

Плюсы и минусы информационно-электронных источников данных о человеке

Петров Александр Арсеньевич
доктор экономических наук, профессор
Московский государственный юридический
Университет имени О.Е.Кутафина. Москва
palar-1@bk.ru

Pros and cons of electronic information sources person data

Petrov Alexander Arsenievich
Doctor of Economics, Professor
Moscow State Law
University named after O.E. Kutafin. Moscow
palar-1@bk.ru

Аннотация

В работе рассматриваются аналоговые и виртуальные информационные источники, из которых можно собрать необходимые данные о любой организации и человеке, его увлечениях, интересах, семейном положении, работе, политических взглядах и отношении к власти. Виртуальное пространство - это также безграничная среда общения, среда новых друзей и разочарований, среда для выброса накопившихся эмоций и негатива. Это также емкие источники о рыночной деятельности и финансовом положении компании, ее топ менеджерах, ведущих акционерах и собственниках.

Ключевые слова.

Скоринг, цифровой профиль, кредитная история, смартфон, смарт ТВ, социальные сети.

Annotation

The work considers analogue and virtual information sources, from which it is possible to collect the necessary data about any organization and person, his hobbies, interests, marital status, work, political views and attitude to power. Virtual space is

also a limitless communication environment, an environment of new friends and disappointments, an environment for the release of accumulated emotions and negativity. These are also capacious sources about the market activity and financial position of the company, its top managers, leading shareholders and owners.

Keywords.

Scoring, digital profile, credit history, smartphone, smart TV, social networks.

1. Информационная история.
2. Государственные органы.
3. Банковская «кредитная история».
4. Скоринговая система.
5. Поисковая система Яндекс
6. Биометрические технологии и скоринг
7. Транзакционный скоринг.
8. Оператор фискальных данных.
9. Единый государственный реестр юридических лиц.
10. Национальный реестр профессиональных корпоративных директоров.
11. Инструменты ЧПР и окружающая среда человека
12. Цифровой след
13. Смартфон
14. ПК
15. Домашний телевизор – интеллектуальный Smart TV
16. Системы видеонаблюдения
17. Социальные сети
18. Пользователь
19. Аккаунт
20. Профиль пользователя
21. Никнейм
22. Цифровой профиль юридических лиц

23.Аватар

24.Чипирование

Информация о личности, как и о коммерческой организации (любая компания – это прежде всего люди) представляет приносящий прибыль капитал, в доступе к которому по разным причинам заинтересованы коммерческие и некоммерческие, государственные и частные организации. Персональные данные о человеке (рядовом гражданине, менеджерах высшего, среднего и низшего звена, собственниках) в цифровом мире давно стали ликвидным товаром. Стоимость этого товара растет с ростом его качества – с ростом объема собранной самой разнообразной информации.

Правильно организованная работа с открытыми и доступными источниками информации позволяет определить финансовое положение компании/конкурента, ее намерения и направления будущих инвестиций, конкурентные преимущества, выяснить корпоративную культуру компании, её иерархическое построение.

Собранная по крупицам разнообразная и разносторонняя информация из многочисленных различных источников, сведенная в единую систему, позволяет составить полный портрет человека с его предпочтениями, наклонностями и морально-психологическими качествами. И как в Китае оценить в баллах положительные и отрицательные качества человека, чтобы принять решение о пользе или ненужности данного лица, выяснить направления взаимодействия и сферы контактов с ним.

Все источники информации можно сгруппировать в два раздела: 1) официальные источники – государственные органы и учреждения, уполномоченные собирать и фиксировать индивидуальные данные о личности и данные об организациях; 2) частные и государственные организации, собирающие и фиксирующие индивидуальные данные о личности и организациях в ходе своей деятельности и активности самого индивида.

Главными информаторами выступают очень обычные, привычные и крайне необходимые каждому из нас вещи и услуги: прежде всего сам человек; его жизненная активность в виртуальном и реальном мирах; гаджеты, которыми человек пользуется, и различные девайсы, которые окружают человека. Не следует забывать, что в современном мире любое интеллектуальное устройство в доме, офисе, учреждении, на улице может стать потенциальным окном в частную жизнь человека. По мере интеллектуального развития техники Человек все больше и больше нуждается в абсолютном и всеобъемлющем запрете на использование его персональных данных, собираемых различными умными устройствами в рекламных, маркетинговых и иных целях. В современном мире человек становится открытой и доступной книгой для чтения.

Современная умная техника, умный дом облегчают жизнь человека, создают уют и комфорт. В то же время все имеет и обратную сторону - круглосуточная слежка, когда человек пришел и ушел, постоянное прослушивание и вся эта информация о личной жизни человека, семьи где-то хранится и куда-то отправляется, но неизвестно с какой целью – на благо человеку или в ущерб ему.

Цифровизация общества сопровождается ростом числа информационных источников, каждый из которых содержит не только повторяющуюся информацию, но содержит также конкретную информацию в соответствии с профилем создавшей его системы.

Человек нуждается в личном пространстве и вторжение в его частную жизнь нарушает комфортность этой жизни и нередко вызывает стресс.

Человек стремится защитить свой внутренний мир от внешнего проникновения. Но как это ни странно именно сам человек открывает вход посторонним в этот сокровенный мир, поскольку сам человек является

многосторонним и разнообразным источником информации о себе. И эта информация, однажды выложенная человеком, как во время коронавирусной самоизоляции некоторые звезды шоу-бизнеса выплескивали в сеть свое видео в неглиже, может всплыть спустя десятилетия в самый неподходящий момент и нанести удар по репутации автора. Такими источниками о себе выступают: 1) личные аккаунты в соцсетях, блоги, 2) контактная информация: смартфон, рабочий и домашний телефон, домашний и рабочий адрес, 3) фото-видео изображения, 4) коммуникации: электронные письма, звонки, посты, смс-сообщения, 5) финансы: доходы, расходы, 6) активность: интернет и соцсети (лайки, используемые приложения), виртуальный и реальный мир (путешествия, посещаемые места, занятия), 7) ФИО, никнейм – уникальное, не повторяемое как в реальной жизни имя человека в интернете, которое он сам создает, 8) документы: паспорт, удостоверение личности, водительское удостоверение, страховое свидетельство о государственном обязательном страховании, ИНН, документы об образовании, 9) связи с другими людьми, круг друзей, знакомых и коллег, 10) интернет-активность, аккаунты в интернет-сервисах, личный email, корпоративный email, опубликованные материалы (презентации, фото, видеозаписи), 11) биографические данные: место и время рождения, школа, университет, семья, работа, смена работы, служба в армии.

Важным источником информации о себе является «добровольное» согласие человека на обработку персональных данных при обращении в интернет-магазин, в организации здравоохранения и образовательные учреждения, визовые центры.

Информационная история.

С развитием интернета и соцсетей все больше информации не только остается, но накапливается о каждом из нас, формируя информационную историю о человеке/предпринимателе/организации. Из информационной истории, во-первых, можно считать все официальные данные о человеке (ФИО, дата и место рождения, семейное положение, образование, место работы),

почтовый адрес и e-mail, его деловую активность и активность в соцсетях, круг общения и интересов, платежеспособность; во-вторых, если речь идет о коммерческой организации, можно выяснить её деловых партнеров и деловые связи, определить её конкурентоспособность и место на рынке, аккуратность уплаты налогов и сборов, взаимоотношения с государственными органами и госслужащими.

Государственные органы, в том числе силовые структуры, налоговая система, единый государственный реестр юридических лиц, здравоохранение, система социального обеспечения, система образования, управляющие компании, банковская система, госстрах обладают официальной информацией о человеке: ФИО, год и место рождения и работы, регистрации, реального проживания, семейного положения, доходах, собственности, политической позиции, имеет загранпаспорт или нет, отдыхает за рубежом или на Родине. Часть этой информации человек предоставляет сам при заполнении различных документов, часть собирают соответствующие структуры. Электронная медицинская книжка пациента обновляется (при необходимости) и пополняется врачом при посещении медучреждения и сопровождает человека на протяжении всей его жизни. Налоговые органы также на протяжении всей жизни человека имеют постоянно обновляемые данные о его доходах, их динамике, источниках и собственности/недвижимости человека, всех изменения в доходах и собственности/недвижимости, адресах регистрации собственности/недвижимости и смены адресов. По этим данным уже можно составить портрет человека и компании. Динамика данных налогового ведомства о юридическом лице позволяет определить его финансовое состояние.

Банковская «кредитная история»

Банки используют кредитную историю для снижения риска своей финансовой активности, что связано с необходимостью получить максимум

информации, во-первых, о платежеспособности потенциального заемщика, оценив его прошлое и текущее финансовое состояние, и, во-вторых, о его кредитоспособности, оценив возможности будущих обязательств заемщика, включая риски невозврата кредитных средств.

