

## ГЕРОИ СЕТЕВОГО ФРОНТИРА<sup>1</sup>

**Плотичкина Н.В.**

Плотичкина Наталья Викторовна, Кубанский государственный университет, 350040, Краснодар, Россия, ул. Ставропольская, 149.  
E-mail: oochronos@mail.ru

Освоение сетевого фронта является результатом коллективного сотрудничества, вместе с тем в статье интерпретируется роль инноваторов цифровой эпохи в процессе расширения сетевого пространства. Автором рассмотрены три типа героев сетевого фронта – пионеры, поселенцы и предприниматели, действовавшие на разных этапах колонизации фронтальной зоны. Периодизация развития сетевого фронта коррелирует с классификацией сетевых героев. Типологизация сетевых фронтменов осуществлена в соответствии с ролью героев в процессах освоения сетевого фронта, создания сетевой реальности, формирования виртуальных сообществ. Пионеры зондировали фронт, разработали его базовые принципы и технологическую инфраструктуру. Поселенцы основали колонии, продвигали новые онлайн-сервисы. Предприниматели осуществили инвестиции в сетевые фронтные поселения, цифровые стартапы. Показано, что большинству сетевых героев свойственен интерес к техническим наукам, программированию и искусству. Современные герои сетевого фронта представлены в образах поселенцев или предпринимателей, которые внедрили новые цифровые технологии, основали социальные сети, интернет-торговлю и сумели построить прибыльный бизнес. Описаны биографии, истории успеха разных фронтных героев из различных стран (США, Китай, Россия): Джека Ма, М.Цукерберга, А. Носика и Е. Касперского. Появление новых сетевых фронтменов обусловлено динамичностью цифрового мира.

Ключевые слова: фронт, теория фронта, сетевой фронт, электронный фронт, герои сетевого фронта, герои Интернета, Интернет, социология Интернета

Сетевой фронт – динамичная граница освоения сетевого пространства, проницаемость и подвижность которой коррелируют с уровнем ИТ-грамотности, цифровых компетенций пользователей, степенью распространения компьютерных технологий, фронтных поселений, онлайн-ресурсов, сетевых структур и практик.

---

<sup>1</sup> Статья выполнена при поддержке РГНФ, проект № 15-03-00339 «Фронт сетевого общества как пространство политического взаимодействия»

«Завоевание» сетевого фронта происходило последовательно и постепенно, на каждом из этапов освоения фронта действовали свои герои. «Пионеры» исследовали, зондировали фронт, заложили основы его технологической инфраструктуры, сформулировали идеи и принципы о том, каким должен быть фронт, основали небольшие поселения, а затем стали разрабатывать новые технологии в целях дальнейшей «колонизации» фронта и расширения освоенного онлайн-пространства (Плотичкина, Довбыш, 2017, стр. 52-53). Исследование этапизации освоения сетевого фронта фиксирует принцип «первого эффективного заселения», роль «пионеров» в колонизации территории, когда деятельность нескольких сотен первых колонизаторов может быть более важной для культурной географии места, нежели вклады десятков тысяч новых мигрантов спустя несколько поселений. Так, Интернет появился в США благодаря сотрудничеству военных, университетских ученых и промышленных исследовательских центров. Заслуга создания этого союза принадлежала Вэнивару Бушу, специалисту-инженеру, декану Школы инженерии Массачусетского технологического института, военному советнику администрации президента США (Айзексон, 2015, стр.265-270).

«Пионерами» сетевого фронта были, прежде всего, инженеры, работавшие в исследовательских центрах, научных подразделениях институтов, финансируемых Министерством обороны США (Лаборатория Линкольна, Bolt, Beranek and Newman company, RAND Corporation, ARPA и т.д.), занимавшиеся первоначально разработкой компьютерной сети для первой национальной системы противовоздушной обороны. Идея о том, что подобные компьютерные сети могут связывать и университеты принадлежала Дж.К.Р.Ликлайдеру, которого считают духовным отцом Интернета. Ликлайдер был специалистом в сфере психоакустики, инженером, автором идей о «симбиозе человека и компьютера», распределенном Интернете, о межгалактической компьютерной сети, учеником Н.Винера, основателя кибернетики (Flichy, 2007, p.36-41). В 1962–1964 гг. он возглавлял Агентство передовых исследовательских проектов (ARPA), созданное при Министерстве обороны США. Именно сотрудники ARPA разработали компьютерную сеть ARPANET, из которой впоследствии и появился Интернет. Руководителями проекта ARPANET были Роберт Тейлор и Лоуренс Робертс. Метод коммутации пакетов, способ передачи данных по сети, от компьютера к компьютеру, был разработан в ходе совместных усилий Пола Бэрна, сотрудника RAND Corporation, британского ученого Дональда Дэвиса и сотрудника ARPA Леонарда Клейнрока. В

1973 году Винт Серф, обучение которого в Калифорнийском университете в Лос-Анджелесе происходило под руководством Клейнрока, и Роберт Кан, сотрудник ARPA, создали TCP/IP-протоколы для Интернета. Впоследствии в 1976-1982 годах Серф стал работать на ARPA. В 1972 году было написано специальное приложение для ARPANET – e-mail.

