

*С. В. Масленченко, кандидат культурологии,
ст. преподаватель кафедры философии
и идеологической работы Академии МВД
Республики Беларусь*

БЕЛОРУССКИЙ СЕГМЕНТ КИБЕРКУЛЬТУРЫ

В условиях глобализации современного общества белорусская культура оказывается вовлеченной в трансформационные процессы, превращающие индустриальность в постиндустриальность. Информация и ее потоки становятся определяющими в структуре этих изменений, порождая новые феномены – Интернет, электронные социальные сети, интернет-население.

Анализируя материалы о компьютерном мире, нельзя не обратить внимание на тот факт, что ни в одном из них не проводится та грань, которая четко разделяет всех так или иначе связанных с компьютерной безопасностью. В рамках данной культурной среды до сих пор действует правило: «если человек является частью этой культуры, внес в нее вклад и другие члены этой культуры знают о нем и называют его хакером, то он – хакер».

Всех представителей данной субкультуры можно разделить на **хакеров** (*hackers*) и **кракеров** (*crackers*). И те и другие во многом занимаются решением одних и тех же задач – поиском уязвимости вычислительных систем. Принципиальное различие между ними состоит лишь в преследуемых целях. Основная задача хакера – исследуя вычислительную систему, обнаружить слабые места (уязвимость) в ее системе безопасности и информировать пользователей и разработчиков системы с целью последующего устранения найденных слабостей. Основная же задача кракера состоит в непосредственном осуществлении взлома системы с целью получения несанкционированного доступа к чужой информации, иначе говоря, для ее кражи, подмены или объявления факта взлома.

За несколько десятилетий существования субкультура хакеров объективировала многочисленные ценностные ориентиры и модели поведения. Однако ценности хакеров не представляют собой строгую однозначную и всеми принимаемую систему. Общее, что нашло объективацию в большинстве сегментов данной субкультуры – свобода информации, доступа к ресурсам и распространения программного обеспечения.

Наиболее известные хакерские ценностные системы были предложены представителями первого поколения, базирующегося на технической культуре MIT – С. Леви, Л. Блэнкеншипом, Э.-С. Рэймондом, А. Ламо.

В 1984 г. С. Леви в знаменитой книге «Хакеры: Герои компьютерной революции» сформулировал принципы «хакерской этики»:

«Доступ к компьютерам должен быть неограниченным и полным».

«Вся информация должна быть бесплатной».

«Не верь властям – борись за децентрализацию».

«Ты можешь творить на компьютере искусство и красоту».

«Компьютеры могут изменить твою жизнь к лучшему».

Сокращенной моделью системы ценностных ориентиров хакеров выступает «Манифест хакера», написанный 8 января 1986 г. Л. Блэнкеншипом, более известным как Наставник (*The Mentor*). В нем автор обозначает основные ценности культуры хакера: безразличие к цвету кожи, национальности и религии, превосходство знаний и нестандартного образа мыслей, безграничная свобода информации, информации для исследования, изучение из любопытства.

Наиболее развернутая модель, позволяющая реконструировать духовный мир хакеров, представлена хакером первого поколения Э. Рэймондом, одним из родоначальников экспериментов с *ARPANET*, соавтором программного обеспечения Unix: писать программы, доступные для всех; помогать тестировать и отлаживать такие программы; публиковать полезную информацию; помогать поддерживать работу инфраструктуры Интернета; служить самой хакерской субкультуре. Пути формирования навыков хакера: изучать методы программирования на основании языков *Python*, *Cu*, *Perl* и *LISP* через чтение и писание кодов; достать один из вариантов Unix в исходных кодах, научиться его использовать и с ним работать; использовать *World Wide Web* и писать на *HTML*, что позволит лучше понимать и изменять Интернет. Статус в хакерской субкультуре строится на репутации. Субъектами оценки выступают только равные (в техническом и программном смысле) соискателю или превосходящие его.

На протяжении последних десятилетий доля белорусских хакеров, придерживающихся данных систем ценностей, неуклонно

снижается. В молодежной среде большую популярность приобретают идеи и системы ролей кракеров.