Кредитная история клиента показывает его кредитные обязательства и возможности их обслуживания, аккуратность или задержки погашения кредита, платежную дисциплину клиента по бытовым и обязательным платежам, задолженности, в том числе по алиментам. Оценка кредитного рейтинга, известная в финансовом мире как *affinity risk* - риск связанности, проводится на основании близкого окружения, деловых и партнерских связей клиента. Сегодня система риска связанности известна как программа «приведи друга».

Банк-клиент – это двусторонняя связь. Банк собирает, анализирует, использует информацию о клиенте, но клиент может ознакомиться с информацией, которой обладает банк о нем, в отчете «Кредитный рейтинг», содержащим перечень данных: 1) персональные данные, 2) кредитные счета, 3) выступает или нет поручителем по обязательствам третьих лиц, 4) платежный статус на данный момент, 6) сведения о просроченных текущих и прошлых платежах, 7) данные паспорта, 8) адрес регистрации и проживания, 9) адрес временной регистрации, 10) информация о судимостях, 11) информация о возможном розыске клиента, 12) результат проверки по ЕГРЮЛ, 13) сведения об «административке», 14) состоит или нет проверяемый в наркоучете, 15) информация о нарушениях ДТП, 16) числится или нет в «черных списках» кредитных организаций, 17) правильно или нет указано название и адрес организации, в которой работает, 18) проверка и подтверждение адреса организации, 19) проверка и подтверждение телефона и email организации-работодателя, 20) информация о текущем положении организации, 21) налоговые нарушения организации, 22) числится или нет в «стоп-листах» финансовых учреждений, 23) информация о реальном статусе генерального директора или он зиц-председатель и может быть дисквалифицированный

руководитель, 24) исполнительное производство в организации (если есть), 25) информация из государственных реестров (ЕГРЮЛ и ЕГРИП).

В Китае банки используют камеры с технологией распознавания лица для определения степени надежности клиента, исходя из принципа: лицо скажет правду.

Современный клиент прежде чем провести услугу изучает конкретные предложения и с учетом полученного результата выбирает банк, более того исходя из финансовой обстановки закрывает счет в одном банке и открывает счет в другом, а не как раньше пользовался услугами известного ему банка. Как видим, поведение клиента также кардинально меняется.

Скоринговая система

С развитием интернета и соцсетей система «кредитная история» дополняется скоринговой системой (скоринг – англ. score, scoring – счет. набрать очки), которая через соцсети и мобильных операторов аккумулирует всесторонние масштабные данные о клиенте. Скоринговая система формирует скоринговый портрет действующего и потенциального клиента, позволяя банку отследить по его банковской карте: 1) финансовое поведение клиента, его инвестиции, сбережения и накопления, траты и образ жизни; 2) платежи и расходы за границей; 3) его профиль и активность в соцсетях; 4) получить информацию от мобильных операторов и налоговых органов; 5) семейное положение, 8) образование, 9) где и кем работает, 10) откуда едет на работу и куда возвращается после работы – в фитнес-клуб, на встречу с друзьями, на концерт; ...

Используя данные от операторов и систем платежей, кредитные организации знают о том, сколько (потенциальный) клиент тратит на сотовую связь и бывает ли за границей. Эти сведения позволяют рассчитать доходы потенциального клиента.

Наряду с банковским скорингом применяют также психометрический скоринг, позволяющий определить с определённой вероятностью склонности, основные качества и паттерны (модель, стиль) поведения личности.

Источниками скоринговых данных для формирования морально-этического, психологического и репутационного портрета гражданина являются: 1) интересы и предпочтения человека, уровень его образования и в каком учебном заведении обучался, 2) работа, должность, стаж на последнем месте работы 3) семейное положение, 4) наличие недвижимости и транспортных средств, 5) интернет-информация, 6) онлайн активность и сайты многочисленных коммерческих организаций, 7) финансовые онлайн операции и электронные кошельки, 8) биометрические данные, 9) интернет и социальные сети, 10) онлайн-бухгалтерия, 10) госорганы, 11) сотовые операторы, 12) статистические веб-сервисы, 13) сервисы доставки, 14) геосервисы, 15) интернет-магазины и курьерская доставка, 16) турагентства, 17) транспортные системы, 18) SMART-камеры наблюдения, оборудованные программным обеспечением с искусственным интеллектом и технологией распознавания лиц, 19) всевозможные SMART-устройства, включая SMART-телевизоры.

Построить полную защиту личной жизни от всевидящего ока невозможно. В правовой защите конфиденциальности личной жизни всегда найдутся лазейки.

Скоринговая модель, как любое явление, имеет положительную и отрицательную сторону. Вторжение в личную жизнь – это уже супер минус, передача собранной информации коммерческим компаниям – двойной супер минус, а передача данных о пользователях спецслужбам – супер минус в n-ной степени, но последнее имеет также и сверх положительный эффект – борьба с терроризмом и предотвращение терактов.

Централизованное применение скоринг-технологий существенно снижает объёмы мошенничества в банковско-страховой финансовой индустрии. Постоянное использование скоринг-технологий выступает основой их совершенствования.

В настоящее время различные модели кредитных скорингов способствуют развитию информационной инфраструктуры оценки действующих и потенциальных клиентов, применяются активно в здравоохранении и службах знакомств, а также при оценке клиента в системе автострахования и аренды жилья, приеме на работу и предоставлении услуг сотовой связи. В агрегированной информации нуждаются торговые платформы, которые формируют собственные информационные системы оценки возможных клиентов. Параллельно решается проблема унификации информации, поступающей из различных источников, а также обеспечения её достоверности и объективности.

В развитых странах действует система кредитного скоринга, содержащая информацию о потенциальных клиентах. В США система кредитного скоринга не сумела предотвратить кризисы ликвидности 2008 г. и 2019 г. и рост кредитной задолженности населения. В середине 2019 г. задолженность населения США составила 13,86 трлн.долл. против 9, 29 трлн.долл. в 2008 г.[1]

Скоринговая система – не безупречна. В ее распоряжении находится только та информация, которую сообщает о себе пользователь. И эта информация может быть не достоверной. Программа Facebook и других соцсетей учитывают эту болевую точку и анализируют частоту, качество, активность и постоянство связи потенциального заемщика с его контактерами. Это значит выделение из обширного круга контактеров небольшой наиболее активной группы, анализ кредитной истории членов группы и определение кредитного рейтинга по принципу: скажи, кто твои друзья, и я скажу, кто ты.

Поисковая система Яндекс

Первоначальное происхождение от англ. **Yet Another iNDEXer** – аббревиатура **YANDEX** - «еще один индексатор», осуществляющий поиск ответов в интернете с учетом русской морфологии. Позднее было принято

решение заменить русской буквой Я латинскую букву Y и получили YANDEX (Яндекс).

В России крупнейшая технологическая и поисковая IT-компания «Яндекс» совместно с бюро кредитных историй «Эквифакс» и Объединенным кредитным бюро (ОКБ) запустили совместную программу «Интернет-скоринг бюро», позволяющую оценить кредитные риски, кредитоспособность и платежеспособность физических лиц. В данной программе «Яндекс» работает с большим объемом агрегированных и обезличенных статистических данных о своих пользователях. Получив запрос, «Яндекс» на основе анализа постоянно обновляемых аналитических признаков предоставляет по данному запросу только скоринговую оценку без предоставления конфиденциальной информации. Работники компании также не знают по какому конкретному пользователю был сделан запрос.

Агрегированные и обезличенные данные обрабатываются автоматически алгоритмами, находясь исключительно в закрытом, защищенном контуре «Яндекса». В аналитических моделях используется более тысячи разноплановых признаков. По итогам анализа выдается только одно число — результат скоринговой оценки, имеющий рекомендательный характер и для использования исключительно в маркетинговых целях. Данные пользователей не передаются третьим лицам.

Не следует сбрасывать со счетов возможность хакерского взлома, продажу сотрудниками данных заинтересованным лицам.

Биометрические технологии и скоринг

Наиболее надежную информацию предоставляют скоринговые биометрические технологии. С одной стороны, они надежно защищают данные человека, с другой стороны, сами являются источником персональных данных. Каждый человек обладает только ему присущими биометрическими признаками, представляющими отличительные четкие, индивидуальные, биологически обусловленные характеристики только этого человека. Можно

допустить некое совпадение отдельных признаков, но не их комплекс. Двух людей с одинаковым набором биометрических признаков нет. Можно получить отдельные биометрические признаки: снять отпечатки пальцев, на 3D-принтере напечатать сетчатку глаза, но получить весь комплекс биометрических признаков невозможно.

