

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК БАЗИС ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ В МАРКЕТИНГЕ ИЛИ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ ОБ ЭКСТРЕМИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2014 Карташов Константин Аркадьевич

кандидат экономических наук

© 2014 Цимбал Виталий Николаевич

Краснодарский университет Министерства внутренних дел России

350005, г. Краснодар, ул. Ярославская, д. 128

E-mail: economical@rambler.ru

Освещается эволюция развития социальных сетей в информационном пространстве. Рассматриваются особенности разнообразных типов социальных сетей и их существенные характеристики. Исследуются вопросы, связанные с продвижением продукции в сети Интернет, а также проблемы преступлений и правонарушений в социальных сетях. Предлагается ряд мероприятий и рекомендаций по возможности устранения и предотвращению противоправных деяний в социальных сетях.

Ключевые слова: социальные сети, экстремизм, конкуренция, маркетинг.

Развитие современного информационного пространства в первую очередь связано с нематериальными активами предприятий (бренд, торговая марка, коммерческая информация), а также с информационными технологиями. К сожалению, преступления и правонарушения экстремистского характера в современном мире проникают во многие сферы жизни общества, в том числе информационную и телекоммуникационную. Аналитики справедливо признают, что всемирная сеть Интернет оказывает большое влияние на жизнь современного человека, формирует значительную часть информационного пространства, окружающего не только городских, но и сельских жителей, детей и подростков, людей преклонного возраста. На сегодня становится все меньше и меньше людей, которые не слышали о существовании или не пользовались такой конструкцией XXI информационного века, какой являются социальные сети. Помимо вышесказанного, социальные медиа - это переход маркетинга в инфраструктуру отношений "клиент - фирма", "компания - клиент".

Но наряду с позитивными сторонами развития социальных сетей, в последнее время все чаще наблюдаются явления: различные экстремистские и террористические группы набирают последователей, помимо классических способов (например, через круг общения, на фоне общей религиозной веры и т.п.), при помощи вышеуказанных сетей, размещенных в Интернете. Эта про-

блема не просто актуальна, но злободневна для общества и государства в целом.

Еще в 1954 г. социологом Дж. Бансом социальные сети были охарактеризованы следующим образом: "Каждый человек имеет определенный круг друзей, и эти друзья в свою очередь имеют собственных друзей. Некоторые из друзей одного человека знают друг друга, другие нет. Я счел удобным говорить о такого рода социальных полях, как о сети. Под этим мне видится система точек, некоторые из которых соединены между собой. Точками этой системы являются люди, и линии соединения этих точек указывают, какие люди взаимодействуют друг с другом"¹.

Зародились социальные сети в Интернете в 1990-х гг. (причем как профессиональное музыкальное сообщество), а термин появился в 2004 г. В настоящее время социальными сетями активно пользуются свыше 1 млрд чел.²

Под социальными сетями (от англ. Social Networking Service) понимается платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, их визуализацией являются социальные графы (социальные объекты, такие как пользовательские профили с различными атрибутами)³.

Главными особенностями современных социальных сетей и подобных сервисов являются инструменты поиска нужных контактов и установления связей между людьми. Пользователям всех соци-

альных сетей доступен характерный (практически одинаковый) набор функций: создавать профили с информацией о себе, производить и распространять различный контент (фото и видео), взаимодействовать напрямую с другими пользователями посредством различных видов сообщений, создавать сообщества (группы), отслеживать активность других людей или друзей и тому подобный функционал.

