

Komparace práva být zapomenut a placených alternativ

Martin Mach*

Abstrakt: V Evropské unii je legislativně zakotveno právo být zapomenut v Nařízení o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů, známém jako GDPR. Toto právo však má územní působnost pouze na území EU a platí pro její občany. Internet je ovšem celosvětový fenomén, stejně tak touha uživatelů internetu po ochraně svých osobních údajů. Pro uživatele mimo EU, kteří nemohou uplatnit evropské právo být zapomenut, však existují alternativy v podobě placených služeb. Článek na svém počátku identifikuje placené alternativy k právu být zapomenut, zabývá se oblastí největšího výskytu těchto služeb, což jsou USA, a důvody největšího výskytu právě zde a zkoumá, na jakém principu tyto placené služby fungují a jak jsou úspěšné v porovnání s právem být zapomenut. Zároveň se zabývá otázkou, zda se právo být zapomenut může u placených alternativ něčím inspirovat a jednou z možností, která se logicky nabízí, je zkoumání snížení potenciálu výskytu efektu Streisandové. Efekt Streisandové je nežádoucí jev, při kterém fyzická osoba svou aktivní snahou o odstranění osobních informací tyto informace paradoxně uvede v ještě větší známost, což se stalo v rozsudku ESD Mario Costeja Gonzáles v. Google. Druhá kapitola článku tak zkoumá potenciál výskytu efektu Streisandové u placených alternativ a komparuje jej s právem být zapomenut.

Klíčová slova: právo být zapomenut, ochrana osobních údajů, Mario Costeja Gonzáles, právo na ochranu osobnosti, evropské právo, právo na výmaz

Úvod

Původní zakládající smlouvy dnešní EU, tedy Pařížská smlouva¹ a Římské smlouvy,² byly založeny primárně na ekonomicko-politické spolupráci. Spolu s historickým vývojem se v rámci EU začala řešit i další témata. Jedním z nich jsou také lidská práva, respektive jejich definice a ochrana. Ty se do primárního práva EU dostaly již v roce 1992 a v platnost vstoupily v roce 1993 jako součást Maastrichtské smlouvy,³ známé také jako Smlouva o Evropské unii, jakožto nová oblast spolupráce členských států. Oblast lidských práv se ovšem vyvíjí a s tím je třeba, aby na tento vývoj reagovaly jednotlivé státy a také mezinárodní organizace. Velký rozvoj zažívají moderní technologie, počítače a internet jsou v dnešní době brány jako prostředky denní potřeby. Do každodenního života jednotlivců proniklo mnoho „chytrých“ elektronických vybavení, od mobilů a hodinek přes chytré domácí spotřebiče a kamerové systémy až po dopravní prostředky. S tím souvisí i vývoj v oblasti internetu, kde vznikl tzv. *internet věcí*, jakožto síť všech těchto zařízení, který slouží ke komunikaci s těmito přístroji a vyměňování dat. Tak, jak se překotně vyvíjí mo-

* Mgr. Martin Mach, MA. Doktorand na katedře mezinárodního a evropského práva Právnické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Email: martin.mach02@upol.cz. Tato práce byla podpořena studentským projektem IGA_PF_2021_010 Univerzity Palackého v Olomouci.

¹ Smlouva o založení Evropského společenství uhlí a oceli (ESUO).

² Smlouva zakládající Evropské hospodářské společenství (EHS) a Smlouva zakládající Evropské společenství pro atomovou energii (Euratom).

³ Smlouva o Evropské unii, ve znění Maastrichtské smlouvy z roku 1992.

