



Исследование подготовили:

Саркис Дарбинян

Анна Карнаухова

Валерия Федотикова

Артём Козлюк

Станислав Шакиров

Наталья Малышева



[roskomsvoboda.org](http://roskomsvoboda.org)

2020

CC-BY-SA

*Настоящая работа распространяется по лицензии Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.*

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
МЕТОДОЛОГИЯ	6
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И ДОКУМЕНТЫ	8
ОБЩИЕ ВЫВОДЫ	10
1. Транспарентность	13
2. Права потребителя	15
3. Приватность	16
4. Свобода информации	18

Приложение №1: Вопросы, оценки и комментарии

# ВВЕДЕНИЕ

Проникновение Интернета становится все обширнее с каждым годом. По данным исследовательской компании «Mediascope», весной 2019 года месячная аудитория русскоязычной зоне Интернета (далее Рунет) достигла 93 млн человек. Это составляет 76% населения страны в возрасте от 12 лет. Год спустя – в январе 2020 года – исследовательская компания «GfK» сообщила уже о 94,4 млн активных пользователей Сети, в очередной раз отмечая трехмиллионный прирост аудитории.

При этом за последние десять лет были приняты многочисленные законы, так или иначе регулирующие отношения, складывающиеся в цифровом пространстве. Вводится все больше ограничений прав и свобод человека, принимаются нормы, возлагающие новые обязанности на участников сетевых отношений: операторов связи, пользователей, хостинг-провайдеров, владельцев сайтов и других лиц. Так, например, на данный момент существует множество запретов на распространение разного рода информации. Только за прошлый год были приняты законы, запрещающие распространять фейковые новости, оскорблять представителей органов власти, введены ограничения использования без идентификации мессенджеров и т.д.

С 2012 года, после начала реализации доктрины цифрового суверенитета, на информационных посредников возложена основная роль по обеспечению исполнения новых правил взаимодействия пользователей и оборота информации в Рунете. Было принято множество законов, обязывающих информационных посредников ограничивать доступ к сайтам из Единого реестра Роскомнадзора. В случае если контент из “черного списка” РКН не удаляется немедленно, закон позволяет Роскомнадзору требовать от операторов связи блокировки всего ресурса целиком. Интернет-компаниям делегируется все больше функций по реализации внутренней государственной информационной политики, а объем их обязанностей с каждым годом значительно увеличивался. За пять лет право принимать решения о признании информации незаконной и ограничивать к ней доступ было предоставлено одиннадцати различным органам власти. Количество оснований по таким решениям постоянно растет.

Кроме того, с принятием Федерального закона от 6 июля 2016 г. № 374-ФЗ («Закон Яровой») на операторов веб-сервисов были возложены обязанности по хранению на территории Российской Федерации метаданных в течение трех лет, а также любых сообщений и всей переданной пользователем информации в течение шести месяцев. Однако, несмотря на увеличивающуюся роль информационных посредников в государственном контроле за распространением информации и деятельностью пользователей сети, порядок взаимодействия между органами публичной власти и компаниями не всегда является достаточно прозрачным.

В [Руководящих принципах](#) предпринимательской деятельности в аспекте прав человека выделяется обязанность частных компаний уважать права человека независимо от обязательств государства или от выполнения этих обязательств.

Принципы предусматривают минимальный базовый уровень корпоративной прозрачности в области прав человека и призывают компании принимать на себя обязательство соблюдать права человека.

На особую роль частных компаний в обеспечении гражданских прав и свобод человека в цифровом пространстве обращает внимание и Специальный докладчик ООН по вопросам свободы самовыражения Дэвид Кей. В докладе «О поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение», который был направлен в Совет ООН по правам человека, имеется ряд рекомендаций, которые могут серьезно повлиять на становление норм мягкого права, регулирующих права и обязанности информационных посредников. В рекомендациях отмечается, что в тех случаях, когда государства требуют участия компаний в применении цензуры или наблюдения, компании должны в максимально возможной и допустимой законом степени стремиться к предотвращению или смягчению негативных последствий их участия для прав человека. В любом случае компании должны принимать все необходимые и законные меры к тому, чтобы не вызывать нарушения прав человека, не становиться их соучастниками и не способствовать им. Согласно рекомендациям, частным компаниям следует обеспечивать максимальную прозрачность в своей политике, стандартах и действиях, которые подразумевают свободу выражения мнений и другие основные права. Также рекомендовано включать собственные обязательства по соблюдению свободы выражения мнений во внутреннюю политику, осуществлять разработку продуктов, развитие бизнеса, обучение персонала и другие соответствующие внутренние процессы в целях повышения защиты прав человека.