Вслед за «пионерами» пришли «поселенцы» сетевого фронта, которыми стали учёные из гражданских научных учреждений, использовавшие возможности онлайн-коммуникации, разработавшие доступное программное обеспечение, основавшие Интернет-сообщества, внедрявшие технологии с целью преодоления барьеров на путях фронтальной «колонизации». Классический концепт фронта подразумевает наличие границ, блокирование права прохода, утвержденное территориально в различных районах. Соответственно, эксплицитно метафорический конструкт сетевого фронта может указывать на существование «привратников», контролирующих пути доступа к определенным областям цифрового мира. Степень проницаемости сетевого фронта определяется уровнем цифровой грамотности пользователей. Распространение доступного цифрового оборудования и интерфейсов облегчили работу пользователей с программами, стали распространяться высокотехнологичные стартапы, новые пограничные поселения сетевого фронта.

В 1985 году Стюарт Бранд и Ларри Бриллиант запустили одно из первых виртуальных сообществ WELL (Curran, Fenton, Freedman, 2012, p.39). В 1991 году Тим Бернерс-Ли, консультант ЦЕРН, лаборатории физики около Женевы, объявил о создании Всемирной паутины. В 1992 году появился поддерживающий графику веб-браузер Mosaic. Основной вклад в его разработку внес студент Марк Андрессен, который постоянно дорабатывал браузер на основе отзывов и комментариев пользователей (Flichy, 2007, p.59).

Билл Гейтс не был похож на типичных IT-поселенцев, в детстве его не интересовала техника, он не собирал радиоприемники, компьютеры очаровывали его не микросхемами, а программным обеспечением. В 1974 году Билл Гейтс вместе с Полом Алленом твердо решили: сделать программное обеспечение для компьютеров универсальным продуктом. В 1975 году они разработали язык BASIC для компьютера Altair, учредили компанию Microsoft, которая в 1983 году объявит о создании Windows (Йоффи, Кусумано, 2016, стр. 27-28, 32).

Стив Возняк в детстве играл с транзисторами, собирал детекторные приемники, встреча со Стивом Джобсом изменит его жизнь. В 1975 году он конструирует персональный компьютер Apple I,

а Стив Джобс, используя свою деловую хватку и харизму, обеспечит их продажу. Компьютер Apple II был первым, полностью укомплектованным персональным компьютером, который можно было достать из коробки. В 1984 году в продажу поступит Macintosh, недорогой и массовый компьютер с понятным графическим интерфейсом и принципом «наведи и щелкни» (Йоффи, Кусумано, 2016, стр. 29-31).

Выпускник СПбГУ Павел Дуров основал социальную сеть «ВКонтакте» и разработал мессенджер Telegram. В 2012 году вышла книга Н.Кононова «Код Дурова» об истории создания «ВКонтакте» (Кононов, 2013).

Вслед за поселенцами пришли предприниматели, увидевшие значительные перспективы для извлечения прибыли в сфере информационных технологий, коммерциализации виртуальных земель, инвестировавшие в интернет-рекламу и онлайн-торговлю.

Уильям Фердинанд фон Мейстер, один из первых предпринимателей в сфере цифровых технологий, во второй половине 1980-х гг. вместе со Стивеном Кейсом и Джимом Кимси запустил онлайн-сервис America Online (AOL), который был удобен в использовании, предоставлял услугу онлайн-общения и позволял выходить в сеть (Айзексон, 2015, стр. 457).

В 2000-х гг. Эван Уильямс придумал скрипт для блогов, который позволял легко трансформировать посты. В итоге, он запустил платный сервис Blogger Pro и стал продавать программное обеспечение, в конечном итоге, Blogger купила компания Google. Впоследствии Эван Уильямс стал одним из основателей Twitter (Rosenberg, 2009, p.101-130).

Ларри Пейдж, сын университетских преподавателей теории искусственного интеллекта и программирования, уже в начальной школе делал домашние задания на компьютере. Его кумирами были Никола Тесла и Томас Эдисон, он с детства увлекался игрой на саксофоне, а впоследствии в различных интервью отмечал, что увлечение музыкой стимулировало его одержимость скоростью в вычислениях. Пейдж поступил в аспирантуру Стэнфорда, где познакомился с другим аспирантом Сергеем Брином, который вырос в семье советских ученых-математиков, иммигрировавших в США в конце 1970-х годов. Для диссертации Пейдж вместе с Брином пытались составить каталог веб-ссылок, систему цитируемости, ранжирования, комментирования сайтов, на основе которой была создана Google (Лау, 2010, стр. 12-28, 36-39). В 1998 году в их проект вложились инвесторы, Брин и Пейдж покинули Стэнфорд, арендовали гараж в Силиконовой долине и основали собственную компанию.

Юрий Мильнер, выпускник физфака МГУ, Уортонской школы бизнеса, в 1999 году создает компанию Mail.ru, впоследствии занимается инвестиционной деятельностью; его фонд DST Global поддерживает цифровые стартапы: Alibaba, Snapchat, WhatsApp, Xiaomi, Spotify, Airbnb. В 2012 году Мильнер основал научный Оскар Breakthrough Prize – «Премия за прорыв», популяризируя науку.