Применение системы скоринга и биометрических технологий является сегодня непробиваемой (сверхнадежной) защитой во всех сферах жизнедеятельности человека и бизнеса. Система биометрического скоринга не перепутает личность и выделит информацию именно о нужном человеке. Сегодня эта система широко применяется в программах безвизового режима. В частности, Россия имеет соглашения безвизового режима с 116 странами. США имеют аналогичные соглашения с 27 странами при обязательном наличии биометрических документов. Непробиваемость явление временное. Технологии взлома развиваются и однажды спустя 10-15 лет сверхнадежная защита перестанет быть таковой.

В России согласно правительственной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» с 2018 года действует Единая биометрическая система, распознающая личность человека по изображению и голосу. Биометрические технологии позволяют измерять уникальные неповторимые характеристики отдельно взятого человека.

На основе интеграции биометрических и скоринг-технологий система открывает человеку, прошедшему регистрацию и сдавшему биометрические данные, удаленный доступ к банковско-кредитным услугам.

В банковско-кредитной индустрии благодаря применению биометрических технологий человек оставляет такие биометрические данные, как: 1) отсканированные отпечатки пальцев, 2) геометрию руки, 3) «голосовые слепки», которые сопоставляются с его речью, 4) сканирование сетчатки глаза, 5) динамику воспроизведения подписи или рукописного ключевого слова, 6)

отсканированное лицо и фото, 7) ДНК, 8) рисунок вен. Эти биометрические данные банковско-кредитные институты применяют при работе с действующими и потенциальными клиентами.

Биометрические технологии гарантируют более совершенную систему защиты финансов по сравнению с ПИН-кодом и СМС от банка. Голос, лицо, рисунок вен позаимствовать или украсть нельзя, это уникальная собственность каждого отдельного человека. Сбор биометрических данных – это очень деликатный вопрос, поэтому осуществлять можно только по согласию человека.

По мере совершенствования инструментов ЧПР все шире внедряются нейронные и ИИ-технологии. Нейронная сеть – это уникальная система нейронных связей в мозгу отдельного индивида, которая уже в 2030-2040-годах будет использоваться наряду, а возможно и вместо отпечатков пальцев для идентификации личности.

Биометрические и скоринговые технологии и система нейронных связей получили дополнительный импульс с развитием Data Science или дата сайенс в профессиональном сообществе.

Транзакционный скоринг

Набирает популярность в финансовой индустрии транзакционный скоринг, позволяющий банкам собирать и оценивать помимо доходов клиента, обратившегося за кредитом, также движение денежных средств на его счетах, категории его трат при оплате банковской картой и характер его расчётов с компаниями и организациями.

В России банки с согласия клиента могут запрашивать юридически значимую информацию о клиенте у государственных органов, например: ИНН, данные об уплаченных налогах, налоговой задолженности, его транспортных средствах и недвижимости. Данная информация уточняет характеристику клиента, обеспечивает повышенную точность оценки его кредитоспособности и позволяет снизить риски. Тем не менее задолженность россиян перед банками

растет. За 6-летний период (2014-2019) она выросла на 7,5 трлн.руб. и на конец 2019 г. составила 17,425 трлн. руб.[5]. Причина роста задолженности связана с развитием ипотечного кредитования и стремлением банков расширить свою клиентскую базу.

Оператор фискальных данных

Система «оператор фискальных данных» (ОФД) позволяет налоговому ведомству собирать и контролировать финансовые операции, включая оптовые и розничные сделки в режиме реального времени.

Запуск программы оператора фискальных данных позволяет оператору фискальных данных как юридическому лицу получать через Интернет в режиме онлайн с закреплённой за ним контрольно-кассовой техники (с касс) данные о всех осуществляемых финансовых операциях и после их обработки направлять в налоговое ведомство и одновременно отправлять чеки покупателям в режиме реального времени. Система ОФД ставит под контроль бюджет домашних хозяйств. Одновременно стимулирует развитие онлайн-сервисов и мобильных приложений в области контроля расходов, а также стимулирует управление семейным бюджетом. В целом у налоговой службы возрастают возможности собирать и контролировать фискальную информацию, получаемую от официальных операторов фискальных данных. Система ОФД охватывает оптовую и розничную торговлю и ее эффективность зависит от возможности маркировки продукции.

Фактически создана система абсолютного контроля за уплатой налогов с официальных сделок. На данный момент резко ограничены возможности увода доходов (прибыли) от налогообложения как юридических, так и физических лиц.

Экс руководитель Федеральной Налоговой Службы, а с 2020 г. глава правительства России за десятилетие успешного руководства создал одну из самых эффективных налоговых систем, которую изучают в других странах, и

этот опыт он может перенести на вся страну. За десять лет налоговые поступления в бюджет удвоились [7].

На середину 2019 г. было официально зарегистрировано 21 ОФД, среди которых выделяются Билайн, Яндекс, Энергетические системы и коммуникации, Вымпел-Коммуникации, МультиКарта, Информационный центр. Лидером является «Платформа ОФД».

Единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ) - федеральный информационный ресурс, содержащий общие систематизированные сведения о юридических лицах, осуществляющих предпринимательскую деятельность на территории России.

Ведение реестра осуществляется Федеральной налоговой службой России.

В Реестре содержатся: 1) записи о государственной регистрации при создании, реорганизации, ликвидации юридического лица; 2) записи о государственной регистрации изменений, вносимых в учредительные документы юридического лица; 3) записи об изменении сведений, содержащихся в государственном реестре, в том числе в связи с ошибками, допущенными регистрирующим органом; 4) документы, представленные в регистрирующий орган.

Записи в ЕГРЮЛ осуществляются в хронологическом порядке. Каждой записи соответствует государственный регистрационный номер (ГРН). Номер первой записи в ЕГРЮЛ является основным государственным регистрационным номером (ОГРН). Реестр ведётся на бумажных и электронных носителях. При несоответствии между записями на бумажных носителях и электронных носителях приоритет имеют записи на бумажных носителях.

Сведения и документы, содержащиеся в ЕГРЮЛ, являются открытыми и общедоступными за исключением отдельных персональных данных о физических лицах.

По запросу заинтересованного лица регистрирующий орган обязан предоставить сведения и документы, содержащиеся в ЕГРЮЛ.

Национальный реестр профессиональных корпоративных директоров (НР ПКД) - объединяет и координирует деятельность лиц, действующих или планирующих свою деятельность в качестве членов советов директоров компаний, с целью обеспечения расширения масштабов деятельности НРПКД, закрепления высокого профессионального статуса его членов, совместной защиты их репутации и иных законных интересов, что соответствует интересам развития российских компаний, акционеров и национальной экономики в целом.

Главной целью НРПКД является внедрение лучших стандартов корпоративного управления в практику работы советов директоров и обществ для роста инвестиционной привлекательности, снижение инвестиционных рисков и роста капитализации обществ.

Инструменты ЧПР и окружающая среда человека

С развитием цифровых технологий использования обширной интернет-информации, включая социальные сети и сайты многочисленных коммерческих организаций и компаний, а также информации сотовых операторов и госорганов, имеется возможность наряду с оценкой финансового благополучия клиента (как юридического лица, так и физического) составить его морально-этический, психологический и репутационный портрет, спрогнозировать его личную и семейную жизнь, его карьеру, определить еще в утробе его будущие болезни с точностью от одного дня до нескольких месяцев. С совершенствованием ИИ-технологий и нейросетей эти возможности многократно возрастают и позволяют детально определять потенциальные возможности клиента, прогнозировать и управлять его будущим, в том числе и его финансовым поведением.

Цифровой след

Заходя как в интернет с целью посмотреть события дня, найти нужную информацию, посмотреть афишу или расписание, заказать билет, так и гуляя по соцсетям с намерением выплеснуть накопившиеся эмоции, пообщаться с виртуальным сообществом, поделиться впечатлениями, показать фотографии о недавно проведенном фестивале, отдыхе, все это оставляет цифровой след о человеке. По сохраняющимся цифровым отпечаткам о человеке можно узнать значительно больше, чем он хотел бы. Сегодня все эти цифровые отпечатки попадают в досье личности цифрового профиля гражданина (юридического и физического лица) и создают основу для формирования и обновления цифрового портрета человека и компании.

Источником информации для цифрового профиля становится любая активность человека в интернете и соцсетях: посты, блоги, лайки, фотографии, рисунки, онлайн-заказы,... Все движения потребителя всегда оставляют цифровой след, цифровой отпечаток. Не вся собираемая информация носит открытый характер. К банковским и медицинским данным доступ имеет собственно носитель-владелец и оператор этих данных. Вся эта информация отражает характер человека, его интересы и предпочтения. Обработка этих цифровых данных позволяет сформировать поведение человека, его склонности и способности, его поведение и действия в реальной мире, т.е. виртуальный цифровой мир конкретного человека можно спроецировать в реальном мире, спрогнозировать его действия в реальном мире.

