

Значение парадокса приватности для законодательства о персональных данных в условиях становления общества наблюдения

Аннотация. Российский законодатель исходит из того, что физических лиц — субъектов персональных данных — необходимо рассматривать как рациональных агентов в тех ситуациях, когда они самостоятельно принимают решения, касающиеся их персональных данных (сферы их приватности). Однако реальное поведение субъектов персональных данных (т.е. социальная реальность) показывает, что данный посыл является, по сути, заблуждением. Парадокс приватности и иные особенности принятия физическими лицами решений, затрагивающих их персональные данные, играют ключевую роль для построения новой парадигмы правового регулирования отношений в области персональных данных и неприкосновенности частной жизни. В работе описана концепция парадокса приватности, а также подтверждено существование проблемы несоответствия между действующим российским законодательством и социальными практиками в сфере неприкосновенности частной жизни в условиях цифровой трансформации и становления общества наблюдения. Автором предложены некоторые возможные шаги для начала переходного периода в правовом регулировании отношений в области персональных данных, которые направлены на упрощение процедуры информирования субъектов и повышение общей осведомленности субъектов об их персональных данных и действующем законодательстве.

Ключевые слова: парадокс приватности, цифровая трансформация, персональные данные, защита персональных данных, информационная безопасность, большие данные, общество наблюдения.



**Сергей Васильевич
СОЛОВКИН,**

аспирант кафедры
информационного права и
цифровых технологий
Университета имени
О.Е. Кутафина (МГЮА)
s0145995@msal.edu.ru
125993, Россия, г. Москва,
ул. Садовая-Кудринская, д. 9

DOI: 10.17803/2311-5998.2022.92.4.109-119

SERGEY V. SOLOVKIN,

postgraduate student of the Department of information law and digital technologies
of the Kutafin Moscow State Law University (MSAL)

s0145995@msal.edu.ru

9, Sadovaya-Kudrinskaya, Moscow, Russia, 125993

The Privacy Paradox and Personal Data Regulation in the Context of Rising Surveillance Capitalism

Abstract. The Russian legislator considers personal data subjects as rational agents when they make decisions regarding their privacy. However, the real behavior of individuals (i.e., social reality) shows that this is not the case. The privacy paradox and other features of subjects' decision-making process that affect their personal data play a key role in providing a new paradigm for legal

© С. В. Соловкин, 2022

regulation of personal data. This paper describes the concept of the privacy paradox and confirms the existence of the problem of mismatch between the current Russian legislation and real social practices in the field of privacy in the conditions of digital transformation and the formation of a surveillance society. The author proposes a number of steps to start a transitional period in the legal regulation of personal data, namely those aimed to simplify the informed consent procedure and to increase the general awareness of data subjects about their personal data and legislation.

Keywords: *privacy paradox; digital transformation; personal data; personal data protection; information security; big data; surveillance society.*

1. Введение

Социологический метод в праве подразумевает, среди прочего, учет различных социальных практик и связанных с ними интересов участников общественных отношений для целей совершенствования правового регулирования¹. В свою очередь, несоответствие правового регулирования социальным практикам, т.е. социальной реальности, может привести к неэффективности регулирования общественных отношений посредством права².

При определении вектора развития законодательства о персональных данных необходимо учитывать интересы как минимум трех категорий субъектов: 1) физических лиц — субъектов персональных данных; 2) законодателя, на которого возложена обязанность по обеспечению защиты прав и интересов субъектов персональных данных, а также по осуществлению иных публично значимых функций; 3) лиц, заинтересованных в обработке персональных данных.

Нельзя не согласиться с А. И. Савельевым в том, что «законодательство о персональных данных направлено не только на защиту неприкосновенности частной жизни физических лиц, оно также имеет важные экономические, социальные и политические функции, в связи с чем должно учитывать права и законные интересы всех участников отношений и обеспечивать баланс между ними»³.

Действующее правовое регулирование в области персональных данных исходит из того, что субъекты персональных данных являются рациональными агентами, способными соотнести выгоду от раскрытия персональных данных третьему лицу и потенциальные риски, чтобы принять решение о предоставлении или непредоставлении согласия на обработку персональных данных⁴.

¹ См.: Мейхью Л. Социология права // Американская социология: перспективы, проблемы, методы / под ред. Г. В. Осипова. М. : Прогресс, 1972 ; Карбонье Ж. Юридическая социология / пер. с фр. В. А. Туманова. М. : Прогресс, 1986.

