

Защо сме следени в интернет

Иван Николов, Петко Мутафчиев

Why are we being spied in the internet: Everybody knows that the government is authorized to spy the location or the internet activity. But do you know that the biggest spy is actually Google because of busyness. The companies pay a lot of money to get their advertisements to the specific user. This report shows how does this whole system works. There were also being given some useful advices about internet privacy.

Key words: advertisements, Google, internet, security, spy.

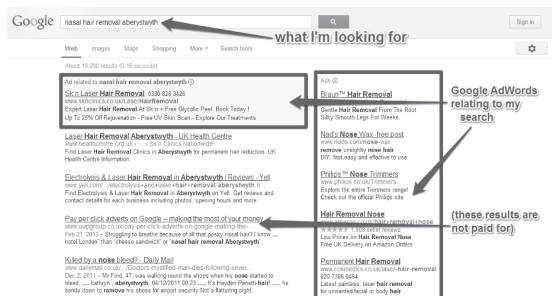
ВЪВЕДЕНИЕ

За всеки е ясно, че вече тайни не съществуват. Никога до сега проследяването не е било толкова лесно и толкова използвано и то не само от органите на реда. За да си собственик на телевизия, по закон се изисква да не си криминално проявен, с чисто съдебно минало, без дългове към банки и още куп други неща. А за да си интернет доставчик, според закона не се изисква нищо подобно. Именно тази врътичка се използва от групировки, които перат пари от наркотици и рекет през мрежи за доставка на интернет, смятат спецполицая. Става дума за хора от бившата СИК. А всеки доставчик на интернет може преспокойно и необезпокоявано да източва лични данни от вашия компютър, и то без съдебно разрешение. Но дори да се абстрахираме от този обезпокоителен факт и предположим, че престоят ни в интернет не е интерес за правителството или злонамерени лица, остава най-големият шпионин в глобалната мрежа – Google.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Основните приходи на обезпокоително разширяващият се гигант Google са рекламните. Продаване на информация и показване на точната реклама на точния потребител – това е рецептата за успех на компанията. Поведението ни в интернет се следи постоянно – потребителя се разпознава по жестовете при боравене с мишката, типа сайтове, които най-често се разглеждат и куп други признаци.

В основата на цялата тази система е услугата на AdWords на Google. Тя осъществява показване на ваша реклама-банер в сайт, където в общия случай е най-голяма вероятността да предизвика интерес у потребителя и той да я отвори.



Фиг. 1 – Платени и неплатени области в Google прозорец

Услугата е платена и колкото повече се плаща, толкова по-голям брой пъти се показва рекламната. Разполагате с лимит на бюджета за деня, който вие определяте и се плаща за брой показвания на вашия банер или броят кликания по него. Интересна е организацията тип аукцион. Това означава, че например, ако цената на

клик за да се появи ваша реклама на второ място е \$1, а вие искате да тя да е на първо системата ви взема само цент повече, дори и по подразбиране да сте обявили цена за клик от \$1,50. Една средно голяма компания отделя около \$25000 годишно за AdWords реклами. Което на пръв поглед е голяма сума, но реално е най-евтиният начин за привличане на нови клиенти. Само за сравнение един нов клиент ще ви струва 3 пъти повече, ако рекламирате компанията си във вестник, 2 пъти повече от билборд, 5 пъти повече по радиото, 2 пъти от флайъри и цели 8 от списание. Докато си плащате AdWords наистина работи за вас. И както повечето услуги на Google всичко е ясно и просто.

За да започнете да рекламирате своя сайт е задължително предварително да се запознаете обстойно с друга Google услуга - Google Analytics. Тя съставя детайлна статистика за посетителите на уебсайта ви. А именно – посещения на ден; местонахождение; време, прекарано в сайта; графика къде са били курсорите на мишките най-много; кои бутони са натискани най-често и т.н. Възможно е задаване на различни цели – например кой натиска бутонът ни „Регистрация“.



Фиг. 2 – Възможности на Google Analytics

Всички тези инструменти са направени с цел опознаване на потребителите, които посещават вашия сайт. Google Analytics помага да разбереш как ти се отразява AdWords и така да определиш оптимално бюджета, предвиден за реклама, така, че с минимум средства да постигнеш по-висок процент хора, които кликуват върху вашият банер, след като го видят.

В AdWords се плаща не само за показване на банер, а и за определени ключови думи – по-точно, когато се напише дадена ключова дума в търсачката, тя да се асоциира с вашия сайт. Обикновено е напълно достатъчно за сайта си да въведете не повече от 15-20 ключови думи за да може да се поддържа висок т.нар CPV (Click Per View). Следенето на съотношението пари за клик е още един фактор за добро разпределение на бюджета.

Рекламите в Google се установяват по по-специфичен начин от тези във

Facebook например. В социалните мрежи можеш да определиш целева група потребители – според тяхната възраст, пол, образование и т.н. Но при AdWords единственото целеуказване, което е разрешено е местоположението. Вие определяте в кой град, държава да се рекламира сайта ви или по-интересната опция - район, в радиус на който да се показват рекламите и дори ръчно очертаване на избрана от вас зона. Друга възможност е да се избере типа устройства, на които да се показва рекламата (мобилните устройства не са удачни за тежки видео банери например). Също така рекламата може да бъде показвана в определен от вас интервал от денонощието или седмицата. Предлага се и режим „показване възможно най-бързо“, в който естествено бюджетът за деня може да привърши за кратко време. Показаният в рекламата ви линк може да е различен от този, който е на сайта ви. Това се прави с цел при желание от ваша страна да направите различни индекс страници на сайта ви – една обикновена за редовните посетители и една само за потребители, посетили сайта ви от рекламата. Последното е крайно важно, тъй като ако не знаеш как клиентите ти идват не можеш да оптимизираш рекламата си. Разбира се, Google не толерира показваният линк да се различава кардинално от дестинационния.