Существует множество различных героев онлайн-реальности: пионеры, поселенцы, интернет-предприниматели. Все они внесли свою лепту в развитие цифрового мира. Но на текущий момент времени современный герой сетевого фронта представлен, в основном, в образах поселенца или предпринимателя, придумавших цифровые технологии, социальные сети или интернет-торговлю и сумевших построить прибыльный бизнес.

Джек Ма, основатель Alibaba Group, примечателен тем, что он сумел организовать онлайн-бизнес в Китае, построить глобальный виртуальный торговый центр. В Китае он – мифическая фигура, находящаяся на пересечении культов бизнеса и потребления.

Джек Ма родился в 1964 году в бедной семье, в Ханчжоу, увлекался искусством, что вполне объясняет его коммуникабельность, свойственную большинству героев сетевого фронта. Он – не вполне типичный герой, являясь основателем технологической компании, не имел связанного с технологиями IT-образования.

С начала 1980-х гг. благодаря экономическим реформам Дэн Сяопина китайское правительство стало поддерживать частный бизнес. В 1994 году в возрасте 29 лет Джек Ма организовал свое первое дело – агентство переводов Ханчжоу Хайбо. В этом же году по просьбе муниципальных властей Джек впервые отправится в США в качестве переводчика. Там он познакомится с Интернетом, купит компьютер и найдет партнера для другого бизнес-проекта – China Pages, англоязычного онлайн бизнес-каталога компаний в Китае. В 1995 году было зарегистрировано в США доменное имя chinapages.com (Erisman, 2015, p.11-13). Осенью этого же года в Ханчжоу, наконец-то, появился доступ к сети, что было большим технологическим прорывом для коммунистического Китая. Без Интернета замысел Джека соединить китайских предпринимателей с глобальным рынком никогда бы не реализовался.

Интересно, что китайский сетевой фронт был вначале освоен учеными-физиками: впервые онлайн-связь была установлена между американским научным центром Стэнфордского университета и Институтом физики высоких технологий в Пекине. Впоследствии появился сервис-провайдер ChinaNet, предоставивший доступ к сети

обычным пользователям. В стране стали появляться первые технологические предприниматели (Кларк, 2017, стр.66-67).

Однако к концу 1995 года проект China Pages все еще не приносил доход, многие китайцы не знали, что такое сеть, и Джеку буквально приходилось популяризовывать Интернет в своей стране, ссылаясь на ставшую тогда бестселлером в Китае книгу Б.Гейтса. Проблема состояла и в том, что органы власти неохотно поддерживали первых онлайн-бизнесменов.

Однако Джек усиленно продвигал свой проект, он даже сделал веб-сайт на China Pages для правительства провинции Чжэцзян. Данный веб-ресурс стал одним из первых национальных проектов по выходу китайского правительства в Интернет. О Джеке, его компании и его первой сенсационной поездке в США сначала стали писать местные СМИ, потом – пекинские издания. Джек становился популярным, но China Pages нельзя было назвать успешным проектом, попытки пробиться с помощью центрального правительства были провальными. В 1996 году его бизнес был поглощен более крупной компанией. Такая же судьба постигла и других первых онлайн-предпринимателей в Китае, которые были вытеснены с рынка государственными компаниями.

Ситуация стала меняться, когда компания Yahoo, одним из основателей которой был Джерри Янг, добилась значительных успехов в США, ее положительный опыт мотивировал многих китайских предпринимателей, в том числе и Джека. Государственным медиакомпаниям Китая становилось труднее конкурировать с предпринимателями, создающими бизнес-контент в Интернете.

В 1999 году Джек Ма принимает решение основать компанию Alibaba Group. На тот момент команда Alibaba Group состояла из 18 человек, которые не оканчивали престижные вузы и не работали в известных компаниях, но оказались связанными между собой энергией Джека Ма и его нетрадиционными стратегиями управления. К концу 1990-х гг. Alibaba Group стала выходить на международный уровень.

В мае 1999 года Джек Ма привлек в свою команду Джо Тсаи, гонконгского инвестора, имевшего обширные связи, ставшего его правой рукой. Джо удалось привлечь инвестиции Goldman Sachs в Alibaba Group (Erisman, 2015, p.17). Компания переехала в новый офис в Гонконге, ее услугами пользовались 40 тыс. человек (Кларк, 2017, стр. 96-105). Для привлечения покупателей Alibaba Group переводила тексты объявлений на английский. Публикация объявлений на сайте была бесплатной для потребителей и продавцов. Когда количество пользователей сайта возросло, другие китайские компании стали

использовать этот ресурс для общения друг с другом и с внешним миром.

В конце 1999 года японская инвестиционная компания Softbank вложила в Alibaba Group 20 млн. долларов в обмен на 30% акций (Русяева, Луганская, 2015, стр. 75). Параллельно Джеку удалось привлечь в свою команду исполнительного директора Yahoo, первоклассного технолога Джона У.

