

Mail.Ru Group Limited

ОЦЕНКА СЕРВИСОВ

- Mail.ru (электронная почта)
- Агент Mail.Ru (мессенджер и голосовая телефония)
- Вконтакте (социальные сети и блоги)
- Облако (облачное хранилище)

Основные выводы:

- Mail.ru оказалась на последнем месте из всех интернет- и мобильных компаний в данном рейтинге. Mail.Ru раскрывает меньше информации о своей корпоративной политике защиты прав пользователей на самовыражение и приватность, чем все ее конкуренты, включая Yandex и другие российские интернет-компании.
- Компания практически ничего не рассказывает, как она реагирует на требования властей удалить определенный контент или передать пользовательские данные. Однако раскрытие хотя бы части информации о том, как компания реагирует на подобные требования, не противоречит закону. (несмотря на то, что частичное раскрытие информации о реагировании Mail.Ru на требования государства, не противоречит законодательству)
- Компания недостаточно прозрачна в вопросах контроля и доступа пользователей к своим данным, а также в том, какие меры предпринимаются для защиты этих данных.

Анализ

Несмотря на то что общая оценка компании несколько улучшилась по сравнению с прошлогодним рейтингом¹, Mail.Ru заняла последнее место из всех участвовавших в исследовании 12 интернет- и мобильных компаний. Причиной такой низкой оценки стала наименьшая в сравнении со всеми участниками рейтинга открытость компании о своей политике, влияющей на права самовыражения и приватности². Компания раскрыла гораздо меньше данных, чем Yandex или другая российская компания, попавшая в Индекс, о своей управленческой деятельности и контролю в отношении права пользователей на свободу самовыражения и вопросов конфиденциальности. Также компания раскрыла крайне мало данных о том, как она реагирует на запросы государственных органов на удаление контента или предоставление данных пользователей, а также раскрыла недостаточно информации о том, какие возможности есть у пользователей относительно доступа к собственным данным и управлению ими. Хотя компания работает во все более сложных

МЕСТО

12

ОБЩАЯ ОЦЕНКА

21%

ОТЛИЧИЯ ОТ 2018 ГОДА

▲ 0.08

РЕЙТИНГ СРЕДИ ДРУГИХ 12 ИНТЕРНЕТ- И МОБИЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

0%  100%

Основные рекомендации:

- **Недвусмысленно 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, что именно вы делаете с пользовательскими данными.** Mail.ru должна более подробно отчитываться об обращении с пользовательскими данными и регулярно уведомлять своих пользователей, какие меры она принимает для защиты их данных.

политических условиях³, она, тем не менее, могла бы быть прозрачнее относительно своих ключевых политик и практик, затрагивающих права на самовыражение и приватность — таких, как политика ограничения контента, как компания обращается с пользовательскими данными и какие меры она принимает для их защиты.

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: 5,4 млрд USD⁴

LSE: MAIL

Юрисдикция: Россия

Сайт: <https://corp.mail.ru>

¹ Данные о Mail.Ru за прошлый год можно узнать в Индексе 2018 года по ссылке <https://rankingdigitalrights.org/index2018/companies/mailru>.

² Индекс 2019 года покрывает период с 13 января 2018 года по 8 февраля 2019 года. Политики компании, вступившие в силу после 8 февраля 2019 года в настоящем отчете не рассматривались.

³ "Freedom on the Net" (Freedom House, November 2018), <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2018/russia>.

⁴ Bloomberg Markets, Accessed April 18, 2019, <https://www.bloomberg.com/quote/MAIL:LI>.

Корпоративное управление 6%

Mail.Ru практически ничего не раскрывает о своих управленческих решениях по наблюдению за соблюдением прав человека в компании и, тем самым, получает предпоследнее место в рейтинге среди всех компаний данного исследования в этой категории. Компания не задекларировала своих обязательств по соблюдению прав пользователей на свободу самовыражения и защиты их приватности (G1), хотя другая российская компания, Yandex, также участвовавшая в данном рейтинге, опубликовала такое публичное заявление, показав, что такая открытость возможна. Компания раскрыла некоторую

информацию о программе поддержки сотрудников, которые готовы поделиться информацией о нарушениях устава компании, но осталось неясным включает ли эта программа вопросы о нарушениях прав человека (G3). Также компания представила механизм для подачи пользователями жалоб, связанных со свободой выражения мнений и вопросами конфиденциальности, но не смогла раскрыть исчерпывающую информацию об их исполнении или о сроках предоставления мер правовой защиты по этим жалобам (G6).

Свобода самовыражения 24%

Mail.Ru раскрывает очень мало информации о своей политике, влияющей на право пользователей на самовыражение, хотя она предоставила чуть больше данных об этом, чем другая российская компания, участвующая в данном исследовании, Yandex. Пользовательские условия Mail.Ru часто малопонятны (F1), и в них четкого указания об уведомлении пользователей о внесении изменений в данные условия, действующих в отношении всех вышеупомянутых в данном исследовании сервисов компании (F2). Mail.Ru достаточно ясно раскрывает свои правила, но без упоминания механизмов, отвечающих за их применение (F3), и, как и большинство компаний в Индексе, не раскрывает данных об объеме и характере контента или учетных записей, 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).

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

Приватность 24%

Компания получила последнее место в рейтинге из всех 12 интернет- и мобильных компаний участвовавших в данном исследовании. 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 ее конкуренты, компания также практически ничего не раскрывает о том, получают ли пользователи уведомление о том, что их данные кто-то запрашивал (P12). Однако, поскольку российские власти имеют прямой доступ к любым электронным коммуникациям, российские компании могут и не знать, когда государственные органы начинают собирать данные их пользователей⁵.

Mail.Ru меньше всего других интернет- и мобильных компаний, включая Yandex, раскрывает информации о том, как она обращается с пользовательскими данными (P3-P9). Компания не дает никаких сведений о том, какие именно пользовательские данные собираются и кто имеет к ним доступ, за исключением упоминания самой возможности предоставления пользовательских данных государственным структурам. (P4) Несмотря на то, что компания внесла некоторые улучшения в раскрытие информации о целях, с которыми ВКонтакте собирает

информацию о пользователях (P5), ранее предоставленное Mail.Ru обязательство по ограничению использования целевого сбора пользовательской информации ВКонтакте, больше не было доступно (P5). С другой стороны, политика конфиденциальности ВКонтакте была более прозрачной в отношении сбора информации о пользователях со сторонних веб-сайтов с использованием файлов cookie (P9).

Mail.Ru раскрывает свои правила обеспечения безопасности информации пользователя в меньшей мере, чем большинство его коллег, в том числе Yandex, (P13-P18). Компания не раскрывает совсем никакой информации о том, существует ли механизм контроля и мониторинга за доступом сотрудников компании к пользовательской информации (P13). Однако компания сообщает, что располагает инструментами, позволяющими исследователям сообщать об уязвимостях системы безопасности (P14). Как и большинство компаний, Mail.Ru практически ничего не говорит о своих процедурах реагирования на утечку данных (P15) Кроме того, мало что известно об их политике шифрования, в отличие от Yandex, другой российской компании, включенной в настоящий Индекс, которая заняла второе место по этому показателю (P16).

⁵ Andrei Soldatov and Irina Borogan, "Inside the Red Web: Russia's Back Door onto the Internet – Extract," *The Guardian*, September 8, 2015, <http://www.theguardian.com/world/2015/sep/08/red-web-book-russia-internet>.