

Big Data vs. Персональные данные

Научный руководитель – Анисимов Алексей Владимирович

Актанова А.К.¹, Петров А.А.²

1 - Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА),
Институт бизнес права, Москва, Россия; 2 - Марийский государственный университет,
Йошкар-Ола, Россия

В бизнес-сообществе все чаще стал звучать тезис «Big Data - новое золото». Сложно спорить с тем, что искусственный интеллект, Большие Данные - важная составляющая цифровой экономики и её будущее. По оценкам Baker&McKenzie, подготовленным специально к Форуму G20 2017, решения, принятые на основе Big Data, могут принести России от 4 до 7 дополнительных пунктов ВВП.

Бизнес уже сейчас активно использует Большие Данные, в первую очередь, продавая продукт тем, у кого присутствует спрос, используя прямые каналы, а также посредством сокращения безусловных издержек.

Однако, учитывая все плюсы Больших Данных, нельзя забывать, какую опасность таит их неправомерное и неурегулированное использование.

В рамках данной статьи автором анализируется проблема защищенности персональных данных в связи с использованием Big Data для целей бизнеса.

Статья 23 Конституции Российской Федерации провозглашает право каждого на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну.

Во исполнение ст.23 Конституции принят Федеральный Закон «О персональных данных», согласно которому персональными данными признается любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных) [1]. Данное понятие подразумевает, что операторы и иные лица, получившие доступ к персональным данным, обязаны не раскрывать третьим лицам и не распространять персональные данные без согласия субъекта персональных данных. Более того, слово «косвенно» означает, что для квалификации информации в качестве таковой не обязательно, чтобы ее самой по себе было достаточно для идентификации индивида. Достаточно теоретической возможности — например, при сопоставлении с каким-нибудь другим набором данных.

Указанный Закон в значительной степени отражает принципы защиты и обработки персональных данных, содержащиеся в «Конвенции Совета Европы о защите физических лиц при автоматизированной обработке персональных данных».

Статья 5 ФЗ «О персональных данных» предусматривает следующие принципы:

- 1) принцип определенности целей сбора и обработки данных;
- 2) ограничение обработки персональных данных только заранее установленными, законными целями; не допускается обработка персональных данных, несовместимая с целями их сбора, а равно избыточность персональных данных по отношению к целям их обработки;
- 3) недопустимость объединения баз данных, содержащих персональные данные, обработка которых осуществляется в целях, несовместимых между собой;
- 4) при обработке персональных данных должна быть обеспечена их точность и актуальность по отношению к целям обработки персональных данных. Оператор должен принимать необходимые меры либо обеспечивать их принятие по удалению или уточнению неполных или неточных данных;

5) хранение персональных данных должно осуществляться в форме, позволяющей определить субъекта персональных данных не дольше, чем этого требуют цели обработки персональных данных.

Однако, например, принцип определенности целей сбора и обработки данных абсолютно не согласуется с принципом работы Big Data, поскольку в эпоху Больших Данных основным приоритетом для бизнеса является накопление огромного количества данных, т.к. все данные приобретают потенциальную ценность. Организации заинтересованы в том, чтобы собирать и хранить как можно больше данных для их последующего использования, характер которого предугадать невозможно. Например, данные, потенциально связанные с конкретными пользователями: данные GPS навигаторов, данные о посещении определенных сайтов, оставленных комментариях, сделанных поисковых запросах или покупках, то есть той информации, которая может быть потенциально квалифицирована как персональные данные.

Кроме того, одним из требований Закона является конфиденциальность персональных данных. Конфиденциальность достигается путем обезличивания данных. Однако технологии Big Data позволяют идентифицировать личность посредством установления корреляций между несколькими фрагментами данных, соответственно, эффективность обезличивания персональных данных вызывает сомнения. Любая информация об относительно уникальном качестве лица (например, о посещенных им местах) может служить основанием для «опознания» данного лица в различных базах данных. Стоит отметить, что возможность «опознания» лица значительно увеличилась с момента появления социальных сетей и различных сайтов, где люди оставляют информацию о себе. Практически любое действие лица в сети Интернет может являться связующим звеном «опознания» его личности, поскольку оно оставляет так называемый цифровой след (digital finger print — букв. «Цифровые отпечатки пальцев») [2].