² См.: Мазуренко А. П. Российская правотворческая политика: концепция и реальность. М. : Юрист, 2010.

³ Савельев А. И. Научно-практический постатейный комментарий к Федеральному закону «О персональных данных». 2-е изд., перераб. и доп. М. : Статут, 2021. С. 52.

⁴ Савельев А. И. Научно-практический постатейный комментарий к Федеральному закону «О персональных данных». С. 181.

Вместе с тем реальное поведение субъектов, фактически готовых к раскрытию своих данных в обмен на номинальную выгоду, вступает в противоречие с их желанием обеспечить свою приватность. Такое противоречие в науке получило название «парадокс приватности» (англ. *privacy paradox*)⁵.

Становится очевидным несоответствие подхода законодательства о персональных данных и реального поведения субъектов персональных данных, угрожающего эффективности правового регулирования. В частности, С. Кокولاкис отмечает, что государственное регулирование вопросов приватности имеет в своей основе озабоченность собственной приватностью со стороны физических лиц, в связи с чем противоположное фактическое поведение субъектов может заставить усомниться в обоснованности такого регулирования⁶. Особенно актуальной данная проблема становится в условиях становления так называемого общества наблюдения⁷, в рамках которого сбор и обработка больших массивов данных, в том числе персональных данных, становится повседневной практикой коммерческих лиц, нацеленных на прогнозирование и изменение человеческого поведения в качестве средства получения дохода и контроля над рынком⁸.

Целью настоящей работы — подтвердить наличие несоответствия между подходом законодателя к рациональности субъектов персональных данных и реальным поведением последних, оценить потенциальные последствия такого несоответствия, сделать соответствующие выводы о достижимости цели законодательства о персональных данных и предложить способ решения поставленной проблемы.

2. Презюмируемая степень рациональности субъектов персональных данных при раскрытии информации о себе

Основным легитимирующим основанием для обработки персональных данных, согласно Федеральному закону от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»⁹ (далее — Закон), является согласие субъекта персональных данных¹⁰ (п. 1

⁵ Norberg P. A., Home D. R., Home D. A. The Privacy Paradox: Personal Information Disclosure Intentions versus Behaviors // Journal of Consumer Affairs. 2007. Vol. 41. № 1. P. 100.

⁶ Kokolakis S. Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon // Computers & Security. 2017. Vol. 64. P. 123.

⁷ Термин «общество наблюдения» является производным от английского термина *surveillance capitalism*, который буквально можно перевести как «надзорный капитализм». Термин *surveillance capitalism* ввел в науку ряд ученых, в частности профессор Гарвардского университета Ш. Зубофф (*Zuboff Sh. A Digital Declaration* // URL: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/the-digital-debate/shoshan-zuboff-on-big-data-as-surveillance-capitalism-13152525.html> (дата обращения: 20.02.2022)), а также профессор Университета Куинс В. Моско (*Mosco V. To the Cloud: Big Data in a Turbulent World*. 1st ed. Routledge, 2014. 284 p.).

⁸ Zuboff S. Big other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization // Journal of Information Technology. 2015. Vol. 30. № 1. P. 75.

⁹ СПС «КонсультантПлюс».

¹⁰ Савельев А. И. Научно-практический постатейный комментарий к Федеральному закону «О персональных данных». С. 134.



ч. 1 ст. 6 Закона), а обработка персональных данных должна соответствовать принципам и правилам, установленным в указанном Законе (ч. 1 ст. 6 Закона).

Н. А. Дмитрик указывает, что «согласие субъекта персональных данных тем не менее является краеугольным камнем защиты личной информации»¹¹. В соответствии с ч. 1 ст. 9 Закона субъект принимает решение о предоставлении его персональных данных и дает согласие на их обработку свободно, своей волей и в своем интересе. Согласие на обработку персональных данных должно быть конкретным, информированным и сознательным.

С учетом того, что субъект принимает решение о даче согласия после должного информирования, руководствуясь своим интересом, по собственной воле, очевидно, что с позиции законодателя он представляется рациональным актором, который способен оценить риски и выгоды для себя от предоставления согласия на обработку данных. В итоге им должно быть принято обоснованное решение, за которое он в дальнейшем будет нести ответственность.