Эти данные нужны силовым структурам для предотвращения терактов, банковскому сектору для определения платежеспособности потенциального заемщика, торговым сетям для понимания своего потенциального покупателя, государственным структурам для определения отношения/лояльности той или иной социальной группы и населения в целом к власти и её действиям.

По словам Генерального директора Tazeros Global Systems Артура Хачуяна цифровой профиль конкретного человека формируется на 40% из данных о самом человеке и 60% представляют данные его окружения [6].

Алгоритмы могут собрать и собирают объемную информацию о пользователе даже по одной его фотографии в соцсетях, используя, как уже отмечалось, сделанные им заказы билетов онлайн и интернет-покупки, лайки и посты. Алгоритмическая обработка больших данных показывает не только то, что произошло, а показывает все альтернативы развития события. Ошибки возможны. Алгоритм – это то, что в него вложил разработчик, поэтому он отражает поставленные задачи. Возможные ошибки и искажения информации могут нанести непоправимый ущерб как личности, так и организации.

По словам социолога и эксперта Московского центра Карнеги Константина Гаазе, новая этика как продукт нового цифрового общества включает два взаимосвязанных политических требования: 1) человек должен иметь доступ к своим данным в цифровом профиле; 2) человек должен разбираться и понимать принципы работы алгоритмов [6]. К этому следует добавить право человека 1) контролировать сбор данных о себе, корректировать эти данные и стирать их при необходимости; 2) знать собирателя/оператора данных о нем; 3) защищать свою репутацию в случае системной ошибки и/или нарушения кибербезопасности.

Сдерживающим фактором развития цифрового сбора данных и их последующей алгоритмизации может стать нормативно-правовая база в области конфиденциальности данных – персональных данных

Смартфон становится частью и продолжением человека, новым имплантированным в его повседневную жизнь искусственным умным органом. Смартфон как шпион круглосуточно отслеживает наше передвижение, покупки, платежи, переводы, контакты, круг близких друзей и знакомых, деловые контакты. По номеру смартфона можно выяснить имя и фамилию, место работы и жительства, состав семьи, круг друзей, имена коллег, примерный уровень дохода.

Мобильные устройства отслеживают своих владельцев, их контакты, передвижения и их окружение.

Установленные приложения в смартфоне передают данные о местоположении и времени передвижения владельца.

Пароли, почта, личная переписка — все это ваш телефон может тихонько «подслушать» и передать на центральный сервер, информацию с которых можно купить. И чем больше аккумулировано персональной информации о человеке, тем выше ликвидность этого информтовара.

Вся техника с камерами – смартфоны, ноутбуки, планшетники, смарт телевизоры – снимают фото и видео о владельцах, их поведении, общении и отправляют на удаленные сервера.

Установленные на смартфоне нередко без согласия собственника приложения могут даже при выключенном или заблокированном экране делать фото и видео и отправлять их на отдаленный сервер. По отснятым и пересланным фото можно определить местонахождение владельца гаджета.

В отличие от владельца мобильник постоянно на чеку, всегда слушает и всегда определяет местоположение владельца, делает снимки даже когда не активен и автоматически отправляет все эти данные на центральный сервер. Все подключения к беспроводным сетям передаются на сервер, а по времени-графику подключения к Wi-Fi с учетом установленной в мобильнике геолокации несложно определить место времяпровождения владельца. Столь необходимое приложение геолокации сохраняет в памяти смартфона все вызовы и передвижения, копии которых передаются на центральный сервер.

Факт постоянного мониторинга приватной информации владельца гаджета подтверждает появление конкретной рекламы, отвечающей текущим нуждам владельца.

Многие модели установленных в смартфонах камер запрограммированы делать снимки находящихся рядом людей через небольшие промежутки времени и соответственно отправлять их на центральный сервер.

Установлена или нет переадресация на смартфоне владелец может не знать, также как не знает адрес переадресации вызовов и СМС. Набрав #21# и #62# можно узнать соответственно подключена переадресация или нет и куда с Вашего смартфона переадресуются вызовы и СМС.

Хранить пароли от e-mail и пин-коды банковских карт в заметках небезопасно, поскольку получивший доступ к этим заметкам может воспользоваться данной информацией.

Поставить точку смартфоному беспределу можно только вынув батарею из него. Но сегодня почти все современные мобильники имеют несъёмную батарею.

ПК – это не просто «железо», это прежде всего операционная система, которая следит за интернет-деятельностью пользователя и передает всю собираемую информацию на главный компьютер владельца операционной системы. Деятельность подобного шпиона можно проиллюстрировать на примере операционной системы Windows 10 - через учетную запись Microsoft

- 1) отслеживает поведение пользователя в Интернете, включая местоположение, круг интересов,
- 2) анализирует посещаемые веб-сайты и сканирует загруженные файлы,
- 3) собирает данные о местоположении, просматривает веб-контент, получает доступ к приложениям,
- 4) идентифицирует приложения с помощью рекламного идентификатора и отправляет информацию в Microsoft,
- 5) отслеживает недавно используемые файлы и папки,
- 6) запоминает открываемые файлы и часто используемые папки,
- 7) через встроенного клавиатурного шпиона отправляет все нажатия клавиш в Майкрософт.

Интернет и компьютер открыли соцсети, которые следят за человеком, отслеживают, собирают и анализируют о нем собранную и постоянно обновляемую информацию.

Домашний телевизор – интеллектуальный Smart TV

В отличие от смартфона, планшета, ПК, которые в основном собирают и передают информацию только о своем владельце, домашний телевизор охватывает всю семью, собирая локальную статистику о семейном укладе, интерьере и взаимоотношениях в семье. Домашний телевизор превратился из окна в мир в своеобразного медиа-шпиона, открыв окно в частную жизнь человека.

Современная умная техника, умный дом облегчают жизнь человека, создают уют и комфорт, но в то же время незримо вторгаются в его частную жизнь, следят и собирают локальную информацию и передают производителю, который продает её заинтересованным лицам.

Относительно недавно в законодательном собрании американского штата Калифорния разгорелась ожесточенная борьба вокруг законопроекта, обязывающего производителей интеллектуальных телевизоров с функцией Smart TV и голосовым управлением четко и однозначно информировать пользователей о том, что все их разговоры перед экраном ТВ могут прослушиваться, записываться и передаваться, в частности, для продажи рекламы.

Современные умные телевизоры с выходом в интернет могут собирать и анализировать значительный массив данных – о воспроизводимом на smart-TV контенте, поисковых запросах телезрителя, загружаемых и запущенных телезрителем приложениях, предлагать обновление уже установленных приложений, а также запоминать и анализировать нажатие определенных кнопок на пульте – и на основании собранных данных и информации о геоположении телепользователя подбирать рекомендованный контент. И даже при отключении этой шпионской функции Smart TV продолжает собирать информацию.

Установленное на интеллектуальных Smart TV программное обеспечение не только собирает и передает персональную информацию о телезрителях, но

также перехватывает Wi-Fi соединения, узнает, что телезритель ищет в интернете.

Веб-подключение, Интернет-приложения, обмен данными, технологии просмотра и масса других возможностей превратили интеллектуальные Smart TV в главный источник персональной и семейной информации о потребителях для рекламы, изучения потребительских приоритетов в просмотре телепередач и манипуляций по совершенствованию потребительского опыта в форме всплывающих окон и другой рекламы, которые довольно точно совпадают с интересами телепользователя.

Современные интеллектуальные Smart TV могут создавать профили своих телезрителей, с их специфическими предпочтениями, индивидуальными интересами, возрастом и профессией и даже доходами и продать их рекламным компаниям, которые отправляют на smart TV целенаправленное содержимое и контекстную рекламу.

Системы видеонаблюдения, встроенные в монитор компьютера и в домашний телевизор, осуществляют постоянное наблюдение за человеком в его семейном кругу и за членами его семьи, показывают интерьер дома, квартиры, в определенной степени раскрывают его распорядок дня, привычки.

Камеры видеонаблюдения устанавливаются везде: аптеки, поликлиники и медицинские центры, торговые центры и магазины, метро и городские остановки, офисы и учебные заведения, улицы и парки, при входе в подъезды и также предлагают устанавливать камеры видеонаблюдения в подъездах. Создается единое всевидящее око, укрыться и скрыться от которого уже невозможно.

Лидером по распространению и использованию систем видеонаблюдения с технологиями распознавания лиц является Китай. Технологии распознавания лиц стали неотъемлемой частью повседневной жизни Китая. Они все шире используются как способ безналичных расчетов – расплачиваться лицом: технология распознавания лица сканирует лицо клиента, делая его

фотографию, пересылает скан лица в сеть и при покупке деньги списываются автоматически. Данная система безналичных расчетов получила название – расплачиваться лицом.

