

# Lai digitālā vide klūtu TAISNĪGĀKA

Tiešsaistes komersantu darbu ietekmē divi būtiski Eiropas Parlamenta un Padomes pieņemtie tiesību akti kas skar digitālo vidi. Platformu un uzņēmumu savstarpējās sadarbības regula paredz izveidot konkurētspējīgu, taisnigu un pārredzamu uzņēmējdarbības vidi mazākiem uzņēmumiem un tirgotājiem tiešsaistes platformās. Savukārt Digitālo pakalpojumu akta mērķis ir cīnīties ar dezinformāciju un noziegumiem, kas tiek veikti digitālajā vidē, un tas attiecas uz ļoti lielām tiešsaistes platformām un meklētājpakalpojumu sniedzējiem. Par aktuālitātēm digitālās vides regulējumā varēja uzzināt ZAB Cobalt rīkotajā vebinārā „JAUNI DIGITĀLĀS VIDES IZAICINĀJUMI”.

Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2019/1150 (2019. gada 20. jūnijs) par taisnīguma un pārredzamības veicināšanu komerciāļiem lietotājiem paredzētos tiešsaistes starpniecības pakalpojumos (Platformu un uzņēmumu savstarpējās sadarbības regula jeb „P2B regula”) ir pirmais noteikumu kopums, lai izveidotu konkurētspējīgu, taisnigu un pārredzamu uzņēmējdarbības vidi mazākiem uzņēmumiem un tirgotājiem tiešsaistes platformās. Regulu piemēro kopš 2021. gada marta, vebinārā norādīja GABRIELA ŠANTARE, ZAB COBALT zvērināta advokāta palīdze, datu aizsardzības speciāliste: „Redzam, ka ne visi starpnieki ir sākuši regulas prasību ieviešanu, bet prasības ir aktuālas gan esošiem, gan jauniem pakalpojumu sniedzējiem.”

**P2B regula attiecas uz tiešsaistes starpniecības pakalpojumu un tiešsaistes meklētājprogrammas sniedzējiem.** Patiesie ieguvēji regulas ieviešanas sakārā ir komerciālie lietotāji jeb uzņēmumi vai biznesi, kas izmanto starpniecības pakalpojumus vai lielākas platformas, kurās šie uzņēmumi attīsta vai veicina savu uzņēmējdarbību.

## Radīt taisnīgu vidi

P2B regulas mērķis ir veicināt iekšējā tirgus pieņācīgu darbību, izklāstot noteikumus, kas garantē, ka tiešsaistes starpniecības pakalpojumu komerciāļiem lietotājiem un korporatīvo tīmekļa vietņu lietotājiem saistībā ar tiešsaistes meklētājprogrammām tiek nodrošināta pienācīga pārredzamība, taisnīgums un efektīvi tiesiskās aizsardzības līdzekļi, teikts regulas 1. pantā.

P2B prasības ir izstrādātas tā, lai nodrošinātu, ka komerciāļiem lietotājiem, jo īpaši maziem un vidējiem uzņēmumiem (MVU), kuriem var būt ierobežotas iespējas aizstāvēt savas intereses attiecībā pret tiešsaistes platformām, būtu jāspēj veikt savu uzņē-

mējdarbību paredzamā veidā (piemēram, paļaujoties uz pārredzamību attiecībā uz ranžējumu) un lai tie nebūtu pakļauti nevajadzīgām izmaksām, saskaroties ar problēmām ar tiešsaistes platformu (piemēram, uzņēmējdarbības konta apturēšana vai platformas bloķētie produkti un pakalpojumi). Tas ir īpaši svarīgi uzņēmumiem un jo īpaši MVU galvenajās ekosistēmās, piemēram, tūrisma, mazumtirdzniecības un kultūras un radošo nozaru ekosistēmās.

Turklāt P2B regula var būt arī instruments, ar ko nodrošināt, ka taisnīgums un pārredzamība palīdz mazākām platformām attīstīties un ieviest jauninājumus vienotā tiesiskajā regulējumā, kas ir kopīgs ar lielākām platformām, vienlīdzīgos konkurences apstākļos. Lai nodrošinātu, ka tiešsaistes starpniecības pakalpojumi atbilst P2B prasībām, to izpilde ir daļvalstu kompetencē.

