

О ПРАВОВЫХ АСПЕКТАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ: MADTECH (ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕЖИМА ДАННЫХ)

АННОТАЦИЯ

MadTech – термин, обозначающий слияние маркетинга, рекламы и технологий, возникший как гибрид MarTech и AdTech, необратимо переплетенных между собой: каждый из названных сегментов включает в себя агрегацию и обработку огромных объемов данных. Автор акцентирует внимание на проблемах, важных для целей правильного правового регулирования сферы данных.

В предыдущих статьях данной тематики обращалось внимание на то, что зачастую технологические решения подразделяются на разновидности лишь условно, представляя собой иногда только две стороны одной медали, как, например, LegalTech и LawTech, RegTech и SupTech. В настоящей статье будет анализироваться MadTech, возникший в результате произошедшего объединения MarTech и AdTech.

MarTech + AdTech = MadTech

MarTech (сокр. от англ. marketing technology – маркетинговые технологии) – это разнообразные платформы, программы, сервисы и технические инструменты, специально разработанные для планирования, проведения и оценки результативности маркетинговых кампаний и в конечном счете – для повышения эффективности продвижения товаров и услуг. MarTech-решения используются для автоматизации самого маркетингового процесса, сбора и анализа разнообразных данных для принятия оптимальных решений, обеспечения эффективного взаимодействия с потенциальными потребителями (целевой аудиторией) и т.д.

К числу MarTech-решений относят, в частности, системы управления контентом, облегчающие задачу создания и администрирования веб-сайта компании, ее блога или видеоканала, необходимых любой компании для продвижения продукции или услуг. Легендарной в этой области называют платформу WordPress¹ (на ее основе создано 37% всех сайтов в мире): будучи конструктором по созданию веб-сайтов, платформа позволяет на ее основе сделать и оптимизировать сайт любого типа и уровня сложности.

Вместе с тем в условиях, когда современные компании в своей деятельности все больше полагаются на стратегии, возникающие с помощью аналитических инструментов, особого внимания заслуживают MarTech-решения, основанные на аналитике данных [1]. И здесь в первую очередь вспоминаются сервисы, позволяющие отследить поведение пользователей на веб-сайте компании, что значимо для цели определения путей привлечения новых клиентов. Так, Google Analytics² представляет собой аналитический сервис, осуществляющий посредством специальных счетчиков сбор статистики о посетителях сайта, а на базе полученных данных составляющий отчеты, в которых аккумулируется информация о геолокации (местоположении), возрасте, интересах посетителей сайта; о том, откуда они пришли на этот веб-сайт (поисковая система, внешняя ссылка, социальные сети); о вовлеченности посетителей в контент сайта, их предпочтения в просмотре страниц сайта, время перехода на другие страницы и проч.

Кроме того, MarTech широко представлен аналитическими сервисами, собирающими сведения о самих пользователях – данные, помогающие определить уровень заинтересованности пользователя в товарах или услугах конкретной компании; будучи собранными из различных источников, они позволяют классифицировать пользователя и создать предложение, максимально приближенное к его запросам, и т.д. Например, Lotame³ предлагает инструменты, дающие

¹ URL: <https://ru.wordpress.com/>

² URL: <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>

³ URL: <https://www.lotame.com/>

возможность «догнать» потенциального клиента на различных информационных ресурсах, проанализировать его поведение при покупках в прошлом и намерения в будущем, выявить уровень доходов, склонность к конкретным брендам и проч.

AdTech (сокр. от англ. advertising technology – рекламные технологии) – это разнообразные платформы, программы, сервисы и технические инструменты, используемые для разработки стратегии, создания, настройки, управления и оценки результативности онлайн-рекламы, то есть рекламы в социальных сетях, электронной почте, поисковых и контекстно-медийных сетях и т.д. AdTech-решения могут быть применены на протяжении всего процесса представления онлайн-рекламы – с момента выбора темы рекламного объявления до определения получателя, а также и после этого – для анализа эффективности рекламной кампании.

