

Карпець А.Ю.*

ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

В статті розкривається поняття «соціальна мережа», аналізуються основні групи правових проблем, які пов'язані з цим явищем і виникають, як на міжнародному рівні, так і на рівні однієї держави.

Ключові слова: соціальні мережі, правове регулювання, інформаційна безпека, конфіденційні дані.

В статье раскрывается понятие «социальная сеть», анализируются основные группы правовых проблем, которые связаны с этим явлением и возникают, как на международном уровне, так и на уровне одного государства.

Ключевые слова: социальные сети, правовое регулирование, информационная безопасность, конфиденциальные данные.

In article is revealed the concept of «social network», the main groups of legal problems which are connected with this phenomenon are analyzed and arise, both at the international level, and at level of one state.

Key words: social networks, legal regulation, information security, confidential data.

Розвиток мережі Інтернет в найближчому майбутньому перетворить мережу в стандартний канал соціальних комунікацій, по якому будуть здійснюватися переважна кількість роздрібних торгових операцій, переказ грошових коштів, будуть виконуватися всі функції зв'язку і мовлення засоби масової інформації. Виникнуть нові соціальні групи, нова ідеологія, сформується новий психологічний образ жителя планети ХХІ століття.

Термін соціальна мережа був введений в 1954 році соціологом з «Манчестерської школи» Джеймсом Барнсом в роботі «Класи і збори в норвезькій острівній парафії». Дана робота увійшла до збірки «Людські стосунки» [1]. Джеймс Барнс розвинув винайдений ще в 30-ті роки підхід до дослідження взаємозв'язків між людьми за допомогою соціограм, тобто візуальних діаграм, в яких окремі особи представлені у вигляді точок, а зв'язки між ними - у вигляді ліній. На цьому підході заснована соціометрія - психологічний метод для з'ясування розподілу ролей в колективі. До 70-х років остаточно сформувався комплекс соціологічних і математичних методів досліджень, які становлять науковий фундамент аналізу соціальних мереж.

В сучасному світі відбувається комунікаційна революція. Використання соціальних мереж в комунікаційних цілях продовжує рости, у той час як роль передаючих ЗМІ, таких як електронна пошта, знаходиться на етапі зниження популярності. Facebook досяг 700 000 000 користувачів у всьому світі і був оцінений приблизно в \$ 50 мільярдів доларів. Пе-

* старший лаборант НДЧ Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Рижков М.М.

редбачуваний дохід від реклами в соціальних мережах досягне, за прогнозами, до 2015 році \$ 8.3 мільярдів. 81% компаній використовує (або планує використовувати) соціальні мережі, щоб збільшити вплив у суспільстві. Сімдесят три відсотки малих і середніх підприємств використовують соціальні мережі в маркетингових цілях.

Соціальні мережі - основна причина, по якій сьогодні зростає кількість часу, проведеного в Інтернеті. До цього висновку прийшли автори дослідження «Never Ending Friend-ing» [2]. Дослідження було підготовлено спільно компаніями «TNS», «Teenage Research Unlimited» і «Marketing Evolution» за дорученням «MySpace», «Carat» і «Isobar». Витяги з нього публікує «eMarketer».

Як виявилось, третина опитаних у віці від 14 до 40 років, які користуються соціальними мережами, збільшили в результаті цього час присутності в Інтернеті. І лише у 8% користувачів, які спілкуються в соціальних мережах, загальний час перебування в Мережі скоротився.

Електронною поштою стали більше користуватися 26% опитаних (менше - 14%), Інтернет-пейджерями - 24% (менше - 16%) [3].

Хоча ті користувачі, які стали більше часу проводити в Мережі, зовсім не обов'язково роблять це за рахунок перегляду телепрограм. Автори дослідження зауважують, що у любителів спілкування в соціальних мережах спостерігається тенденція менше дивитися телевізор. У цьому полягає їх відмінність від тих користувачів, чиє проведення часу в Мережі присвячено не соціальним мережам, а іншим видам інтернет-активності. В середньому любитель соціальних мереж дивляться телевізор приблизно на дві години на тиждень менше, ніж звичайні користувачі Інтернету.

Ключова перевага соціальних мереж - це можливість користувачів заявляти про свої інтереси, розділяти їх з оточуючими і вибудовувати відносини з важливими їх людьми.