В связи с изложенным, существующее использование Больших Данных бизнесом вступает в прямое противоречие с закрепленными принципами обработки персональных данных.

Кажущаяся относительно далекой проблема соотношения Big Data и персональных данных тем временем стремительно набирает обороты. В ближайшее время в России будет реализован один из крупнейших проектов на основе Big Data, рабочее название которого «Ассоциация больших данных». В Ассоциацию планируют войти такие гиганты как «ВымпелКом», «МегаФон», МТС, «Ростелеком», Mail.Ru Group, «Яндекс», Rambler и другие представители крупного бизнеса. Целью создания данной Ассоциации является консолидация Больших Данных, накопленных на основе баз данных клиентов компаний, передачу которых планируется осуществлять в обезличенной форме.

Однако, два основных фактора: рост производительности и доступности вычислительных мощностей, а также огромный массив доступной в сети Интернет личной информации — обуславливают техническую возможность деанонимизации даже тщательно обезличенных данных, ибо любые обезличенные данные всегда имеют какой-либо атрибут, относимый к личности.

На сегодняшний день существует одно единственное громкое дело, в котором использование информации о пользователях сети Интернет в коммерческих целях стало предметом судебного разбирательства. В январе 2017 года администрация «ВКонтакте» подала иск в Арбитражный суд Москвы против ООО «Дабл» (использует бренд Double Data) и Национального бюро кредитных историй. Две эти компании оценивают кредитоспособность заемщиков на основе информации их профилей в соцсетях и продают эти данные банкам. При этом требование ООО «ВКонтакте» заключалось в признании действий ООО «Дабл» по извлечению и последующему использованию информационных элементов из

Базы данных пользователей Социальной сети «ВКонтакте» нарушением исключительных прав ООО «В Контакте» как изготовителя Базы данных пользователей Социальной сети «ВКонтакте», а сумма исковых требований соцсети составила 1 рубль. Суд первой инстанции в удовлетворении исковых требований отказал. Вместе с тем суд апелляционной инстанции запретил ответчику использовать информацию о пользователях в своих целях, однако при этом отказал во взыскании символической компенсации в один рубль в пользу «ВКонтакте».

Таким образом, данный фиктивный запрет еще раз показывает, насколько персональные данные в сети Интернет полезны для бизнеса, как легко их аккумулировать для извлечения прибыли, и насколько незащищены права граждан на частную жизнь действующим законодательством.

Осознавая большую проблему использования Больших персональных Данных и ее коммерческую ценность, Александр Жаров, глава Роскомнадзора, неоднократно подчеркивал необходимость создания регулирующих актов в этой сфере — создания соответствующего понятийного аппарата, установление режима работы с большими персональными данными, выработка правил для рынка услуг.

На сегодняшний день существуют сторонники «национализации» больших персональных данных - государство должно взять на себя регулирование оборота в данной сфере, создать честный рынок, вложиться в его развитие, заниматься просвещением пользователей, созданием площадок, с помощью которых пользователи смогут управлять своими большими персональными данными.

Вместе с тем, по словам помощника президента Игоря Щеголева, возглавляющего рабочую группу по вопросам развития интернета при Администрации Президента, сейчас разрабатывается законопроект о «больших пользовательских данных», в котором может появиться возможность для пользователей запретить использование данных о себе операторам связи и другим компаниям, кроме того рабочая группа планирует урегулировать использование «серых данных».

Однако, принятие «собственных» законов о больших пользовательских данных, как считают ученые, ничего хорошего не принесет. Возникнут коллизии с законодательством о персональных данных, а государственные информационные системы придется вывести из-под действия нового закона.

Таким образом, для сопряжения законодательства о персональных данных и реальной практики использования Больших Данных бизнесом необходимо совершенствовать методологии обезличивания данных и прояснить их правовой статус. А также создать правовую основу для обработки персональных данных без согласия субъекта, но с созданием дополнительных гарантий, что полученная информация не будет использована ему во вред.

Список литературы

Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 29.07.2017) "О персональных данных" // "Российская газета", N 165, 29.07.2006

Научная электронная библиотека «Киберленинка»: <http://cyberleninka.ru> // А.И. Савельев «Проблемы применения законодательства о персональных данных в эпоху «Больших Данных» (Дата обращения 08.02.2018 г.)