В зависимости от мотивов деятельности субкультура хакеров делится на следующие группы:

1. *«Белые» хакеры* – малочисленная группа кибер-пользователей, ставящая целью своей правомерной деятельности оказание помощи программистам и пользователям в совершенствовании управления компьютером и виртуальными сетями, модернизации и создании новых программ, в борьбе с «черными» хакерами – кракерами. Значительная часть «белых» хакеров – бывшие кракеры. Многим получить статус «белого» и избавиться от преследования, а в некоторых случаях и приобрести известность, помогает деятельность на благо общества под пристальным вниманием правоохранительных органов и высокотехнологичных компаний.

2. *«Черные» хакеры, или кракеры* – самая опасная группа в среде кибер-пользователей, занимающаяся несанкционированным доступом к сетям и информации, что приносит существенный ущерб определенному количеству пользователей. Кракеров можно разделить на несколько групп в зависимости от цели, с которой осуществляется взлом:

Вандалы – самая известная (во многом благодаря широкому распространению вирусов, а также творениям некоторых журналистов) и самая малочисленная часть кракеров. Их основная цель – взломать систему для ее дальнейшего разрушения.

Шутники – наиболее безобидная часть кракеров, основная цель которых – известность, достигаемая путем взлома компьютерных систем и внесения туда различных эффектов, выражающих их неудовлетворенное чувство юмора.

Взломщики – профессионалы, пользующиеся наибольшим почетом и уважением в кракерской среде. Их основная задача – взлом компьютерной системы с целью кражи, подмены или уничтожения хранящейся там информации.

Пираты – кракеры, ворующие свежие программы с помощью средств, самостоятельно разработанных или заимствованных у других лиц.

Шпионы – кракеры, охотящиеся за секретной информацией. Обычно они работают на заказ и за большое вознаграждение на военных, разведку и т.д.

Кардеры (от англ. *carding*) – кракеры, использующие чужие (ворованные) кредитные карты для электронной оплаты товаров или услуг.

Фишеры – интернет-мошенники, выдающие свои страницы за сайты других. Обычно они маскируют ссылки на свои сайты, копируют дизайн популярных ресурсов и требуют на специально созданных веб-страницах ввести пароль пользователя или данные о его кредитной карте.

Фрикеры – субъекты, осуществляющие взлом телефонных автоматов и сетей, обычно с целью получения бесплатных звонков или связи с Интернетом.

Спамеры – самое многочисленное и структурно пестрое внутригрупповое образование в кракерской среде, занимающееся формированием и рассылкой спама – непрошеной корреспонденции рекламного характера.

В качестве социальной базы индустрии, обслуживающей кракеров, традиционно выступают *клуберы* (от слова клуб) и *геймеры* (от слова игра), две категории кибер-пользователей, которые тесным образом связаны между собой и обладают достаточными навыками работы с компьютером, а также с локальными сетями и Интернетом. Зная их стремление к игре в рамках сетей, кракеры используют геймеров как агентов, разносящих вирусосодержащее программное обеспечение и спам.

За 9 месяцев 2010 г. в республике зарегистрировано 1802 кибер-преступления. В сравнении с аналогичным периодом 2009 г. (1560 преступлений) прирост составил порядка 15,5%. Рост отмечен во всех регионах республики, однако его темпы заметно выше в Минской (36,8%) и Могилевской областях (32,5%). Помимо экономических причин, вовлекающих молодежь в кибер-преступность, можно отметить и общекультурную: социальная роль «хакера» становится все более популярной, чему в немалой степени способствуют mass media, тиражируя этот образ и вместе с индустрией мод зарабатывая на нем деньги.

Второй особенностью развития кибернетического пространства Беларуси стало распространение электронных социальных сетей. Байнет пронизывается нитками электронных социальных связей между пользователями, тем самым компенсируя временные и пространственные ограничения offline-сетей.

Эти процессы не остались незамеченными со стороны государства и церкви. В январе 2009 г. папа Бенедикт XVI заявил, что подобные сайты, с одной стороны, могут укреплять дружбу и

взаимопонимание людей, но, с другой – могут изолировать их друг от друга. А возрастающее участие крупных политиков, глав государств, деятелей массовой и элитарной культуры в электронных социальных сетях переводит последние из маргинального состояния развития в нечто респектабельное, становящееся неотъемлемым атрибутом современной жизни.

В Интернете социальной сетью стали называть интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом. К ним относятся и тематические форумы, особенно отраслевые, которые активно развиваются в последнее время. В современном обыденном сознании термин «социальные сети» закрепился за определенным типом интернет-сообществ.