Като цяло добрият банер е подреден, ненаатрапващ се. Обикновено е разположен в някой от ъглите на страницата. Има опция за разполагане на банера в съдържанието на страницата, което е крайно неудачно, тъй като е почти сигурно, че по него е кликнато несъзнателно (освен ако не са това първоначалните ви цели). Някои компании използват друг трик, който е напълно легален. Те плащат за ключови думи, които са имената на тяхната конкуренция и така потребителя пишейки в търсачката името на една фирма му се предлага друга. Ако не е твърдо решен, че иска на всяка цена написаната от него, той ще посети сайта на по-горе появилата се фирма. Доста лесен начин за печелене на клиенти от конкуренцията.

Как да печелим като предоставяме нашият сайт за рекламни банери? Отговор дава услугата AdSense. При създаване на вашия сайт вие определяте до три полета. За всяко поле Google ви връща код, който трябва да поставите в изходния код на страницата ви. При всяко зареждане на страницата Google я чете и преценява кои реклами са най-подходящи. Всеки клик по банер в сайта ви ви носи пари. Целият процес е автоматичен. Може да определяте какви реклами да не се показват, но не може да контролирате кои да бъдат показвани. В интернет качеството на сайта ви има значение. Колкото по-добра репутация и повече посещения имате, толкова по-висока става цената на всеки клик.

За да имате успех с рекламите в сайта ви, банерите трябва да се „вписват“ с дизайна и оформлението на страницата ви. Има възможности за избор дали искате текстов или графичен банер. Може да определите размера, формата на банера – той може да бъде дори само бутон. Ако е текстов на регулировка подлежи и цветовете схема и шрифта. Цялостната идея е да показвате банери, които да не отблъскват потребителя. Не трябва вие или семейството ви да кликвате върху банерите в собствения ви сайт – Google разбира за това и подлежите на санкции.

Практически няма сайт, в който да не е поместена някаква реклама. Това ако не дразнещо е най-малкото разход на ресурсите на компютъра ви. Ако при сърфиране не искате да ви заливат с реклами решението е Adblock Plus. Това е добавка към браузъра (предлага се за всички най-използвани браузъри). Принципът на работа е много прост – при зареждане на страницата вижда къде ще се появи JavaScript и го блокира. Почти всички реклами са на JavaScript език и Adblock Plus се възползва именно от това. С над 300 милиона изтегляния може би това ще е приложението, което ще наложи всички реклами да са на PHP. Причината е, че PHP се задейства на сървър, пише страница, базирана на скрипта динамично и предоставя уеб страница на потребителя. Тоест цялото действие се извършва на сървъра, а потребителят получава само крайния резултат. А JavaScript се зарежда на браузъра

на клиента и така лесно се управлява от приложения като Adblock Plus. Също така приложението предоставя възможност инкогнито сърфиране в интернет.

Има и начини за скрита комуникация и сърфиране. За целта се използват програми, които използват протокола OTR (Off-The-Record). OTR е считан за най-надеждното средство за защита на съдържанието на комуникацията, тъй като текстът се шифрова локално, от специален софтуер за комуникация и се изпраща до лицето, с което общувате, което единствено може да разшифрова написаното от вас. Съответно единствено вие можете да разшифровате неговите съобщения. Но OTR не защитава срещу проследяване на идентичността и местоположението на общуващите. OTR не ви прави анонимен. Ако не вземете мерки за прикриване на реалния ви IP адрес, за подслушващите е елементарно да намерят кой сте и къде сте. Най-доброто средство, за да останете анонимен е да се включите в мрежата Tor. В тази мрежа вашите съобщения пътуват в криптиран вид през компютрите на трима други участници в Tor. Всеки следващ компютър по веригата добавя слой криптиране без да помни целия път на комуникацията. Първият компютър пуска съобщението на втория, вторият на третия, но третият не знае адреса на първия и може да направи обратна връзка единствено с втория. Съответно четвъртият не може да направи обратна връзка към втория, нито петият към третия. На практика проследяването на комуникациите в Tor става изключително трудно и енергоемко.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интернет следенето дава основата на съвременните реклами. Създаването на подходящ банер е най-евтиният начин за привличане на нови клиенти. Лесно се печелят и пари от чужди реклами. Досадните реклами могат лесно да бъдат филтрирани. Скрытата комуникация и инкогнито браузването не са мит.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Myers, S. Google Analytics Made Easy, 2011
- [2] Rasmussen, M. AdSense Revenue Exposed, 2010
- [3] <https://www.bivol.bg/tor-cryptocat.html>

За контакти:

Иван Митков Николов, Национален Военен Университет "Васил Левски", тел.: 0883 457 321, e-mail: i91nikolov@gmail.com

Петко Георгиев Мутафчиев, Национален Военен Университет "Васил Левски", тел.: 0896 075 960, e-mail: petko_mutafchiev@abv.bg

Докладът е рецензиран.