В отличие от маркетинга, нацеленного на работу с людьми, уже обнаружившими свою заинтересованность в продукте или услуге компании, реклама, по сложившемуся мнению, предназначается незнакомой аудитории. Но это мнение сегодня верно не во всех случаях: онлайн-реклама нередко становится в значительной степени персонализированной и предполагает донесение ее до тех, кому она в принципе интересна (в отличие от телевизионной рекламы, не являющейся адресной). Но даже если имеются в виду не адресные предложения, а размещение рекламного баннера в сети, рекламодатели предпочитают ориентироваться на конкретные аудитории, которым могут быть интересны соответствующие товары или услуги.

Поэтому для проведения рекламной онлайн-кампании, как и для маркетингового процесса, значимы информация о поведении и данные пользователей: при создании и размещении рекламы учитывается, например, что поведение жителей одного региона при выборе товара может отличаться от поведения жителей другого региона, что влияние на выбор товара могут оказать не только возраст или интересы человека, но и его семейное положение или образование и т.д.

Это привело к тому, что рекламодатели стали обращаться к использованию тех же аналитических платформ и сервисов, что и маркетологи. Обнаружившийся общий интерес в получении данных пользователей дал повод говорить о тесном переплетении онлайн-рекламы и маркетинга, что в конечном счете привело к созданию MadTech.

Термин MadTech (точнее, MAdTech) возник в 2015 году как гибрид MarTech и AdTech, причем предложивший его автор, Дэвид М. Рааб, иронично заметил, что часть его презентации, относящаяся к MadTech, «сводит его с ума» (англ. mad – сходить с ума) [2]. Этим понятием охватываются платформы, программы и сервисы, позволяющие маркетологам и рекламодателям получать данные о целевой аудитории с гораздо большей точностью, нежели можно было узнать, используя традиционные инструменты маркетинга и рекламы. Применение MadTech разрешает на основании огромного массива разнообразной информации формировать самую полную картину о потребителе: «Благодаря технологиям крупные бренды буквально имеют склады, заполненные данными – демографической и географической информацией, историей заказов, покупательскими предпочтениями, даже исследованиями продуктов и намерениями покупки» [3].

Проблемы правового режима данных

Итак, MadTech-решения основываются на аналитике различных видов данных. Юридические проблемы здесь возникают вследствие неоднозначности в части принадлежности прав на данные, что значительно усугубляется присутствием в составе анализируемых данных персональных данных, легальность использования которых напрямую зависит от наличия правовых оснований на обработку.

Разбор некоторых сложных вопросов в обозначенной сфере следует предварить указанием на то, что право на информацию традиционно рассматривается юристами, прежде всего, в контексте конвенционных/конституционных прав, принадлежащих всем и каждому с рождения. Так, в ст. 10 Конвенции о защите прав человека и

основных свобод установлено, что каждый вправе свободно выражать свое мнение, что означает свободу не только в том, чтобы придерживаться своего мнения, но и получать и распространять информацию и идеи без какого-либо вмешательства со стороны публичных властей и независимо от государственных границ. В этом аспекте предметом дискуссий выступает обычно содержание конвенционного/конституционного права на информацию, а также возможность легальных ограничений его реализации.

Но на сегодняшний день актуальной стала другая, имущественная ипостась информации – как следствие развития информационных технологий и становления информационного общества. Поэтому внимание цивилистов все чаще обращается к проблематике субъективных гражданских прав на информацию и введения этого имущества в гражданский оборот. При этом, как показывают проведенные исследования, определение правового режима информации оказалось довольно сложной задачей для большинства юрисдикций.