В 2000г. произошел окончательный крах пузыря доткомов, вызванный быстрым и неоправданным взлетом акций интернет-фирм, их большой численностью и при этом неэффективностью их бизнес-моделей, чрезмерными затратами на рекламу, что привело к банкротству множества организаций, занимавшихся электронной коммерцией. Ситуация отразилась и на Alibaba Group, которая несла убытки. Джек Ма решил изменить стратегию развития компании, которая стала ориентироваться на Китай.

Изначально компания Alibaba Group ориентировалась на интересы малого бизнеса, но в 2003 году Джек Ма решил выйти на потребительский рынок электронной коммерции, получив от инвесторов 162 млн. долларов и запустив сайт Taobao («охота за сокровищами»). Основным конкурентом Alibaba Group в этом сегменте стала компания eBay, которая пришла в 2002 году на китайскую интернет-сцену, охватив 90% китайского потребительского рынка электронной коммерции. Но даже в этой ситуации Джек Ма обошел eBay. Дизайн сайта Taobao был разработан с учетом местной интернет-культуры, структурирован как местный базар, без комиссионных сборов с торговцев и покупателей за предоставляемые услуги. При этом компания Alibaba Group запустила собственный сервис совершения платежей Alipay и сервис доставки (Бабицкий, 2014, стр.24).

В 2005 году проект Yahoo China и 1 млрд. долларов были переданы руководством Yahoo Джеку Ма в обмен на 40% доли в Alibaba Group. С этой сделкой New York Times назвал Джека Ма новым интернет-королем Китая (Кларк, 2017, стр. 176).

В 2015 году компания разместила свои акции на Нью-Йоркской фондовой бирже, сумев привлечь 25 млрд. долларов. Курс акций постоянно колебался. Например, в 2015 году китайский орган власти по бизнесу и лицензированию официально опубликовал отчет, в котором указывалось, что Alibaba Group на своем сайте Taobao торгует поддельными товарами; Джеку Ма пришлось лететь в Пекин, чтобы в ходе личной встречи с руководителем ведомства урегулировать конфликт. Чтобы окончательно забыть о данном инциденте, Alibaba Group увеличила количество персонала,

занимающегося выявлением контрафакта, и создала специальную службу интернет-безопасности (Кларк, 2017, стр. 215-216).

Джек Ма – удивительный герой сетевого фронта. Не имея технологического образования, бывший учитель английского сумел построить успешный онлайн-бизнес, стать самым богатым человеком в Азии. Внешне похожий на эльфа или инопланетянина, он показал миру «харизму» Джека, умение очаровывать людей; он никогда не учился за границей и о себе говорит: «на 100% сделано в Китае». Его история – это история о том, как китайская компания попала в Силиконовую долину, о том, как Восток победил Запад. Для многих он стал вождем китайской революции потребления и предпринимательства, лицом нового Китая.

Но герои сетевого фронта не только организуют успешные торговые площадки на глобальном онлайн-рынке, они еще создают социальные сети.

Марк Цукерберг родился в 1984 году в интеллигентной еврейской многодетной семье в Уайт-Плейнсе. Благодаря отцу, который подарил ему компьютер и продемонстрировал базовые навыки языка программирования Atari Basic, он рано познакомился с цифровым миром. В 1996 году двенадцатилетний Марк написал программу ZuckNet, предназначенную для мгновенного обмена сообщениями. В восьмом классе он разработал онлайн-версию настольной игры «Риск»; в 2001 году юный программист придумал медиаплеер Synapse, который способен автоматически формировать плейлисты с учетом музыкальных предпочтений пользователей; при этом Цукерберг отказался от продажи своей разработки Microsoft, AOL и предложений о трудоустройстве в компаниях (Циттлау, 2012, стр. 206-213).

Во время обучения в престижной школе Phillips Exeter Academy Марка интересовали не только технические науки и компьютерное программирование; он занимался фехтованием, демонстрировал наилучшие результаты в классе по астрономии, физике, увлекался литературой, свободно цитируя «Илиаду» Гомера и римского поэта Вергилия, прекрасно писал и читал на французском, иврите и древних языках.

В 2002 году Марк поступил в Гарвардский университет и стал изучать информатику и психологию. В 2003 году Цукерберг разработал веб-сайт Facemash, позволявший пользователям онлайн-ресурса оценивать фотографии студентов, которые он получил из архива Гарварда; позже студенты жаловались на использование личных фотографий без разрешения (Апанасик, 2012). В 2004 году Марк запустил социальную сеть по адресу thefacebook.com (в 2005

году Цукерберг приобрел доменное имя facebook.com). В середине 2004 года Цукерберг, взяв пример с Билла Гейтса, бросил учебу в Гарвардском университете, переехал в Пало-Альто – компьютерную столицу США, зарегистрировал свой проект как юридическое лицо, став генеральным директором Facebook, и занялся поиском инвесторов (например, Питер Тиль, основатель платежной системы PayPal, приобрел 7% акций) (Киркпатрик, 2011, стр.16).

С 2006 года в Facebook мог регистрироваться любой пользователь, достигший тринадцатилетия и имевший электронную почту. В 2007 году Марк Цукерберг запустил приложение Facebook Platform, он обнародовал некоторые коды платформы, интерфейсы программирования и открыл новые возможности для разработчиков программного обеспечения, сделав Facebook основой для многочисленных приложений и глобальной франшизой (Бим, 2014, стр. 131-138).