На данный момент в интернет-пространстве можно выделить несколько видов социальных сетей (SINW):

Социальные сети интернет-пространства (SINW) традиционного типа.

Крупнейшие русскоязычные:

ВКонтакте – наиболее посещаемая среди вузовской молодежи российская социальная сеть. Поиск одноклассников и выпускников, сослуживцев и друзей. На начало декабря 2009 г. – 50 млн, конец ноября 2010 г. – свыше 101 млн пользователей [1].

Одноклассники.ru – вторая по величине социальная сеть Рунета, объединяет свыше 30 млн одноклассников и друзей.

Мой Круг – первая в русскоязычном Интернете социальная сеть, основанная на утверждении, что все люди знакомы не более чем через шесть рукопожатий.

Мой Myp@Mail.ru – социальная сеть крупной поисковой и почтовой платформы Рунета Mail.ru.

Крупнейшие англоязычные:

Facebook – крупнейшая в мире социальная сеть, была основана в 2004 г. В настоящее время существует более тридцати ее локализованных версий, в том числе и русскоязычная, запущенная в конце июня 2008 г. Это люди различных возрастов более чем в 170 странах. На конец 2009 г. насчитывает около 350 млн пользователей. Динамика роста в 2009 г.: апрель – 200 млн [2], июль – 250 млн [3], сентябрь – 300 млн зарегистрировавшихся [4]. Число активных пользователей свыше 100 млн [5].

MySpace насчитывает 125 млн активных пользователей, причем 76 млн из них – жители США. Средний возраст 26 лет (по данным Pew).

JoinFriends.com – Международный поиск одноклассников и сокурсников, сослуживцев и друзей. База данных по школам, вузам, воинским частям и прочим учреждениям стран СНГ и зарубежья.

Рейтинговые сайты. Обзоры. Голосования – узкий специализированный сегмент, объединяющий в электронные социальные сети пользователей (ESW), как правило, интересующихся определенной информацией (новости, музыка, видео, общение), выставляющих рейтинговую оценку контенту, которая облегчает пользование материалом, сокращает время его поиска, формирует приоритеты скачивания.

UGC-видео – User-Generated Content (UGC) – видео-контент, который создается конечными пользователями. Наиболее популярным воплощением стал YouTube – сервис, предоставляющий услуги хостинга видеоматериалов. Пользователи могут добавлять, просматривать и комментировать те или иные видеозаписи. По данным Google, которому принадлежит видеохостинг, пользователи со всего мира ежедневно просматривают на YouTube более 1,2 млрд видеороликов. По оценке comScore за месяц на сервисе Fox Interactive Media посмотрели чуть более 1 млрд видеороликов, что ставит этот ресурс на второе место по популярности. Сайт Hulu занял 3 место и транслировал в день не более 397 млн видео. Всего же только в мае 2009 г. американцы посмотрели на YouTube около 5,5 млрд видеороликов [6].

Блоги. Возможно, самым ярким воплощением электронных социальных сетей является блогосфера – совокупность всех интернет-блогов. Блог (англ. blog, от «web log» – «сетевой журнал или дневник событий») – это веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в отзывах к блог-записи или своих блогах) [7].

День Блога (BlogDay) отмечается каждый год 31 августа с 2005 г. В этот день каждый пользователь публикует у себя ссылки на 5 других блогов отличных по тематике. Как говорится на официальном сайте организаторов, «блоггеры обязательно должны иметь хотя бы один день, который можно было бы посвятить знакомству со своими коллегами из разных стран и с разными интересами» [8].

Существенное место занимает блог и в сетевой литературе (понятие, предлагаемое некоторыми публицистами для обозначения совокупности литературных произведений, основной средой существования которых является Интернет). К блог-литературе может быть отнесено традиционное авторское творчество, когда в блоге в процессе написания публикуются главы произведения, не адаптированные к формату дневниковых записей, не обладающие свойством фрагментарности. Тем не менее, процесс написания такого произведения является интерактивным и дальнейшее развитие сюжета может зависеть от комментариев, что отличает произведение от журнальной публикации. Примером такого произведения является «Черновик» Сергея Лукьяненко.