А. И. Савельев, рассматривая согласие субъекта, отмечает: «Предполагается, что человек, обладая всей необходимой информацией, способен рационально оценить риски и принять взвешенное решение»¹². Такой подход находит свои корни в теории *Privacy calculus*, в соответствии с которой люди принимают связанные с приватностью решения как рациональные агенты в экономическом смысле путем соотнесения рисков и выгод¹³.

Д. Солове указывает, что концептуально законодательство о персональных данных во многом основано на презумпции управления субъектами собственной приватностью (англ. *privacyself-management*) как средство обеспечения приватности со стороны государства¹⁴. Д. Солове приходит к выводу о том, что доминирующий подход, лежащий в основе американского регулирования, состоит из двух ключевых элементов: информированность субъекта и его выбор (англ. *notice and choice*)¹⁵. Закон предоставляет физическим лицам набор прав, позволяющих им принимать решения по управлению собственными данными, в частности прав на предоставление согласия на обработку¹⁶.

Во многом данный подход аналогичен основам действующего в России законодательства. Закон о персональных данных предоставляет субъектам множество прав, позволяющих им принимать юридически значимые решения по вопросу своей приватности. При этом ключевым является право на дачу согласия на обработку персональных данных. При рассмотрении действующего регулирования

¹¹ Дмитрик Н. А. Цифровая трансформация: правовое измерение // Правоведение. 2019. Т. 63. № 1. С. 35.

¹² Савельев А. И. Научно-практический постатейный комментарий к Федеральному закону «О персональных данных». С. 181.

¹³ См.: Dinev T., Hart P. An Extended Privacy Calculus Model for E-Commerce Transactions // Information Systems Research. 2006. Vol. 17. № 1. P. 61—80.

¹⁴ Solove D. J. The Myth of the Privacy Paradox // George Washington Law Review. 2020. Vol. 89. № 1. P. 5.

¹⁵ Solove D. J. Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma // Harvard Law Review. 2013. Vol. 126. № 7. P. 1883.

¹⁶ Solove D. J. Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma. P. 1880.

можно прийти к выводу о том, что принципы информированности и выбора по своей воле также являются его основами. Также параллели можно провести и с европейским законодательством¹⁷.

3. Парадокс приватности: соотношение обеспокоенности субъектов персональных данных вопросами своей приватности и их реального поведения

Согласимся с западными исследователями в том, что концепция приватности является многогранной и включает в себя: 1) территориальную приватность, 2) физическую приватность и 3) информационную приватность, которая касается контроля того, могут ли и каким образом могут собираться, храниться, обрабатываться и распространяться персональные данные¹⁸. В качестве некоторых составляющих приватности А. И. Савельев указывает возможность осуществления лицом контроля над распространением информации о себе и право на защиту интимных сведений о себе и своей жизни¹⁹. История формирования и развития института приватности рассмотрена Н. А. Дмитриком²⁰. Для целей настоящего исследования будем рассматривать приватность в информационном смысле.

Процесс формирования в науке концепции парадокса приватности исследовал С. Коколакис²¹. Согласно С. Коколакису, основа данной концепции была заложена социологами в 2001 г.²² Они провели несколько исследований, предметом которых стали поведение пользователей при осуществлении покупок в Интернете и их обеспокоенность собственной безопасностью и приватностью²³. В 2004 г. исследователями в области поведенческой экономики, в частности А. Аккити, был сделан вывод о том, что люди могут быть не в состоянии действовать как экономически рациональные агенты, когда речь идет о приватности, поскольку на решения, связанные с приватностью, влияют неполнота информации, ограниченная рациональность и когнитивные искажения²⁴.

Предметом другой группы исследований стало поведение людей при раскрытии информации о себе в социальных сетях. В 2007 г. П. Норберг совместно с другими учеными ввел в науку термин «парадокс приватности». Согласно их

¹⁷ См.: *Schwartz P. M.* The EU-U.S. Privacy Collision: A Turn to Institutions and Procedures // *Harvard Law Review*. 2013. Vol. 126. № 7. P. 1966—2009.

¹⁸ См.: *Holvast J.* Vulnerability and privacy: are we on the way to a risk-free society? // *Proceedings of the IFIP-WG9 : 2nd Conference, May 20—22, 1993. Namur, Belgium, 1993.* 311 p.

