



Prema statistici, svakog sata umre 428 vlasnika naloga na Fejsbuku, a vrednost ukupnog digitalnog nasleda preminulih korisnika interneta samo u Velikoj Britaniji se procenjuje na oko 25 milijardi funti. Ali šta je u toj zaostavštini zaista vlasništvo pokojnika, ko njome može da upravlja i na koji način, samo su neke od pravnih dilema u praksi usled nepostojanja ujednačene regulative.

Piše: Marija Dukić

Kada smo još pre tri godine pisali o Dead-Social-u, besplatnom servisu koji korisnicima omogućava da unapred snime sadržaje za koje žele da se objavljuju na društvenim mrežama i nakon njihove smrti, mno-

gima je to delovalo bizarno. Ali pogrebna industrija je uveliko počela da koristi potencijal internet komunikacije, pa sada i u Srbiji, na sajtu preminuli.rs mogu da se objavljuju čitulje o preminulima, informacije o kremacijama, sećanjima i pomenima, kao i da se vrši pretraga preminulih u toku protekle godine, ili upisivanje u knjigu žalosti.

Virtuelno opraštanje od pokojnika nije sporno, ali dileme nastaju u situaciji kada oni nastavljaju da "žive" na društvenim mrežama ili na nekim plaćenim internet servisima, odnosno oko toga kome bi trebalo da pripadne digitalna zaostavština kada neko premine? Pogotovo što virtuelna imovina preminulog može biti i veoma vredna, kao što pokazuje i istraživanje revizorsko konsultantske kompanije PwC, prema kojem se samo u Velikoj Britaniji vrednost ukupne digitalne zaostavštine procenjuje na oko 25 milijardi funti.

U našu digitalnu imovinu spada sve što smo prikupljali tokom života, poput fotografija, muzike, video fajlova, elektronskih knjiga, odnosno sve što se nalazi u našem kompjuteru, kao i na „našim“ profilima na društvenim mrežama, objašnjava Vojislav Rodić, direktor preduzeća I*Net, koje se bavi

inženjeringom, konsaltingom i trgovinom u oblasti informacionih tehnologija. „To su ogromne količine podataka, ali će njihov rast najverovatnije stagnirati, jer nove generacije korisnika nemaju naviku da sakupljaju i čuvaju stvari. Na primer, oni ne skidaju muziku i filmove sa interneta već ih gledaju direktno iz nekog klaudda. Stoga je njihova zaostavština u drugom obliku: u vidu naloga na mnogim društvenim mrežama i servisima gde imaju otvorene račune. Baš iz tog razloga je veoma bitno da se pitanje nasleđivanja ili gašenja ovih naloga institucionalno reši“, naglašava Rodić.

Svaka kompanija vodi svoju politiku

Naš sagovornik podseća da su članovi internet zajednice ranije bili uglavnom mladi i informatički pismeni ljudi, te se mreža „samoregulisala“. Danas, sa dostupnošću širokopojasnog interneta i masovnim prihvatanjem komunikacije preko korisnika društvenih mreža, struktura korisnika je veoma šarenljika, ne samo po obrazovanju ili društvenom statusu, već i po godinama. O tome svedoče i podaci internet kompanije Webpage FX, da je u prvih osam godina funkcionisanja Fejsbuka preminulo oko

30 miliona njegovih korisnika, a danas svakog sata umre 428 vlasnika naloga na ovoj društvenoj mreži. To se svakodnevno dešava i sa nalozima na Tviteru, LinkedInu, ali i Skajpu, Amazonu i drugima. S obzirom na to da ne postoji univerzalni zakonski okvir za postupanje u ovakvim situacijama, svaka od ovih kompanija ima propisana svoja pravila šta uraditi sa nalozima pokojnika, a mnoge od njih se još nisu posvetile rešavanju ovog problema, kaže Rodić.

Primeru radi, ako treba da ugasiš Tviter nalog preminulog koji nije ostavio svoju lozinku i pristupni mejl, morate se obratiti Tviteru i ući u proceduru dokazivanja da je vlasnik profila preminuo. To znači da se ovoj kompaniji mora dati na uvid kopija smrtovnice, kopija zvaničnog dokumenta sa slikom (lična karta, vozačka dozvola) i potpisana izjava onoga ko traži ukidanje naloga.

Slična procedura je donedavno važila i za Fejsbuk, dok rukovodstvo kompanije nije uočilo da raste broj neaktivnih profila i usled toga što osobama koje su bile bliske sa preminulim korisnikom često nije lako da ugase njegov profil. Zato je Fejsbuk omogućio korisnicima da imenuju svoje naslednike u slučaju da im se nešto dogodi, a koji bi imali pravo da raspoložu profilom po nalogu i uputstvima vlasnika. Kada se potvrdi smrt jednog lica (umrlica, novinski članak), takav nalog postaje "memorijalnog" kakateru - on se više ne pojavljuje u sugestijama, niti obeležava bitne datume. Pored mogućnosti održavanja ovakvih profila, Fejsbuk nudi i mogućnost gašenja profila pokojnika.