В 2015 году Facebook стал вторым по посещаемости сайтом в мире; в 2017 году число его пользователей достигло 2 млрд. человек; Марк Цукерберг завоевал титулы влиятельнейшего человека на планете и успешного бизнесмена до 40 лет.

В 2010 году образ сетевого фронтирмена был мифологизирован в кинофильме «Социальная сеть», который был снят Дэвидом Финчером по роману Бена Мезрича (Мезрич, 2011).

А что же происходило с российским сетевым фронтиром? Какие герои внесли свою лепту в освоение российского онлайн-пространства, развитие цифровой реальности, появление первых отечественных блогов, интернет-СМИ, виртуальных сообществ?

Антон Носик родился в 1966 году в семье писателя, драматурга, журналиста, переводчика Бориса Носика и филолога Виктории Мочаловой. В 1989 году окончил лечебный факультет Московского государственного медико-стоматологического университета. В 1989 году уехал в Израиль, где работал в газетах The Jerusalem Post (на английском языке), «Маарив» (на иврите), «Вести» и «Время» (на русском языке) (Носик, 2008-2017). Поскольку медицинская карьера не сложилась в силу внешних причин, Носик стал заниматься журналистикой, написанием текстов и построением редакционных компьютерных систем. С 1990 года биография Носика неразрывно связана с Интернетом.

В Израиле Носик основал компанию Sharat Communications Ltd, предоставлявшую услуги по разработке веб-сайтов, его клиентами были Государственный банк Израиля и Музей Израиля. Своими первыми сайтами в Интернете Носик называл страницу памяти Иосифа Бродского, руководство по изготовлению сайтов и каталог

русских сайтов (Идлис, 2010, стр. 21). Именно живя в Израиле, Антон серьезно заинтересовался Интернетом и его возможностями информационного охвата огромного количества людей. В газете «Вести» он вел колонку «Наши сети», посвященную сетевым новостям, делал экономические обзоры. С 1996 года он прекратил писать об экономике и полностью переключился на рубрику «Наши сети», в рамках которой давал читателям «цифровые» советы, вел обзор веб-технологий, онлайн-сервисов (Спиридонов, 2012, стр. 163-180). Со временем вместо рубрики «Наши сети» появилась ежедневная колонка «Вечерний интернет», которая дала начало «эпидемии» веб-обзоров (Идлис, 2010, стр. 23). После закрытия «Вечернего Интернета» в 2001 году Носик завел блог на Livejournal.

В 1999 году в России А.Носик основал ежедневную интернет-газету Gazeta.ru, в которой он руководил не только редакцией, но и занимался разработкой сайта, писал издательский движок, обучал сотрудников языку верстки веб-страниц, программированию.

В 1999 году вместе с Фондом эффективной политики основал интернет-издание Lenta.ru, главным редактором которого был до 2004 года (Носик, Тимченко, 2015, стр. 9, 21). Создавая проект Gazeta.ru, Носик обратил внимание на значительную посещаемость раздела «Новости» онлайн-газеты по сравнению со статьями, интервью, аналитикой, форумами; впоследствии было принято решение сделать новостной веб-ресурс Lenta.ru на базе издания Gazeta.ru (Носик, Тимченко, 2015, стр. 11-12).

А.Носик участвовал в создании интернет-изданий Newsru.com (NTVRU.com, сайт телекомпании NTV), «Вести.ру», агентства «Курсор», MosNews.com и других медиапроектов. В 1999–2000 гг. занимал должность главного редактора онлайн-СМИ Vesti.ru, также созданного на базе Gazeta.ru (Спиридонов, 2012, стр. 163-165).

В 2000 году возник «Рамблер Интернет Холдинг», в структуре которого был новостной сервис Лента.ру. Руководство холдинга обратило внимание на успехи Носика и пригласило его на должность президента. В 2004 году Носик перешел на работу в Rambler Media Group на должность советника.

С 2009 по 2011 год был главным редактором сайта деловой информации BFM.ru, на котором освещались новости экономики и бизнеса России и мира. В 2009 году универсальный справочник WhoYOUgle, разработанный Антоном Носиком, получил премию Рунета (Идлис, 2010, стр. 42). До 2012 года работал в компании SUP Media, которая владела «Живым Журналом». Владельцы актива не являлись специалистами в цифровых технологиях, блогосфере. За

период работы Носика аудитория «Живого журнала» значительно выросла.

Антон Носик считается одним из первопроходцев российского Интернета. С ним связано создание известных онлайн-ресурсов и проектов, пользующихся популярностью у различных пользователей. Он был пионером среди русских пользователей блог-платформы «Живой журнал», входил в десятку самых популярных блогеров Рунета по версии Яндекса, выиграл первый чемпионат Яндекса по поиску в Интернете.

Евгений Касперский – этот тот герой сетевого фронта, который беспокоится о безопасности его жителей, создавая различные антивирусные программы, технологии и продукты. Он основал большую международную корпорацию со штаб-квартирой в Москве, которая ведет деятельность более чем в двухстах странах мира. Для Касперского важным критерием работы являются полезность и доступность антивирусов для онлайн-пользователей. Он один из самых известных в мире российских поселенцев сетевого фронта, профессиональный криптограф, шифровальщик, выпускник элитной школы разведки, умелый бизнесмен.