Объектами настоящего исследования являются крупнейшие развлекательные, коммерческие, финансовые сервисы Рунета: vk.com, odnoklassniki.ru, mail.ru, yandex.ru, avito.ru, wildberries.ru, rambler.ru, sberbank.ru, ozon.ru, hh.ru, а также портал habr.ru, который заявил о приверженности принципам открытости и начал публиковать отчеты о прозрачности. Вне зависимости от того, какой вид услуги предлагает веб-сервис, мы считаем, что пользователь имеет право получить в доступной для него манере всю необходимую информацию в отношении его прав и свобод, приватности, защиты данных, перед тем как принять решение о его использовании.

Целью настоящего исследования является оценка политик и практик популярных веб-сервисов Рунета по раскрытию данных в рамках взаимоотношений с государственными органами, исполнения федеральных законов, усилий по обеспечению прав граждан на свободу информации и приватность, а также соблюдению стандартов по защите цифровых прав человека и гражданина. Мы исходим из того, что если пользователь не может, прежде чем начать использовать сервис, оценить отношение компании к соблюдению его прав в соответствии с публичными условиями, он лишается возможности сделать правильный выбор.

Мы надеемся, что данное исследование заложит фундамент регулярного анализа политик и практик компаний, предлагающих различные сервисы в сети, и позволит акторам понимать, какие дополнительные усилия должны быть предприняты для повышения уровня уважения и защиты прав человека в цифровом пространстве.

# МЕТОДОЛОГИЯ

Для проведения настоящего исследования мы взяли за основу методологию [Ranking Digital Rights](#) и локализовали ее с учетом российских реалий. Нами была определена сфера охвата исследования в соответствии с местным контекстом и доступными ресурсами.

Для исследования публичной позиции и политик компаний по соблюдению прав человека мы использовали официальные веб-ресурсы компаний (технические домены третьего и более высокого уровня), веб-ресурсы материнских компаний/группы компаний, в которые входят сервисы (например, Mail.ru Group), официальные блоги компаний, а также открытые источники информации, в т.ч. СМИ и медиа-ресурсы.

Исследуемые вопросы были сгруппированы по четырем основным темам:

1. Транспарентность;
2. Права потребителя;
3. Приватность;
4. Свобода информации.

Для получения выводов были детально исследованы Правила оказания услуг (Пользовательское соглашение (далее «Правила»)), Политика конфиденциальности (далее «Политика»), а также иные общедоступные документы указанных сервисов.

В процессе изучения документов мы обращали внимание, прежде всего, на публичные обязательства компаний, связанные с правом пользователей на поиск, получение и распространение информации и с правом приватность.

## *Примечание*

*На протяжении всего отчета мы используем термины «пользователи» для обозначения всех потенциальных и текущих пользователей на рынке, потому что считаем, что позиция компаний по соблюдению фундаментальных прав человека должна быть доступна до выбора сервиса тех или иных услуг.*

Наше исследование основывается исключительно на общедоступных документах, к которым может обратиться любой пользователь, через официальные Интернет-ресурсы компаний.

Исследовательский процесс состоял из следующих этапов:

1. Проведение первым экспертом инвентаризации публично доступных документов каждого из сервисов;
2. Выставление оценки по каждому индикатору первым экспертом;
3. Валидация полученных результатов вторым и третьим экспертом;
4. Запрос дополнительной информации от самих компаний;
5. «Горизонтальная проверка»: сравнение результатов компаний между собой с целью соблюдения единого и объективного подхода.