No, i pored ustanovljenih procedura u praksi se javljaju problemi. Jedan od primera je slučaj majke tragično preminule brazilske novinarku, koja je želela da ugasi memorijalni profil svoje ćerke jer više nije mogla emotivno da podnese svakodnevne poruke i zajedničke fotografije koje su postavljali ćer-

kini prijatelji. Fejsbuk je sedam meseci odbijao da ugasi profil, pa je majka preminule novinarku za svoj zahtev morala da potraži podšku na sudu, koji je doneo presudu u njenu korist.

"Kada vam neko blizak premine, ako pokušate da upravljate profilom, zato što ste za života pokojnika dobili od njega korisničko ime i šifru, što je česta situacija, time direktno kršite pravila i nalog može da bude obrisan, tako da je bolje da se od takvog profila napravi memorijalni nalog", savetuje Rodić, „jer ako ništa ne preduzmete profil će funkcionisati kao da je njegov vlasnik živ. Za memorijalne profile su ograničena prava korišćenja - oni uglavnom služe kao grob, na koji prijatelji povremeno dođu, donesu cveće i odaju poštu“.

Neki sajtovi, poput Amazona, Gruvšarka ili Forskvera, još uvek nemaju definisanu politiku u slučaju smrti svojih korisnika. Zbog toga su se pojavile i kompanije koje beleže digitalni testament ili volju korisnika društvenih mreža i drugih servisa. U testamentu korisnik može da ostavi sve svoje lozinke i korisnička imena, kao i razne dokumente, i da odredi njihove naslednike, koji zaostavštinom mogu da raspoložu tek uz podnošenje dokaza da je prethodni vlasnik preminuo.

Podeljeno vlasništvo

U praksi se primenjuju i druga rešenja. "Gugl, recimo, dopušta da korisnik odredi više osoba kojima će biti omogućen pristup elektronskoj pošti, ako se korisnik ne prijavi na sistem duže od tri meseca. Međutim, postoje servisi koji privatne podatke svojih korisnika smatraju apsolutno poverljivim, pa ne odobravaju pristup trećim licima ni pod kakvim uslovima", kaže Slobodan Marković, savetnik direktora RNIDS-a za IKT politike i odnose sa internet zajednicom.

Fejsbuk, na primer, ne dozvoljava deljenje svoje šifre sa trećim

licima ni za vreme života vlasnika naloga, šta više, tretira ga kao direktno kršenje pravila kompanije koje povlači sa sobom suspenziju naloga zbog rizika od zloupotrebe profila.

Marković smatra da upravo zato što pitanje digitalne zaostavštine i dalje nije regulisano, „možda je najpraktičnije rešenje u ovom trenutku da korisnik sačini „digitalni testament“ u kome će popisati svoju digitalnu imovinu, korisničke naloge, lozinke i način na koji želi da se postupa sa njima nakon smrti“. Vojislav Rodić je saglasan sa ovakvim stavom, ali napominje da za razliku od zapadne kulture, gde je oporuka o raspodeli imovine tradicionalno odgovornost svakog pojedinca, takva vrsta ponašanja nije svojstvena našem mentalitetu ni u realnom životu, a kamo li kada je u pitanju onaj virtuelni.

Rodić ističe da je problem oko digitalnog nasleđa i nedostatak saglasnosti šta ono, zapravo, podrazumeva. „Nekada smo nasledivali i stvari poput bakinog svežnja pisama, koji izvorno nije naš ali nam je pripao posle ostavinske rasprave. Slično je, na primer, i sa muzikom koju smo zatekli na pokojnikovom kompjuteru. On nije pisac i izvođač tih pesama, ali ih je prikupio. Međutim, da li su statusi ili fotografije na društvenim mrežama koje je neko postavljao i delio sa drugima zaista njegova svojina? Bilo čiji statusi, fotografije i ostali sadržaji ostaju na Fejsbuku i kada se brišu profili, dakle u pitanju je neka vrsta podeljenog vlasništva. Klijenti ove društvene mreže zapravo imaju samo pravo korišćenja svojih sadržaja, a njihov pravi vlasnik je Fejsbuk“.

Slobodan Marković smatra da i kada bi se pravno razrešilo šta od digitalnih sadržaja pripada korisniku a šta Fejsbuku, tema digitalnog nasleđa je nešto potpuno novo u svetskoj praksi, pa je potrebno i vreme kako bi se regulativa u ovoj oblasti ujednačila.