Устанавливаемые в ресторанах, барах, магазинах, больницах аппараты сканирования лиц ускоряют процесс оплаты, делая сам процесс эффективнее.

Более 85% населения Китая готово психологически осуществлять транзакции посредством сканирования лица или отпечатков пальцев. Одновременно свыше 70% опрошенных проявили обеспокоенность относительно безопасности персональных данных [4].

Разрабатываются технологии распознавания лиц под маской.

Социальные сети

Соцсети – это инструменты, карандаш, кисть художника, которые позволяют пользователю сформировать, нарисовать свой профиль, наполнить свой контент нужным содержанием и представить себя в том виде и качестве, в котором пользователь хочет, чтобы его воспринимало виртуальное сообщество – другие пользователи.

Сегодня соцсети представляют инструмент общения, получения различной информации, социализации и платформы развлечений.

Как общественная открытая среда общения и обмена информацией соцсети выработали свои правила и этику поведения. А их соблюдение зависит от конкретного пользователя, от преследуемых им целей, его культуры и понимания этики общения, знания и понимания языка общения, грамотности и начитанности. Именно от внутреннего мира пользователя, от поставленных им целей и задач зависит качество, нужность и важность размещаемой информации в интернете и соцсетях.

Социальные сети – это огромный информационный архив, содержащий всевозможные данные о человеке: помимо общеобязательных данных, содержит информацию о его интересах, увлечениях, хобби, шопинге, семейных

взаимоотношениях, эмоциональном всплеске и душевном состоянии, показывает эволюцию эмоционально-душевного состояния человека.

Это информационный архив с личными и нередко с эротическими и интимными данными доступен для всех: спецслужб, друзей, случайных знакомых и просто любопытных, а также торговых и финансовых организаций, мошенников и криминала. По информации из соцсетей можно составить представление о человеке, но невозможно понять его психологическое состояние. Анализ данных из разных соцсетей позволяет составить мозаичный портрет пользователя.

Соцсети не имеют границ кроме точки отчета, являясь постоянно пополняющимся бездонным источником информации о своих потребителях. По накапливаемой информации, получаемой из соцсетей можно все-таки составить определенный нравственно-психологический портрет потребителя, картину о его предпочтениях, вкусах и окружении. Регистрируясь в соцсетях, человек ищет свою аудиторию общения, свою группу единомышленников, своих сторонников по интересам, а также тех, кто сумеет его выслушать и помочь. Для другого соцсети это возможность уйти от одиночества и сгладить его, безнаказанно выплеснуть накопившейся негатив или как во время пандемии напомнить о себе, чтобы не забыли.

Соцсети имеют разную тематическую направленность с самыми разнообразными данными о пользователе. Аккумуляция и анализ этих данных дает нужный профиль пользователя, который используется организациями (получивших эти данные) в своих интересах.

Соцсети на основании ведущих признаков объединяются по тематическим направлениям: Социальные сети для общения (Relationship networks), Социальные сети для обмена медиа-контентом (Media sharing networks), Социальные сети для отзывов и обзоров (Online reviews), Социальные сети для коллективных обсуждений (Discussion forums), Социальные сети для авторских записей (Social publishing platforms), Сервисы социальных закладок (Bookmark-

ing sites), Социальные сети по интересам (Interest-based networks). Каждая тематическая группа соцсетей включает бренды разного масштаба и направленности – социальные, профессионально-деловые, для знакомства, ...

Классификация довольно условная. Многие бренды имеют многоплановый диверсифицированный охват массовых аудиторий, что гарантирует получение прибыли. Некоторые соцсети прошли пик славы и постепенно умирают.

Например, тематическая группа социальных сетей для общения (Relationship networks) включают самые распространенные и востребованные социальные медиа на сегодняшний день. К ним относятся Facebook с возможностями для бизнеса, Вконтакте, Одноклассники, LinkedIn и Xing - сети деловых контактов, VK - социальная сеть на постсоветском пространстве. OkCupid - популярная на Западе социальная сеть для знакомств. Loveplanet - портал для знакомств с крупнейшей базой анкет в СНГ. Tsu – соцсеть с возможностью для пользователей зарабатывать на авторском контенте. Myspace - некогда одна из самых популярных социальных сетей в США.

Другая тематическая группа объединяет соцсети для обмена медиа-контентом (Media sharing networks) – видеороликами и фотографиями. В этой группе выделяются Flickr, Instagram, YouTube, Vimeo, Vine, Snapchat. 500px - популярное сообщество фотографов всего мира. Twitch - видеостриминговая платформы для геймеров.

Третья тематическая группа соцсетей, служащая для авторских записей (Social publishing platforms), включает сервисы для блоггинга и микро-блоггинга, предоставляя пользователям возможность создавать и публиковать текстово-медийный контент. Данная группа включает достаточно популярные платформы: Twitter, Medium и Tumblr.

Твиттер англ. Twitter - to tweet - чирикать, щебетать, болтать – самый популярный сервис микро-блоггов публичного обмена сообщениями посредством веб-интерфейса, SMS, средствами мгновенного обмена сообщениями.

Livejournal - популярная в русскоязычном сегменте блог-платформа.

Medium – англ. носитель информации – платформа социальной журналистики для публикации текстового контента с акцентом на социальное взаимодействие. Интерес представляет слоган этой социальной платформы: not too long, not too short, just medium - не слишком длинный, не слишком короткий, просто средний.

Tumblr - блог-платформа с широкими социальными функциями и возможностями для кастомизации – преобразования.

Особое место занимает тематическая группа, объединяющая социальные сети по интересам (Interest-based networks). Эта платформа позволяет найти единомышленников и людей со схожими интересами.

Например, Last.fm - сеть для меломанов, Goodreads - для любителей литературы.

Friendster - популярна социальная сеть среди геймеров в Азии.

Tagged - сеть поиска друзей по интересам.

IMDb – кинематографическая социальная сеть, обладает огромной базой отзывов, рейтингов и обзоров на релизы киноиндустрии.

Каждая соцсеть охватывает десятки миллионов пользователей - потребителей. Каждая из таких социальных сетей как Facebook, Google+, Tumblr, Twitter, LinkedIn, Tencent Qzone, Sina Weibo, ВКонтакте, Одноклассники, Renren – имеет более 100 миллионов пользователей. Многие пользователи являются участниками нескольких соцсетей. Фактически соцсети охватывают все население страны. Человек по своей натуре эмоционален. Он хочет поделиться со всеми переполняющими его чувствами, своей радостью, успехами, достижениями. Легче со всеми пережить неудачу. И человек буквально выплескивает свои эмоции в сети. Это прежде всего одинокие люди, семьи, в которых между родителями и детьми возникла стена недопонимания.

Соцсети открыты круглосуточно для всех и всегда, в том числе и для потенциальных работодателей.

Один из пользователей охарактеризовал соцсеть, как внешний контейнер, идеальное, бездонное, всегда открытое мусорное ведро, в которое можно выплеснуть эмоции и все, что раздражает. Поэтому следует очень и очень круто подумать прежде чем что-то размещать в соцсетях, стоит ответить на ряд вопросов: 1) нужно ли делиться своими мыслями неизвестно с кем? 2) зачем я это делаю в соцсетях? 3) в них всегда остается след автора? 4) что получу в ответ, раскрыв свою душу? Ответы на эти вопросы остановят эмоциональный всплеск в соцсетях.

Информация из соцсетей попадает в силовые структуры, налоговые органы, банковскую систему. На основе этой информации банки принимают решение о выдаче или отказе кредита тому или иному лицу.

Наглядно эту скрытую сторону соцсетей можно увидеть из отчета основателя Facebook Марка Цукерберга: применяемые методы позволяют собирать информацию о владельце аккаунтов и о пользователе, у которого нет аккаунта, отслеживать движение мыши, уровень заряда батареи и мониторить устройства вблизи пользователя, анализировать контактную информацию, включая телефонную книгу, журнал звонков, SMS-переписку, отслеживать и архивировать информацию о локации GPS, собирать информацию об интернет-активности людей вне соцсети, иметь данные о провайдере интернет-услуг и мобильном операторе пользователя.

Анализ интернет-активности внутри и вне фейсбука плюс информация домашних, друзей и коллег в соцсетях позволяет установить адрес и номера домашних и служебных телефонов, определить уровень образования, интересы и предпочтения, размер доходов и уровень финансовой грамотности, стоимость, площадь, этажность и год постройки дома.

Особую роль в соцсетях для отслеживания поведения пользователя в браузере играют cookie-файлы и социальные плагины, как, например, кнопка «Нравится», «Подписаться» и другие имеющиеся практически на каждом сайте.