В отечественном праве разрешение вопроса принадлежности субъективных гражданских прав на информацию осложняется тем, что в 2008 году информация была исключена из перечня объектов гражданских прав, закрепленного в ст. 128 ГК РФ. Поясняя такое законодательное решение, нужно напомнить, что при разработке Кодекса под информацией изначально понимались лишь служебная и коммерческая тайна, и когда впоследствии отношения по этому поводу были урегулированы Федеральным законом от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» и главой 75 ГК РФ о секрете производства, специальное упоминание информации в ст. 128 ГК РФ, по мнению разработчиков Кодекса, стало излишним и было исключено [4, с. 15]. Эта новация сослужила плохую службу, дав повод для суждений о чуть ли не легальном запрете рассматривать информацию в имущественном ключе, вследствие чего часть юристов продолжает придерживаться мнения, что информация сможет стать объектом гражданских прав только при условии ее прямого возвращения в текст ст. 128 ГК РФ.

Подобный вывод нельзя поддержать. Но его опровержение требует подробного обоснования, которое в дальнейшем может стать подспорьем при формировании правового режима данных.

1. Согласно ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон об информации) понятием «информация» охватываются: (1) **сообщения**; (2) **сведения**; (3) **данные**. Закон не делает различий между указанными понятиями, рассматривая их, по сути, как равнозначные виды информации, но их содержательные отличия выявлялись мною ранее [5], поэтому здесь они будут изложены реферативно с некоторыми дополнениями.

На мой взгляд, решение большинства возникающих юридических вопросов требует учета того обстоятельства, что обработка информации может рассматриваться с двух сторон – *технической* (охватывая различные приемы и способы передачи, накопления, хранения и иной обработки информации, не имеющей цели использования ее содержательной составляющей) и *содержательной* (что связано именно со смысловой составляющей информации – аналитика данных, распространение информации и проч.). Следование этому разделению позволяет правильно употреблять названные понятия.

Понятие «**сообщение**» приобретает значение применительно к технической стороне обработки информации и обозначает вовсе не разновидность информации, а форму физической передачи определенных объемов информации. Это может быть, например, устное или письменное сообщение, переданное человеком. Либо речь может идти об автоматизированном процессе пространственного переноса информации: источник информации посылает сообщение, которое кодируется в одиночных или нескольких следующих друг за другом сигналах; этот сигнал (сигналы) передается по каналу связи; в приемнике информации появляется принимаемый сигнал (сигналы), который декодируется и становится принимаемым сообщением. На основе этого можно утверждать: сообщение – это лишь составляющая

системы передачи информации, которая не может становиться объектом гражданских прав.

Содержательная сторона обработки информации отражается в категориях «сведения» и «данные» – как раз они являются разновидностями информации. Не возводя непреодолимые границы между этими понятиями, правильно было бы их разграничивать, понимая под «сведениями» *информацию, относящуюся к конкретному субъекту, объекту, факту, случаю*, а под «данными» – *совокупность информации, объединенную и упорядоченную по какому-либо признаку, нескольким признакам или критериям*. Обе эти разновидности информации в соответствующих ситуациях способны становиться объектами гражданских прав – с момента приобретения ими имущественной ценности, на что уже обращалось внимание ранее [6].

2. Для целей правильного разрешения цивилистических вопросов следует исходить из того, что информация носит нематериальный (невещественный) характер, что принципиально отграничивает ее от материальных предметов, могущих стать объектами вещных прав.

Это замечание обусловлено тем, что в ряде современных теорий можно встретить заключения о сходстве информации с энергией, а то и обоснование материальности информации. Например, в теории квантовой энтропийной логики информация постулируется как физическая (материальная) категория – такая же, как, например, энергия или масса. Однако при этом отмечается: «Объектом этой дисциплины является нечто, имеющее мало общего с тем, что называют информацией в обыденной жизни. Действительно, если «в быту» доминирует содержательная, смысловая сторона информации, то Квантовая энтропийная логика семантику информации вообще не рассматривает... использование постулатов теории Квантовой энтропийной логики способно исключить грубые логические противоречия, существовавшие в квантовой механике» [7]. Идея о сходстве информации с энергией находит отражение и в социологической теории: так, в аналитической концепции постиндустриального общества обращается внимание на повышение

значимости информационной компоненты в производственных процессах, сопоставляемой с ролью сырья и энергии [8, с. 42]. Но следует учитывать и то, что основоположник кибернетики Н. Винер стоял на следующей позиции: «Информация есть информация, а не материя и не энергия. Тот материализм, который не признает этого, не может быть жизнеспособным в настоящее время» [9, с. 208].