## Skaidras prasības savstarpējo attiecību regulācijai

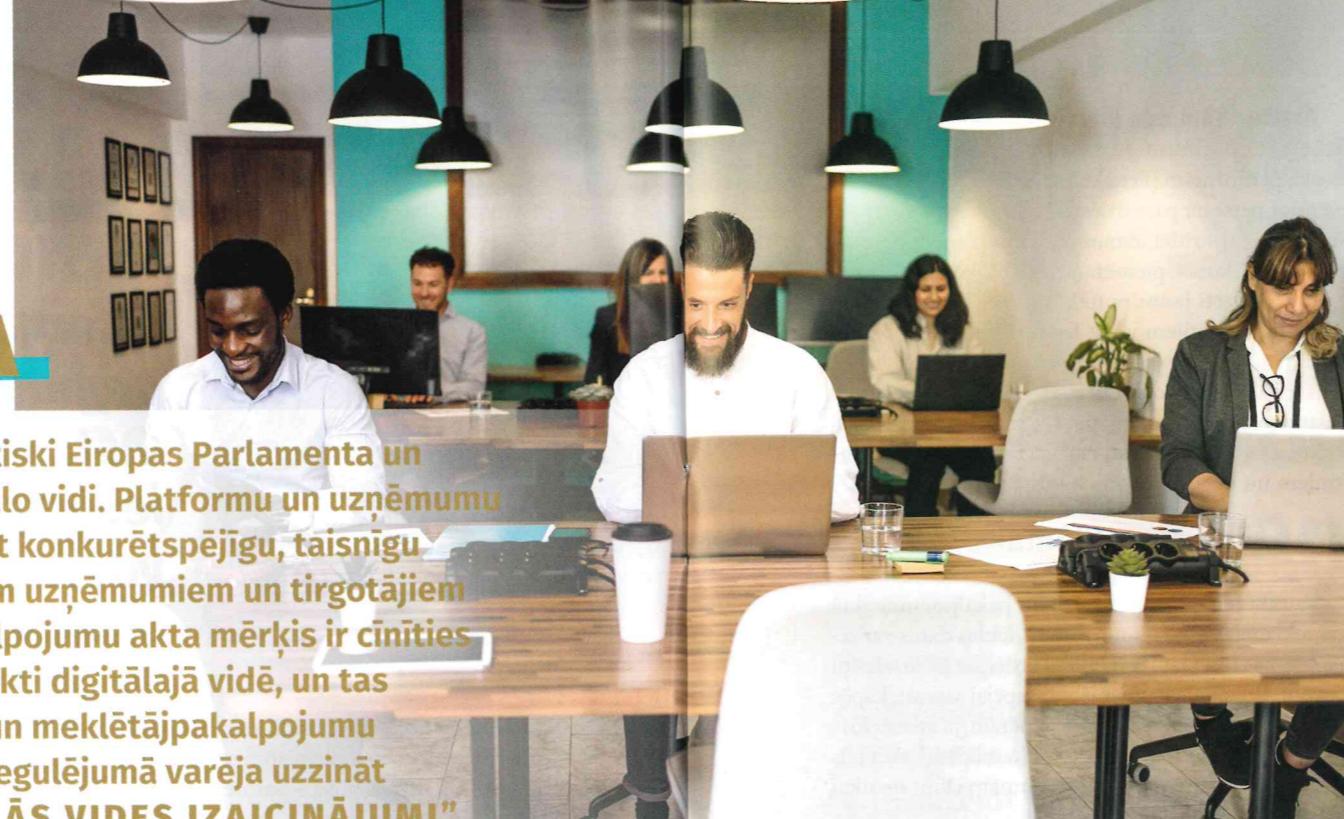
Galvenais P2B regulas jaunievedums ir prasības attiecībā uz noteikumiem, kādai ir jābūt savstarpējo attiecību regulācijai ar biznesiem. Noteikumi var būt līguma veidā. Ar regulu ir skaidrā izvirzītas prasības – šie noteikumi nevar būt vispārīgi teksti, kuros īsti nav skaidrs, kas ir atļauts, kādi var būt ierobežojumi, kad komerciālo lietotāju var izslēgt vai dzēst no platformas u.tml.

Platformas noteikumi un uz tiem attiecīnāmās prasības:

- vienkārša un saprotama valoda;
- viegli pieejami (noteikumiem ir jābūt pieejamām ne tikai līguma darbības laikā, bet pirms uzņēmums plāno uzsākt sadarbību ar platformu);
- sniedz pamatu lēmumiem pilnībā vai daļēji apturēt, izbeigt vai noteikt jebkurus citus ierobežojumus;

Foto: © Alessandro Biascioli - stock.adobe.com

Foto no ZAB COBALT arhīva



Nereti tiešsaistes starpniecības pakalpojumu platformas piedāvā arī savu pakalpojumu vai produktu, piemēram, kā Amazon gadījumā (platformai ir arī pašai savi produkti). Tad attiecīgi noteikumos ir jāiekļauj apraksts par jebkādu atšķirīgu attieksmi, kas tiek vai varētu tikt piemēota precēm vai pakalpojumiem, kurus patērtētājiem tiešsaistes starpniecības pakalpojumos piedāvā pati platforma vai komerciālie lietotāji, ko minētās platforma kontrolē, un precēm vai pakalpojumiem, kurus, piedāvā citi no platforms neatkarīgi komerciālie lietotāji.

## Iekšējā sūdzību izskatīšanas sistēma un mediācija

Kā jaunums P2B regulā ir prasība platformām ieviest pragmatisku komerciālo lietotāju iekšējo sūdzību izskatīšanas sistēmu un mediācijas nodrošināšanu, ja ir tāda vēlme. Sākotnēji tas ir jāparedz noteikumos, jāizklāsta kārtība, kādā var iesniegt sūdzību.

Sūdzību izskatīšanas iekšējai sistēmai komerciāļiem lietotājiem ir jābūt viegli pieejamai un bez maksas, kā arī ir jānodrošina to apstrāde pieņemamā laika posmā. Tā ir balstīta uz pārredzamības principu, principu par vienlīdzīgu attieksmi vienādās situācijās un sūdzību izskatīšanu veidā, kas ir samērīgs ar tās nozīmīgumu un sarežģību.

Ja strids nerisinās tā, kā pusēm gribētos, tad ir ie-spēja izmantot mediācijas pakalpojumus. Tiešsaistes starpniecības pakalpojumu sniedzējiem savos noteikumos ir jānorāda divus vai vairākus mediatorus, kurus viņi vēlas iesaistīt, lai risinātu stridus. Jebkurā brīdī komersanti var vērsties arī uzraudzības iestādēs vai tiesās.

P2B regulā nav minēti sodi, kas varētu tikt pie-mēroti negodprātīgiem digitālās vides dalībniekiem. Līdz ar to ir jāvadās pēc vispārējā regulejuma. Latvijas gadījumā tas ir Negodigas komercprakses aizlieguma likums, kas ļautu noteikt robežas tiešsaistes platformas atbildībai naudas izteiksmē.



**GABRIELA ŠANTARE**  
ZAB COBALT  
zvērināta  
advokāta  
palīdze,  
datu  
aizsardzības  
speciāliste

■ ietver informāciju par jebkādiem papildu izplatišanas kanāliem un iespējamām saistītām programmām, ar kuru starpniecību tiešsaistes starpniecības pakalpojumu sniedzēji varētu pārdot komerciālo lietotāju piedāvātās preces un pakalpojumu;

■ ietver vispārīgu informāciju par noteikumu ietekmi uz komerciālo lietotāju īpašumtiesībām un intelektuālā īpašuma tiesību kontroli;

„Pamat noteikumi nedrīkst tikt pieņemti ar vienu klikšķi. Grozījumi noteikumos ir jāpaziņo vismaz 15 dienas pirms izmaiņas stājas spēkā,” uzsvēra G. Šantare.

## P2B prasības – ranžējums un atšķirīga attieksme

Regulas P2B ieguvums biznesa lietotājiem ir arī prasības attiecībā uz ranžējumu (datu sakārtosā no-teiktā secībā – red. piezīme) un atšķirīgas attieksmes paskaidrojumu. Protī, komersantiem ir jāsaprot, kā, meklējot kaut kādu pakalpojumu, produktu vai pašu biznesu, izskatīties šo rezultātu atlase. Realitātē tas nozīmē, ka tiek ranžēti kritēriji, piemēram, attiecībā uz „populārākais” un tamlīdzīgiem kritērijiem.

**Tiešsaistes starpniecības pakalpojumu sniedzējiem savos noteikumos ir jāizklāsta galvenie parametri, pēc kuriem nosaka ranžējumu** un minēto galveno parametu relativās nozīmes piešķiršanas pamatojumu pretstatā ciem parametriem.

Piemēram, ja platformā, kurā pasūta ēdienu, ievada vārdu „pica”, ir konkrēti restorāni, kuru piedāvājums internetā „izlec” kā pirmie. Līdz ar to šie algoritmi vairs nevar būt nesaprotami un slepeni komersantiem. Uzņēmumiem ir jāspēj saprast, kā viņi var tikt pirmajās lapās vai pirmajās rindās.

„Digitālo pakalpojumu akta mērķis ir padarīt interneta vidi tikpat drošu, pārskatāmu, taisnīgu un

► caurskatāmu kā reālo dzīvi. Mērķis ir cīnīties ar dezinformāciju un noziegumiem, kas tiek veikti digitālajā vide," skaidroja G. Šantare.

„Aizsākums šim regulējumam ir tas, kā sociālo mediju giganti ir spējuši ietekmēt mūsu pamattiesības. Tajā skaitā mūsu šķietami apzināto vai neapzināto izvēli, piemēram, vēlēšanās. Atcerēsimies, piemēram, skandālus, kas saistīs ar *Brexit* un nedaudz vēlāk ar ASV prezidenta vēlēšanām, arī ar nesenajām Slovākijas parlamenta pirmstermiņa vēlēšanām. Zinām, cik liela ietekme šajos procesos ir bijusi *Facebook* un mākslīgā intelekta rikiem, kas rada nepatiesus ierakstus, tādā veidā maldinot lietotājus. Ja cilvēks tiek šājā informatīvajā plūsmā, kurā viņam sāk parādīties šāds saturs, viņš no tās nespēs izvairīties. Šo nevēlamo digitālās vides ietekmi paredz novērst Digitālo pakalpojumu akts,” klāstija zvērināta advokāta palidze.

## Platformas lielumu nosaka lietotāju skaits

Digitālo pakalpojumu akta tvērums ir līdzīgs P2B regulai un attieksies uz starpniecības pakalpojumu sniedzējiem, tiešsaistes platformām un tiešsaistes meklētājprogrammām.

To, vai platforma ir ļoti liela, nosaka pēc lietotāju skaita. Ja platformas lietotāju skaits ir vai pārsniedz 45 miljonus, kas ir 10% no Eiropas Savienības iedzīvotāju skaita, tad tā tiek uzskatīta par ļoti lielu platformu, kurai ir zināma ietekme uz patēriņtājiem un biznesa lietotājiem. Nepieciešams panākt, lai šo ietekmi platformas īstenotu godīgi un pārskatāmi.

Vācijas modes un dzīvesstila tiešsaistes tirdzniecības platforma *Zalando* un interneta komercijas platforma *Amazon* jau sākotnēji nebija mierā ar savu statusu, tāpēc katra platforma atsevišķi ir iesniegusi pieteikumu Eiropas Savienības Tiesā, kurā apstrīd savu statusu, kas tiek novērtēts kā „ļoti liela tiešsaistes platforma”.

Abas platformas uzskata, ka statusa noteikšanā Eiropas Komisija nav īemusi vērā to uzņēmējdarbības modeļa mazumtirdzniecības vairākuma raksturu. Viņuprāt, ir vērojama nevienlīdzīga attieksme – nav skaидras un konsekventas metodoloģijas, lai novērtētu, vai uzņēmums ir ļoti liela tiešsaistes platforma. Gan *Zalando*, gan *Amazon* uzskata, ka tikai ar lietotāju skaitu nepietiek, lai piesķirtu ļoti lielas platformas statusu, kā arī tās nerada «sistēmisku risku» izplatīt kaitigu vai nelikumīgu saturu no trešajām personām, kuru novērst ir regulas mērķis.

## Jāapkaro nelegālu produktu tirdzniecība

Digitālo pakalpojumu akta jaunievedumi paredz, ka ir jāievieš un jāīsteno skaidri noteikumi tiešsaistes tirdzniecības vietām, lai apkarotu nelegālu produktu un pakalpojumu tirdzniecību tiešsaistē. Pati regula ne-definē to, kas ir nelegāls saturs. Tas ir atkarīgs gan no Eiropas līmeņa, gan no nacionālajiem tiesību aktiem. ļoti lielās platformas uzraudzīs Eiropas Komisija, savukārt mazākas vai vidējas platformas uzraudzīs nacionālie uzraugi, uzsvēra zvērināta advokāta palidze.

**Platformām būs jāievieš pasākumi, lai cīnītos pret nelikumīgu saturu tiešsaistē.** Regula nosaka platformām pienākumu ātri reāgēt, vienlaikus ievērojot personu pamattiesības. Savukārt lietotājiem būs tiesības apstrīdēt lēmumus, kurus pieņem platformas, ja viņu konts, piemēram, tiek bloķēts.

Ir paredzēti jauni noteikumi par pārskatāmības prasībām, lietotājiem jābūt lielākai skaidribai par to, kāpēc viņiem veidojas noteikta informācijas plūsma. Ja tas ir balstīts uz konkrētiem algoritmiem, mērķētām reklāmām vai tamlīdzigi, personai būs jābūt iespējai pāriet uz tādu plūsmu, kas nav ietekmēta ar šiem algoritmiem un nebūs mērķēta konkrētai personai.

## Ierobežojumi reklāmai

Vairāki ierobežojumi Digitālo pakalpojumu aktā skar reklāmas pasniegšanu, tostarp, kādus datus var izmantot, lai šīs reklāmas mērķētu attiecībā uz konkrētu personu. Personai vienmēr jābūt iespējai saprast, kāpēc ir parādīta konkrētā reklāma. Piemēram, ja atlases kritērijs ir bijis dzimums, lokācija vai tamlīdzigi, tam būs jābūt saprotamam. Attiecīgi redzamam jābūt ne tikai tam, kas tiek sponsorēts.

Digitālo pakalpojumu akts aizsargā nepilngadīgos tiešsaistē, aizliedzot platformām izmantot mērķtieci-gu reklāmu, pamatojoties uz nepilngadīgo personas datu izmantošanu, kā noteikts Eiropas Savienības tiesību aktos.

Regula arī nosaka konkrētus ierobežojumus attiecībā uz reklāmas pasniegšanu un sensitīvu personas datu, tostarp dzimuma, rases un reliģiskās piederības, izmantošanu mērķētai reklāmai. Tā aizliedz maldinošas saskarnes (*dark patterns*) un praksi, kuras mērķis ir maldināt lietotājus, lai viņi izdarītu izvēli, kuru viņi nebūtu vēlējušies. Visbiežāk mērķis ir panākt, lai lietotāji nopērk vai samaksā, vai kā citādi finansiāli iegulda, kaut gan patiesībā tāds nav bijis viņu mērķis.

## Jauni pienākumi

Digitālo pakalpojumu akts nosaka jaunus pienākumus, kas attiecas uz ļoti lielām platformām un meklētājprogrammām. Tām būs jāizvērtē riski, kas attiecas uz personu pamattiesībām. Digitālo pakalpojumu akts nosaka piedāvāt lietotājiem saturu ieteikšanas sistēmu, kas nav balstīta uz profilēšanu.

„Attiecībā uz lielajām platformām vismaz Eiropas Savienībā pašregulācijas laiks ir beidzies. Redzēsim, kādu ietekmi likums atstās uz ASV uzņēmumiem un uzņēmumiem pārējos kontinentos,” piemetināja G. Šantare. „Eiropas Savienībā neviens nepāļausies uz platformu spēju pašiem novērtēt, vai viņi rada vai nerada riskus. Būs jāiesaista neatkarīgi auditori, jāsniedz atzinumi un pārskati par to, kā tiek īstenots, lai platformas savus radītos riskus novērstu un pildītu ierobežojumus un pienākumus, ko uzliek jaunā regula.”

Tiesību akts paredz arī analizēt radītos sistēmiskos riskus, kas saistīti ar nelikumīga saturu izplatīšanu, negatīvu ietekmi uz pamattiesībām, vēlēšanu procesiem u.tml.