

НОВАЯ МОРАЛЬ ДОЛГА

Повышение значимости данных для процесса кредитования ставит этические вопросы и требует нового подхода к регулированию

Никита Аггарвал

Споры о моральной стороне долга ведутся на протяжении всей истории. В древности брать в долг — заимствовать у другого с обещанием возместить позднее — во многих культурах считалось грехом, а практика давать займы под процент представлялась особенно возмутительной. Из опасений, что заемщики из-за чрезмерной задолженности попадут в рабскую зависимость от кредиторов, долги зачастую списывались. Эти опасения и сегодня влияют на отношение к кредитованию и регулирование рынков кредита. В качестве примера приведем запрет на кредитование под процент в исламском финансировании и пределы процентных ставок, установленные для микрофинансовых организаций, которые выдают дорогие ссуды на короткий срок. Кроме того, сторонники прощения долгов, призывая избавить попавших в тяжелую ситуацию заемщиков от бремени неподъемного долга, апеллируют отчасти к соображениям морали.

«Датафицированное» кредитование

Как правило, в этих спорах разговоры о морали сводятся к идее справедливости, а конкретно — к справедливости распределения. Долг признается несправедливым, а следовательно, аморальным, потому что знания, богатство и власть распределены между заемщиками и кредиторами неравномерно, чем кредиторы могут воспользоваться и часто пользуются. Развитие технологий в сфере кредитования добавило вопросу о моральной стороне долга новые аспекты. В частности, с ростом «датафикации» при выдаче потребительских кредитов громче зазвучали опасения морального порядка о вреде, который наносится частной жизни, независимости, самоидентификации и достоинству человека. Под «датафикацией» в этом контексте понимается набирающее стремительный ход использование личных данных для принятия

решений о выдаче потребительских кредитов (особенно «альтернативных» социальных и поведенческих данных, таких как деятельность человека в соцсетях и пользование мобильным телефоном), а также усложнение алгоритмов машинного обучения, используемых для анализа этих данных (Hurley and Adebayo, 2017).

Эти технологии позволяют кредиторам предсказывать поведение потребителей и составлять их финансовый портрет с гораздо более высокой степенью детализации. Так, было показано, что заемщики, использующие мобильные устройства с операционной системой iOS, у которых более обширные и стабильные сети социальных контактов или которые дольше просматривают страницы с условиями кредитных договоров, с большей вероятностью оказываются кредитоспособными и выплачивают долг вовремя (разумеется, многие из этих переменных отражают фундаментальные переменные кредитного жизненного цикла, такие как размер дохода). Новации в кредитовании на основе данных появились в основном благодаря стартапам в сфере финтех — в первую очередь речь идет о платформах для кредитования между физическими лицами, например LendingClub и Zopa, — и крупным технологическим компаниям, таким как Alibaba/Ant Group. Однако технологии анализа альтернативных данных и машинного обучения все чаще применяют и традиционные банки, о чем говорят недавние исследования, проведенные Банком Англии и Центром по альтернативным финансам при Кембриджском университете.

В результате подобной практики у потребителей снижаются возможности самоидентификации, по мере того как они становятся все жестче привязаны к своему «цифровому я», или алгоритмическому конструкту. Более того, из-за повсеместного наблюдения и сбора данных, которые в итоге используются при выдаче кредитов, потребители вынуждены ограничивать свою свободу действий, чтобы не испортить себе кредитный



рейтинг. А превращение некоторых видов персональных данных в товар, используемый кредитными организациями, вызывает опасения морального порядка об ущербе для человеческого достоинства. Приемлемо ли с моральной точки зрения, что кредиторы используют весьма личные данные о здоровье и отношениях, например полученные из соцсетей и приложений для знакомств, для определения кредитоспособности потребителя? Иногда люди добровольно раскрывают информацию о себе в конкретном контексте и ради конкретных целей, например для поиска знакомств в Интернете и социального общения. Но это не значит, что они дают согласие на использование этих данных в другом контексте и ради других целей, особенно коммерческих, например для определения кредитного рейтинга или маркетинга.

«Датафикация» также дает новый повод для опасений, касающихся справедливости и неравенства в потребительском кредитовании. Заемодатели склонны к злоупотреблению выводами, полученными на основе анализа данных, и могут, в частности, начать предлагать наиболее уязвимым категориям потребителей невыгодные кредитные условия. Кроме того, профилирование заемщиков на основе анализа данных способствует применению более агрессивных и навязчивых коллекторских процедур по отношению к бедным. А возросшая благодаря альтернативным данным и машинным алгоритмам точность оценки заемщиков и ценообразования приводит к тому, что вырастает стоимость кредитов для клиентов, которым раньше, в условиях скрытой информации, предоставляли льготные условия (Fuster et al., 2020).

