является действительным.

Исключение с информацией на полисе, делается для детей. Для них фотография в документ не входит, так как детям свойственно расти и меняться.

Контрольные вопросы:

1. Назовите основные информационные ресурсы России
2. Перечислите необходимые документы для оформления полиса обязательного страхования