Признание нематериальности информации позволяет утверждать, что информация является объектом, изъятым из гражданского оборота в силу естественных свойств. Подобно объектам интеллектуальных прав, не являющимся оборотоспособными по той же причине и допускающим лишь оборот исключительных прав на них и материальных носителей таких объектов (п. 4 ст. 129 ГК РФ), информация не отличается свойством оборотоспособности – его можно признавать только за правами на информацию и носителями информации (вещами).

Мнение об отсутствии у информации свойства оборотоспособности вряд ли вызовет у юристов серьезные возражения, пока не встанет вопрос о допустимости передачи (перехода) информации. Дело в том, что отсутствие у объекта свойства оборотоспособности исключает возможность легального перехода (передачи) самого этого объекта – допускается лишь переход (передача) *прав* на такой объект. Указанный подход прямо закреплен в ГК РФ в отношении имеющих нематериальную природу объектов интеллектуальных прав. Следовательно, в русле отечественной правовой доктрины недопустимым должен признаваться и переход (передача) информации от одного лица к другому – возможен лишь переход прав на информацию или материальных носителей информации (вещей).

Предвосхищая критику предложенного подхода, следует вновь обратить внимание на необходимость различать техническую и содержательную стороны обработки информации. Без всяких сомнений можно говорить о передаче информации в техническом смысле, понимая ее как сообщение (форму физической передачи

определенных объемов информации), – именно в этом контексте сформулированы, например, положения законодательства о связи. Однако, когда значимой становится содержательная составляющая информации, то речь может идти о сведениях или данных, которые вполне способны стать объектом гражданских прав, но сами не могут быть допущены в гражданский оборот – только права на них.

Надо подчеркнуть, что допустимость возникновения в отношении информации субъективных гражданских прав находит прямое подтверждение в Законе об информации, в котором предпринята попытка сформулировать *основы правового режима информации*.

К сожалению, данную попытку сложно назвать удачной – Закон об информации, по сути, пренебрегает градацией правоотношений на публичные и частные, игнорирует положения отечественной цивилистической доктрины и, конечно, не учитывает разницу между техническими и содержательными аспектами обработки информации. В частности, с учетом изложенного ошибочным следует признать содержащееся в Законе об информации положение об обладании лицом *самой информацией*, а не *правом* на информацию – положение, которое породило термин «обладатель информации» вместо «правообладатель информации» (нельзя тут не вспомнить и пресловутого «владельца сайта» вместо юридически корректного «правообладателя сайта»). Отмеченные недостатки не позволили расценивать Закон об информации как содержащий адекватное и эффективное регулирование гражданско-правовых отношений по поводу информации.

3. Сегодня в литературе можно обнаружить большое количество определений понятия «данные». При этом разные авторы акцентируют внимание на различных нюансах наподобие источников данных, форматов и типов данных, способов их обработки и проч.

В этих условиях весьма неожиданным стало предложение провести в законодательстве четкий рубеж между понятиями «данные» и «информация», «поскольку их отождествление вступает в

противоречие с существующей технологической реальностью» [10, с. 68].

А. И. Савельев ранее рассматривал категории «сведения», «сообщения», «данные» как разновидности информации: «Так, сведения представляют собой информацию, рассматриваемую в содержательном аспекте, т.е. безотносительно к ее восприятию и использованию. В то же время сообщение представляет собой информацию, рассматриваемую в коммуникативном аспекте, т.е. как обмен сведениями, часть процесса между пользователями. Понятие «данные» (data) обычно используется применительно к информации, сгенерированной техническими устройствами или введенной в память компьютера» [11, с. 17]. Сегодня автор пишет о принципиальных различиях между понятиями «данные» и «информация», ссылаясь на дефиниции, содержащиеся в разных стандартах Международной организации по стандартизации: «...данные – это поддающееся многократной интерпретации представление информации в формализованном виде, пригодном для передачи, связи или обработки. При этом информация – это результат интерпретации (смысл) такого представления» [10, с. 68]. И предлагает по-иному рассматривать соотношение понятий «данные» и «информация»: по его мнению, данные являются не разновидностью информации – информация является результатом интерпретации данных.

