

4 октября Марк Цукерберг объявил на своей странице о появлении миллиардного пользователя. Таким образом, Facebook является единственной социальной сетью мира с более 1-миллиардной аудиторией, то есть каждый 7 житель планеты зарегистрирован в Facebook. Единственные главные конкуренты на мировом рынке у Facebook – это Twitter и Google+, которые отстают более чем на полмиллиарда пользователей.

Немаловажно заметить, что вся социальная сеть Facebook оценена в \$104 млрд. Этой социальной сети посвящают даже фильмы. Лучшим фильмом 2010 года в драматическом жанре 16 января 2011 года, на 86-й церемонии вручения престижных кинопремий «Золотой глобус», стал фильм «Социальная сеть» режиссёра Дэвида Финчера об истории создания Facebook. Фильм также был удостоен трёх премий «Оскар» – за лучший монтаж, музыку и сценарий.

Литература:

1. Андрей Колесов. Миллиардер в 23 года? В ИТ это возможно! PC Week 01.11.2007.
2. Carlson, Nicholas At Last – The Full Story Of How Facebook Was Founded. Business Insider 5 марта 2010.
3. Kaplan, Katherine. Facemash Creator Survives Ad Board. The Harvard Crimson 19 ноября 2003.

Проблеми сучасного Інтернету в Китаї

Ло Синь (Китай)

Науковий керівник – ст. викладач Кальниченко Н.М.

ХНУ імені В.Н. Каразіна

Темпи зростання користування Інтернетом в даний час в Китаї збільшуються. Перші підключення в Китаї почалися на початку 90-х років. А після приєднання Гонконгу можна говорити про "китайське диво". Разом з великим економічним зростанням відроджується "великий китайський дух". Китайці все більше відчують себе великою нацією. Успіхи і досягнення Китаю змушують китайців усього світу відчувати себе "великою нацією", "нацією XXI століття". Велику роль відіграє в цьому процесі і Інтернет.

Історія китайського Інтернету пов'язана з Пекінським інститутом фізики високих енергій (Institute of High Energy Physics). Web-сайт інституту - найстаріший і відомий в Китаї і за кордоном.

У Китаї існує кілька спеціалізованих мереж:

- **науково-дослідна CSTNet**, вона об'єднує науково-дослідні інститути, державні науково-технічні органи і академічні установи (в тому числі і Інститут фізики високих енергій);
- **освітня мережа CERNET**, що об'єднує освітні установи Китаю: це середні школи і університети країни;
- **China Net і Golden Bridge Network (GBNet)** - це дві найбільші комерційні мережі Китаю. ChinaNet - це державна мережа, вона охоплює більше 50% ринку Інтернет-послуг в країні і надає Інтернет-сервіс державним організаціям.

Уряд Китаю довго не міг прийняти рішення зі своєю політикою по відношенню до Інтернету, але в 1996 році Інтернет отримав дозвіл держави, і інтерактивні технології були включені в офіційні плани розвитку китайської науки і техніки. ChinaNet має свої філії в кожній провінції. Держава заохочує розвиток комерційних послуг в Мережі, особливо банківську сферу, дистанційне навчання, освіту, медицину, а також розваги та інші сфери. Але існують і проблеми.

Проблема № 1 – державна безпека.

Використання інтернету в КНР поставило перед китайською владою проблему захисту своїх державних інтересів, що пов'язано з витоком інформації, капіталу, недобросовісною конкуренцією, міжнародними спекуляціями і з поширенням заборонених матеріалів (порнографія і опозиційна ідеологія).

Мережі для наукових обмінів отримують широке застосування в комерції і повсякденному житті громадян. І китайські власті припускають, що ці мережі можуть бути використані внутрішньою опозицією для пропаганди "підривних" ідей в масах.

Авторитаризм КНР в питаннях контролю над засобами масової інформації зрозумілий китайцям, навіть тим, хто відноситься до політичного керівництва не лояльно. Але бажання Китаю бути «попереду планети всієї» на фронті інформаційних технологій призвело до вирішення, як і завжди, підійти до проблеми комплексно.

На державному рівні зробили блокування спеціальними фільтрами доступ до сайтів порнографічного змісту і до новинних сайтів "Рейтер", "Нью-Йорк таймс" і інших закордонних ресурсів політичного змісту.

Спостереження за роботою користувачів починається з моменту реєстрації. Щоб стати користувачем Інтернету, треба пройти перевірку в поліцейському відділенні та надати провайдеру довідку встановленого зразка. Є й покарання: від грошових штрафів до позбавлення права користування Інтернетом на певний термін. Перевірка на благонадійність компаній, які хочуть користуватися Інтернетом, займає кілька місяців. У фірмах є журнал, де ведеться запис відвідування кожного сайту.