derní technologie, vznikají dosud neznámé, a tudíž nezodpovězené otázky týkající se práv a povinností, což přináší nové výzvy i do oblasti ochrany lidských práv. Na to se snaží EU reagovat odpovídajícím způsobem, například v podobě aktuálně navrhované deklarace digitálních práv,⁴ kterou chce v době, kdy je většina populace téměř stále online, oddělit pracovní dobu od doby na odpočinek a soukromý život, aby platila stejná práva online i offline. Byť verze v podobě konkrétního právního pramene bude dostupná až v blízké budoucnosti, v samotné Deklaraci se zmiňuje například právo na odpojení se po pracovní době nebo rychlé a dostupné připojení na internet.⁵ Toto budou z hlediska lidských práv skutečně nová práva, ovšem v legislativě Evropské unie se nebude jednat o ojedinělý případ. Po rozsudku *Google Spain v. AEPD and Mario Costeja González*⁶ se v Evropské unii, respektive v jejím sekundárním právu,⁷ objevuje právo být zapomenut. Byť zde již před samotným nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES či zmíněným rozsudkem byla obdobná práva zaručující ochranu osobnosti (dále jako nařízení GDPR), právo být zapomenut jde v ochraně osobnosti ještě dále, a to právě i jako reakce na vývoj moderních technologií, které umožňují větší zásahy do soukromí jednotlivce.⁸ Občané Evropské unie tak dostali možnost bránit svou osobnost způsobem, který jiní občané, mimo EU, nemají. Jenže internet nezná hranic ani států, ani EU, a tak by totožné právo uvítali i někteří uživatelé internetu mimo EU, zde to ovšem již nelze právně vymáhat, kvůli chybějící legislativě a kvůli územnímu omezení práva být zapomenut pouze na území EU.⁹ Byť zde existují snahy o vytvoření stejného práva i ve státech mimo EU,¹⁰ nikde jinde v současnosti právo být zapomenut, jak jej známe z EU, neexistuje. Předkládaný příspěvek se tak zaměří na placené alternativy k právu být zapomenut užívané hlavně ve Spojených státech amerických, kde přijetí podobného práva není možné z důvodu jiného přístupu k doporučnému testu práva na ochranu soukromí vs. práva veřejnosti být informován, a to hlavně s dovoláním na první dodatek Ústavy Spojených států amerických, kde jsou mimo jiné explicitně jmenovány svobody vyznání, tisku a projevu.¹¹ Právě neexistence legislativy a její případné problematické zavedení tak dává prostor komerčnímu sektoru hledat možné alternativy, protože zájem obyvatel o tyto služby je, což lze doložit i širokou konkurencí mezi takovými společnostmi.¹² V USA existují služby, které nabízí odstranění osobních údajů z internetu, včetně výsledků vyhledávání, což je funkce, kterou známe v EU právě díky právu být zapomenut. Nejčastěji poptávanými službami jsou „odstranění“ informací o jednot-

⁴ Deklarace digitálních práv. In: *ec.europa.eu* [online]. 26. 1. 2022. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/declaration-european-digital-rights-and-principles>>.

⁵ Kapitola II; Evropské prohlášení o digitálních právech a zásadách pro digitální dekádu. In: *ec.europa.eu* [online]. 26. 1. 2022. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:52022DC0028>>.

⁶ Rozsudek Soudního dvora ze dne 13. května 2014, *Google Spain v. AEPD and Mario Costeja González*, C-131/12.

⁷ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů, čl. 17, odst. 1. Úřední věstník. L 119, 4. května 2016, s. 1–88.

⁸ MACH, Martin. Právo být zapomenut jako reakce na vývoj informačních technologií. *Právník*. 2021, roč. 160, č. 7, s. 597–609.

⁹ Rozsudek Soudního dvora ze dne 24. září 2019, *Google Inc. v. Commission nationale*, C-507/17.

¹⁰ MACH, Martin. Právo být zapomenut jako reakce na vývoj informačních technologií, s. 597–609.

¹¹ První dodatek, Ústava Spojených států amerických.

¹² Např. *Delete Me, Metal Rabbit, Reputation Defender*.

livci z internetu, či alespoň negativních informací o něm, a odstranění osobních údajů (typicky jméno, bydliště, email, telefonní číslo, věk a jiné). Jsou ale komerčně nabízené služby srovnatelné s právem být zapomenut, jež platí v Evropě? Příspěvek se právě těmito alternativami k právu být zapomenut bude zabývat a bude zkoumat, zda placené alternativy mohou nahradit právo být zapomenut či zda si lze něco z praxe alternativ vzít i pro možnou budoucí novelizaci nařízení GDPR. Pro samotnou možnost komparace placených služeb jakožto alternativ k právu být zapomenut s právem být zapomenut je třeba na začátku příspěvku představit a popsat čtenáři existující služby, jejich nabídku a hlavně způsob provádění požadavků klientů. Příspěvek je dílčím výstupem výzkumu zaměřeného na efekt Streisandové v právu být zapomenut a v případě placených služeb v USA jakožto alternativ k evropskému právu být zapomenut, proto se v závěru zaměří na komparaci potenciálu projevu efektu Streisandové u práva být zapomenut a placených služeb. Výchozí hypotézou je, že placené alternativy poskytují menší potenciál projevu efektu Streisandové z důvodu odlišného procesního řízení.