Разнообразие социальных сетей нет предела, однако целесообразно остановиться на типах данных сервисов:

- универсальные (с маркетинговой точки зрения, социальные сети общего формата) - нет какой-то конкретной темы, причины, основания деятельности подобной сети. Чаще всего это инструмент, созданный для общения людей друг с другом, установления новых связей, создания групп и т.п. (ВКонтакте, Facebook и т.д.);

- профессиональные - специализируются не только на развлечениях, играх и прочем, но и в основном как профессиональный инструмент. Данные ресурсы позволяют предпринимателям оперативно налаживать новые связи, предлагать товар или услугу за счет рекламы, получать рекомендации, нанимать новых сотрудников и т.п. (Профессионалы.ru, LinkedIn, XING, Мой круг); данный тип - своего рода профессиональное объединение;

- образовательные - ресурсы для обучающихся во всевозможных учебных заведениях: школьники, студенты. Подобные сервисы позволяют обучаемым проводить научные исследования, получать доступ к учебной литературе, взаимодействовать с преподавательским составом;

- исследовательские - ориентированы на академическую аудиторию. Позволяют ученым заниматься исследованиями как единолично, так и совместно с другими учеными;

- информационные - ориентированы на маркетологов, менеджеров, психологов и тому подобную аудиторию. Дают возможность находить решения повседневных проблем. Информацию можно организовывать в виде советов, написанных профессионалами и экспертами по различной тематике;

- иные типы социальных сетей: разделяются в основном по увлечениям (спорт, кино, музыка), для людей, которые любят животных, природу и т.д. К примеру, социальные сети по интересам Naplink, Soulmater, MySpace, 1-С Битрикс, Last.fm и т.д.

Следовательно, социальные сети стали неотъемлемой частью нынешнего информацион-

ного и телекоммуникационного общества. Основной спецификой практически любого социального сервиса в сети Интернет являются инструменты поиска нужных контактов и установления связей и взаимодействий между людьми. По статистическим исследованиям, к наиболее знаменитым социальным сетям в настоящее время относятся: зарубежные сайты - Facebook.com, Myspace.com, Google+, Twitter, Instagram, Foursquare; российские - ВКонтакте, Одноклассники.ru, МойМир@mail.ru, Мир Тесен!, В кругу друзей, Профессионалы.ru и др.

Как говорилось выше, социальные сети позволяют создавать группы между людьми самого разного социального уровня и статуса, образования, возраста, пола, вероисповедания и т.д. По утверждению психологов, самыми популярными являются именно те социальные сети, с помощью которых человек пытается выразить себя, создать свое виртуальное "я". В таких сетях люди пытаются рассказать о своих талантах, достижениях, а зачастую и о "подвигах", надеясь получить общественное признание и восполнить недостаток повседневного общения. Своего рода самомаркетинг, самореклама⁴. Подчеркнем, что, по мнению многих психологов, социальные сети позволяют больше узнать о человеке, его интересах, проблемах, чем тесты многих компаний.

Социальные сети не просто удобны для общения, работы и творчества, но с их помощью можно снять жилье, купить билет на авиа- или железнодорожный транспорт, заказать себе одежду, собрать людей-единомышленников и провести опрос по всему миру, пообщаться с родственниками, одноклассниками, однокурсниками, соседями и знакомыми.

Все вышесказанное детерминирует следующие выводы, связанные с причинами популярности социальных сетей, количество пользователей которых растет ежедневно в геометрической последовательности, и о тех возможностях, которые ими предоставляются: получение информации от других пользователей этих сетей (в том числе ссылок на различные ресурсы); получение разнообразных идей и взглядов через общение в этих сетях; социальная выгода от контактов (самоидентификация, поиск работы, иные социально полезные связи, создание семьи и т.п.); отдых, времяпрепровождение.

При всех бесспорно имеющихся положительных сторонах социальных сетей в них также существует определенная опасность, и это касается, в первую

очередь, представителей молодой аудитории, которым свойственны наивность, общительность, недусмотрительность, неосмотрительность и неразборчивость в связях (выборе круга общения).