¹⁹ *Савельев А. И.* Научно-практический постатейный комментарий к Федеральному закону «О персональных данных». С. 40.

²⁰ См.: *Дмитрик Н. А.* История, смысл и перспективы института персональных данных // *Вестник гражданского права*. 2020. № 3. С. 43—82.

²¹ См.: *Kokolakis S.* Op. cit.

²² *Kokolakis S.* Op. cit. P. 123.

²³ *Kokolakis S.* Op. cit.

²⁴ *Kokolakis S.* Op. cit. P. 124.



позиции, люди фактически готовы раскрывать значительно больший объем личной информации, чем намереваются раскрыть²⁵. Как было указано выше, парадокс приватности состоит в несоответствии постулируемого и фактического поведения людей.

Последующие исследования имели своей целью подтвердить или опровергнуть существование парадокса приватности, а также установить причины его возникновения. Данная проблематика также является предметом изучения российских исследователей, в частности Е. С. Пронкиной²⁶, Л. В. Чесноковой²⁷, Е. И. Маковкиной и З. В. Нестеровой²⁸.

Представляется, что имеются основания признать существование парадокса приватности. Интернет-пользователи, пользователи мобильных приложений и иной цифровой инфраструктуры готовы раскрывать свои персональные данные, делая их общедоступными (например, в социальных сетях), и (или) предоставлять их третьим лицам в обмен на номинальное вознаграждение, повышенную персонализацию продуктов и услуг или иные выгоды. Принимая во внимание множество поведенческих и иных факторов, лежащих в основе решений пользователей о раскрытии своих персональных данных, заключим, что зачастую пользователи ведут себя нерационально при принятии указанных решений, руководствуются соображениями собственной мгновенной выгоды и не всегда могут здраво оценить потенциальные риски раскрытия собственных персональных данных.

При этом мы не можем согласиться с тезисом о том, что парадокс приватности сам по себе подтверждает фактическое безразличие людей к вопросам собственной приватности²⁹. Исследования подтверждают обеспокоенность большинства физических лиц безопасностью своих персональных данных³⁰. В данной части мы согласны с Д. Солове, что рискованное поведение людей при принятии решений может быть связано с неспособностью к грамотному управлению собственной приватностью³¹.

²⁵ *Kokolakis S.* Op. cit.

²⁶ См.: *Пронкина Е. С.* Парадокс приватности: почему пользователи социальных медиа раскрывают персональную информацию в публичном пространстве // Вестник РГГУ. Серия : Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2018. № 8 (41). С. 155—165.

²⁷ См.: *Чеснокова Л. В.* Размывание границы между публичностью и приватностью в социальных сетях и парадокс приватности // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2021. № 2 (20). С. 22—38.

²⁸ См.: *Маковкина Е. И., Нестерова З. В.* Парадокс конфиденциальности и социальные сети: почему пользователи раскрывают свои персональные данные // Публичное/частное в современной цивилизации : сб. науч. тр. XXII российской науч.-практ. конф. (с междунар. участием) (г. Екатеринбург, 16—17 апреля 2020 года) / отв. ред. Л. А. Закс [и др.]. Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2020. С. 467—473.

²⁹ См., например: *Goldman E.* The Privacy Hoax // URL: <https://www.forbes.com/forbes/2002/1014/042.html?sh=7734abb02717> (дата обращения: 20.02.2022).

³⁰ См., например: *Полякова В. В., Фурсов К. С.* Готовы ли пользователи рунета делиться персональными данными? // URL: <https://issek.hse.ru/news/450602433.html> (дата обращения: 20.02.2022).

³¹ *Solove D. J.* The Myth of the Privacy Paradox. P. 5.

4. Актуальность действующего законодательства о персональных данных и способ его совершенствования в условиях становления общества наблюдения

В условиях цифровой трансформации мир вокруг людей постоянно меняется³². Сбор данных, в том числе персональных, становится ключевым фактором развития бизнеса³³. При этом многие информационные ресурсы поощряют раскрытие информации о себе, ограничивая осведомленность людей о рисках такого раскрытия³⁴. В цифровом пространстве происходит накопление цифрового следа субъектов персональных данных, т.е. данных, созданных пользователями при взаимодействии с ресурсами в активной форме (речь идет, например, о сообщениях, размещенных пользователем в открытом доступе на странице ресурса) или пассивной форме (например, про информацию о действиях пользователя, совершенных на определенном ресурсе)³⁵.