1. Placené služby jako alternativy k právu být zapomenut

I když ochranu osobnosti, či právo na výmaz, lze nalézt v právních řádech různých zemí napříč světadíly, ne vždy tyto legislativní předpisy dokáží plně reagovat na technologický rozvoj a efektivně regulovat obsah na internetu. Alternativám k právu být zapomenut se v akademické sféře věnovali například Martha Garcia-Murillo a Ian MacInnes ze Syrakuské univerzity,¹³ legislativní návrhy ovšem prochází dlouhým procesem přijímání a výsledná verze je díky možnosti pozměňovacích návrhů nejistá. Potvrzením budiž skutečnost, že jejich návrhy z roku 2014 nejsou ani na konci roku 2022 uvedeny v platnost a autorovi tohoto příspěvku ani není známo, že by byly obsaženy v aktuálních legislativních návrzích. To přináší příležitost pro komerční sféru, která se snaží nabídnout to, o co je mezi fyzickými osobami zájem, ale stát jim to nabídnout nemůže, nebo je změna možná v časovém horizontu vyšších měsíců či let. Soukromý sektor tak má výhodu v rychlosti adaptace na nové právní předpisy, případně vyplnění prostoru tam, kde legislativní rámec chybí. Mezi takovéto nejznámější soukromé služby patří webové stránky *Delete Me*,¹⁴ *Metal Rabbit*¹⁵ a *Reputation defender*.¹⁶ Příčinou zájmu o tyto služby dle autora není jen neopatrné chování uživatelů na internetu, byť i to přispívá k zanechávání digitální stopy s osobními údaji, ale i fakt, že soukromí je skvělý obchodní artikl, na který často cílí obchodní společnosti a zkouší řadu triků, jak od jednotlivců vylákat jejich osobní informace,¹⁷ které by dokázaly dále zpeněžit. Velkou roli v tomto hrají i tzv. systémy strojového učení, které dokáží zpracovávat velké množství dat, třídít je, pamatovat si je a tvořit virtuální vizitku jednotlivých uživatelů, ke kterým všechny známé osobní informace přiřazují. *Delete Me*, *Metal Rabbit*, *Reputation defender* a další tak nabízí možnost odstranění osobních údajů

¹³ GARCIA-MURILLO, Martha – MACINNES, Ian. The Right to Be Forgotten: Its Weaknesses and Alternatives. In: *ssrn.com* [online]. 22. 11. 2014 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://ssrn.com/abstract=2529396>>.

¹⁴ *Delete Me* [online]. Dostupné z: <<https://joindeleteme.com/>>.

¹⁵ *Metal Rabbit* [online]. Dostupné z: <<https://www.metalrabbit.com/>>.

¹⁶ *Reputation Defender* [online]. Dostupné z: <<https://reputationdefender.com/>>.

¹⁷ TUSHKANOV, Vladislav. The Future of Privacy: what to expect in 2022. In: *Youtube.com* [online]. 26. 1. 2022 [cit. 2022-11-01]. Dostupné na <<https://youtu.be/2YytjbG4LiE>>.

jako jména, data narození, nejvyššího dosaženého vzdělání, rodinného stavu, adresy trvalého bydliště, e-mailu, telefonu či konkrétních informací na webových stránkách, ovšem za finanční částku určenou individuálně pro každého jednotlivce zvlášť dle množství osobních informací a jejich citlivosti. Navíc nabízí různé „balíčky“, které umožňují například pravidelné monitorování v předplaceném období a automatické zahájení procesu vymazání osobních informací, které se nově objeví.

Zde je důležité zmínit i jejich teritoriální zaměření, jedná se totiž o webové stránky a společnosti z USA nabízející své služby primárně občanům USA. Toto není dle autora nahodilé, ale má to své logické opodstatnění. Přibližně každý třetí Američan je online téměř pořád,¹⁸ díky dostupnosti internetu dokonce na vícero zařízeních současně. Taktéž má online svět v USA vysoký ekonomický potenciál, za rok 2021 utratili obyvatelé Spojených států na internetu přes 870 miliard amerických dolarů.¹⁹ Lze tedy vyvodit, že pohyb v online světě jim není cizí. Ovšem tak jako v reálném světě po sobě člověk při chůzi zanechává stopy, totéž se děje i v online světě. Společně s výše jmenovanými systémy strojového učení tak vznikají databáze osobních údajů uživatelů, včetně trestní minulosti. A protože, jak zde již bylo napsáno, je soukromí skvělým obchodním artiklem, vznikly speciální stránky a služby tyto informace sdružující a prodávající zájemcům. Mezi ty největší v USA patří *Spokeo*,²⁰ *Intelius*,²¹ *Been Verified*,²² *White pages*,²³ *My Life*²⁴ a *Radarius*.²⁵ V protipólu tak na území USA existují služby, které poskytují soubor informací o jednotlivci, i služby, které nabízejí nemožnost nalezení osobních údajů ve spojitosti s jednotlivcem. Některé služby nabízejí dokonce obojí, jako tomu je u stránky *Been Verified*, která dokáže informace o jednotlivci nalézt, ale nabízejí i tzv. možnost odstranění.

