

Mail.Ru Group Limited

ОЦЕНКА СЕРВИСОВ

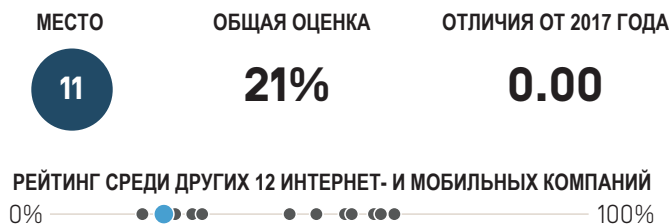
- Mail.ru (email)
- Агент Mail.Ru (мессенджер и голосовая телефония)Яндекс. Диск (облачное хранилище)
- Вконтакте (социальные сети и блоги)

Основные выводы:

- В отличие от большинства остальных интернет- и мобильных компаний, входящих в Индекс, включая Yandex и другие российские интернет-компании, Mail.ru раскрывает меньше всех информации о своей корпоративной политике защиты прав пользователей на самовыражение и приватность.
- Компания практически ничего не рассказывает о том, как она реагирует на требования властей удалить определенный контент или предоставить пользовательские данные. При этом раскрытие хотя бы части информации о том, как компания реагирует на подобные требования, не противоречит закону.
- Компания недостаточно прозрачна в части сбора пользовательских данных: какие именно данные собираются, кто имеет к ним доступ и с какими целями, включая таргетированную рекламу, а также какие меры предпринимаются для защиты этих данных.

Анализ

Mail.ru заняла 11 из 12 мест среди интернет- и мобильных компаний, ставших целью этого исследования. Причиной такой низкой оценки стала недостаточная открытость компании о своей политике, влияющей на права самовыражения и приватности.¹ В частности, компания раскрыла данных о своей политике приватности гораздо меньше, чем Yandex², другая российская компания, попавшая в Индекс. Хотя компания работает во все более сложных политических условиях, в которых интернет-корпорации не спешат публично заявить о своей приверженности защите прав человека³, она тем не менее могла бы быть более транспарентной относительно своей политики и практики, затрагивающих права на самовыражение и приватность. Она также могла бы раскрывать больше информации о своей работе с государственными и частными запросами на ограничение контента или передачу пользовательских данных — в этом компанию никто не ограничивает. Mail.Ru также могли бы больше рассказывать о своей работе с пользовательскими данными — в этой



Основные рекомендации:

- **Публично заявите о своей приверженности защите прав человека.** Компания должна ясно заявить о своем уважении права на самовыражение и приватность как прав человека, поскольку ни один закон не запрещает ей это сделать.
- **Открыто заявляйте о требованиях заблокировать определенный контент или предоставить информацию о своих пользователях.** Компания должна раскрыть информацию о требованиях властей об удалении контента и предоставлении личных данных пользователей. Если полной прозрачности препятствует закон, это нужно указать.
- **Уточните как компания обращается с пользовательскими данными.** Компания должна более подробно отчитываться об обращении с пользовательскими данными и регулярно уведомлять своих пользователей, какие меры она принимает для защиты их данных.

области Yandex раскрывает гораздо больше информации — и дать своим пользователям больше возможностей управлять тем, какую информацию о них компания может собирать и с кем и для каких целей делиться, включая для таргетированной рекламы.

Mail.Ru Group Limited разрабатывает программные продукты для онлайн-коммуникации и развлекательные сервисы для российского и мировых рынков. Их сервисы включают в себя: поисковый сервис, социальные сети, электронную почту, а также площадки для игр и цифровой коммерции.

Капитализация: 8,2 млрд USD⁴

LSE: MAIL

Юрисдикция: Россия

Сайт: <https://corp.mail.ru>

¹ Исследуемый Индексом-2018 период продолжался с 13 января 2017 г. до 12 января 2018. Законы, вступившие в силу после 12 января 2018 г. не учитывались. Результат Mail.Ru в 2017 году можно посмотреть по ссылке: <https://rankingdigitalrights.org/index2017/companies/mailru/>.

² "Russian internet companies can do better despite tough legal environment." «Индекс ответственности корпораций — 2017», «Рейтинг цифровых прав» (Ranking Digital Rights), март 2017, <https://rankingdigitalrights.org/index2017/findings/russia/>

³ "Freedom on the Net" (Freedom House, ноябрь 2017), <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2017/russia>

⁴ Bloomberg Markets, по состоянию на 8 марта 2018: <https://www.bloomberg.com/quote/MAIL:L1>

Корпоративное управление 7%

Mail.Ru получила низкую оценку в номинации «Корпоративное управление», разделив с Yandex и Tencent предпоследнее место среди интернет- и мобильных компаний. Компания получила лишь несколько средних оценок по двум из шести показателей в данной категории. Имеется программа по защите информаторов, но в ней не упоминаются конкретно случаи с раскрытием информации по

проблемам права на самовыражение и приватность (G3). Кроме того, механизм подачи жалоб включает в себя вопросы права на самовыражение, но не права на приватность (G6).

