

Lietuvoje populiariausius socialinius tinklus „Facebook“ ir „Instagram“ valdanti kompanija „Meta“ vos prieš kelias savaites pristatė nuo 9,99 eurų per mėnesį kainuojančią prenumeratą Europos vartotojams. Mėnesinis mokestis leidžia minėtuose socialiniuose tinkluose naršyti be reklamų. Tačiau šis technologijų milžinės ėjimas kelia daugybę klausimų ne tik vartotojams, bet ir teisininkams. Gytis Malinauskas, kibernetinio saugumo sprendimų bendrovės „Surfshark“ teisės skyriaus vadovas, apžvelgia naująją „Meta“ prenumeratos modelį ir dalinasi išvalgomis, ar tokia paslauga neprieštarauja ES galiojančiam Bendrajam duomenų apsaugos reglamentui (BDAR).

„Atrodo, kad „Meta“ šio naujojo „mokėk arba sutik“ (angl. „Pay or Okay“) modelio taikymą bando pateisinti tikėjimu reklamos išlaikomu internetu, kuris suteikia prieigą prie asmeniškai pritaikytų produktų ir paslaugų, nepriklausomai nuo vartotojų ekonominės padėties. Visgi nemažai daliai vartotojų, o taip pat ir teisininkų bei duomenų apsaugos institucijų, kyla abejonių dėl tokio modelio teisėtumo“, – sako G. Malinauskas.

2,6 mlrd. eurų baudos dėl BDAR pažeidimų

Anot teisininko, „Facebook“ ir „Instagram“ nemokamos prenumeratos atveju vartotojo asmens duomenys būtų tvarkomi reklamos tikslais remiantis vartotojo sutikimu. Tiesa, BDAR 7-ajame straipsnyje numatyta, kad vartotojo sutikimas turi būti duodamas laisva valia.

„Kyla abejonių, ar prenumeratos kaina, galinti siekti iki 160 eurų per metus, nėra per didelė ir apribojanti vartotojų teisę pasirinkti, kad jų asmeniniai duomenys nebūtų tvarkomi reklamos tikslais“, – svarsto G. Malinauskas.

To paties BDAR 43-iajame straipsnyje teigiama, kad jei asmens duomenų tvarkymas nėra būtinas paslaugoms teikti, net jei sutikimas buvo duotas, jis negali būti laikomas duotu laisva valia. Europos Duomenų Apsaugos Valdyba jau yra nurodžiusi, kad „Meta“ bendrovės atveju reklama nėra būtina paslaugoms teikti, todėl klausimų dėl tokio sutikimo teisėtumo kyla dar daugiau.

„Dar šių metų sausį bendrovei „Meta“ skirta 390 mln. eurų bauda nustačius, kad reklamos praktika jos valdomuose socialiniuose tinkluose neatitinka BDAR. Tai nėra pirmoji ir vienintelė „Meta“ gauta bauda už BDAR pažeidimus – bendra tokių baudų suma siekia net 2,6 mlrd. eurų“, – primena G. Malinauskas.

Ar mokestis už privatumą – etiškas?

Remiantis Europos skaitmeninių teisių gynimo centro (NOYB) duomenimis, 2018-2022 m. laikotarpiu „Meta“ iš reklamos Europos Sąjungoje uždirbo 72,5 mlrd. eurų. NOYB taip pat teigia, kad didelė dalis šių pajamų galėjo būti gauta iš neteisėtos personalizuotos reklamos. Jei NOYB dėl „Meta“ veiklos teisūs, G. Malinausko teigimu, dar yra pakankamai daug erdvės tobulinti BDAR vykdymo užtikrinimą.

„Šimtai milijonų „Facebook“ ir „Instagram“ vartotojų Europoje dabar tarsi gali rinktis naudoti pamėgtus socialinius tinklus be personalizuotų reklamų ir tuo pačiu jų asmens duomenų tvarkymo šiuo tikslu. Tačiau šios paslaugos kaina gali riboti vartotojo teisę duoti sutikimą laisva valia. Tuo pačiu, kyla nemažai abejonių, ar vartotojas apskritai gali lengvai atsisakyti naudotis konkrečiais socialiniais tinklais ir tokiu būdu išvengti tiek paslaugos mokesčio mokėjimo, tiek ir jo asmens duomenų naudojimo reklamos tikslais. Tai kelia klausimų ne tik dėl šio naujo modelio atitikimo BDAR, tačiau ir dėl tokio modelio etiškumo. Ar apskritai etiška nustatyti kainą asmens duomenų privatumui? Vedami šių abejonių, privatumo gynėjai jau praneša apie ketinimus užginčyti naująją „Meta“ prenumeratos modelį“, – sako G. Malinauskas.

Apie „Surfshark“

„Surfshark“ yra Lietuvoje įkurta pasaulinė privatumo apsaugos sprendimų bendrovė. Jos kuriamas virtualus privatus tinklas „Surfshark VPN“ yra tarp trijų didžiausių pasaulyje ir vienas iš nedaugelio, kurį pripažįsta nepriklausomi saugumo ekspertai. 2022 m. „Surfshark“ kartu su kibernetinio saugumo bendrove „Nord Security“ paskelbti antruoju oficialiu vienaragiu Lietuvoje.