Chránit své soukromí se může jevit jako samozřejmé, ostatně první zákonodárný dokument, *Úmluva o ochraně osob se zřetelem na automatizované zpracování osobních dat*, reflektující ochranu osobních údajů je starý více než čtyři desetiletí.²⁶ Společně s rozvojem informačních technologií a existencí služeb, které poskytují informace o jednotlivci, je logické hledat proti tomuto nějakou formu ochrany svého soukromí. V USA se jako vhodný nástroj nabízí možnost využití placených služeb typu *Delete Me*, *Metal Rabbit* a *Reputation defender*, umožňujících jednotlivci znepřístupnit komukoliv na internetu informace, které si daný jedinec nepřeje sdílet. Nabídka odstranění osobních informací z internetu, včetně výsledků vyhledávání, je paralelou k právu být zapomenut, jak jej známe v Evropské unii. Pro porovnání placených služeb a evropského práva být zapomenut je prvotně potřeba se zaměřit na způsob odstranění informací v obou případech.

18 PERWIN, Andrew – ATSKE, Sara. About three-in-ten U.S. adults say they are 'almost constantly' online. In: *pewresearch.org* [online]. 26. 3. 2021 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/03/26/about-three-in-ten-u-s-adults-say-they-are-almost-constantly-online/>>.

19 YOUNG, Jessica. US ecommerce grows 14,2 % in 2021. In: *digitalcommerce360.com* [online]. 18. 2. 2022 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://www.digitalcommerce360.com/article/us-ecommerce-sales/>>.

20 *Spokeo*. Dostupné z: <<https://www.spokeo.com/>>.

21 *Intelius*. Dostupné z: <<https://www.intelius.com/>>.

22 *Been Verified*. Dostupné z: <<https://www.beenverified.com/>>.

23 *White Pages*. Dostupné z: <<https://www.whitepages.com/>>.

24 *My Life*. Dostupné z: <<https://www.mylife.com/>>.

25 *Radarius*. Dostupné z: <<http://radarius.com/>>.

26 ÚŘAD PRO OCHRANU OSOBNÍCH ÚDAJŮ. Úmluva o ochraně osob se zřetelem na automatizované zpracování osobních dat ve znění jejího protokolu CETS č. 223, pracovní překlad. In: *uouu.cz* [online]. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://www.uouu.cz/assets/File.ashx?id_org=200144&id_dokumenty=47749>.

1.1 Způsob odstranění informací u práva být zapomenut a placených alternativ

Způsob odstranění informací u práva být zapomenut ve vyhledávání je pro jednotlivce uživatelsky pochopitelný, jelikož jednotlivé společnosti jsou na tyto situace připraveny a nabízí přehledné postupy a jednoduché formuláře, které občané EU vyplní a odešlou.²⁷ U Googlu této možnosti využilo přibližně 1,25 miliónu žadatelů a Google takto odstranil téměř polovinu z více než 4,8 miliónů žádostí o odstranění odkazu na internetovou stránku, tzv. *URL*.²⁸ Správce údajů musí u každé žádosti posoudit, zda je důvod žádosti oprávněný dle nařízení GDPR,²⁹ případně zda je zpracování daných informací nezbytné dle odstavce 3.³⁰ Mezi důvody zamítnutí se vyskytují i nelegislativní důvody, jako například technické důvody či neprokázání spojitosti mezi žadatelem a informacemi v žádosti. V případě, že společnost provozující vyhledávač odmítne žadateli odstranit výsledky vyhledávání, lze se obrátit na Soudní dvůr Evropské unie. Obligatorní podmínkou je, že žadatel je občanem Evropské unie a svou územní působnost má pouze na území EU.