Існує багато визначень такого поняття, як соціальні мережі. На думку автора, найбільш чітко відображає суть цього явища визначення, яке дає електронна енциклопедія Вікіпедія: «Соціальні мережі - це електронні мережі для соціальної взаємодії, які мають в своєму розпорядженні найбільш доступні та масштабовані методи публікації [4]. Соціальні мережі використовують мережеві технології, щоб перетворити комунікацію в інтерактивний діалог.

Приклади веб-сайтів та інтернет-взаємодій, які потрапляють під це визначення, включають: LinkedIn, Facebook, Twitter, Digg, Delicious, StumbleUpon, Foursquare, блогові платформи (наприклад WordPress, Drupal, Живий Журнал тощо), Wikipedia, V Kontakte.com, Connect.ua тощо.

Соціальні мережі схожі на всебічну бесіду, яка може проходити з усім світом, або з однією людиною, або, що часто буває, з кількома. Соціальні мережі забезпечують людей механізмами для того, щоб вони мали можливість знаходити спільноти аналогічно мислячих, зацікавлених в певних темах і підтемах людей.

При аналізі механізмів дії соціальних мереж і способів подання та поширення інформації в них виникають унікальні і не мають аналогів у реальному світі специфічні юридичні проблеми [5].

По-перше, це проблеми регулювання електронної комерції. До них відносяться питання укладення контрактів за допомогою соціальних мереж, питання недобросовісної реклами, спаму, проблема оподаткування підприємництва в мережі.

Тематикою наступної групи юридичних проблем в мережі є дотримання авторських прав в мережі. Тут виникають недозволені і такі, що неоднозначно трактуються по законодавству зарубіжних країн і України, питання використання фреймів, посилань, метатегів.

Чергова надзвичайно полемічна проблема соціальної мережі - використання товарних знаків у ній. Саме з цієї мережевої проблеми на Заході вже зараз є велика кількість судових рішень.

Дуже важливою проблемою соціальної мережі є визначення відповідальності провайдерів і власників сайтів за зміст тієї інформації клієнтів і користувачів, що знаходяться на їх серверах. У ряді країн вже прийнято декілька специфічних нормативно-правових актів, що регулюють зазначені відносини і правозастосовна практика має яскраво виражену національну диференціацію, що вступає в протиріччя з всесвітнім характером мережі Інтернет.

П'ятої групою правовідносин, що відбиває специфічність регулювання соціальних мереж, є багатогранні питання інформаційної безпеки, що включають в себе криптографію, шифрування (ці аспекти детально регламентовано в Україні), забезпечення безпеки доступу до даних, охорону інтересів приватного життя (privacy).

До даної групи примикають питання моралі і цензури (як приватної, так і мережевих соціальних груп, а також держав і організацій).

Таким чином, можна зробити висновок про те, що зараз в Україні і в світі спостерігається становлення нової галузі права - права телекомунікацій.

І відразу ж виникає принципове філософське питання про доцільність пріоритету принципу первинності норм реального світу, яке необхідно вирішити якомога швидше.

В Україні вже зараз існує і активно розвивається законодавство у сфері інформатизації, яке включає в себе багато законів (основними можна вважати закони «Про друковані засоби масової інформації», закон «Про доступ до публічної інформації», закон «Про рекламу» тощо.), ряд указів Президента, а також обширний пласт нормативно-правових актів органів зв'язку, інших органів виконавчої гілки влади.

Відсутність міжнародного уніфікованого нормативного регулювання використання соціальних мереж тільки збільшує ймовірність використання інформації не за призначенням.

Незважаючи на те, що на рівні Європейського Союзу була прийнята 24 жовтня 1995 року Директива 95/46 про захист фізичних осіб при обробці персональних даних і про вільне переміщення таких даних, а також інші специфічні документи, які доповнюють і гарантують право на захист даних на рівні Європейського Союзу, більшість постачальників послуг соціальних мереж (наприклад Facebook) постійно проживають за рамками європейського Союзу, так що вона не здійснює вищезазначених своїх функцій регулювання [6].