Последнее предложение является хорошей иллюстрацией к утверждению о необходимости четкого понимания, какой аспект обработки информации имеется в виду – технический или содержательный. В изложенных А. И. Савельевым дефинициях речь идет о технической стороне обработки информации, в рамках которой под интерпретацией данных понимается «перевод» данных в понятный для машины (компьютера) формат, что позволяет осуществить машинную обработку необходимой информации. Сомнительно, что подобное правило нуждается в отражении его в действующем

законодательстве. При этом очевидно, что, поскольку ничто здесь не влияет на содержательную сторону обработки информации, отсутствуют сколько-нибудь серьезные основания отвергать аксиому, согласно которой «информация» является родовым понятием для понятия «данные».

Применительно к аргументации разбираемого предложения хотелось заметить следующее. Общая дефиниция понятия «данные» сформулирована в упоминаемом А. И. Савельевым терминологическом словаре по информационным технологиям⁴ для целей этого словаря максимально широко – чтобы охватить все аспекты обработки данных в рамках информационных технологий. Это связано также и с тем, что понятие «данные» (англ. – data) является составляющей большого количества других значимых в сфере информационных технологий понятий, которым дано определение в этом словаре: data acquisition, data administration, data analysis, data attribute, data authentication, data bank, data breakpoint, data circuit, data collection, data communication и т.д. Важно заметить, что в названном словаре нередко даются несколько дефиниций одного и того же термина, что обусловлено многоаспектностью значительного круга понятий, используемых в области информационных технологий. Это коснулось и основополагающей категории «информация»: так, в контексте обработки информации (англ. – information processing) информация понимается как «знание об объектах, таких как факты, события, вещи, процессы или идеи, включая понятия, которые в определенном контексте имеют особое значение», а в контексте теории информации (англ. – information theory) – как «знание, которое уменьшает или устраняет неопределенность в отношении наступления определенного события из данного набора возможных событий». Процитированная А. И. Савельевым иная дефиниция понятия «информация» сформулирована для целей другого словаря –

⁴ ISO/IEC 2382:2015(en) Information technology — Vocabulary // URL: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso-iec:2382:ed-1:v1:en>

терминологического словаря по системам и программным разработкам⁵ – и попросту отражает другой аспект этого понятия.

В указанном словаре по информационным технологиям применительно к понятию «данные» сделана специальная оговорка о том, что данные могут обрабатываться как людьми, так и техническими средствами. Это позволяет не соглашаться с высказываемой иногда позицией о том, что данные – это информация, предназначенная для обработки исключительно с помощью компьютера: без всякого сомнения, аналитика данных предполагает задействование технических средств, но нельзя отрицать существование данных, которые и сегодня проходят «ручную» обработку.

4. Все увеличивающееся многообразие данных и рост объемов информации, которую нужно хранить, обрабатывать и анализировать в различных отраслях, потребовали создания принципиально новых систем складирования и хранения данных. Современные технологии позволяют осуществлять хранение:

- структурированных данных – данных, относящихся к одной предметной области и упорядоченных определенным образом с целью применения к ним различных методов машинной обработки. Классической моделью хранения структурированных данных признается таблица, состоящая из столбцов и строк;

- неструктурированных данных – разнородных данных, требующих применения специальных приемов извлечения и структуризации с тем, чтобы в отношении них могли осуществляться различные методы машинной обработки. Это данные из соцсетей, видео- и аудиофайлы, книги и журналы, метаданные, данные GPS, медицинские записи, сообщения электронной почты, данные о перемещении мобильного абонента, веб-страницы, аналоговые записи, файлы PDF и проч. Как правило, неструктурированные данные

⁵ ISO/IEC/IEEE 24765:2010 Systems and software engineering — Vocabulary. К слову, этот словарь был отменен и заменен другим: ISO/IEC/IEEE 24765: 2017 (URL: <https://www.iso.org/standard/50518.html>).

