



Martynas Bieliūnas. Asmeninio albumo nuotr.

**Dažnas žmogus neperskaito sąlygų, kurias kasdien kelia didžiausi socialiniai tinklai, tačiau vis tiek skuba jais naudotis. Dažniausiai vengiama tai skaityti, nes naudojimosi sąlygų sąrašas tiesiog per ilgas. Bendrovės „Privacy Partners“ vadybininkas Martynas Bieliūnas tikina, kad žmonės paprasčiausiai nesupranta, kam gali būti naudojama jų asmeninė informacija, o neretai jų duomenys naudojami ne tik analitikai, bet ir yra parduodami.**

## **Vyksta informacijos mainai**

Šiomet dizaineris iš Izraelio Dima Yarovsky kaip universiteto projektinį darbą ant popieriaus atspausdino visų populiariausių socialinių tinklų ir portalų: „Facebook“, „Twitter“, „Instagram“, „Snapchat“, „Tinder“, „Google“ ir „WhatsApp“, naudojimosi sąlygas. Ant sienos pakabinti sąrašai tęsėsi net ant grindų. Vaikino projektas sulaukė dėmesio iš viso pasaulio, o jis pats sakė, kad pagrindinis siekis buvo „pabrėžti, kokie maži, bejėgiai ir pažeidžiami mes esame prieš šias milžiniškas įmones“.

M. Bieliūnas aiškina, kad jungimasis prie socialinių tinklų yra savotiški mainai: vartotojas kažką atiduoda, o mainais gauna prieigą prie tinklo ir jame esančios informacijos. Pasak pašnekovo, socialiniai tinklai paprastai prašo

prieigos prie asmens duomenų ir galimybės disponuoti vartotojo kuriamu turiniu. „Tačiau asmens duomenys yra labai plati sąvoka. Į ją įeina ne tik tokie duomenys kaip vardas, telefonas ar IP adresas, bet ir vartotojo socialiniai ryšiai, pagaliau net finansiniai atsiskaitymai. Nemažai tinklalapių savo reikmėms naudoja ir vartotojų elgesio tendencijas socialinėje erdvėje“, – pasakoja jis.

## **Klaidų daro ir vartotojai**

„Privacy Partners“ vadybininko teigimu, žmonės ir patys galėtų atsakingiau vertinti savo asmens duomenis, nes klaidų socialiniuose tinkluose vis dėlto padaro dauguma. Kaip pavyzdį specialistas pateikia priklausymą tam tikroms „Facebook“ grupėms, kurios yra viešos. Tokiu atveju jų draugams siūlomos tam tikros grupės su priedais: „Manome, kad ši grupė jums bus įdomi, nes jai priklauso jūsų x draugas.“ Todėl iš karto atskleidžiama, kokie yra žmogaus interesai, lengva nuspėti ir to žmogaus elgesį socialinėje erdvėje.

**„Toks neinformuotas vartotojas tampa lyg eksperimentinis gyvūnėlis, su kurio nuomone tvarkosi visai neaiškios organizacijos.“**

**M. Bieliūnas**

Dar viena rizika – vartotojas net nesuvokia, kam bus naudojami jo duomenys. Dažnai tie duomenys ne tik naudojami analitikai, bet ir yra parduodami. M. Bieliūnas pabrėžia, kad įmonės, kurioms parduodami asmens duomenys, neįsipareigoja tų duomenų naudoti etiškai, todėl kyla grėsmė ne tik žmogaus saugumui, bet ir jo reputacijai. Blogiausia yra tai, kad vartotojas nieko apie tai nežino.

„Toks neinformuotas vartotojas tampa lyg eksperimentinis gyvūnėlis, su kurio nuomone tvarkosi visai neaiškios organizacijos. Čia atsiranda labai rimta problema – socialinis tinklas, naudodamas algoritmus, informacijos apie vartotoją gauna daugiau, nei jis pats suvokia. Tai iš esmės vadinčiau net manipuliacija“, – dėsto pašnekovas.

Situacijos nepalengvina ir tai, kad dažniausiai sutikimai yra vienpusiai: arba vartotojas priima privatumo politiką ir tampa tinklo nariu, arba naudotis tinklu negali. Tačiau šiandien situacija po truputį gerėja – vartotojai jau dažniau gauna informacijos apie tai, kokie jų duomenys renkami, taip pat galima tam tikrus duomenis riboti ir jų socialiniams tinklams neatskleisti.

## Supaprastinti įmanoma

Specialistas tikina, kad ilgų sąrašų socialiniams tinklams išvengti, deja, neįmanoma, tačiau juos supaprastinti tikrai galima – privatumo politika tiesiog turėtų būti aiškesnės struktūros. Pašnekovas pastebi, kad dažnai didieji tinklai saugo tokius asmens duomenis, kurių privatumo politikos sąrašuose net nėra prašoma. „Pirmiausia didesniems paslaugų teikėjams reikėtų rodyti šiek tiek daugiau pagarbos savo vartotojų privatumui, o ne beatodairiškai generuoti pelną, be jų sutikimo pardavinėjant asmens duomenis ir elgesio tinkle monitoringą“, – svarsto M. Bieliūnas.

Neseniai priimtame Bendrajame duomenų apsaugos reglamente (BDAR) pabrėžiama, kad, norint užtikrinti sklandžią privatumo politiką, kur įmanoma, reikia naudoti paprastą ir vartotojui suprantamą kalbą, vengti sudėtingų terminų, nes tai tik atbaido vartotoją domėtis privatumo sąlygomis, o pats Bendrasis duomenų apsaugos reglamentas nurodo ir pagrindinius principus, kurių turi laikytis asmens duomenų valdytojas ar tvarkytojas. Svarbiausia, pasak M. Bieliūno, įsitikinti, kokia konkrečiai informacija bus surinkta, kam ji gali būti perduota ir ar bus įmanoma pareikalauti ją ištrinti. „Visada galima paprašyti informacijos, kaip socialinis tinklas ar verslo partneris laikosi BDAR nuostatų. Jei atsakymas išsamus ir aiškus, pavyzdžiui, aiškiai surašyta privatumo politika, tai jau geras ženklas“, – aiškina specialistas.