Таким чином, необхідно створити усьому світі правила, які були б в змозі відповісти на глобальні виклики, які в силу своєї природи зазвичай представляють такого роду мережі. У відповідь на проблеми, яких зазнає людство, і в зв'язку з безпрецедентним зростанням кількості персональної інформації в Мережі, Міжнародна робоча група із захисту даних в сфері телекомунікацій, в ході зустрічі в Римі, а також Європейські органи влади із захисту даних на конференції, яка відбулася в жовтні цього року, проаналізували потенціал небезпек в соціальних мережах для особистого життя. Були створені декілька рекомендацій, яким необхідно слідувати, як користувачам цих послуг, так і творцям соціальних мереж, щоб уникнути правопорушень, або, принаймні, зменшити їх вірогідність.

Відносно рекомендацій, адресованих користувачам соціальних мереж, організаціям та асоціаціям, які представляють їх, вони повинні реалізовувати освітні програми, спрямовані на користувачів, для того, щоб навчити, як захистити свої особисті дані. Заходи, які, на думку експертів, всі користувачі повинні знати і застосовувати, є наступними:

- Перед публікацією особистих даних в мережі, потрібно враховувати те, що інформація профілю та фотографії можуть братися до уваги при працевлаштуванні.
 - Необхідно звертати увагу на діяльність дітей в Інтернеті, особливо на сайтах соціальних мереж. Саме діти використовуються кримінальними елементами для отримання контактних даних та конфіденційної інформації з метою подальшого несанкціонованого використання.
 - Дуже ефективним є використання псевдоніма замість справжнього імені користувача, але тут важливо враховувати той фактор, що навіть в цьому випадку у користувача є лише обмежена можливість контролю над тим, хто може ідентифікувати його, так як треті особи можуть розшифрувати псевдонім за допомогою спеціального програмного забезпечення.
 - Правильне використання соціальних мереж в інтернеті доповнюється відповідальністю провайдерів перед ними. Відповідно з цим твердженням, фахівці в цій галузі рекомендують створення наступних заходів:
 - Говорячи про соціальні мережі, які надають послуги, що діють в різних країнах, власники цих мереж повинні поважати правила конфіденційності країн, в яких вони надають свої послуги, мати дозвіл на таку діяльність національної влади із захисту даних, якщо це необхідно.
 - Надання користувачам прозорості та відкритої інформації про переробку і використання особистої інформації, попередження користувачів, у зрозумілій формі, про інформацію про потенційні наслідки розкриття своїх особистих даних у профілі, про загрози безпеки, а також про можливі правові доступи до особистої інформації третіх осіб.
 - Поліпшення користувацького контролю над використанням членами спільнот власних даних профілю.
 - Створення та підтримка умов, в яких конфіденційність користувачів за умовчанням знаходиться в пріоритетних завданнях творців соціальних мереж.
 - Поліпшення та підтримку безпеки своїх інформаційних систем і захисту користувачів від незаконного доступу до їх профілів.
 - Наявність швидкого і легкого алгоритму анулювання користувацького членства, видалення його профілю і всієї інформації, опублікованої в мережі.
 - Прийняття належних заходів з метою запобігання «глобального пошуку» даних профілю третіми особами.
 - Користувацькі дані профілю можуть бути вивчені з метою ділового співробітництва тільки за умови попередньої згоди користувачів. Відсутність індексації профілів за замовчуванням має основним пріоритетом.
- Глобальний характер спорів, викликаний активним збільшенням користувачів соціальних мереж, припускає, що єдині правила повинні бути розроблені на міжнародному рівні і узгоджені з основними провайдерами соціальних мереж.

Список використаних джерел

1. Путеводитель по социальным сетям Интернета//Статьи: история появления термина «Социальные сети» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.social-networking.ru/article/social-networking-term-history>.
2. MediaRevolution// Больше времени на общение [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://mediarevolution.ru/audience/behavior/730.html>.

3. Legal issues in social networking [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.millercanfield.com/media/article/200120_LEGAL%20ISSUES%20IN%20SOCIAL%20NETWORKING.pdf.
4. Wikipedia// Social Network [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network.
5. Дмитрий Романов. Правовые проблемы социальных технологий [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://pravo.ru/review/view/60122/>.
6. David Navetta. The Legal Implications of Social Networking: The Basics (Part One) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.infolawgroup.com/2011/06/articles/social-networking/the-legal-implications-of-social-networking-the-basics-part-one/>.