По данным Яндекс в начале декабря 2009 г. в Рунете было зарегистрировано 11 328 413 блогов. Лидеры активности: 1-е место – drugoi (188 093 обсуждений), 2-е – tema (129 519), 3-е – Леонид Каганов. Онлайн дневник (71 038), 4-е – ibigdan (68 724), 5-е – gadulova (61 440), 6-е – mi3ch (59 271), 7-е – fritzmorgan (57 738), 8-е – Новости в фотографиях (56 956), 9-е – golubchikav (55 877), 10-е – Корпоративный блог Яндекса (54 249) [9].

Крупнейшие блог-платформы:

Diary.ru, @дневники – блог-платформа для размещения персональных блогов и коллективных сообществ, принадлежащих зарегистрированным пользователям сайта diary.ru. Статистика: 28 ноября 2002 г. – 500; 15 марта 2003 г. – 2000; 19 октября 2006 г. – 213 891; 30 мая 2007 г. – 300 000 пользователей [10]; 7 марта 2008 г. – 381 613; 21 августа 2009 г. – 592 077 пользователей; 414 328 дневников, из них 206 939 в архиве [11].

LiveJournal (Живой журнал) – блог-платформа для размещения онлайн-дневников (блогов) и коллективных блогов – ЖЖ-сообществ. По данным статистики LiveJournal.com на 10 ноября 2009 г. в ЖЖ зарегистрировано 23 893 823 пользователя (в то время как на 3 декабря 2005 г. – 8,9 млн, 6 июля 2007 г. – 13 млн). 64,9 % пользователей – женщины.

Наиболее распространенный возраст пользователей – 29 лет (11%). Десятка стран, где проживает больше всего пользователей ЖЖ: США – 4 530 816, Россия – 1 239 486, Великобритания – 401 541, Канада – 400 495, Украина – 187 303, Австралия – 187 016, Сингапур – 183 179, Филиппины – 103 523, Германия – 84 092, Бразилия – 71 217 блоггеров [12].

Twitter блог-платформа, которая позволяет пользователям оставлять в своих микроблогах очень короткие (до 140 символов) сообщения, используя SMS, сервисы мгновенных сообщений, программы-клиенты и различные веб-ресурсы. *Twitter* стал главным словом 2009 г. [13]. Именно его, по подсчетам компании *Global Language Monitor*, чаще всего использовали люди, разговаривающие на английском. Составители рейтинга считают, что победа микроблога отражает, насколько велико его влияние. На втором месте оказался президент США Барак Обама, на третьем – грипп H1N1. По последним оценкам, на *Twitter* зарегистрировано свыше 60 млн пользователей, в сентябре на сайт сервиса зашли лишь 18,9 млн посетителей [14].

Следует отметить, что белорусские пользователи е-социальных сетей тяготеют к рунетовскому сегменту, нежели к отечественному. Причин несколько: во-первых, единая языковая среда, во-вторых, большое количество сервисов на российских SINW и широта их аудитории. Аналогичные проблемы испытывает и национальная блогосфера, базирующаяся в Рунете и малочисленная по своему составу.

Структурно социальная е-сеть подобна своему прототипу и состоит из непосредственно и опосредованно взаимосвязанных индивидуальных и коллективных авторов, репрезентирующих определенные признаки пользователя аккаунта (дата рождения, школа, вуз, любимые занятия и др.), по которым пользователя смогут найти другие участники. При этом, большинство из них становится потенциальным объектом кракерских посягательств. Исследователи из *comScore* выделяют следующие социальные роли в электронных социальных сетях:

1. *Создатели* – это группа пользователей, которая растет медленнее всего. Сейчас ее доля составляет около 21%.

2. *Критики* – пользователи, которые отмечают небольшим размещением своего контента в социальных е-сетях, но зато активно критикуют и комментируют чужой контент (по состоянию на конец 2008 г. – 37 %).

3. *Собиратели* составляют 19%, они в основном формируют RSS-ленты, состоящие из контента других пользователей, принимают участие в голосованиях.

4. *Участники* посещают сайты социальных сетей, ведут не очень активные беседы, указывают свои профайлы из «социалок» на других сайтах (35%).

5. *Зрители и неактивные пользователи* являются самой большой группой (69%) среди взрослых потребителей социальных медиа. Они читают, слушают, смотрят, но никак не реагируют на контент. Так, сообщество *ru_politics* в сети LiveJournal, созданное в 2003 г. для обсуждения политических вопросов, включает почти 9,5 тыс. активных участников, а читают его почти 8 тыс. человек [15].