представлены в виде текста, содержащего факты, даты, цифры, которые хранятся обычно в форме электронных документов. Машинная обработка таких данных возможна только тогда, когда они извлечены из электронного документа и преобразованы в понятный для машины формат, то есть интерпретированы;

- слабоструктурированных (полуструктурированных) данных – данных, доступных для машинного распознавания, но требующих применения дополнительных приемов для получения конкретной информации (они определенным образом структурированы, но не имеют характерного для структурированных данных формата таблицы).

Традиционными хранилищами структурированных данных признаются банки данных (англ. – data bank) и базы данных (англ. – database). Примечательно, что отечественное законодательство регулирует связанные с ними отношения по-разному.

Под *банком данных* принято понимать систему специальным образом организованных данных, предназначенных для централизованного хранения и коллективного многоцелевого использования. Отечественное законодательство не устанавливает общий правовой режим банков данных, однако в отдельных законах закрепляются организационно-правовые основы формирования и ведения таких банков в публичных целях. Примером является недавно принятый Федеральный закон от 08.06.2020 № 168-ФЗ «О едином федеральном информационном регистре, содержащем сведения о населении Российской Федерации».

Под *базой данных* принято понимать совокупность данных, предназначенную для длительного хранения в особом, организованном виде, определяемом структурой (схемой) этой базы данных и правилами ее управления. В отечественном законодательстве для целей установления правовой охраны базу данных предложено понимать как совокупность самостоятельных материалов, систематизированных

таким образом, чтобы эти материалы могли быть найдены и обработаны с помощью компьютера (абз. 2 п. 2 ст. 1260 ГК РФ).

В части четвертой ГК РФ закреплено положение, согласно которому не всякая база данных способна получить правовую охрану в качестве объекта интеллектуальных прав – лишь в определенных законом случаях база данных может стать объектом авторских и (или) смежных прав. Для этого база данных должна отвечать критериям, установленным в главе 70 «Авторское право» или § 5 главы 71 «Право изготовителя базы данных» ГК РФ. Причем следует специально подчеркнуть: объектом охраны здесь выступают вовсе не составляющие базу «материалы».

По смыслу п. 2 ст. 1260 ГК РФ база данных становится *объектом авторских прав*, если при подборе и компоновке ее составляющих (то есть при определении структуры (схемы) базы данных) был реализован новаторский подход, использовались оригинальные творческие идеи, креативность. Иначе говоря, охраняется именно порядок подбора и компоновки составляющих базы данных, но не ее содержание, и не имеет абсолютно никакого значения, какие объекты входят в ее состав – фотографии, персональные данные или литературные опусы: речь идет только о подборе или компоновке при структурировании базы данных. Как следствие, и передача авторских прав на базу данных предусматривает передачу прав на порядок подбора и компоновки, но никак не прав на содержащиеся в базе данные.

По смыслу п. 1 ст. 1334 ГК РФ база данных становится *объектом смежных прав*, если она является результатом существенных финансовых, материальных, организационных или иных вложений (инвестиций) в ее создание изготовителя базы. Очевидно, что для такой базы данных главенствующее значение имеет накопление и обработка значительных объемов информации, но правовая охрана предоставляется опять-таки не содержанию, а, по сути, целостности базы данных: в силу подп. 4 п. 1 ст. 1304 ГК РФ база данных охраняется от несанкционированного извлечения и повторного использования составляющих ее содержание материалов. В то же время положение,

согласно которому исключительное право изготовителя базы признается и действует независимо от наличия прав иных лиц на составляющие базу данных материалы (п. 2 ст. 1334 ГК РФ), позволяет говорить о том, что изготовитель базы может вовсе не быть обладателем прав на данные, включенные в состав этой базы: так, множество лиц могут одновременно собирать и хранить данные, полученные из одних и тех же открытых источников. В этих условиях передача изготовителем прав на базу данных, являющуюся объектом смежных прав, не предполагает автоматической передачи прав и на содержащиеся в этой базе данные.