Subjekt údajů v EU má, v porovnání s nečlenskými státy,³¹ velkou výhodu, a sice že se odkáže na existující právo být zapomenut a zadá požadované informace do již existujících připravených formulářů společností, pod které spadají vyhledávače, v jejichž výsledcích subjekt údajů nechce být zveřejňován. Naproti tomu v USA je situace pro jednotlivce komplikovanější. Tam nelze obecně požádat o odstranění osobních údajů s odkazem na existující právo obdobné tomu, jež platí na území Evropské unie, i díky prvnímu dodatku Ústavy Spojených států amerických.³² Taktéž zde mnohdy nejsou informace, jak v případě přání žadatele o smazání údaje či odkazu na takovou informaci ve výsledku vyhledávání postupovat. Jedinou myslitelnou možností, kterou ostatně připouští i Google, který žádosti přijímá a rozhoduje o nich, je podání žádosti včetně přílohy právního předpisu, který je dle žadatele porušen. Častým případem je zejména odvolání na ochranu pro oběť tzv. „porna z pomsty“, kterou má ve svém právním řádu 42 států v USA.³³ Obecně toho ovšem jednotlivec dokáže velmi málo, protože i odkaz na porušený zákon je pro laika překážkou pro uplatnění své žádosti z důvodu právní neznalosti tohoto postupu, případně právních předpisů, které jsou v jeho případě porušovány. Bez uvedení této informace žadateli automaticky není vyhověno.

²⁷ Konkrétní příklady: Remove a page hosted on your site from Google. In: *google.com* [online]. 16. 9. 2022 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/remove-information?hl=cs&ref_topic=1724262&visit_id=637836622804151069-419446245&rd=1>. Formulář žádosti o odstranění osobních údajů. In: *google.com* [online]. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://reportcontent.google.com/forms/rtbf?utm_source=wx&utm_medium=deprecation-pane&utm_content=legal-removal-request>, nebo Co se dá udělat, když nechci, aby vyhledávače odkazovaly na můj Facebook profil? In: *facebook.com* [online]. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/help/124518907626945?helpref=faq_content>.

²⁸ Google Transparency report. Žádost o odstranění obsahu dle předpisů EU na ochranu soukromí. In: *google.com* [online]. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://transparencyreport.google.com/eu-privacy/overview>>.

²⁹ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů, čl. 17, odst. 1. Úřední věstník. L 119, 4. května 2016, s. 1–88.

³⁰ Čl. 17, odst. 3. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů, čl. 17, odst. 1. Úřední věstník. L 119, 4. května 2016, s. 1–88.

³¹ Mimo EU najdeme vlastní verzi práva být zapomenut ještě v Turecku a Srbsku, a to v obou zemích shodně od roku 2021.

³² První dodatek, Ústava Spojených států amerických.

³³ Odkazy na jednotlivé zákony zde: <<https://www.findlaw.com/criminal/criminal-charges/revenge-porn-laws-by-state.html>>.

Pro jednotlivce se tak jeví jako mnohem jednodušší a pohodlnější využití placených služeb, které z pohledu subjektů údajů vyžadují téměř totéž jako formuláře u práva být zapomenut v EU, a k tomu několik výhod navíc. Je možnost zaplatit si například časově předplacené, kdy placená služba bude v pravidelných intervalech kontrolovat, zda se od posledního monitorování opět neobjevily osobní údaje subjektu údajů, které chtěl smazat. V případě, že se tak stane, daná placená služba opět tyto osobní údaje smaže. Daná služba může také sama při zadání vyhledat všechny zmínky o subjektu údajů na internetu a každou tuto zmínku začne sama aktivně řešit. Není tak potřeba, aby daný subjekt údajů sám kontroloval, zda některá jeho osobní informace je či není na internetu, jelikož to daná služba udělá za něj. Toto je velmi pohodlné a časově úsporné. U všech poskytovaných služeb je samozřejmostí graficky lákavě zpracovaná zpráva, co vše se na internetu objevilo za informace, kde se objevily, zda a kolik jich bylo odstraněno a co ještě může být podniknuto.³⁴ V porovnání s individuální žádostí je placená varianta jednodušší, vizuálně přitažlivější a pravděpodobně by se zde dalo předpokládat dosažení lepších výsledků, protože pokud se touto konkrétní věcí oslovená firma se svými službami zabývá, velmi pravděpodobně bude ve vyřizování mnohem zběhlejší než laik, pro kterého je vše nové a neznámé.