По итогам ответа на каждый вопрос компании присваивался один из результатов:

- ▶ «1» (да) – обнаруженная информация позволяет сделать вывод, что компания достаточно четко демонстрирует принятие обязательств в части соблюдения прав на свободу информации/ на конфиденциальность пользователей;
- ▶ «0,5» (частично) – обнаруженной информации недостаточно, что позволяет сделать вывод, что компания не полностью раскрывает процесс и порядок соблюдения прав пользователей;
- ▶ «0» (нет) – информация не обнаружена, что позволяет сделать вывод, что никаких доказательств, подтверждающих принятие обязательств компании в части соблюдения прав человека не найдено.

После определения результата по каждому из вопросов каждого индикатора был произведен общий скоринг.

В целях исследования приемлемым уровнем прозрачности и соблюдения стандартов по защите цифровых прав пользователей было принято значение, превышающее 50% от всех индикаторов.

# ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И ДОКУМЕНТЫ

1. Всеобщая декларация прав человека 1948 г.;
2. Конвенция о защите прав человека и основных свобод (ETS N 005) от 04 ноября 1950 с последними изменениями 13 мая 2004 (вступила в силу для Российской Федерации 5 мая 1998 года);
3. Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993;
4. Гражданский кодекс, ч.4;
5. Федеральный закон №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
6. Федеральный закон №126-ФЗ «О связи»;
7. Федеральный закон №152 «О персональных данных»;
8. Федеральный закон 139-ФЗ «О защите детей»;
9. Федеральный закон № 398-ФЗ «О внесении изменений в №149-ФЗ» («Закон Лугового»);
10. Федеральный закон №187-ФЗ «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях» («Антипиратский закон 1.0»);
11. Федеральный закон №364-ФЗ «О внесении изменений в №149-ФЗ и ГПК РФ» («Антипиратский закон ver. 2.0»);
12. Федеральный закон № 97-ФЗ «О внесении изменений в №149-ФЗ и отдельные законодательные акты РФ по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» («Закон о блогерах и организаторах распространения информации»);
13. Федеральный закон № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части уточнения порядка обработки персональных данных в информационно-телекоммуникационных сетях» («Закон о локализации персональных данных»);
14. Федеральный закон №374-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон О противодействии терроризму и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления дополнительных мер противодействия терроризму и обеспечения общественной безопасности» («Закон Яровой»);

15. Приказ Госкомсвязи РФ № 70 от 20 апреля 1999 г. «О технических требованиях к системе технических средств для обеспечения функций оперативно-разыскных мероприятий на сетях электросвязи Российской Федерации»;
16. Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека [http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR\\_RU.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_RU.pdf)
17. Доклад Специального докладчика Дэвида Кея по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение A/HRC/32/38 <http://www.ohchr.org/EN/Issues/FreedomOpinion/Pages/Annual.aspx> ;
18. Федеральный закон от 01.05.2019 № 90-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

# ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

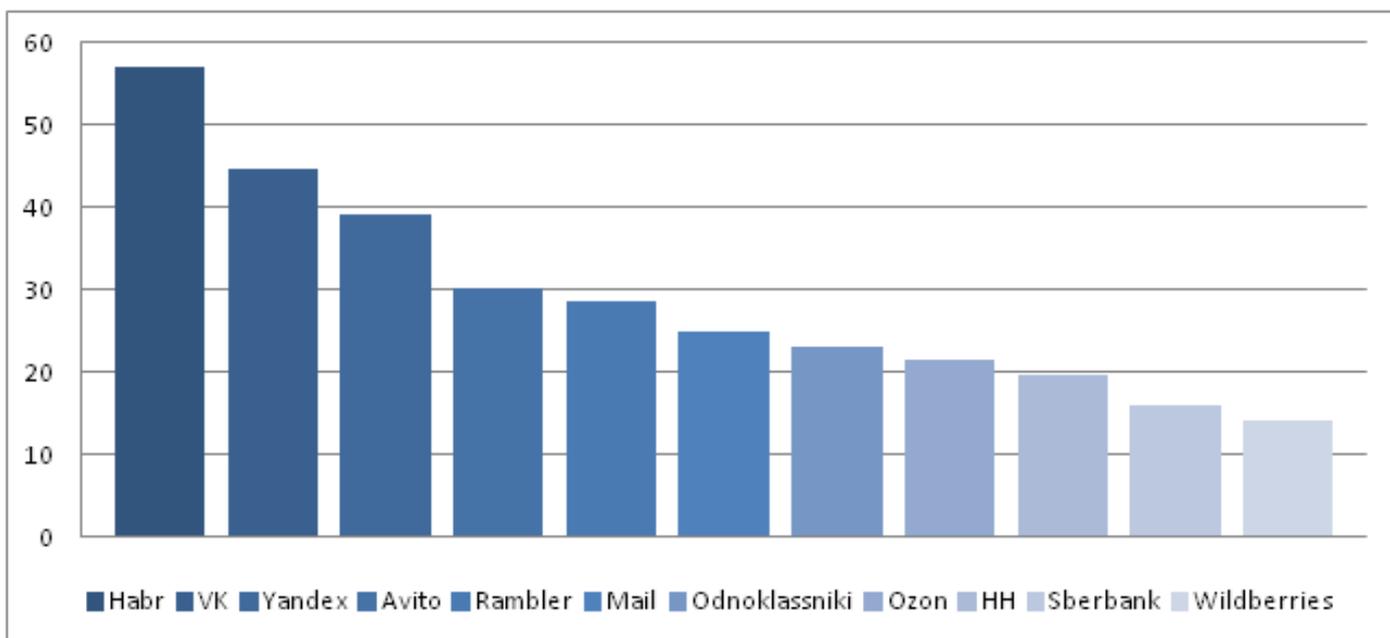
- ▶ Большинство компаний не смогли в достаточной степени раскрыть обязательства по соблюдению прав человека на приватность и свободу информации. Положительную картину показывают сервисы, входящие в Mail.ru Group, а именно VK и Odnoklassniki получили наивысший балл из возможных в данной категории. Яндекс получил «0», так как показывает свою приверженность к соблюдению прав человека на приватность и свободу информации только на своем англоязычном сайте, а аналогичный сайт на русском языке подобной информации не содержит;
- ▶ Ни одна из компаний не получила наивысший балл в отношении политики рассмотрения жалоб. Этот факт свидетельствует о том, что ни один из рассматриваемых сервисов не имеет понятной и доступной политики рассмотрения жалоб. VK, Яндекс, Рамблер можно отметить с положительной стороны, так как данные сервисы имеют дополнительные ресурсы, которые описывают доступным для пользователя языком некоторые аспекты по жалобам при использовании сервисом;
- ▶ Из всех компаний только Хабр публикует отчет о прозрачности. Этот факт в том числе повлиял на то, что именно Хабр лидирует по общим результатам исследования. Но при этом в отчете о прозрачности Хабра отсутствует разбивка по категориям запрашиваемых данных;
- ▶ Несмотря на широкое распространение запросов правоохранительных органов к компаниям о предоставлении данных пользователей, Хабр единственный, кто раскрывает информацию о количестве таких запросов. VK и Озон частично раскрывают процедуру ответов на запросы государственных органов о предоставлении информации о пользователе. И только Хабр полностью раскрывает данную процедуру. VK заявляет о том, что не уведомляет пользователей о поступивших запросах, так как это запрещено законом. Остальные сервисы не дают никакой информации по данному поводу;
- ▶ У большинства компаний Пользовательские соглашения и Политика конфиденциальности объемны и иногда изложены непонятным для понимания пользователями языком. В некоторых случаях указанные документы трудно найти на сайте сервиса. VK и Яндекс имеют отдельные дополнительные ресурсы по конфиденциальности данных, в которых информация изложена простым языком с примерами для лучшего понимания пользователем;
- ▶ Ни одна из компаний не получила результат «0» в отношении работы службы поддержки, а значит все показали неплохой результат;