Резюмируя, следует признать, что законодательство, регулирующее отношения по поводу баз данных и баз данных, не создает прочных правовых основ для перехода (передачи) прав на сами данные.

5. Наибольшая потенциальная полезность сегодня проявляется у неструктурированных данных, в том числе «сырых» данных (англ. – raw data), под которыми понимаются необработанные или обработанные в минимальной степени данные. В новейших системах хранения данных, в частности в объектных хранилищах (англ. – object storage), накапливаются и сохраняются огромные объемы информации, которые используются разными организациями в различных целях. При этом применительно к этой сфере отмечается следующее: «...организации вынуждены обмениваться массивами данных, продавая их, использовать в качестве вклада по договорам о совместной деятельности и, разумеется, защищать от неправомерных посягательств третьих лиц. Появляются специализированные биржи (маркетплейсы) данных и другие посредники на рассматриваемом рынке, предоставляющие соответствующие сервисы (Data-as-a-Service)» [10, с. 63]. То есть можно говорить о том, что в условиях отсутствия адекватного гражданско-правового регулирования отношений по поводу информации формируется «рынок оборота данных».

Для целей разрешения возникающих на практике правовых проблем А. И. Савельев предлагает задействовать понятие «*массив данных*», которое согласно его идее должно обозначить самостоятельный оборотоспособный объект прав, нуждающийся в особом правовом режиме.

Сожалеея о том, что отечественное «законодательство не содержит дефиниции понятия «массив данных» (*dataset* в английской терминологии)» [10, с. 65], автор оставляет без внимания, что английское *data set* обычно переводится на русский язык как «набор данных» (*set* – набор, комплект), и предлагает провести четкую границу между понятиями «массив данных» и «набор данных». В обоснование своего предложения А. И. Савельев ссылается на отличия между этими категориями, подчеркивая, что понятие «набор данных», определенное в Национальной стратегии развития искусственного интеллекта на период до 2030 года как «совокупность данных, прошедших предварительную подготовку (обработку) в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации об информации, информационных технологиях и о защите информации и необходимых для разработки программного обеспечения на основе искусственного интеллекта»⁶, является гораздо более узким, нежели «массив данных», поскольку не включает в себя «сырые» данные.

Позиционируя «массив данных» как ценный оборотоспособный актив, требующий особого правового режима, А. И. Савельев в качестве его особенностей называет лишь общеизвестные характеристики информации и больших данных (упоминаются подразделение источников информации на технические и социальные, цифровая форма информации, потенциальная коммерческая ценность информации и проч.) и выводит следующее определение: «массив данных – это существующая в машиночитаемой форме совокупность данных об окружающем мире и (или) о процессах, происходящих в нем, формируемая на основе источников технического или

⁶ Утверждена Указом Президента РФ от 10.10.2019 № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации».

социального происхождения и обладающая действительной или потенциальной коммерческой ценностью» [10, с. 67]. При этом автор оставляет за рамками своего исследования критерии, которые позволили бы говорить о возникновении «массива данных» в качестве самостоятельного объекта прав, отмечая в том числе: «Сколько таких единиц данных должно присутствовать для того, чтобы сформировать массив данных, – вопрос философский» [10, с. 65 (примечание)].

Проведенные исследования не позволяют поддержать позицию А. И. Савельева как в части заключения о допустимости оборота самих данных (что обосновывалось ранее), так и в части предложения признать «массив данных» самостоятельным объектом гражданских прав. Несмотря на то, что авторские предложения нацелены, казалось бы, на разрешение актуальных поставленных практикой проблем, вряд ли эти проблемы правильно разрешать посредством игнорирования доктринальных основ и подмены понятий.

