

«Миссия нашей компании — объединять мир и делать его более открытым»

05.04.2023

ИНТЕРВЬЮ

Охват аудитории крупнейшей социальной сети в мире Facebook — 2,7 млрд человек. Компания Facebook Inc. является владельцем других популярных сервисов, таких как Instagram, WhatsApp. Русскоязычная версия сайта заработала спустя четыре года с момента основания компании, в 2008 г., однако российского представительства у компании так и нет. Вопросами, связанными с работой Facebook в России, занимается представительство компании в Варшаве. Оно же и отвечает за взаимодействие с регуляторами других стран Восточной Европы. С января прошлого года Директором компании по связям с государственными организациями (Head of Public Policy) в России является Ульяна Зинина, до этого возглавлявшая GR в российском офисе «Майкрософт». Мы поговорили с ней о миссии и принципах работы Facebook, о том, какие задачи стоят перед ней и как наличие юридического образования помогает ей в решении этих задач.

— Компания, в которой вы трудитесь, постоянно занимает высокие позиции в рейтинге лучших мест работы. Устроиться в нее мечтают многие. Что для этого нужно? Как вы попали в Facebook, и как складывалась ваша карьера?

— Я работаю в сфере технологий почти 10 лет. Начинала я как юрист, потом стала специализироваться на связях с государственными организациями — так называемом GR. Я благодарна судьбе за то, что имела возможность узнавать и изучать информационные технологии и Интернет с самых основ до наиболее продвинутых надстроек: начиная с

телекоммуникаций и DNS-систем и заканчивая облачными сервисами и искусственным интеллектом.

Еще обучаясь в университете, я хотела стать юристом в области технологий и попробовать применить традиционные «офлайновые» законы к новым реалиям онлайн-сервисов. Мне посчастливилось начать карьеру в качестве юриста в Министерстве информационных технологий и связи РФ под руководством лучших экспертов в области IT и телекоммуникаций того времени. По мере быстрого развития технологий рос и мой интерес к этой индустрии. Мне не терпелось узнать, как функционирует «сердце» Интернета — DNS система, поэтому я начала работу в Координационном центре национального домена .RU.

Через некоторое время у меня появилась возможность поработать с крупнейшей российской технологической компанией «Яндекс», предлагавшей абсолютно новый с точки зрения правовой системы набор услуг. Поняв, как работают российские онлайн-сервисы, я заинтересовалась работой международных облачных компаний, предприятий по разработке программного обеспечения и их сервисов и в результате присоединилась к Microsoft. Работу там я начинала с должности советника по вопросам регулирования, а в конечном итоге стала директором по корпоративным вопросам и сосредоточилась на GR.

Опыт, приобретенный в правовой сфере, помогает мне в GR-практике — наличие экспертных знаний способствует многосторонней оценке влияния законодательных инициатив на развитие IT-индустрии. Мое решение присоединиться к команде Facebook было связано с готовностью расширить свой опыт, желанием работать с международным коллективом, решать новые задачи и видеть в этом миссию, резонирующую с собственными целями: помогать людям налаживать связи друг с другом, способствовать сообществам в поиске возможностей для развития. Следует заметить, что подобными идеями вдохновлены практически все, кто присоединился к команде Facebook.

— Что входит в ваш функционал, и каковы ваши задачи на ближайший год?

— Я работаю в команде Public Policy и отвечаю за взаимодействие с государственными и общественными организациями. Сегодня общение с помощью сервисов семейства Facebook уже стало частью повседневной жизни более чем 2,7 млрд. человек по всему миру. В связи с этим растет значимость нашего взаимодействия с такими организациями во многих странах.

Одно из ключевых направлений моей деятельности в этом году — работа с программами по повышению осведомленности пользователей и обучению их правилам онлайн-общения. Сегодня в Facebook над вопросами безопасности трудится 30 тыс. человек. Мы должны обеспечить людям возможность общаться всюду, где бы они ни находились. При этом мы несем ответственность за предотвращение негативного и продвижение конструктивного использования сервисов, препятствуем размещению контента, который может кого-либо оскорбить, ранить или запугать.

Один из ключевых проектов этого года, о котором мне хотелось бы рассказать подробнее, — это кампания по борьбе с буллингом — травлей и издевательствами. Проект мы запустили в России в феврале вместе с Региональным общественным центром интернет-технологий (РОЦИТ). В рамках этого проекта мы работали вместе с экспертами, понимающими остроту данной проблемы во всех ее проявлениях. Для ее решения требуются совместные усилия многих участников, знание различных точек зрения на причины возникновения буллинга, но при этом критически важно иметь одну общую цель. На протяжении всей «Недели безопасного Интернета» мы делились экспертными советами о том, как оставаться в безопасности в сети и на нашей платформе при проявлениях травли и издевательствах; рекомендациями по размещению контента, связанного с попытками человека нанести себе вред; управлению настройками выкладываемого контента. Подобные кампании, в ходе которых мы напоминаем о простых и доступных инструментах обеспечения безопасности в режиме онлайн, помогают предотвратить множество негативных ситуаций. Это один из основных приоритетов моей работы в текущем году.