Информация с файл cookie – это фрагмент текста, передаваемый в браузер с посещаемого сайта. Благодаря cookie сайт запоминает о пользователе информацию: цель посещения сайта, что пользователь просматривал и искал, сколько времени находился на сайте, проводит аутентификация пользователя, хранит персональные предпочтения и настройки пользователя, осуществляет персонализацию пользователя и аккумулирует статистические сведения о нем, отслеживает действия пользователя на сайте. Такая аккумулируемая информация позволяет создать профиль пользователя, что является потенциальной угрозой конфиденциальности.

По данным британской аналитической компании Cambridge Analytica, **Facebook** собрала личные данные более чем о 50 млн. своих пользователей, а досье на пользователей на определенных условиях передаются некоторым организациям[2].

С 2012 г. Facebook внедряет собственную систему авторизации и идентификации клиентов, учитывает их поведение в соцсетях с целью оценить надежность каждого по отношению к другим пользователям сети и блокировать в сети распространение нежелательной для клиента информации. Систему авторизации и идентификации клиентов Facebook намерен трансформировать в кредитный скоринг, что меняет статус соцсети. Facebook планирует развить данную систему оценки и вывести ее на уровень кредитного скоринга и кредитования членов соцсети с использованием в кредитном скоринге рейтинговой информации о друзьях заявителя. Такая трансформация деятельности Facebook по законодательству США меняет статус соцсети и обяжет соцсеть отчитываться регулярно в качестве финансовой организации перед надзорными органами.

Facebook официально запустила программу предоставления банкам информации о профиле (портрете) пользователей сети, которые могут стать потенциальными банковскими клиентами, а также позволяющую определить кредитоспособность и надежность заемщика на основе списка его контактеров

в социальной сети Facebook с последующим запросом кредитной историю этих людей в бюро кредитных историй. Здесь количество положительных контактеров переходит в качество: чем больше контактеров с надежной кредитной историей, тем лучше растут шансы получить не просто кредит, а кредит по льготной ставке.

Данная программа Facebook представляет внутренний скоринг социальной сети компании - Facebook-скоринг.

Собранная информация также используется рекламодателем для разработки эффективной рекламы для целевых пользователей, характеристики которых отвечают требованиям рекламодателя. Слежение за интернет-активностью человека позволяет выявить его интересы и предпочтения и давать ему только те рекламные объявления, которые могут его заинтересовать

Соцсети сотрудничают со спецслужбами, передавая им досье о своих пользователях, о чем сообщил бывший сотрудник АНБ (Агентство национальной безопасности США) Эдвард Сноуден.

Уход из соцсетей и оплата покупок наличными не является гарантией даже частичной защиты от проникновения в личную/частную жизнь. Каждый из нас все активнее пользуется мобильниками, интернет-информацией, интернет-магазином, проявляя нарастающую онлайн-активность. Все это становится базой данных для скоринга.

Крайне важно учитывать влияние соцсетей на население. Распространение получил флэшмоб (делай как я). Например, обливание холодной водой. И вот уже полмира выполняют «волю кого-то». Это скрытая форма дрессировки бездумному массовому поведению. Достаточно вспомнить прокатившиеся по странам Средней Азии и северной Африки желтые революции. В нашей стране нельзя забыть «группы смерти» и группы блатной романтики АУЕ.

Пользователь

Источником информации в интернете и соцсетях выступает сам пользователь.

Виртуализация бытия человека модифицировали его психологическое восприятие мира, а возрастающая глобализация коммуникаций трансформировали характер взаимоотношений и личность пользователя интернет-услуг.

Условно пользователей можно классифицировать по характеру и активности в соцсетях. По этим критериям можно сформировать следующие пользовательские группы: 1) деловые/социальные предприниматели – используют соцсети для заработка, 2) экспансионисты/конквистадоры – холодные/критически мыслящие пользователи, размещающие в соцсетях выгодную для своего имиджа информацию, 3) теплые и эмоциональные – стремятся поделиться прекрасным и радостным с другими пользователями, 4) путешественники – делятся впечатлениями о чудесах мира, 5) игроманы, 6) одинокие, 7) бесшабашные хулиганы, 8) нарцисс – самовлюбленный пользователь с завышенной самооценкой, постоянно демонстрирующий свои преимущества перед другими и любовь других, 9) невротик – духовно одинокий пользователь, постоянно нуждающийся в сочувствии других, 10) временные – пользователи, которые постоянно боятся затеряться в общем пространстве и быть забытыми. Этот страх заставляют этих пользователей забыть принципы нравственности.

Аккаунт

Информацию о человеке можно считать из его аккаунта (англ. Account - персональный счёт, учетная запись) - собственного онлайн пространства пользователя.

Аккаунт/учетная запись содержит идентификационные данные пользователя: 1) имя (логин), пароль, номер телефона, e-mail. Аккаунт может

также содержать вспомогательную и общедоступную информацию: имя в системе, возраст, школа, ВУЗ, работа, местожительство.

Узнавание пользователя происходит по его идентификационным данным, тогда как вспомогательная информация персонифицирует владельца, делает его узнаваемым для участников системы.

Профиль пользователя

Аккаунт предлагает заполнить профиль пользователя, который является частью учетной записи. Профиль пользователя с личной настройкой может содержать фотографию человека, животного, птицы, любое изображение, отображающее и его никнейм представляющее человека о себе в интернете, общие данные о нем.

Профиль в социальной сети — это визитная карточка пользователя, помогающая создать лицо бизнеса и наладить личное общение с клиентами. Если в профиле преобладает только одна тематика, это может быть основной сферой деятельности человека, демонстрацией его успешности, популярности, одиночества.

Контент профиля отражает то, что сам человек хочет позиционировать о себе, что не всегда отражает реальные мысли, интересы и аспекты жизни человека. Сформированный образ человека в соцсетях не всегда совпадает с реальностью.

Никнейм

В виртуальном мире, как и в реальном, пользователь имеет свое индивидуальное имя, отличающее его от миллионов других пользователей соцсетей.

Никнейм – англ. *nickname* – кличка, прозвище, имя в интернете и соцсетях.

Никнейм в соцсетях уникальнее ФИО человека в реальной действительности, оно одно и не повторяется, не имеет тезки и однофамильцев

и производит первое впечатление о пользователе в виртуальном мире. Никнейм представляет особый способ самоидентификации в соцсетях среди десятков миллионов пользователей. Никнейм может быть началом названия почтового ящика, псевдонимом на форуме, в чате, онлайн-игре, и любом другом сервисе, в котором необходимо представиться. В большинстве случаев именно по нему пользователя узнают и будут узнавать в соцсетях.

Являясь уникальным именем пользователя в соцсетях, никнейм может отражать сущность, стремления, характер, интересы носителя этого уникального имени. Если в реальной жизни для идентификации у вас спросят Ф.И.О, паспортные данные, права, СНИЛС, ИНН, адрес регистрации и т.п., то в сети для авторизации в большинстве случаев, вам понадобится только никнейм и пароль.

Цифровой профиль юридических лиц

Источниками цифрового профиля юридических лиц служат 1) цифровой профиль собственника, учредителя, членов правления, совета директоров, 2) цифровые профили сотрудников, 3) Единая система идентификации и аутентификации (ЕСИА), 4) Федеральная налоговая служба (ФНС), 5) Росстат, 6) Федеральный реестр населения (ФРН), 7) таможенная служба, 8) Торгово-промышленная палата (ТПП), 9) Росреестр, 10) ПФР, 11) силовые структуры, 12) ЕГРЮЛ и ЕГРИП, 13) СК, Прокуратура, суды.

Федеральная налоговая служба (ФНС) на базе сведений ЗАГСов создает Федеральный реестр населения (ФРН), который станет источником мастер-данных для цифровых профилей.

Ключевыми, базовыми источниками сведений для цифрового профиля организаций и индивидуальных предпринимателей являются ОГРН (основной государственный регистрационный номер) и ИНН.

Цифровой профиль организаций количественно и качественно убыстряет и улучшает взаимодействие центра с субъектами Федерации, госструктур между собой, а также с населением и бизнес-сообществом, между

предпринимателями и предпринимателей с покупателями, что теоретически должно снизить расходы и повысить конкурентные преимущества российского бизнеса.

Создание цифрового профиля повышает эффективность сбора налогов.

Аватар – графическое изображение объекта, фото с изображением человека, животного, птицы, сказочного героя, пейзажа, исторических памятников и памятных мест, ... Аватар отображает внутреннее состояние человека или как он стремится позиционировать себя, что не всегда соответствует действительности.

Если учитывать, что человек стремится показать себя в виртуальном мире с лучших сторон, то выкладываемая информация не дает полной картины о нем. И реальная действительность может быть слишком далекой от виртуального слепка. По аватару не всегда можно определить - кто скрывается за ним: женщина или мужчина, молодой или пожилой, юноша или девушка, мальчик или старик, не всегда можно определить профессию и интересы. Тем не менее выкладываемые графические изображения могут помочь проникнуть во внутренний мир человека, понять его психологическое состояние, рассказать о скрытых эмоциональных переживаниях владельца, о его активности в соцсетях.