Как следствие, исследователь Ш. Зубофф предрекает становление общества наблюдения, в котором существуют новые возможности монетизации, связанные с новой глобальной архитектурой сбора и анализа данных, которая может награждать и наказывать с целью изменения поведения и превращения поведения пользователя в товар для получения прибыли³⁶.

Технологический контекст давно направил исследователей к изучению вопроса о будущем приватности физических лиц в новых условиях³⁷. При этом данный контекст не может не быть принят во внимание при определении вектора развития законодательства о персональных данных.

Вышеуказанные доводы в поддержку концепции парадокса приватности приводят к выводу о том, что на практике оценка, данная степени рациональности субъектов персональных данных законодателем, зачастую расходится с социальной реальностью. Тем самым ставится под сомнение презумпция законодательства о персональных данных, согласно которой физическое лицо по определению является рациональным субъектом персональных данных, всегда принимающим решения по вопросам приватности, взвесив риски и выгоды.

Кроме того, Д. Солове отмечает, что существует целая совокупность факторов, которые обуславливают неэффективность подхода законодателя, презюмирующего способность субъекта персональных данных к грамотному управлению

³² Наумов В. Б. Право в эпоху цифровой трансформации: в поисках решений // Российское право: образование, практика, наука. 2018. № 6 (108). С. 4.

³³ См.: Constantiou I. D., Kallinikos J. New Games, New Rules: Big Data and the Changing Context of Strategy // Journal of Information Technology. 2015. Vol. 30. № 1. P. 44—57.

³⁴ Solove D. J. Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma. P. 1895.

³⁵ См. Fish T. My Digital Footprint a two-sided Digital Business Model where your Privacy will be someone else's Business! London : Futuretext, 2009. 210 p.

³⁶ Zuboff S. Big other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. P. 85.

³⁷ См., например: Froomkin M. A. The Death of Privacy? // Stanford Law Review. 2000. Vol. 52. № 5. Symposium : Cyberspace and Privacy: A New Legal Paradigm? (May 2000). P. 1461—1543.



собственной приватностью. Среди таких факторов ученый называет когнитивные проблемы, в частности проблему неинформированности физического лица³⁸ и проблему принятия неправильных решений³⁹. Как итог, Д. Солове указывает, что: 1) люди не читают политики конфиденциальности; 2) если они и читают, то не понимают их; 3) если они читают и понимают политики, то зачастую они не обладают достаточными знаниями, чтобы принять информированное решение; 4) в ином случае решение может быть неправильным в силу множества иных трудностей, связанных с принятием решений⁴⁰. И, хотя Д. Солове считает, что парадокс приватности — это миф⁴¹, полагаем, что выделенные им когнитивные проблемы могут являться причинами, по которым парадокс приватности существует.

Помимо когнитивных, Д. Солове также указывает некоторые структурные, системные проблемы⁴². Именно к таким проблемам можно отнести вышеуказанные технологические особенности обработки персональных данных в цифровых средах.

Таким образом, существующая парадигма управления субъектами собственной приватностью с учетом парадокса приватности может оказаться неэффективной для целей защиты прав и интересов физических лиц в условиях цифровой трансформации и становления общества наблюдения. В скором времени может наступить кризис традиционного института согласия на обработку.

Каким образом данная проблема может быть решена? Полагаем, в данном контексте существуют два подхода: 1) модернизация традиционного института согласия субъекта при сохранении презумпции рациональности субъекта; 2) поиск новой парадигмы регулирования отношений в сфере персональных данных.

В поддержку первого подхода приведем позицию А. И. Савельева, который в качестве направления развития законодательства о персональных данных указывает на упрощение процесса информирования субъекта персональных данных о способах использования персональных данных путем применения специальных графических символов, содержание которых интуитивно понятно и наглядно⁴³. Н. А. Дмитрик также отмечает, что еще одним направлением нормативной работы становится построение новых механизмов получения согласия, более или менее адаптированных к цифровой реальности⁴⁴.

Рассматривая второй подход, нельзя не согласиться с Д. Солове в том, что при поиске новой парадигмы регулирования необходимо избегать чрезмерного патернализма, поскольку во многих ситуациях раскрытие персональных данных приносит множество реальных выгод для субъекта без возникновения существенных рисков, и в таких случаях патернализм может привести к излишнему безосновательному ограничению свободы субъекта⁴⁵.