Свобода самовыражения 22%

Mail.ru раскрывает недостаточно информации о своей политике, влияющей на право пользователей на самовыражение и занимает вместе с Samsung четвертое с конца место среди интернет- и мобильных компаний, обойдя Yandex, Tencent и Baidu.

Ограничение контента и пользовательских аккаунтов: Mail.Ru рассказывает больше, чем Yandex, но меньше, чем другие интернет- и мобильные компании о том, какие в компании действуют правила и как они применяются (F3). Как и большинство компаний в настоящем Индексе, Mail.Ru не раскрывает данных об объеме и природе контента или аккаунтов, которые она ограничивает за нарушение правил использования сервиса (F4). В отличие от Yandex, Mail.Ru не раскрывает информацию о том, получают ли пользователи уведомление о блокировке контента или их аккаунтов (F8).

Требования об ограничении доступа к контенту и аккаунтам: Mail.Ru практически ничего не рассказывает об обращении с запросами государственных органов и частных лиц об ограничении доступа к контенту или определенным аккаунтам (F5-F7). Компания ограничилась лишь минимальной информацией о процедуре ответа на подобные запросы (F5) и не выдала никаких данных о количестве запросов от государственных органов и частных лиц, которые компания получила или удовлетворила (F6, F7), хотя ни один закон не мешает Mail.Ru это сделать.

Политика идентификации пользователей: Социальная сеть «ВКонтакте», принадлежащая Mail.Ru, требует от пользователей предоставить номер телефона и подтвердить личность пользователя, если ему требуется техническая поддержка. Российские интернет-провайдеры, телекоммуникационные компании и мессенджеры обязаны по закону требовать идентификации пользователей, но неясно, относится ли это требование к социальным сетям типа «ВКонтакте».⁵

Приватность 25%

Mail.Ru получила второе с конца рейтинга место из всех 12 интернет- и мобильных компаний — результат, лишь немного лучший, чем у Baidu.

Работа с пользовательскими данными: Mail.Ru меньше прочих интернет- и мобильных компаний, включая Yandex, раскрывает информации о том, как она обращается с пользовательскими данными (P3-P9). Компания все же поделилась некоторыми сведениями о том, какие именно пользовательские данные собираются (P3), кто имеет к ним доступ (P4) и с какой целью (P5), но при этом она практически ничего не рассказывает о том, как долго хранятся данные (P6). У Mail.Ru также нет однозначного ответа на вопрос, какие возможности есть у пользователей для контроля над хранением их данных, в том числе будут ли их данные использоваться для таргетирования рекламы (P7) или следит ли компания за поведением своих пользователей в интернете при помощи cookie-файлов или виджетов (P9).

Запросы о выдаче пользовательских данных: Mail.Ru — одна из трех интернет- и мобильных компаний, которые не раскрывают никакой информации о своих процедурах работы

с обращениями государственных органов и частных лиц о доступе к пользовательским данным (P10, P11). Как и многие другие, компания также практически ничего не раскрывает о том, получают ли пользователи уведомление о том, что их данные кто-то запрашивал (P12). Однако, поскольку российские правоохранительные органы при помощи системы СОПМ имеют прямой доступ к любым электронным коммуникациям, российские компании могут и не знать, когда государственные органы начинают собирать данные их пользователей.⁶

Безопасность: Mail.Ru раскрывает мало информации о своей политике безопасности, но чуть больше, чем четыре других интернет- и мобильных компаний, включая Twitter (P13-P18). Как и другие компании, она практически не говорит о своих процедурах реагирования на утечку данных (P15). Кроме того, она раскрывает мало информации о политике шифрования, в отличие от Yandex, другой российской компанией, включенной в настоящий Индекс (P16).

⁵ Федеральный закон № 126-ФЗ «О связи» (2003), с поправками в 304-ФЗ (2013) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43224/f7a7810cf56882f4ac05d0b11af-4fc4a2d3c9d23/ и Федеральный закон от 29.07.2017 N 241-ФЗ «О внесении изменений в статьи 10.1 и 15.4 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221183/3d0cac60971a511280cbb229d9b6329c07731f/

⁶ Андрей Солдатов и Ирина Бороган, «Битва за Рунет», отрывок на английском опубликован в The Guardian 8 сентября 2015 г. <http://www.theguardian.com/world/2015/sep/08/red-web-book-russia-internet>