Евгений Касперский родился в 1965 году в Новороссийске в семье инженера В.Касперского и историка-архивиста С.Касперской (Дорофеев, Костылева, 2011, стр.13). В детстве Евгений был общительным любознательным ребенком. Он всегда был чем-то занят: составлением кроссвордов, игрой в «Монополию», ездой на байдарках, яхтах. Уже в детстве оформилась его склонность к лидерству: он часто выступал в роли инициатора мероприятий, вокруг него собирались толпы сверстников (Дорофеев, Костылева, 2011, стр.17). В 6–8 классах Касперский был постоянным корреспондентом математического журнала для школьников «Кванты». Он регулярно получал призы за победы в решении задач из математического журнала. К тому же, родители отдали его на год раньше в вечернюю математическую школу при МФТИ. Потом его пригласили в физико-математический интернат им А.Н.Колмогорова при МГУ, в котором он учился в 1980–1982 гг., и именно там сформировался костяк основателей будущей команды «Лаборатории Касперского» (Дорофеев, Костылева, 2011, стр.18-21).

В 1987 году он окончил школу КГБ СССР им. Ф.Э.Дзержинского и получил специальность инженера-математика. Одной из сложных дисциплин для Касперского оказалась криптография, легко давалось программирование; тогда же он освоил английский язык.

После окончания учебы Касперский попал по распределению в НИИ при Министерстве обороны, где впервые обнаружит на своем компьютере вирусы, начнет их коллекционировать и создавать антивирусную «базу данных».

В 1990-1991 годах Касперскому пришлось сделать выбор: либо быть лейтенантом Вооруженных сил СССР, работать на оборонку либо заниматься коммерческой деятельностью. Касперский уволился с секретного военного предприятия «по несоответствию служебной деятельности» и в 1991 году пошел работать в компьютерный отдел «Научно-технического центра КАМИ», где вместе с группой единомышленников развивал антивирусный проект «Antiviral Toolkit Pro», прототип будущего «Антивируса Касперского» (Касперский, 2010, стр.28).

В эти годы у Касперского были различные конкуренты: «Антивирус Зайцева», «Доктор Веб» и др. Но Касперский пошел дальше, он стремился реализовать инновационную идею: создание отдельного ядра (движка) антивирусной программы и отдельной базы данных, которая должна постоянно обновляться. Потом он разработал первый в мире интерфейс для антивируса (Дорофеев, Костылева, 2011, стр. 32-35).

В ноябре 1992 года группа выпустила свою первую полноценную программу – AVP 1.0. В ходе сбыта продукции команда часто сталкивалась с обманом со стороны партнеров. В 1996 году удалось заключить крупный контракт с немецкой компанией G-Data на поставку движка, который действовал до 2008 года, потом с финской фирмой F-Secure, российским «1С». В 1996 году был разработан новый антивирусный движок AVP3, потом – продукт для Windows 95. В 1996 году появился первый веб-сайт [www.avp.ru](http://www.avp.ru).

1996 год стал переломным для антивирусного проекта Касперского: формировалась партнерская сеть, продукт AVP набирал популярность, НТЦ Ками, на который работал Касперский и его команда, раскололся на независимые отделы, в итоге, было принято решение о создании независимой компании.

На начальных этапах «Лаборатория Касперского» продавала технологии западным партнерам (70% прибыли компании), при этом не требовались большие вложения в маркетинг, каналы продаж и производство. В 1999-2000 гг. компания столкнулась с технологическим кризисом: антивирус был сложен в использовании для обычного пользователя, к тому же, он отнимал много ресурсов у компьютера. Постепенно антивирусная программа «Лаборатории Касперского» становилась доступней и понятней массовому пользователю (Касс, 2016, стр. 49-66).

В 1999 году компания обрела популярность, поскольку смогла быстрее своих конкурентов создать продукт против глобальной эпидемии вируса «Чернобыль»; СМИ стали писать о лаборатории; определенную роль сыграла харизма Касперского.

В 1999 году был открыт первый зарубежный офис компании (в Англии). В 2000 году компания официально объявила о смене названия и логотипа продукта с AVP на «Антивирус Касперского». С марта этого же года компания впервые в мире предложила своим клиентам ежедневное обновление баз данных, что было большим технологическим прорывом (Дорофеев, Костылева, 2011, стр. 92, 102).

В 2001 году была разработана дифференциальная продуктовая линейка для домашних пользователей и корпоративных клиентов. Если в 1997-2000гг. «Лаборатория Касперского» работала, в основном, на домашнем рынке, в 2001-2003гг. она стала следовать экспортной модели маркетинга, в 2004-2007гг. компания начала ориентироваться на международный рынок.

В 2007 году в компании произошли структурные изменения системы управления. Это также было время стремительного роста корпоративных и розничных клиентов, покупавших «Антивирус Касперского 6.0». Была придумана и выпущена новая компонентная архитектура и новая идея антивирусного движка следующего поколения «Прага», которому были свойственны: незаметность, низкая ресурсоемкость, более эффективные алгоритмы вычислений. Антивирус стал продаваться в крупных торговых центрах, что привело к увеличению объема розничных продаж в России. К 2008 году «Лаборатория Касперского» занимала четвертое место в мире по объемам продаж антивирусов.