Серьезной проблемой является то, что потенциальный преступник, как правило, достаточно легко получает доступ к вышеуказанным сетям и к профилям (аккаунтам) пользователей социальных сетей. Войдя в эту сеть, он может одновременно осуществлять различные операции в нескольких вычислительных системах, причем возможно совершение дистанционных действий, направленных на информационный объект, находящийся на значительном расстоянии или не имеющий физической привязки к конкретному месту. Определенные операции могут выполняться с мобильных устройств, в то время как их оператор перемещается в физическом пространстве. В данном случае можно говорить о так называемом размывании физического места совершения преступления, нарушении его пространственной локализации⁵.

К сожалению, социальные сети можно считать криминогенной средой. Комфортные условия для распространения преступности всевозможных форм и видов приводят к появлению в данных сетях многочисленных зон общения между преступными элементами. Посредством этих сетей преступники могут собирать информацию о своих жертвах, так как данная информация, как правило, находится в абсолютно свободном доступе. Люди порой не понимают, становясь пользователем той или иной социальной сети, размещая о себе, пусть и не полную, но личную информацию, они создают условия для эффективного отслеживания их места жительства, учебы или работы, периодичности посещения сети, интересов и проблем, имеющихся у пользователя, что может быть использовано недоброжелателями во вред и для нанесения причинителем ущерба.

Также в социальных сетях в последние годы происходит увеличение разнообразных информационных ресурсов, которые имеют явную экстремистскую направленность. Наряду с использованием некоторых радио- и телепрограмм, в сети Интернет создаются соответствующие сайты, а в социальных сетях группы и сообщества, которые организованы преступными элементами и могут использоваться не только для обмена информацией, но и для распространения и популяризации своих националистических, экстремистских идей и образа поведения.

Алгоритм правонарушителей простой. Сначала они занимаются поиском жертвы. Потом завлекают ее (описание способа быстрого обогащения “Вы можете заработать миллион”, “Моя жена зарабатывает 6000 руб. в день” и т.д.) в свою сеть. Затем возникает необходимость в рассеивании подозрения будущей жертвы на основе влияния авторитета (к примеру: “у нас может заработать каждый, было бы желание, мы позиционируем себя как, если что-то смущает, обратитесь” и т.д.), в реальной жизни своего рода запугивание “клиента”, а для мошенников игра. На этом вроде бы и все, жертва предоставляет либо необходимую информацию мошенникам, либо отдает денежные средства, но нет. Однако потерпевший, не обладая необходимыми знаниями, может попасться на “удочку” еще раз, так как мошенники часто раскрывают произошедшее мотивированным объяснением и приводят факты своей невинности. Вспомним маркетинговые приемы продажи пылесосов, коснувшиеся большинство наших городов, в том числе и Краснодар. Представители подобной компании, продававшие данный товар, приезжали к Вам домой и проводили уборку помещения, позиционируя, что их пылесос уникальный и делающий сверхглубокую очистку помещений. Отметим, что стоимость данного товара варьировалась от 90 тыс. руб. до 125 тыс. руб. При всем этом купили Вы его или нет, а десятерых своих знакомых, друзей с их личными данными (телефон, фамилия, имя, отчество) Вы сообщить обязаны. Парадоксально, но покупки в стоимостном объеме колоссальные. Часто при продажах данные фирмы приводят авторитетных клиентов (звезд, государственных служащих и т.д.).

Но указанное лишь малая часть возможностей социальных сетей и Интернета, которыми пользуются преступники. Широкое распространение информации о местах сбыта наркотических веществ, рекомендаций по их изготовлению и потреблению, торговле оружием, распространению всевозможной литературы экстремистской направленности, с призывами к разжиганию межнациональной розни, пропаганды разврата и т.п. - все это стало возможным с помощью сети Интернет. Нередко стало в последнее время распространение на таких знаменитых ресурсах, как Youtube и Вконтакте, разнообразного видео, снятого на камеру мобильных телефонов, с избивением случайных прохожих или несовершеннолетних

детей, а то и насильственных действий, носящих сексуальный характер. Ранее, во время чеченских войн, боевики довольно часто направляли в адреса тех или иных телевизионных компаний видеозаписи с обращениями преступников, жестокими пытками российских военнослужащих и хладнокровными убийствами. Однако для боевиков минусом могло оказаться то, что эти видеоматериалы не выпускают в эфир. Развитие телекоммуникационных технологий дало возможность беспрепятственно выходить в сеть Интернет из любого места планеты и размещать подобные видео на сайтах, в блогах и иных сетевых ресурсах. И чаще всего модераторы не успевают проверить и изъять видео из публичного доступа.