- ▶ Только Хабр дает возможность полноценного использования сервиса анонимно (псевдонимно). Все остальные компании дают возможность пользоваться сервисами анонимно лишь частично. Совершить покупку на Озон невозможно без верификации по номеру телефона;
- ▶ Только Яндекс ведет реестр изменений в Политику конфиденциальности, и поэтому получил высший балл;
- ▶ Большинство компаний, (кроме Сбербанка) полностью или частично раскрывают информацию о том, какие данные они собирают о пользователях, и способы получения таких данных;
- ▶ Ни одна из компаний не указывает точную и подробную информацию о сроках, в течение которых она будет хранить информацию о пользователе;
- ▶ Только Яндекс четко заявляет о том, что удаляет информацию о пользователе после прекращения пользования сервисом;
- ▶ Мэйл ру, Яндекс и Рамблер дают возможность пользователям контролировать получение таргетированной рекламы;
- ▶ Только VK предоставляет отдельный самостоятельный сервис по предоставлению архива данных пользователя;
- ▶ Только Хабр публикует сведения о количестве требований об ограничении доступа к информации со стороны государственных органов и частных лиц. Сведения о количестве требований со стороны частных лиц один раз были опубликованы также Яндексом – статистика по запросам на 2016 г. в рамках «закона о забвении»;
- ▶ Ни одна из компаний не раскрывает информацию о том, что она осуществляет юридическую проверку требований об ограничении доступа к информации от частных лиц перед их исполнением. Хабр единственный из сервисов раскрывает информацию о том, что проводит юридическую проверку требований об ограничении доступа к информации от государственных органов перед их исполнением;
- ▶ Ozon показал средние результаты, но данные результаты выше результатов, которые показал аналогичный по функционалу сервис Wildberries. Данный факт свидетельствует о том, что при любом направлении деятельности сервиса можно стремиться к соблюдению прав пользователя в цифровом пространстве.
- ▶ Таким образом, приемлемый уровень транспарентности и соблюдения стандартов по защите цифровых прав пользователей показал из всех проанализированных сервисов лишь Хабр, набрав 57%.

# ИТОГОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

(в % от максимально возможного)

Habr	VK	Yandex	Avito	Rambler	Mail	Odnoklassniki	Ozon	HH	Sberbank	Wildberries
57.14	44.64	39.29	30.36	28.57	25	23.21	21.43	19.64	16.07	14.29



# 1. ТРАНСПАРЕНТНОСТЬ

## ИТОГОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПО РАЗДЕЛУ (в % от максимально возможного)

Habr	VK	Yandex	Avito	Rambler	Mail	Odnoklassniki	Ozon	HH	Sberbank	Wildberries
44.44	33.33	5.56	0	5.56	5.56	16.67	5.56	0	11.11	0

Приватность – это право на неприкосновенность частной жизни, это фундаментальное право человека, находящееся на одном уровне с правом на жизнь и свободой совести.

Принятие новых правовых актов в сфере оборота контента, а также все большее регулирование деятельности по хранению, передаче и распространению информации значительно влияет на существующие бизнес-модели и порядок взаимодействия сервисов с органами исполнительной власти и правоохранительными органами.

В данном разделе были рассмотрены и учтены заявления компаний в отношении приватности, выраженные в форме пресс-релизов, публикаций на собственном сайте, трансляции сформированной и озвученной позиции через профильные ассоциации или союзы, членами (либо учредителями) которых являются компании, а также публичного комментирования позиции, занимаемой компанией и ее ключевыми сотрудниками, по запросам СМИ. При учете этой оценки принималась во внимание любая корпоративная активность по анонсированию отношения компаний к текущим законопроектам и законам, которые прямо влияют на цифровые права человека, участие в ассоциациях, чей фокус направлен в том числе на соблюдение прав и свобод пользователей, а также размещение общедоступной информации о политиках компаний по соблюдению и обеспечению указанных прав.

Наиболее активно и четко заявляют о своей приверженности соблюдению прав человека сервисы, входящие в Mail.ru Group, а именно VK, Odnoklassniki, Mail получили высокий балл. Яндекс получил «0», так как показывает свою приверженность к соблюдению прав человека на приватность и свободу информации только на своем англоязычном сайте, а аналогичный сайт на русском языке подобной информации не содержит.