³⁸ Solove D. J. Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma. P. 1883.

³⁹ Solove D. J. Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma. P. 1886.

⁴⁰ Solove D. J. Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma. P. 1888.

⁴¹ См.: Solove D. J. The Myth of the Privacy Paradox. P. 1—51.

⁴² Solove D. J. Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma. P. 1888—1893.

⁴³ См.: Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. М.: Статут, 2014. 543 с.

⁴⁴ Дмитрик Н. А. Цифровая трансформация: правовое измерение. С. 35.

⁴⁵ Solove D. J. Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma. P. 1894—1898.

С учетом того, что поиск новой парадигмы регулирования может занять значительное время, полагаем необходимым заложить основу некоего переходного периода, основанного на гармоничном объединении достоинств обоих подходов (несмотря на их формальную противоречивость). Формирование такого переходного периода может состоять, среди прочего, из следующих шагов:

- утверждение Роскомнадзором базового руководства для физических лиц по вопросам обработки персональных данных, раскрывающего ключевые положения законодательства, которые необходимо знать и понимать для принятия решений. Ссылка на такое руководство при этом должна размещаться на каждом информационном ресурсе или сопровождать цифровой продукт (например, товар для инфраструктуры «умного дома») для ознакомления перед дачей согласия;
- совершенствование первоначального информирования субъекта о деталях будущей обработки его данных, в частности посредством утверждения дополнительных требований к процедуре получения согласия. К таким требованиям можно отнести использование простого языка при формулировании текста согласия или политики, видимое выделение в них ключевых блоков (целей обработки, сроков обработки и т.д.), сокращение текста согласия или политики, информирование о потенциальных негативных последствиях обработки;
- возложение на операторов обязанности применять инструменты типа opt-in для получения согласия пользователей, когда использование цифрового продукта возможно только после информирования об особенностях обработки;
- разработка комплекса организационных и технических требований по размещению на информационных ресурсах инструментов отслеживания собранных о пользователе данных и контроля за ними в режиме реального времени;
- проведение государственной политики по вопросу повышения осведомленности и правовой грамотности граждан в сфере персональных данных.

Предложенные шаги, разумеется, могут выступить основой лишь для начала переходного этапа в сфере законодательства о персональных данных, поскольку не приведут к кардинальным изменениям и смене парадигмы регулирования. Однако они могут позволить действующему законодательству реагировать на описанную выше социальную реальность и в итоге снизить указанные негативные эффекты от существующих социальных практик с учетом парадокса приватности.

5. Заключение

Настоящее исследование выступает, скорее, поводом к началу нового этапа научной дискуссии среди исследователей по вопросу совершенствования правового регулирования в сфере персональных данных и имеет своей первоначальной целью постановку проблемы, поскольку поиск правильного решения является общей задачей законодателя, представителей науки, бизнеса и общественности.

Цифровая трансформация вынуждает юридическое сообщество по-новому взглянуть на вопросы регулирования отношений в сфере персональных данных. Особую актуальность, на наш взгляд, приобретает социологический метод правового исследования, обращающий внимание юристов на обстоятельства



социальной реальности, которые должны учитываться в процессе нормотворчества.

По прошествии более двух десятилетий с момента начала изучения парадокса приватности законодательство о персональных данных не подвергалось модернизации с учетом научной дискуссии. На наш взгляд, этот пробел необходимо восполнить для целей обеспечения неотъемлемого права на неприкосновенность частной жизни и иных прав и законных интересов граждан.