Помимо использования социальных сетей как места размещения разнообразной информации, распространения своих взглядов, призывов к чему-либо и т.п., их зачастую используют как инструмент, посредством которого могут совершаться и совершаются преступления. Характеризуются такие преступления своей скрытностью, сложностью раскрытия, выявления участников, места совершения самого противоправного деяния, используемой при этом техники.

В последнее время сотрудники правоохранительных органов все чаще производят мониторинг социальных сетей с целью поиска преступников, установления обстоятельств преступного деяния, розыска возможных свидетелей и очевидцев. В соответствии с действующим законодательством основными направлениями противодействия экстремистской деятельности являются: принятие профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской деятельности, в том числе на выявление и последующее устранение причин и условий, способствующих осуществлению экстремистской деятельности; выявление, предупреждение и пресечение экстремистской деятельности общественных и религиозных объединений, иных организаций, физических лиц⁶.

Выделим некоторые практические способы и методы противодействия преступлениям экстремистской направленности:

а) перекрытие каналов распространения информации экстремизма, пропагандистского толка, через социальные сети;

б) аргументированная критика тех или иных положений;

в) прямое разоблачение, противопоставление истины экстремистским инсинуациям;

г) распространение правдивой, достоверной информации о тех или иных обстоятельствах;

д) адекватное реагирование на любые пропагандистские акции экстремистских лидеров и объединений.

Мониторинг социальных сетей сотрудниками правоохранительных органов - один из наиболее эффективных способов получения оперативно-значимой информации. К объектам этого мониторинга могут относиться: профили пользователей; высказывания на форумах, в группах, на страницах самих пользователей; отдельные сайты.

Нельзя забывать и о том, что в большинстве случаев особенностью любой регистрации в сети Интернет, будь то: интернет-магазин, форум, социальная сеть, сайт и т.п., является то, что документального подтверждения личности от регистрируемого субъекта не требуется. Большая часть указываемой информации не обязательно будет достоверной полностью или частично.

Обсуждение чего-либо, дискуссии на различные темы, высказывание своего мнения являются довольно привлекательными и для многих людей. Процесс отслеживания интересующей информации представляется возможным различными способами: создание технических препятствий для контактов между лицами; недопущение граждан к участию в общении, отслеживание их по используемым псевдонимам, сетевым адресам, а в случае смены псевдонима и адреса идентификация по стилю и содержанию реплик (большую часть из указанных мероприятий возможно выполнять при помощи оперативно-технических подразделений БСТМ МВД России).

Для разыскания того или иного человека, подтверждения информации о его противоправной деятельности, установления связи с фигурантом сотрудники правоохранительных органов могут производить оперативно-поисковые мероприятия: зарегистрироваться на сайте под псевдонимом, просматривать профиль пользователя, изучать связи лица, его увлечения, предпочтения, интересы; заводить беседы и т.п., получая при этом оперативно-значимую информацию.

Также сотрудникам на основе Федерального закона от 12 августа 1995 г. № 144-ФЗ "Об оперативно-розыскной деятельности" предоставляется возможность получения необходимых сведений с использованием технических средств негласного получения информации. Данные оперативно-технические мероприятия проводятся также подразделениями БСТМ МВД России.