Также Сбербанк показал свою приверженность к соблюдению прав человека на приватность при использовании сервисов. К сожалению, большинство из исследуемых компаний публичные обязательства по соблюдению прав человека на свободу информации и приватности не заявили.

Ни одна из компаний не получила наивысший балл в отношении политики рассмотрения жалоб. Этот факт свидетельствует о том, что ни один из сервисов не имеет понятной и доступной политики рассмотрения жалоб. VK, Яндекс, Рамблер можно отметить с положительной стороны, так как данные сервисы имеют дополнительные ресурсы, которые описывают доступным для пользователя языком некоторые аспекты по жалобам при пользовании сервисом.

Из всех исследуемых компаний только Хабр публикует отчет о прозрачности. Этот факт, в том числе, повлиял на то, что именно Хабр лидирует по общим результатам исследования. Но при этом в отчете о прозрачности Хабра отсутствует разбивка по категориям запрашиваемых данных.

Несмотря на широкое распространение запросов правоохранительных органов о предоставлении данных пользователей, Хабр единственный кто раскрывает информацию о количестве таких запросов. VK и Озон частично раскрывают процедуру ответов на запросы государственных органов о предоставлении информации о пользователе. И только Хабр полностью раскрывает данную процедуру. VK заявляет о том, что не уведомляет пользователей о поступивших запросах, так как это запрещено законом. Остальные сервисы не дают информации по данному поводу.

Лучшие результаты по данному разделу получили VK и Хабр – сервисы не идеальны, но показывают положительные тенденции и стремления.

## 2. ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ

### ИТОГОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПО РАЗДЕЛУ (в % от максимально возможного)

Habr	VK	Yandex	Avito	Rambler	Mail	Odnoklassniki	Ozon	HH	Sberbank	Wildberries
83.33	50	66.67	83.33	66.67	50	50	50	50	33.33	66.67

Правила оказания услуг (Пользовательское соглашение) – это основной документ, определяющий все условия предоставления услуг, права и обязанности пользователя и самой компании, а также ответственность сторон и иные важные условия.

В отношении каждого сервиса было определено насколько легко найти Правила, насколько понятно для простого пользователя они написаны, как подробно описаны процедуры внесения изменений в такие документы и извещение об этом пользователей.

Все рассмотренные нами сервисы размещают на своих официальных веб-сайтах в публичном доступе для широкого круга лиц собственные Правила.

Название документа может отличаться в зависимости от специфики сервиса. Например, Wildberries размещает Публичную оферту, Odnoklassniki – Лицензионное соглашение.

У большинства компаний Пользовательские соглашения объемны и иногда изложены непростым для понимания пользователем языком. В некоторых случаях указанные документы трудно найти на сайте сервиса. При это «0» получен только Сбербанком и Озоном. Результат исследования показал, что компании стремятся к созданию условий понятных для простых пользователей, но пока не всё получается.

Ни одна из компаний не получила результат «0» в отношении работы службы поддержки, тем самым все они показывают неплохой результат и стремление помогать своим пользователям с возникающими у них проблемами.

Лидеры в данном разделе Авито и Хабр – компании стремятся к полному взаимопониманию со своими пользователями.

### 3. ПРИВАТНОСТЬ

#### ИТОГОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПО РАЗДЕЛУ

(в % от максимально возможного)

<b>Habr</b>	<b>VK</b>	<b>Yandex</b>	<b>Avito</b>	<b>Rambler</b>	<b>Mail</b>	<b>Odnoklassniki</b>	<b>Ozon</b>	<b>HH</b>	<b>Sberbank</b>	<b>Wildberries</b>
60	60	80	45	55	50	35	40	40	25	20

Вопросы в этой категории оценивают демонстрируют ли политики, обязательства и практики компаний их приверженность уважению права на неприкосновенность частной жизни пользователей, а также защите их цифровой безопасности, как это предусмотрено Всеобщей декларацией прав человека и другими международными документами по правам человека. Мы рассматривали публичные документы компаний касательно объема собираемых персональных данных пользователей, их использования, порядка хранения и удаления.