Вектор будущих исследований определяется необходимостью разработки нового подхода к регулированию отношений в сфере персональных данных с учетом обстоятельств, обозначенных в настоящей работе и иных исследованиях. При проведении будущих правовых исследований, полагаем необходимым акцентировать внимание на достижениях социологических дисциплин по вопросам поведения субъектов персональных данных для их применения при разработке нового правового регулирования.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Дмитрик Н. А.* История, смысл и перспективы института персональных данных // Вестник гражданского права. — 2020. — № 3. — С. 43—82.
2. *Дмитрик Н. А.* Цифровая трансформация: правовое измерение // Правоведение. — 2019. — Т. 63. — № 1. — С. 28—46.
3. *Карбонье Ж.* Юридическая социология / пер. с фр. В. А. Туманова. — М. : Прогресс, 1986. — 352 с.
4. *Мазуренко А. П.* Российская правотворческая политика: концепция и реальность. — М. : Юрист, 2010. — 392 с.
5. *Маковкина Е. И., Нестерова З. В.* Парадокс конфиденциальности и социальные сети: почему пользователи раскрывают свои персональные данные // Публичное/частное в современной цивилизации : сб. науч. тр. XXII российской науч.-практ. конф. (с междунар. участием) (г. Екатеринбург, 16—17 апреля 2020 года) / отв. ред. Л. А. Закс [и др.]. — Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2020. — С. 467—473.
6. *Мейхью Л.* Социология права // Американская социология: перспективы, проблемы, методы / под ред. Г. В. Осипова. — М. : Прогресс, 1972. — 392 с.
7. *Наумов В. Б.* Право в эпоху цифровой трансформации: в поисках решений // Российское право: образование, практика, наука. — 2018. — № 6 (108). — С. 4—11.
8. *Полякова В. В., Фурсов К. С.* Готовы ли пользователи рунета делиться персональными данными? // URL: <https://issek.hse.ru/news/450602433.html> (дата обращения: 20.02.2022).
9. *Пронкина Е. С.* Парадокс приватности: почему пользователи социальных медиа раскрывают персональную информацию в публичном пространстве // Вестник РГГУ. — Серия : Литературоведение. Языкознание. Культурология. — 2018. — № 8 (41). — С. 155—165.
10. *Савельев А. И.* Научно-практический постатейный комментарий к Федеральному закону «О персональных данных». — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Статут, 2021. — 468 с.

11. Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. — М. : Статут, 2014. — 543 с.
12. Чеснокова Л. В. Размывание границы между публичностью и приватностью в социальных сетях и парадокс приватности // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. — 2021. — № 2 (20). — С. 22—38.
13. Constantiou I. D., Kallinikos J. New Games, New Rules: Big Data and the Changing Context of Strategy // Journal of Information Technology. — 2015. — Vol. 30. — № 1. — P. 44—57.
14. Dinev T., Hart P. An Extended Privacy Calculus Model for E-Commerce Transactions // Information Systems Research. — 2006. — Vol. 17. — № 1. — P. 61—80.
15. Fish T. My Digital Footprint a two-sided Digital Business Model where your Privacy will be someone else's Business! London : Futuretext, 2009. — 210 p.
16. Froomkin M. A. The Death of Privacy? // Stanford Law Review. 2000. Vol. 52. № 5. Symposium : Cyberspace and Privacy: A New Legal Paradigm? (May 2000). — P. 1461—1543.
17. Goldman E. The Privacy Hoax // URL: <https://www.forbes.com/forbes/2002/1014/042.html?sh=7734abb02717> (дата обращения: 20.02.2022).
18. Holvast J. Vulnerability and privacy: are we on the way to a risk-free society? // Proceedings of the IFIP-WG9 : 2nd Conference, May 20—22, 1993. — Namur, Belgium, 1993. — 311 p.
19. Kokolakis S. Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon // Computers & Security. — 2017. — Vol. 64. — P. 122—134.
20. Mosco V. To the Cloud: Big Data in a Turbulent World. — 1st ed. — Routledge, 2014. — 284 p.
21. Norberg P. A., Horne D. R., Horne D. A. The Privacy Paradox: Personal Information Disclosure Intentions versus Behaviors // Journal of Consumer Affairs. — 2007. — Vol. 41. — № 1. — P. 100—126.
22. Schwartz P. M. The EU-U.S. Privacy Collision: A Turn to Institutions and Procedures // Harvard Law Review. — 2013. — Vol. 126. — № 7. — P. 1966—2009.
23. Solove D. J. Introduction: Privacy Self-Management and the Consent Dilemma // Harvard Law Review. — 2013. — Vol. 126. — № 7. — P. 1880—1903.
24. Solove D. J. The Myth of the Privacy Paradox // George Washington Law Review. — 2020. — Vol. 89. — № 1. — P. 1—51.
25. Zuboff Sh. Big other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization // Journal of Information Technology. — 2015. — Vol. 30. — № 1. — P. 75—89.
26. Zuboff Sh. A Digital Declaration // URL: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/the-digital-debate/shoshan-zuboff-on-big-data-as-surveillance-capitalism-13152525.html> (дата обращения: 20.02.2022).