Использовать информацию из социальных сетей как основную в процессе раскрытия и расследования преступлений нельзя, так как наличие каких-либо данных, полученных из Интернета без уголовно-процессуальной составляющей, доказательствами не считаются. Не стоит забывать, что поиск преступников с помощью социальных сетей является второстепенным методом работы для сотрудников правоохранительных органов. Как нами уже упоминалось ранее, человек может зарегистрироваться под чужими фамилией, именем, отчеством и разместить или вообще не размещать на странице собственное фото, быть слишком осторожным, практически ни с кем не общаться, давать о себе минимум сведений, а то и вовсе ничего. Это может навести сотрудников на ложный след, а иногда и вовсе они не получают никакой полезной в расследовании информации. Но и игнорировать подобный способ сбора оперативной информации вряд ли целесообразно.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что сеть Интернет и социальные сети, которые получили большое распространение в последние десять лет, являются серьезным источником разнообразной информации. С каждым днем их пользователей становится все больше. Соответственно увеличивается и количество информации, которую можно использовать.

Борьба с проявлениями экстремизма должна вестись различными способами, как традиционными и в обычном пространстве, так и в пространстве информационном. За счет популярности социальных сервисов повышается вероятность использования их преступными способами, совершения в них или при их помощи различных преступлений. Тем более, что острота конкуренции в социальных сетях возрастает, многие сайты дублируют друг друга, и это ведет к недобросовестной конкуренции⁷.

Мониторинг данных сетей сотрудниками правоохранительных органов - эффективная деятельность по сбору криминалистически значимой информации, но нельзя забывать и о том, что большое количество в них разнообразной информации может привести к перегрузке лишней, ненужной информацией, что, в свою очередь, может тормозить деятельность сотрудника в процессе расследования. Также нельзя забывать и техническую сторону процесса добывания и изучения оперативно-значимой информации, иногда и возможного контроля данных, которые находятся в социальных сетях. Однако рассмотрение оператив-

но-технических мероприятий в рамках данной работы не представляется возможным в связи с тем, что эта информация составляет сведения ограниченного доступа.

Помимо вышесказанного, считаем необходимым отметить, что не только государственные органы исполнительной власти должны бороться с правонарушениями и преступлениями, в том числе экстремистскими и террористическими действиями, но и добропорядочные граждане в реальном и виртуальном пространстве. Пользователи социальных сетей, сайтов, блогов должны быть бдительными и учитывать хотя бы ту малую информационную составляющую, речь о которой пойдет дальше. Во-первых, необходимо посмотреть обратную связь сайта, сети (скайп, емейл, телефон): если имеется физический адрес, то убедиться, что там находится именно данная интернет-компания (можно воспользоваться картами гугл, яндекс, глонасс). Во-вторых, исследовать время существования сайта, сети (часто менялись ли контактные лица и т.д.). В-третьих, посмотреть в доступных источниках правоохранительных служб (сайты МВД, налоговой инспекции, таможенных служб и т.д.) имеющуюся у них информацию о социальных сетях, сайтах и т.д.

Надеемся, что представленная статья будет носить не только теоретический характер, но и послужит практическим трамплином для дальнейших исследований в данной области.

¹ Barnes J.A. Class and Committees in Norwegian Parish Islands // Humanrelations. 1954. Vol. 7. P. 43-44.

² Артимович Д.А., Пузиков В.Г. Социальная сеть как новая форма организации социального пространства // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2012. № 1 (1). С. 70-71.

³ Википедия. Свободная энциклопедия. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть.

⁴ Карташов К.А. Позиционирование продукции как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия // Экономика и предпринимательство. 2013. № 12-2 (41-2). С. 512.

⁵ Ишин А.М. Современные проблемы использования сети Интернет в расследовании преступлений // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. Вып. 9. С. 117. URL: http://www.journals.kantiana/upload/iblock/2ee/Ishin_116-123.pdf.

⁶ О противодействии экстремистской деятельности: федер. закон от 25 июля 2002 г. № 114-ФЗ.

⁷ Воронов А.А., Дегтярев А.Н. Предприятия и банки: конкурентоспособная интеграция. Краснодар. 2002. С. 34-45.