Политика конфиденциальности представляет собой документ, содержащий порядок получения и обработки персональных данных пользователей, цели их сбора, условия раскрытия и передачи данных третьим лицам и другие положения, касающиеся приватности данных пользователей.

У большинства компаний Политика объемна и иногда изложена непростым для понимания пользователем языком. В некоторых случаях указанные документы трудно найти на сайте сервиса. При это «0» получен только Сбербанком. VK и Яндекс имеют отдельные дополнительные ресурсы, в которых информация изложена простым языком с примерами для лучшего понимания пользователем. Результат исследования показал, что компании стремятся к созданию условий понятных для простых пользователей, но пока не всё получается.

Только Яндекс ведет реестр изменений в Политику конфиденциальности и поэтому был оценен на высший балл. При этом Рамблер и Хабр получили оценку «0.5», так как выкладывают ссылки на предыдущие версии Политик.

Только Хабр дает возможность пользоваться сервисом анонимно. Все остальные компании дают возможность пользоваться сервисами анонимно лишь частично. Совершить покупку на Ozon невозможно без верификации по номеру телефона.

Большинство компаний кроме Сбербанка полностью или частично раскрывают информацию о том, какие данные они собирают о пользователях и способы получения таких данных.

Ни одна из компаний не указывает точную и подробную информацию о сроках, в течение которых она будет хранить информацию о пользователе.

Только Яндекс четко заявляет о то, что удаляет информацию о пользователе после прекращения пользования сервисом.

Мэйл, Яндекс и Рамблер дают возможность пользователям контролировать получение таргетированной рекламы.

Только VK предоставляет отдельный самостоятельный сервис по предоставлению архива данных пользователя.

Результат по разделу Ozon в два раза превышает результат Wildberries. Данный факт свидетельствует о том, что при любом направлении деятельности сервис можно стремиться к соблюдению прав пользователя в цифровом пространстве.

Лидером раздела стал Яндекс, показав, что компания следит за соблюдением прав на приватность своих пользователей. Но для получения максимальной оценки из возможных сервису не хватило возможности давать своим пользователям копию их персональных данных.

## 4. СВОБОДА ИНФОРМАЦИИ

### ИТОГОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ПО РАЗДЕЛУ (в % от максимально возможного)

Habr	VK	Yandex	Avito	Rambler	Mail	Odnoklassniki	Ozon	HH	Sberbank	Wildberries
58.33	33.33	8.33	25	0	0	0	0	0	0	0

Неотъемлемой частью права на свободу информации является право на распространение и право на получение информации. В этой связи возможность доступа к сайтам и сервисам в сети Интернет формирует указанное фундаментальное право в цифровую эпоху.

Нами исследовалась транспарентность компаний в публикации сведений о причинах ограничения доступа к некоторым сайтам и страницам, о количестве запросов об ограничении доступа, порядке принятия решений об ограничении доступа к веб-ресурсам.

Только Хабр публикует сведения о количестве требований об ограничении доступа к информации со стороны государственных органов и частных лиц. Сведения о количестве требований со стороны частных лиц один раз были опубликованы также Яндексом – статистика по запросам на 2016 г. в рамках «закона о забвении».

Компании не раскрывают свою политику обработки государственных и частных запросов на ограничение информации.

Ни одна из компаний не раскрывает информацию о том, что она осуществляет юридическую проверку требований об ограничении доступа к информации от частных лиц перед их исполнением. Хабр единственный из сервисов раскрывает информацию о том, что он осуществляет юридическую проверку требований об ограничении доступа к информации от государственных органов перед их исполнением.

Результаты по разделу показывают, что большинство сервисов пока не публикуют и воздерживаются от высказывания своих мнений по поводу соблюдения прав пользователей на свободу информации.

Лидером по разделу стал Хабр, опубликовав в 2020 г. информацию в отношении работы с запросами государственных органов.