В 2009 году Касперский получил государственную премию РФ в области науки и технологий, стал членом Общественной палаты РФ третьего состава. В компании был разработан кодекс корпоративных ценностей Familia: товарищество, честность, профессионализм, импровизация, умение быть разными в разных странах, предприимчивость, амбиции.

В 2012 году Касперский вошёл в рейтинг 100 самых влиятельных мыслителей года по версии журнала Foreign Policy. С мая 2016 года «Лаборатория Касперского» начала вкладывать инвестиции в перспективные стартапы. Для вузов, готовящих IT-специалистов, компания разработала специальную программу – «Академия Касперского», которая действует в 40 заведениях страны.

«Лаборатория Касперского» – первая российская компания, которая получила компьютерный Оскар – Secure Computing. Это пример российской технологической компании, сумевшей прочно

закрепить свои позиции на сетевом фронтире. Ее успех связан, прежде всего, с личностью лидера, умеющего предвидеть ситуацию, придумывать цифровые технологии и собрать команду единомышленников.

Мы представили вам истории успеха разных фронтирных героев из различных стран (США, Китай, Россия). Каждый герой внес свою лепту в освоение сетевого фронта. Кто-то снимался в кино, о ком-то, наоборот, снимали фильмы; кто-то придумал цифровые технологии, виртуальные сообщества, создавал онлайн-контент, беспокоился о безопасности жителей фронта; а у кого-то не было IT-образования, но была четко сформулированная идея. Многим из героев нравится позиция исследователя, причем исследовать можно различные явления, например, антивирусную индустрию или законы компьютерного мира. Но для многих из фронтирных лидеров была свойственна любовь к искусству и техническим наукам, а, главное, к Интернету, компьютерным технологиям, сетевому фронтиру.

### Список литературы

Curran, J. & Fenton, N. & Others (2012). *Misunderstanding the Internet*. London and New York: Routledge.

Erismann, P. (2015). *Alibaba's world: how a remarkable Chinese company is changing the face of global business*. New York: St. Martin's Press.

Flichy, P. (2007). *The Internet Imaginaire*. Cambridge, MA: MIT Press.

Rosenberg, S. (2009). *Say everything: how blogging began, what it's becoming, and why it matters*. New York: Crown Publishers.

Айзексон, У. (2015). *Инноваторы. Как несколько гениев, хакеров и гиков совершили цифровую революцию*. М.: Издательство АСТ: CORPUS.

Апанасик, В. (2012). *20 великих бизнесменов: люди, опередившие свое время*. М: Эксмо.

Бабицкий, А. (2014). Сокровища Али-Бабы. *РБК*, 10, стр. 24-27.

Бим, Дж. (2014). *Марк Цукерберг*. М.: АСТ.

Дорофеев, В. Ю. & Костылева, Т.П. (2011). *Принцип Касперского: телохранитель интернета*. М.: Эксмо Коммерсантъ.

Идлис, Ю.Б. (2010). *Рунет: сотворенные кумиры*. М: Альпина нон-фикшн.

Йоффи, Д. & Кусумано, М. (2016). *Искусство стратегии. Уроки Стива Джобса, Билла Гейтса и Энди Гроува*. М.: Манн, Иванов и Фербер.

Касперский, Е. (2010). Наш бизнес – это пятый элемент. *Системный администратор*, 1-2 (86-87), стр. 28-33.

Касс, П. (2016). *Успех. Лидер. Действие*. М.: Альпина Паблишер.

Киркпатрик, Д. (2011). *Социальная сеть: как основатель Facebook заработал \$ 4 миллиарда и приобрел 500 миллионов друзей*. М.: Эксмо.

Кларк, Д. (2017). *Alibaba. История мирового восхождения*. М.: Издательство «Э».

Кононов, Н.В. (2013). *Код Дурова: реальная история «ВКонтакте» и ее создателя*. М.: Манн, Иванов и Фербер.

Лау, Д. (2010). *Google. Прошлое. Настоящее. Будущее*. М.: Манн, Иванов и Фербер.

Мезрич, Б. (2011). *Миллиардеры поневоле: альтернативная история создания Facebook*. М.: United press.

Носик, А. & Тимченко, Г. (2015). *Дорогая редакция. Подлинная история «Ленты.ру», рассказанная ее создателями*. М.: АСТ.

Носик, А. (2008-2017). Профиль автора на портале Сноб.ру. *Snob.ru*. Retrieved from <https://snob.ru/profile/5319/about>

Плотичкина, Н.В. & Довбыш, Е.Г. (2017). Сетевой фронтир как метафора и миф. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*, 1, стр. 51-62. doi: 10.22363/2313-2272-2017-17-1-51-62

Русяева, П. & Луганская, Д. (2015). Экспресс в Россию. *РБК*, 9, стр. 70-77.

Спиридонов, М.Ю. (2012). *Рунетология: кто управляет русским Интернетом?* М.: Манн, Иванов и Фербер.