При анализе аккаунта/аватара следует учитывать некоторые нюансы. Например, размещение большого количества селфи свидетельствует о глубоком одиночестве человека. Или человек, находящейся в поисках спутника жизни, размещает фотографии другого человека с чертами, которые он хотел бы иметь в надежде привлечь внимание потенциального партнера. Но он не учитывает то разочарование, которое может наступить при очной встрече. В реальной жизни аккаунт/аватар может не иметь ничего общего с реальным человеком. Поэтому судить о человеке по его аккаунту/аватару значит допустить ошибки.

По фотографиям с геометками (геотеги - связанная с фотографией информация о геоположении человека) можно проследить передвижение человека, создать карту посещаемых мест.

В психологии выделяют примерно 16 типов аватар [3] и множество комбинаций.

1.Отсутствие Аватара свидетельствует о скрытном характере человека, о его нежелании предоставлять виртуальному сообществу любую информацию о себе и об отсутствии желания общаться с кем-либо в этой соцсети. Такой человек находится в затруднении, как подать себя. Это случайный человек в этой соцсети. Причин такого поведения много. Объективно – специфика работы, прошлое, определенные убеждения, нежелание показывать свою жизнь напоказ по принципу: не выносить сор из избы, большая занятость человека, нет времени на онлайн общение.

2.Наличие собственной фотографии свидетельствует об открытости человека, уверенного в себе, имеющего собственную позицию и свою систему ценностей. Фотография реального человека является признаком честности, предложения дружбы и даже романтизма. Такой человек уверен в своей правоте, в правильности своего образа жизни и мыслей, не умеет притворяться и всегда говорит, что думает. Важно также учитывать позу и жест человека на снимке.

3.Животные и птицы являются самыми популярными видами аватар и символизируют о наличии у человека определенных качеств, присущих изображенному животному. Кошка, гуляющая сама по себе, символизирует независимость. Собака – верность, змея – мудрость, лева – царь зверей, символ силы и благородства. Для человека, скрывающегося за этими образами, эти качества являются главными, хотя в реальной жизни у него их нет.

4.Герои мультфильмов являются перспективным изображением, показывающим качества, которыми человек хотел бы обладать в реальной жизни. Например, Чебурашка и Крокодил Гена ищут друзей, кот Леопольд –

это сама надежность. Мультипликационных героев часто выбирают подростки. Для взрослых аниме имеют иное значение. Мультипликационные образы усиливают психологическую притягательность и таинственность взрослого владельца аватары.

5.Изображения знаменитостей и политиков у мужчин связано с пристрастиями, увлечениями или хобби, у женщин – это может быть проявлением недовольства своим внешним видом и наличием комплексов. Человек, скрывающийся за образом знаменитости, претендует на увлечения и хобби. Он стремится быть современным и быть в курсе, происходящего в мире искусства и литературы, музыки и гламура. Он стремится общаться с людьми, похожими на его героя. Аватары политиков демонстрируют аполитичность их хозяина и особое чувство юмора. Мода меняется, а вместе с ней меняется и аватар.

Фотографии могут удивлять и изумлять, особенно фото с высокопоставленными личностями и знаменитостями. Многие умеют позиционировать себя в выгодном свете, хотя в реальной жизни они выглядят совершенно иначе. Для изображений некоторых выложенных фотографий характерны пафосность, эпатажность, эгоцентричность, что может не соответствовать действительности.

6.Аватар супермена или героя скрывает подростка мужского пола с пониженной самооценкой, его обеспокоенность за свое место в подростковой среде. Выбор взрослого человека аватара супермена свидетельствует о пониженной самооценки. В жизни такой человек раним и чувствителен, нуждается в защите, может стать верным товарищем.

7. За изображением красоты, соблазнительницы скрываются женщины, ищущие и обновляющие свои виртуальные знакомства с мужчинами. Они устроены в жизни, но им не хватает эмоциональной окраски. Они любят комплименты, неназойливы и приятны в общении. Большая откровенность на снимке в сочетании с большой узнаваемостью означает, что используется чужая фотография какой-нибудь незнакомки из интернета. Если

нет большой откровенности и вероятности узнаваемости в реальной жизни выставляется собственное фото.

8. Необычные и шокирующие аватары популярны среди подростков своим вызывающим и пугающим других поведением. Для них максималистическое поведение становится способом выразить свою независимость и индивидуальность.

9. Злые и агрессивные картинки размещают одиночки с комплексом вины. Эти люди, как правило, чувствительны и легко ранимы. Такие аватары размещаются по настроению с целью не допустить сближения с другими, чтобы скрыть свою тревогу и уязвимость.

Человек с внутренней злобой и агрессией выбрасывает в соцсеть свою токсичность, выкладывая снимки с постами о несовершенстве мира, плохом окружении, некачественных дорогах, плохом управлении, отвратительных школьных учителях и вузовских преподавателях. Человек с внутренней агрессией все время жалуется на несовершенство мироздания – он как будто находится в поисках справедливости. Также он любит комментировать и смаковать это несовершенство – как будто ищет виновных, чтобы их наказать. Такой человек как будто играет в журналистику, потому что его посты часто напоминают задание «догнать и обезвредить по горячим следам».

Наличие постов с черным юмором, негативным высказыванием или не слишком жизнерадостным утверждением говорит о стремлении человека сохранить достигнутое. В отличие от них человек с аватаром, отражающим далекоидущие стратегические смелые планы и ресурсную картину мира нацелен на будущее, стремится к положительным эмоциям.

Нередко человек, выкладывающий мрачные картинки и тексты, хочет представить себя жертвой, чтобы привлечь к себе как можно больше внимания. И наоборот, человек, находящейся в стрессовом состоянии, может выкладывать яркие жизнеутверждающие фотографии.

10. Эксклюзивные – это самостоятельно подготовленное изображение человека с независимой позицией, который знает себе цену и может отстаивать

свою позицию. С ним легко общаться. Он – обидчив, но легко отходчив. Владельцы эксклюзивных аватар не уступают в споре, упрямо отстаивая свою точку зрения до последнего. Такой человек легко идет на общение, умен и упрям, обидчив, но отходчив. Большинство владельцев эксклюзивных аватар имеют творческую жилку.

11. Частая смена аватара свидетельствует об интернет-зависимости, наличия свободного времени, отсутствия стабильности. И в то же время свидетельствует о повышенной потребности свежих впечатлений. Такие люди могут быть путешественниками, артистами, художниками.

12. Глаза – зеркало души. Аватар с изображением глаз характерен для человека с трезвым взглядом на жизнь и готовым всегда отстоять свою точку зрения. Два глаза на аватаре свидетельствуют о повышенном внимании к самому себе. Владелец такой аватары стремится обратить на себя внимание. А также, возможно, означает повышенное внимание к окружающему. Если глаза смотрят не на вас, а куда-то в сторону, то автор делает упор на богатый внутренний мир к которому будет готов допустить после инициации соответствия.

13. Аватар с юмором и надписью типа девиза, поговорки, афоризма, знаменитого изречения или типа самоназвания себя самого показывает человека, способного заявить миру о себе. Такой человек понимает сущность виртуального мира и поэтому не хочет заниматься в этом виртуальном мире откровенной пропагандой своих взглядов.

14. Абстрактные аватары – это настоящие концептуальные мыслители, склонные к визуальным художественным начинаниям, как правило, используют красивые геометрические формы с идеями симметрии. Такие аватары предпочитают настоящие концептуальные мыслители, склонные к визуальным художественным начинаниям. Такие аватары чаще всего встречаются в категориях, связанных с наукой.

15. За изображением природы: ландшафтов и природных явлений скрывается человек - романтик, склонный к нестандартному мышлению. Его

любимые темы: мироустройство, политика, философия, наука, экономика, психология. Он чувствителен, любит природу, не переносит тусовок и фамильярности. Романтик. Уважает чужое мнение и стремится его понять. Упрямо отстаивать свою точку зрения не будет, но и точку зрения оппонента не примет. Увидев бесполезность спора, выйдет из него. Такой человек в достаточной степени конформист, и поэтому наименее конфликтный.

16. Материальные объекты отражают внутреннюю суть человека, его ценности, склонности и цели. Фотографии на фоне дорогих машин, яхт и роскошных вещей указывают на стремление человека доказать всему миру свою состоятельность, которой у него реально нет, ему не хватает признания, и он часто неуверен в себе. В то же время изображение дома символизирует устойчивость, надежность, семью. Мужчины часто размещают фотографии автомобилей, женщины - красивые наряды, набор стильных аксессуаров: ювелирные украшения, и предметы косметики, сумочки, кошельки, автомобили, посуда, предметы интерьера. Нередко демонстрируют стильные вещи на себе. Эти символы стиля жизни описывают отдельные важные аспекты жизни человека. Нередко это мечта человека.