Еще в фокусе этого года — помочь малым и средним российским предприятиям определить свою роль в экономике страны; показать цифровые инструменты, доступные для их успешного развития. Поддерживая этот сектор, мы способствуем созданию рабочих мест и открытию новых возможностей для экономического прогресса.

— Часто ли вы бываете в России?

— Я работаю в офисе Facebook в Варшаве. Переехала сюда почти год назад. Данный офис отвечает за 29 стран Центральной и Восточной Европы, в том числе за российский рынок. Безусловно, я очень часто бываю в России, встречаюсь здесь с коллегами и экспертами, посещаю ключевые отраслевые мероприятия.

— Входит ли GR в функции вашего юридического департамента?

— У нас в компании матричная структура. Я работаю в команде Public Policy региона Европы,

Дальнего Востока и Африки (Europe, the Middle East and Africa — EMEA), но при этом постоянно тесно сотрудничаю и со многими другими командами. У нас есть поговорка о том, что в Facebook нет чужой проблемы. Мы все помогаем друг другу в создании лучшего сервиса, использование которого способствует реализации миссии компании — дать людям возможность развивать сообщества и «делать мир ближе».

— Расскажите, пожалуйста, о корпоративной культуре компании.

— Глава компании Марк Цукерберг когда-то сказал, что Интернет — это огромная сила, несущая в себе перемены. Сегодня мы активно обсуждаем, куда же ведут нас эти перемены. В то же время основной ценностью компании для общества неизменно остается предложение бесплатного для всех сервиса, позволяющего оставаться на связи с близкими нам людьми; выражать то, что мы думаем и чувствуем; получать помощь, когда она нам нужна; поддерживать идеи, в которые мы верим; создавать и развивать свое дело независимо от того, где мы находимся.

Главные принципы корпоративной культуры Facebook простые, но емкие. Первый принцип — приносить пользу обществу. Facebook — не просто бизнес-проект, его миссия заключается в том, чтобы объединять мир и делать его более открытым. Лучший способ осуществления этого — постоянно проверять и убеждаться в том, что мы разрабатываем решения самых важных для общества и человека задач. Для меня лично это выражается в том, что я могу оставаться на связи со своей семьей, друзьями и коллегами, когда мы находимся в разных странах.

Второй принцип нашей культуры — фокусироваться на результате. Если мы хотим достигнуть наилучших результатов, то самым правильным является решение наиболее важных вопросов, например той же борьбы с буллингом. Многие проекты компании создавались с учетом именно этого принципа.

Третий наш принцип — не снижать скорость движения. Это позволяет создавать больше и

обучаться быстрее. Вся культура компании мотивирует быть гибким и открытым для быстрого принятия решений. Мы верим, что более открытый мир — лучший мир, потому что позволяет людям принимать наиболее информированные решения и добиваться достойных результатов.

Четвертый корпоративный принцип — принимать смелые решения. Поиск и разработка по-настоящему ценных решений всегда сопряжены с риском, требуют серьезных усилий и ресурсов, смелости и творческого подхода. В мире, который так быстро меняется, мы гарантированно потерпим неудачу, если не будем рисковать. Опять же есть соответствующая поговорка: «Самый большой риск — это не рисковать». Данный принцип в большой степени резонирует с моей карьерой и жизнью, ведь, как говорят в России, «кто не рискует, тот не пьет шампанское».

— Кем бы вы могли быть сейчас, если бы не стали GR-специалистом?

— В моей семье не было юристов, однако я никогда не рассматривала какие-либо другие варианты образования, кроме права и юриспруденции. Сфера GR, в которую я перешла, сочетает в себе понимание права, знание современных технологий, предвидение будущих прорывов и осознание важности человеческих и бизнес-взаимоотношений.

В школе я очень любила историю и рано осознала значимость правовых инструментов, например принципов права и международных договоров. В университете я поняла важность прав человека и гражданина, на примерах самых известных судебных процессов увидела роль юристов в судьбах отдельных людей, развития общества и государства. Вот почему меня так привлекает профессия юриста. Мне показалось, что это одна из самых важных и ответственных профессий в мире — приносить пользу людям и обществу. Мне кажется, это очень созвучно с той миссией, которую несет Facebook.



**Ульяна
Зинина**

директор компании по связям с государственными
организациями (Head of Public Policy) в России

ИНТЕРВЬЮ