В зависимости от принадлежности к виду социальных e-сетей можно выделить 2 типа их пользователей:

1. «*E-социальщики*» – термин может быть применен как ко всей совокупности пользователей ESW, так и в отношении сторонников традиционного типа «социалок».

2. «*Блоггеры*» – пользователи, реализующие коммуникацию и социальные связи через блогосферу. В этой подсистеме можно выделить репрезентацию 2 социальных ролей:

«*Читатель*» – люди, пользующиеся коммуникативными возможностями блогов вне контекста ведения собственного блога.

«*Писатель*» – пользователь, занимающий активную позицию в блогосфере, реализуемую через внесение и обновление своего блога и ответную репликацию на вопросы и комментарии других блоггеров.

Отечественные электронные социальные сети демонстрируют в социально-правовом аспекте все те же тенденции, что и остальные сегменты виртуального пространства. Теоретически не истолкованными остаются вопросы реальности самой виртуальности, границы и риски виртуализации, духовной и физической безопасности человека в виртуальном пространстве. В практическом плане обнаруживается необходимость разработки адекватного научного инструментария исследования процессов интернетизации и виртуализации социальной реальности, а также конечных продуктов этих трансформаций. Единственное, что можно считать свершившимся, это то, что виртуальность многовекторно и многогранно актуализируется, объективируя новые процессы и стороны человеческого бытия.

1. Сеть «ВКонтакте» провела в офлайне полтора часа // Lenta.ru [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://www.lenta.ru/news/2009/12/11/vk/>. – Дата доступа: 11.12.2009.
2. В Facebook зарегистрировалось 200 миллионов человек // Lenta.ru [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2009/04/08/facebook/>. – Дата доступа: 08.04.2009.
3. Аудитория Facebook превысила 250 миллионов человек // Lenta.ru [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2009/07/16/quarter/>. – Дата доступа: 16.07.2009.
4. Zuckerberg, M. 300 Million and On / M. Zuckerberg // Blog. facebook.com [Electronic resource]. – 2009. – Mode of access: <http://blog.facebook.com/blog.php?post=136782277130>. – Date of access: 08.04.2009.
5. В Facebook зарегистрировалось 350 миллионов пользователей // Lenta.ru [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2009/12/02/facebook/>. – Дата доступа: 02.12.2009.
6. Американцы посмотрели на YouTube около 5,5 млрд видеороликов // Digest-news.ru [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://digest-news.ru/13769-novyj-rekord-youtube-bolee-milliarda-prosmotrov-v.html>. – Дата доступа: 12.04.2009.
7. Блог // Ru.wikipedia.org [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Блог>. – Дата доступа: 10.12.2009.
8. Что такое BlogDay (БлогДень)? // Blogday.org [Electronic resource]. – 2009. – Mode of access: <http://blogday.org/ru.htm>. – Date of access: 01.05.2009.
9. Поиск по блогам // Blogs.yandex.ru [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://blogs.yandex.ru>. – Дата доступа: 01.12.2009.
10. Два юбилея в один день // Diary.ru [Электронный ресурс]. – 2007. – Режим доступа: <http://diary.ru/~diary-spirit/?comments&postid=29830019&from=01>. – Дата доступа: 31.05.2007.
11. Diary.ru // Ru.wikipedia.org [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Diary.ru>. – Дата доступа: 09.12.2009.
12. LiveJournal.com Statistics // Livejournal.com [Electronic resource]. – 2009. – Mode of access: <http://www.livejournal.com/stats.bml>. – Date of access: 10.11.2009.
13. Ward, K. «Twitter» is top word of the year / K. Ward // Popwatch. ew.com [Electronic resource]. – 2009. – Mode of access: <http://popwatch.ew.com/2009/12/02/twitter-is-top-word-of-the-year/>. – Date of access: 02.12.2009.
14. Bunker, A. Facebook FarmVille more popular than Twitter / A. Bunker // T3.com [Electronic resource]. – 2009. – Mode of access: <http://www.t3.com/news/facebook-farmville-more-popular-than-twitter?=&cid=OTC-RSS&attr=T3-News-RSS>. – Date of access: 11.05.2009.
15. Активист «Солидарности» попытался уничтожить ru_politics // Lenta.ru [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2010/01/03/politics/>. – Дата доступа: 03.01.2010.