Наконец, кредитование, все более опирающееся на анализ данных и алгоритмы, может усугубить несправедливость, связанную с расовой и гендерной дискриминацией; недавний пример — скандал с кредитными картами Apple, когда женщинам предлагались меньшие кредитные линии, чем мужчинам. Кроме того, предубеждения и производные переменные в массивах данных, используемых для моделей машинного обучения, могут усилить косвенную дискриминацию при кредитовании представителей меньшинств, особенно в тех случаях, когда эти данные отражают укоренившуюся структурную дискриминацию. Альтернативные данные, например из социальных сетей, как правило, более разнообразны, чем финансовые кредитные данные, а значит, содержат больше производных переменных, коррелирующих с защищенными от дискриминации характеристиками, такими как раса и пол. Из-за ограниченной интерпретируемости некоторых элементов машинного обучения (таких как глубинные нейронные сети) обнаружить эту косвенную дискриминацию может быть сложно. Применение подобных моделей машинного обучения без тщательной проверки результатов их работы и без качественного надзора со стороны человека может усугубить социальные предубеждения и исторически сложившуюся противозаконную дискриминацию, что еще больше затруднит доступ на рынки потребительского кредитования для социально уязвимых групп и меньшинств.

Однако с помощью анализа данных можно было бы в некоторых случаях повысить справедливость распределения на рынках потребительского кредитования, отчего моральный аспект долга только бы *выиграл*. В частности, при более точной алго-

ритмической оценке кредитоспособности с помощью машинного обучения и анализа альтернативных данных доступность кредитов могла бы повыситься, особенно для (кредитоспособных) потребителей с «тонким» или отсутствующим «кредитным досье», которым раньше основные кредитные организации отказывали в связи с недостаточностью кредитных данных, таких как кредитная история (Aggarwal, 2019). По оценкам компании Experian и американского Бюро финансовой защиты потребителей, почти 10 процентов жителей Соединенного Королевства и почти 15 процентов населения США соответственно — это люди с отсутствующим или «тонким» досье (так называемые «кредитные невидимки»), которые не имеют возможности получить доступный кредит. В развивающихся странах эти цифры в несколько раз выше. Согласно Глобальному индексу доступа к финансовым услугам Всемирного банка, более 90 процентов людей, живущих в Южной Азии и странах Африки к югу от Сахары, не имеют доступа к официальному кредитованию.

С учетом того, что эти потребители зачастую являются наименее защищенными членами общества (обычно представителями этнических меньшинств и малоимущих групп), упрощение кредитования для них способствует расширению доступа к финансовым услугам и справедливости — а также эффективности — на потребительских рынках кредита. Также принятие решений о кредитах на основе данных и алгоритмов повышает справедливость за счет устранения наиболее иррациональных форм прямой дискриминации, например связанных с сексистскими или расистскими предпочтениями кредитного менеджера (человека) (Bartlett et al., 2017). Более того, доступность кредита и связанные с ней новые возможности могут благотворно сказаться на чувстве независимости и собственного достоинства потребителей.

Если посмотреть шире, то цифровизация и автоматизация кредитования способны расширить доступ к финансовым услугам, сокращая операционные издержки и делая для кредиторов экономически оправданной выдачу небольших ссуд, а также выдачу ссуд потребителям, традиционно выключенным из системы кредитования из-за проживания в удаленных областях (например, в «банковских пустынях», где нет отделений банков). Информационные технологии могут также способствовать расширению доступа к финансовым услугам за счет повышения финансовой грамотности потребителей и их умения управлять личными долгами. Например, нацеленные на сбережение средств и погашение долгов автоматизированные функции многих кредитных приложений в сфере финтеха могут помочь избавиться от некоторых распространенных поведенческих стереотипов, мешающих рациональному управлению личными финансами.

Реформы в регулировании

С развитием машинного обучения и повышением важности данных для кредитования моральная сторона долговых отношений приобретает гораздо больше нюансов. Перед регуляторами стоит нелегкая задача нащупать оптимальный баланс между плюсами и минусами кредитной «датафикации». Они должны оградить потребителей от ее самых пагубных воз-

Перед регуляторами стоит нелегкая задача нащупать оптимальный баланс между плюсами и минусами кредитной «датафикации».

действий — с точки зрения конфиденциальности, дискриминации и эксплуатации, но при этом воспользоваться основными преимуществами — в первую очередь возможностью расширить доступ к финансовым услугам. Однако существующие механизмы регулирования кредитных рынков и использования данных в таких странах и регионах, как Соединенное Королевство, США и Европейский союз, не обеспечивают этого баланса. В частности, они недостаточно защищают от урона, который «датафикация» наносит конфиденциальности, независимости и чувству собственного достоинства.