Циттлау, Й. (2012). *От Диогена до Джобса, Гейтса и Цукерберга: «ботаники», изменившие мир*. СПб: Питер.

### HEROES OF NETWORK FRONTIER<sup>1</sup>

**Plotichkina N.V.**

Plotichkina Natalya Viktorovna, Kuban State University,  
350040, Krasnodar, Russia, Stavropolskaya Str., 149.

E-mail: oochronos@mail.ru

---

<sup>1</sup> The research was supported by the Russian Foundation for Humanities. Project No 15-03-00339 «Frontier of the network society as a space for political interaction»

Development of network frontier is a result of collective collaboration, the role of digital era innovators in the process of network space expansion is also interpreted in the article. Author describes three types of network frontier heroes – pioneers, settlers and entrepreneurs, acting on the different stages of frontier zone colonization. Staging of network frontier development correlates with network heroes classification. Typology of network frontiersmen is done according with the role of heroes in the process of network frontier development, creation of network reality, formation of virtual communities. Pioneers probed frontier, developed its base principles and technology infrastructure. Settlers founded colonies, promoted new on-line services. Entrepreneurs invested in network frontier settlements, digital startups. It is shown, that the majority of network heroes have an interest to technical science, programming and art. Modern heroes of network frontier are represented in the images of settlers and entrepreneurs, that introduced new digital technologies, founded new social networks, network trade and managed to develop profitable business. Biographies, success stories of different frontier heroes from various countries (The USA, China, Russia): Jack Ma, Mark Zuckerberg, Anton Nossik and Eugene Kaspersky are described in the article. The emerging of new network frontiersmen is conditioned by dynamism of digital world.

Keywords: frontier, theory of frontier, network frontier, electronic frontier, heroes of the network frontier, heroes of the Internet, Internet, sociology of the Internet

### References

- Apanasik, V. (2012). *20 great businessmen: people ahead of their time*. Moscow: Eksmo.
- Babitsky, A. (2014). Treasures of Ali Baba. *RBC*, 10, pp. 24-27.
- Beahm, G. (2014). *The boy billionaire: Mark Zuckerberg in his own words*. Moscow: AST.
- Casse, P. (2016). *Success. Leader. Action*. Moscow: Alpina Publisher.
- Cittlau, J. (2012). *From Diogenes to Jobs, Gates and Zuckerberg. The botanists, who have changed the world*. St. Petersburg: Piter.
- Clark, D. (2017). *Alibaba: the house that Jack Ma built*. Moscow: Publishing house Eksmo.
- Curran, J. & Fenton, N. & Others (2012). *Misunderstanding the Internet*. London and New York: Routledge.
- Dorofeev, V.Y. & Kostyleva, T.P. (2011). *The principle of Kaspersky: the bodyguard of the Internet*. Moscow: Eksmo Kommersant.
- Erisman, P. (2015). *Alibaba's world: how a remarkable Chinese company is changing the face of global business*. New York: St. Martin's Press.

Flichy, P. (2007). *The Internet Imaginaire*. Cambridge, MA: MIT Press.

Idlis, Y.B. (2010). *Runet: conjured idols*. Moscow: Alpina non-fiction.

Isaacson, W. (2015). *The Innovators. How a Group of Hackers, Geniuses, and geeks created the Digital Revolution*. Moscow: Publishing house AST: CORPUS.

Kaspersky, E. (2010). Our business is the fifth element. *System administrator*, 1-2 (86-87), pp. 28-33.

Kirkpatrick, D. (2011). *The Facebook effect: the inside story of the company that is connecting the world*. Moscow: Publishing house Eksmo.

Kononov, N. (2013). *Code of Pavel Durov. The real story of VKontakte VK.com and its creator*. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber.

Lowe, J. (2010). *Google speaks: secrets of the world's greatest billionaire entrepreneurs, Sergey Brin and Larry Page*. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber.

Mezrich, B. (2011). *The accidental billionaires: the founding of Facebook, a tale of Sex, money, genius, and betrayal*. Moscow: United press.

Nosik, A. & Timchenko, G. (2015). *Dear editor team. True history of «Lenta.ru», narrated by its creators*. Moscow: AST.

Nosik, A. (2008-2017). Author's profile on the portal Snob.ru. *Snob.ru*. Retrieved from <https://snob.ru/profile/5319/about>

Plotichkina, N.V. & Dovbysh, E.G. (2017). Network frontier as a metaphor and myth. *RUDN Journal of Sociology*, 1, pp. 51-62. doi: 10.22363/2313-2272-2017-17-1-51-62

Rosenberg, S. (2009). *Say everything: how blogging began, what it's becoming, and why it matters*. New York: Crown Publishers.

Rusyaeva, P. & Luganskaya, D. (2015). Express to Russia. *RBC*, 9, pp.70-77.

Spiridonov, M.Y. (2012). *Runetology: Who runs the Russian Internet?* Moscow: Mann, Ivanov and Ferber.

Yoffie, D. & Cusumano, M. (2016). *Strategy Rules: Five Timeless Lessons from Bill Gates, Andy Grove, and Steve Jobs*. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber.