

EDPS, PE i OBWE apelują o ograniczenia dla reklamy śledzącej

30 marca 2022

„Przetwarzanie danych najbardziej wrażliwych grup, np. dzieci, może mieć nieprzewidywalne skutki dla całego pokolenia” – pisze Europejski Inspektor Ochrony Danych Wojciech Wiewiórowski i domaga się wprowadzenia do aktu o usługach cyfrowych (DSA) ograniczeń dla śledzącej reklamy. Także Parlament Europejski i OBWE wskazują ważne powody, żeby powiedzieć stop manipulującym algorytmom i targetowaniu treści w sieci na podstawie ogromnych zasobów danych o użytkownikach gromadzonych przez platformy internetowe.

W swojej opinii na temat aktu o usługach cyfrowych Europejski Inspektor Ochrony Danych (EIOD) podkreśla, że zwiększenie przejrzystości targetowania reklamy jest kluczowe, ale nie wystarczy. „Jeśli chcemy na poważnie zmniejszyć ryzyko związane z targetowaną reklamą w Internecie, potrzebujemy więcej niż przejrzystości. W naszej opinii do projektu aktu o usługach cyfrowych apelowaliśmy o zakazanie reklamy opartej na nadmiernym śledzeniu. Istnieją alternatywne, mniej intruzywne formy reklamy, które nie wymagają śledzenia interakcji użytkowników z treścią, ale żeby się upowszechniły, niezbędne są zachęty regulacyjne”.

„Jak to osiągnąć? Powinniśmy rozważyć przynajmniej dalsze ograniczenie kategorii danych osobowych, które mogą być przetwarzane w celach reklamowych. Dane wrażliwe i inne dane, które mogą być użyte do żerowania na słabościach, nie powinny być wykorzystywane do targetowania reklam. Przetwarzanie danych najbardziej narażonych na manipulację grup, np. dzieci, może mieć nieprzewidywalne skutki dla całego pokolenia” – ostrzega Wojciech Wiewiórowski na swoim urzędowym blogu.

O zmiany w zakresie danych wykorzystywanych przez platformy apeluje także Parlament Europejski. Pozwolą one rozwiązać wreszcie inny problem, który w ostatnich latach tylko przybrał na sile: dezinformacji i jej niszczącego wpływu na demokrację. Regulacja algorytmów, które podbijają treści nieprawdziwe i wzbudzające negatywne emocje, lepsze egzekwowanie RODO oraz ograniczenia dotyczące danych o użytkownikach, które platformy mogą przetwarzać m.in. w celach reklamowych – to jedne z kluczowych rozwiązań postulowanych przez Parlament w rezolucji z 9 marca 2022 r.

Biuro Przedstawiciela ds. Wolności Mediów OBWE wydało raport, w którym wyjaśnia, jak modele biznesowe bazujące na algorytmach uczenia maszynowego, śledzącej reklamie i gromadzeniu masowych ilości danych o użytkownikach wpływają na dostęp do informacji w sieci, pluralizm opinii i możliwość wyrażania własnych poglądów przez użytkowników i użytkowniczki. Autorzy raportu, podobnie jak EIOD i Parlament Europejski, rekomendują ograniczenia dla śledzącej reklamy w sieci – jako sposób na ochronę wolności wypowiedzi w erze cyfrowej.

Autorstwo: Anna Obem, Dorota Głowacka

Na podstawie: [Edps.europa.eu](https://edps.europa.eu), [Europarl.europa.eu](https://europarl.europa.eu) [1] [2], [OSCE.org](https://osce.org)

Źródło: [Panoptikon.org](https://panoptikon.org)