В основном в этих юрисдикциях подход к регулированию в сфере защиты личных данных крайне индивидуалистский. Предполагается, что потребители должны давать согласие на все виды обработки своих данных и сами следить за их сохранностью: например, пользоваться правом доступа к своим собственным данным, правом их редактировать и удалять. Но такой подход не способен защитить потребителей в условиях растущей цифровизации кредитных рынков. Здесь наблюдаются резкая асимметрия в распределении информации и рычагов влияния между заемщиками и кредиторами, отрицательные внешние эффекты, относящиеся к обработке данных, и ошибочные стереотипы, затрудняющие для потребителей принятие оптимальных решений, в результате чего люди неспособны самостоятельно обеспечить сохранность своих данных и независимость.

В нашей новой статье, опубликованной в «Кембриджском журнале права» (*Cambridge Law Journal*), мы рекомендуем пути преодоления этих противоречий и ликвидации несправедливости при использовании личных данных в кредитовании посредством существенных и институциональных регуляторных реформ (Aggarwal, 2021). Для начала необходим более строгий и централизованный подход со стороны регуляторов. От компаний необходимо требовать более тщательных обоснований причин, по которым им требуется обработка личных данных в контексте кредитования. Нужны более жесткие изначально установленные ограничения на виды и степень детализации (личных) данных, которые допускается использовать для принятия решений о выдаче кредитов. Например, использование глубоко личных и многоаспектных данных, таких как данные из соцсетей, должно быть эксплицитно запрещено, а анонимизация личных данных должна предполагаться по умолчанию.

Более того, компании должны убедительнее доказывать необходимость и пропорциональность обработки личных данных, а значит, и своего вторжения в сферу личной жизни потребителей. К этим мерам относится, например, постоянный и более жесткий контроль за используемыми моделями и дополнительные обязательства по подтверждению качества данных, особенно для небанковских кредитных организаций из сферы финтех. Так, если говорить об алгоритмическом определении кредитного рейтинга, кредиторы обязаны доказать, что обработка альтернативных данных

действительно дает достаточно значимое повышение точности при установлении кредитоспособности.

Параллельно с этими реформами должна быть изменена и регуляторная архитектура с целью повышения эффективности мер по защите личных данных в сфере потребительского кредита. В частности, агентства, отвечающие за финансовую защиту потребителей, такие как Управление по финансовому регулированию и контролю Соединенного Королевства, должны получить дополнительные полномочия для обеспечения защиты частной жизни и данных на рынках потребительского кредита. Мы полагаем, что защита данных — вид финансовой защиты потребителя. Учитывая их знания и опыт в работе с потребительскими кредитными организациями, секторальные агентства способны во многом лучше справиться с защитой данных на потребительских финансовых рынках, чем кросс-секторальные ведомства по защите данных и потребителей. При этом, однако, они должны и в будущем сотрудничать с кросс-секторальными регуляторами, такими как Управление комиссара по информации Соединенного Королевства, специализирующимися на регулировании в сфере защиты данных.

Разумеется, эти реформы необходимы не только в контексте потребительского кредитования с использованием данных и его регулирования. Чтобы в полной мере защитить частную жизнь потребителей (кредита), нужно жестче ограничить обработку личных данных во всех сферах, а не только на потребительских кредитных рынках, и для всех сторон, участвующих в жизненном цикле создания информационных систем, обращенных к потребителю. Кроме того, в условиях, когда экономика все сильнее зависит от данных, оптимальные институциональные механизмы для регулирования защиты данных предполагают более активную роль секторальных регуляторов и более тесное сотрудничество между секторальными и кросс-секторальными регуляторами во всех областях, не только на рынках потребительского кредита. **ФР**

НИКИТА АГГАРВАЛ — научный сотрудник Лаборатории цифровой этики Оксфордского института Интернета при Оксфордском университете.

Литература

- Aggarwal, Nikita. 2019. "Machine Learning, Big Data and the Regulation of Consumer Credit Markets: The Case of Algorithmic Credit Scoring." In *Autonomous Systems and the Law*, edited by N. Aggarwal, H. Eidenmüller, L. Enriques, J. Payne, and K. van Zwieten. Munich: C. H. Beck.
- . 2021. "The Norms of Algorithmic Credit Scoring." *Cambridge Law Journal*.
- Bartlett, Robert, Adair Morse, Richard Stanton, and Nancy Wallace. 2017. "Consumer-Lending Discrimination in the FinTech Era." University of California, Berkeley, Public Law Research Paper.
- Fuster, Andreas, Paul Goldsmith-Pinkham, Tarun Ramadorai, and Ansgar Walther. 2020. "Predictably Unequal? The Effects of Machine Learning on Credit Markets." <https://ssrn.com/abstract=3072038> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3072038>.
- Hurley, Mikella, and Julius Adebayo. 2017. "Credit Scoring in the Era of Big Data." *Yale Journal of Law and Technology* 18 (1): 147–216.