Данную психологическую классификацию аватар можно продлить, дополнив эту психологическую коллекцию новыми характеристиками.

17. Изображение исторических памятников отражает стремление человека к путешествиям, познанию нового. И этим новым стремится поделиться со всем миром. С другой стороны, эти фотографии говорят о желании человека подчеркнуть свой статус или стремление к нему, продемонстрировать свои возможности.

Большое количество фотографий на тему архитектуры и исторических мест с небольшим числом на них близких и знакомых говорит о желании человека максимизировать логическую и информационную составляющую и минимизировать в общении эмоциональные проявления. Такие снимки

свидетельствуют, что владелец ищет информацию и только информацию, эмоции его не интересуют. Эти данные характеризуют владельца снимков, во-первых, как довольно холодного, способного оказать поддержку и помощь другим, но не проявляющего инициативы поддерживать контакты, во-вторых, как аналитика и как человека, который тщательно анализирует входящую информацию при принятии решения.

18. Детское фото взрослого человека свидетельствует о дефиците любви и заботы, о наличии проблем, давящих на человека. Возвращением в безоблачное детство человек убегает от нерешенных проблем. Детское фото также указывает на инфантильность своего владельца. Сегодня инфантильность выросла до 30 лет.

19. Фотография своего ребенка говорит о концентрации заботы и внимания исключительно на своем малыше, который становится для родителей центром вселенной. Это может быть вспышка чувств, охватившая взрослого в результате положительного поступка ребенка. Концентрация внимания на ребенке может также свидетельствовать о недостижении собственных жизненных целей, о нереализованности карьеры.

Выкладывать в соцсетях фото детей может обернуться трагедией. Особенно если фото сопровождается указанием места отдыха или места. Фото делает их узнаваемыми в общественной среде и при определенных условиях их могут похитить.

20. Официальное фото в кабинете или в строгой рабочей обстановке говорит, что владельцу не хватает признания, уверенности в себе. Размещением такой официальной фотографии человек стремится добиться признания окружающих, показать им свою состоятельность и жизненный успех.

21. Собственное черно-белое фото указывает, по мнению психологов, на тонкую романтическую натуру, которой не чужды чувства стиля и эстетики.

22. Фото с любимым человеком указывает на душевное состояние человека: он любим и он любит. Его спутник жизни стал частью его жизни и

оба вместе они составляют единое целое. Большое количество фотографий с членами семьи характеризует привязанность владельца снимков к семейным ценностям.

Следует также иметь в виду, что размещение в разных соцсетях различных аватар может сигнализировать, с одной стороны, о непостоянстве, скрытности, лицемерии человека, с другой стороны, о поиске единомышленников, которых он ещё не нашел.

Естественно характеристика аватара по рассмотренной психологической классификации условна, но дает общее представление о пользователях соцсетей.

Для получения более полного портрета пользователя, его психологических особенностей следует просканировать и даже промониторить аватар не в одной соцсети и также посмотреть другую информацию о нем: круг друзей, контакты, его отзывы и отзывы о нем, его активность в интернете и соцсетях.

Размещением большого количества фотографий человек, с одной стороны, как бы подчеркивает свой статус, достаточность, что у него все прекрасно, он может много времени проводить на отдыхе, с другой стороны, он может лукавить о своей успешности, пускать пыль в глаза, чекиняться в фешенебельных, дорогих и статусных местах (чекиниться - отмечать в социальной сети свое текущее географическое местоположение).

Если в соцсетях о человеке имеется большое количество постов и геотегов (фотографий, связанных с указанием местоположения человека в момент съемки), в том числе фотографий с разными друзьями и в разных местах, то такой человек едва ли будет строго соблюдать принятые в виртуальном пространстве нормы и правила, ограничивающие его вдохновение, эмоциональность и свободу выбора.

Большое количество размещенных фотографий о человеке прокручивают историю его жизни, показывают её важные моменты и жизненные ценности.

Частое размещение фото с одними и теми же людьми и/или в одних и тех же местах говорит о стремлении к стабильности. Такому человеку можно доверять, поскольку он доводит дела до завершения, выполняет данные обещания.

Чипирование – от англ. chip – чип - небольшой, маленький кусочек - вживляемое человеку микроустройство, соединяющееся посредством нейронных связей с его мозгом, представляет надежный накопитель данных о человеке, являясь источником абсолютно достоверной информации о человеке, его эмоционально-психологическом состоянии, семейной жизни, повседневной активности и геоперемещениях. Подтекст - абсолютный отказ личности от права на частную жизнь!

Чипирование или чипизация представляет интеграцию искусственной нейросети (ИНС) с биологической, природной, натуральной, живой нейросетью человека, что может привести к генной модификации человека, одновременно выступая приемником информации, приказов, распоряжений и действий, которых следует выполнять. Усиливая физические, умственные, эмоциональные способности человека, чипирование одновременно выступает «пультом» управления чипированным человеком.

Чипирование в формате ИНС представляет систему соединённых и взаимодействующих друг с другом процессоров - искусственных нейронов. Как и биологическая нейросеть ИНС не программируется, а обучается, что является одним из главных преимуществ нейронных сетей перед традиционными алгоритмами, составляющими основу программирования.

Искусственно-природная интеграция (биоинтеграция) обеспечивает постоянный прямой контакт человека с окружающей средой, позволяя ему импульсами мозга, мыслью, просто подумав о необходимости привести в

действие какой-либо механизм, управлять окружающими его предметами (бытовой техникой, транспортом, получать услуги). Скрытая теневая сторона такой биоинтеграции перечеркивает все плюсы. Биоинтеграция (чипирование) уничтожает личную жизнь человека, постоянно оставляет следы и создает возможность внешнего проникновения в повседневную жизнь человека и контроля над ней, открывает возможность превратить человека в контролируемо-управляемый извне элемент не только национальной, но и глобальной электронной системы и влиять на восприятие человеком окружающей действительности.

Масштабы и пути вторжения в частную жизнь человека и управления ею огромны и неисчислимы. Чипирование при определенных условиях позволит изменять генетический код человека, подавлять одни и развивать нужные природные качества и формировать с учетом настоящего и будущего новые востребованные качества человека, контролировать его поведение и повседневные действия и направлять их в желаемом направлении. Человек – венец природы - становится материалом, сырьем. Чипирования подобно ящику Пандоры открывает возможность ревоссоздания новой формы рабства. Хакер может установить контроль над чипированной личностью и дистанционно управлять им.

Человек стремится к открытости, к общению с другими членами сообщества, он ищет единомышленников, устанавливая и используя различные каналы коммуникаций. С развитием информационных и цифровых технологий появились и будут появляться новые формы общения, стирающие все границы между людьми разных вероисповеданий, политических взглядов, культуры, возраста. В сформировавшемся информационно-виртуальном пространстве люди находят точки соприкосновения, рассказывая о себе и находя новых друзей через интернет и социальные сети. Вылагаемые в виртуальном пространстве данные могут быть использованы против самого человека, но это зависит от конкретного человека/организации, его уровня развития и культуры.

Возможно развитие новых коммуникационных каналов общения опережает развитие человеческого общества.

Список источников

1. Долги американцев по кредитам установили новый рекорд
<https://www.rbc.ru/finances/14/08/2019/5d53cdc69a794712daa67cc2>
2. Открытое признание Цукерберга: Facebook шпионит за своими пользователями. 14 Июня 2018. https://www.2000.ua/novosti/mir_novosti/otkrytoe-priznanie-cukerberga-facebook-shpionit-za-svoimi-polzovateljami.htm
3. О чём говорит ваша страница в соцсетях? Международная Академия исследования лжи. 10.05.2018. <https://blog.studyliu.ru/o-chem-govorit-vasha-stranica-v-socsetjah/>
4. Почему Китай лидирует в технологии распознавания лиц. 16.06.2019. <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2019/06/16/804290-kitai-lidiruet> **Михаил Оверченко, Алексей Невельский.**
5. Почти 10 миллионов россиян оказались в рабстве у банков. 10.01.2020. <https://www.finanz.ru/novosti/lichnyye-finansy/pochti-10-millionov-rossiyan-okazalis-v-rabstve-u-bankov-1028807909>
6. Цифровой след приведет к любому. 22 мая 2019. <https://www.rosbalt.ru/moscow/2019/05/22/1782565.html>
7. Что премьер Мишустин нам готовит?
<https://zen.yandex.ru/media/id/5de732646d29c100ac1180b9/chto-premer-mishustin-nam-gotovit-5e37baf57d508d4055d2847f?&secddata=CLzPuMSBLiABMIKAAQ%3D%3D>.