На підприємствах і в фірмах є публічні e-mail типу *@public.*, коли групі працівників присвоюється одна адреса, а переадресація кореспонденції проводиться через системного оператора або чергового локальної мережі.

Звичайно, такі заходи ускладнюють роботу, особливо з закордонними партнерами. Але система «тотального контролю» працює дуже гнучко і робить послаблення для вчених-дослідників або працівників ЗМІ.

Як стверджують експерти компанії China Internet Corp., за період з 1996 року по теперішній час, в Китаї не було зафіксовано жодного випадку використання систем електронної комерції з метою пропаганди опозиційних політичних поглядів. Але дисиденти Китаю знаходять можливість обходити урядові фільтри через відкриті канали на гонконгських серверах; вони активно ведуть переписку із закордонними товаришами і навіть випускають електронні журнали і бюлетені.

На сьогоднішній момент, за оцінкою China Internet Information Center, більше 80% користувачів використовують Інтернет як джерело отримання знань в області науки і техніки, 78% - це молоді люди віком від 21 до 35 років.

Проблема № 2 - "китайський контент". Мовна проблема.

Китайський Інтернет очікує гострий дефіцит змісту, так як більшість користувачів, (близько 8 млн.) - це молоді люди віком від 18 до 25 років (понад 70%). І інформація в Інтернеті англійською мовою їм недоступна, або важкодоступна.

У Китаї приділяють велику увагу проблемам перекладу. Ведуться розробки систем автоматизованого перекладу, результатом яких повинні стати програми-перекладачі з англійської на китайський і навпаки.

Але це не єдина проблема. Китайці хочуть читати китайською мовою. Зараз тільки від 30% до 55% китайського Інтернету - на китайській мові, решта - на англійській.

Китай офіційно взяв курс на "інформатизацію" всієї країни. Величезна кількість провайдерів, Web-студій, повинні сформувати ринок Інтернет-послуг і направити його в потрібному напрямку.

Триває активне встановлення зв'язків з державними і комерційними Інтернет-службами в Сінгапурі, на Тайвані, в США, Канаді та Австралії. Китайці, які населяють світ, кооперуються і взаємодіють. Азіатські країни болісно сприймають "Америко-центризм" в Інтернеті, і, може бути, ієрогліфічне письмо колись стане викликом англомовному Інтернету.

Зарубіжні компанії Exite і Yahoo! вже запустили пошук на китайській мові. Китайські версії Netscape і MS Explorer виходять без відставання від основних. Багато зарубіжних провайдери Інтернет-послуг розуміють, що без Китаю їхні послуги будуть неповними.

Слід сказати, що китайська громада в усьому світі дуже уважно стежить за розвитком інтерактивних технологій в Китаї. Результатом цієї уваги є цілий ряд корисних Інтернет-ресурсів (як англійською, так і китайською), які утримуються за рахунок китайської громади, наприклад, China News Digest і

TCFA UPDATE. Інформація цих організацій безкоштовна і поширюється як через сайт, так і за допомогою розсилки.

Никнейм как способ самоидентификации при общении в Интернете

Зауир Ахмад (Таджикистан), ХНУРЭ

Научный руководитель – доцент Опрышко Н.А., ХНАДУ

Имена людей имеют большое значение для их собственной идентичности и как идентификаторы в социальных взаимодействиях. Имена имеют огромное символическое, психологическое и социальное значение. Когда мы встречаем кого-то нового, одной из первых вещей, которые мы хотим узнать, является имя этого человека, и благодаря этому мы получаем немедленные, иногда ненадежные, выводы о его или ее личности, поле или этническом происхождении [2].

Имена можно рассматривать как пример символического взаимодействия. Согласно Гоффману [2; 110], люди постоянно изображают драматических персонажей и ожидают, что другие всерьез воспримут впечатление, созданное до них. Имена являются важным фактором, определяющим это впечатление. Присвоение значения именам, утверждал Гоффман, позволяет нам понять ситуацию и соответствующим образом изменить свое поведение. В научной литературе обычно отличает имена от прозвищ. Имена – формальные, обычно даются родителями, в то время как прозвища, как правило, человек присваивает себе самостоятельно. Особую группу прозвищ представляют сетевые их аналоги, никнеймы, употребление которых сегодня стало неотъемлемой частью нашей жизни. Текущее исследование исследует роль и характеристики онлайн прозвищ.

С начала информационного века слово «никнейм», кажется, используется очень часто. В Интернете эта лексема вездесуща, поскольку почти каждый официальный сайт в настоящее время предлагает свои услуги в условиях ограниченного доступа, требующего регистрации. Используя хорошо известную поисковую систему Google для поиска никнейма (ника) со