Поясняя свою позицию в отношении предложения о создании для «массива данных» особого правового режима, должна указать следующее. Предлагаемым А. И. Савельевым понятием «массив данных» обозначаются *те же самые данные*, однако слово «массив» создает впечатление, что речь идет о каком-то ином, отличающемся явлении. Между тем в выражении «массив данных» слово «массив» имеет лишь вспомогательное значение, обозначая, по сути, факт обособления определенного объема информации из общей массы информации. Подобное происходит, когда мы говорим о фактическом выделении вещей из общей массы таких же вещей: пакет молока, цистерна бензина, вагон зерна. С учетом этого представляется абсолютно безосновательным вводить в законодательство специальное понятие «массив данных», подменяя тем самым понятие «данные», и тем более рассматривать такой «массив» как самостоятельный оборотоспособный объект и устанавливать для него самостоятельный правовой режим.

Несмотря на изложенные критические замечания, несомненной поддержки заслуживает общий посыл статьи А. С. Савельева: для целей нормального функционирования цифровой экономики первоочередной задачей является создание гражданско-правового режима информации и данных, что позволит эффективно развиваться рынку использования данных (в том числе и больших данных), имеющему огромное значение абсолютно для всех сфер.

М. А. РОЖКОВА,

*главный научный сотрудник Института законодательства
и сравнительного правоведения при Правительстве РФ,
президент IP CLUB, эксперт РАН,
член Экспертного совета Комитета Государственной Думы
по информационной политике,
информационным технологиям и связи,
доктор юридических наук*

Библиографический список

1. MarTech – что это и зачем оно маркетологу? // URL: <https://maddata.agency/mad-blog/martech-что-это-и-зачем-оно-marketologu>
2. David Raab. Marketing Technology of the Future: Beyond the Customer Data Platform // URL: <https://customerexperiencematrix.blogspot.com/2015/03/marketing-technology-of-future-beyond.html>
3. Rod Banner What is MadTech and why should you care about it? // URL: <https://www.hottopics.ht/14471/what-is-madtech-and-why-should-you-care/>
4. Рожкова М. А. Персональные и неперсональные данные как объекты гражданских прав // Хозяйство и право. 2019. № 5. С. 15-20.
5. Рожкова М. А. Об имущественных правах на нематериальные объекты в системе абсолютных прав (часть третья – права на сведения

- и данные как разновидности информации) [Электронный ресурс] // Закон.ру. 2019. 14 января. (0,7 п.л.) URL: https://zakon.ru/blog/2019/01/14/ob_imuschestvennyh_pravah_na_nematerialnye_obekty_v_sisteme_absolyutnyh_prav_chast_tretya_prava_na
6. Рожкова М. А. Информация как объект гражданских прав, или Что надо менять в гражданском праве [Электронный ресурс] // Закон.ру. 2018. 6 ноября. (0,4 п.л.) URL: https://zakon.ru/blog/2018/11/06/informaciya_kak_obekt_grazhdanskih_prav_ili_chno_nado_menyat_v_grazhdanskom_prave
7. Нестеров В. И. Информация в структуре мироздания // URL: https://metatron-nls.ru/wp-content/uploads/2017/12/fiz_osnovy1-1.pdf
8. Bell D. Die nachindustrielle Gesellschaft. Frankfurt a. M.; N.Y.: Campus, 1989. – Цит. по: Бехманн Г. Общество знания – трансформация современных обществ / пер. Д. В. Ефременко // Концепция «общества знания» в современной социальной теории: сб. науч. тр. / Отв. ред. Д. В. Ефременко. – М., 2010.
9. Винер Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. 1948–1961. 2-е изд. – М.: Наука, 1983.
10. Савельев А. И. Гражданско-правовые аспекты регулирования оборота данных в условиях попыток формирования цифровой экономики // Вестник гражданского права. 2020. № 1. С. 60-92.
11. Савельев А. И. Комментарий к Федеральному закону от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» (постатейный). – М.: Статут, 2015.