1.2 Komparace

Z pohledu uživatelské přívětivosti a jednoduchosti v porovnání práva být zapomenut s žádostí o smazání osobních údajů z internetu uživatele mimo Evropskou unii je výrazně jednodušší požádat o smazání těchto údajů skrze právo být zapomenut. Situace se ovšem mění, pokud se bude porovnávat jednoduchost a uživatelská přívětivost u práva být zapomenut a placených služeb, pro účely tohoto příspěvku konkrétně pro uživatele na území USA, nabízejících období práva být zapomenut. Zde lze pozorovat obdobnou úroveň uživatelského prostředí aplikace v obou případech. Placené služby toho nabízí pro jednotlivce dokonce více, například monitorování osobních údajů na internetu, automatické odstraňování, pravidelné reporty a jiné. Tato jednoduchá aplikovatelnost nabízí potenciál možného smazání osobních údajů pro velké množství jednotlivců bez nutnosti odborných právních znalostí. Označení pouhého potenciálu je zde uvedeno z důvodu, že na samotném výsledku se podílí ještě dvě proměnné, které dosah a využitelnost dokážou ovlivnit jak pozitivně, tak negativně. První z nich je cena nabízené služby. Ta se hodnotí obtížněji, jelikož pojmy „levný“ či „drahý“ jsou subjektivní, navíc existuje široká škála nabízených „balíčků“ s vícero typy služeb, proto se takhle proměnná nedá hodnotit obecně, ale záleží na každé individuální žádosti zvlášť. S tímto souvisí i přístup jednotlivců k ochraně svých vlastních osobních informací. Některým výskyt těchto informací veřejně nevádí, a naopak to berou jako pozitivní jev, či tyto informace sami poskytují, pro jiné to může být citelný a nepříjemný zásah do jejich soukromí, a tudíž budou ochotnější si za vymazání svých osobních informací zaplatit. Nejčastější je předplacení služeb na rok a více a podle obsahu balíčků se cena pohybuje přibližně mezi 129³⁵ až 10 000³⁶ americký-

³⁴ Příklad zprávy ze služby Delete Me: DOE, John. Privacy Report. In: *joindeleteme.com* [online]. 31. 8. 2020 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://joindeleteme.com/example-report.pdf>>.

³⁵ Privacy protection plans. In: *joindeleteme.com* [online]. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://joindeleteme.com/privacy-protection-plans/>>.

³⁶ VIP Services. In: *reputationdefender.com* [online]. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://www.reputationdefender.com/vip-services>>.

mi dolary za rok. Pro někoho může být i v přepočtu přibližně 3 000 korun českých příliš vysoká cena, pro někoho to může být zanedbatelná částka za odstranění osobních informací z veřejných výsledků vyhledávání.

Druhou proměnnou, a z pohledu autora mnohem podstatnější, je skutečný výsledek v praxi. Placené služby nabízí různé garance od osobní záruky společnosti až po vrácení finanční částky v případě nedosažení slíbených výsledků. I když to na první pohled může vypadat jako důvěryhodná garance, reálně nejde o žádnou speciální nabídku. Při nedodání objednané služby existuje povinnost vrácení platby, případně v USA, stejně jako v EU funguje tzv. *chargeback*,³⁷ což je služba, s jejíž pomocí lze žádat vrácení peněz na kartu, pokud žádajícímu obchodník neposkytl službu, neposlal zboží nebo poslal jiné zboží a na reklamaci nereaguje. I kdyby tedy obchodník žádnou garanci záruky nedal či ji odmítl plnit, stále zde existuje relativně jednoduchá možnost, jak se bránit. Z pohledu skutečného výsledku v praxi je tak třeba sledovat jiné údaje, než zda daná společnost poskytuje některou z výše jmenovaných záruk. Zde je nutno se prvotně zaměřit na analýzu fungování nabízených služeb, zda dokážou nabídnout obdobu evropského práva být zapomenut bez legislativní opory v zákonech.

Z pohledu existující legislativy neexistuje jednotný právní akt platný na celém území Spojených států amerických. Oblast osobních údajů si každý stát reguluje v rámci vnitrostátních záležitostí. Osobní data nejlépe chrání v Kalifornii díky zákonu o ochraně soukromí spotřebitelů (CCPA),³⁸ kde mají občané právo vědět o osobních údajích, které o nich společnost shromažďuje a zpracovává; právo na výmaz osobních údajů od této společnosti;³⁹ právo odhlásit se z prodeje osobních údajů a právo nebyť diskriminován na základě využití svých práv z tohoto zákona. V Kalifornii je také od roku 2020 platný kalifornský zákon o právech na ochranu soukromí (CPR),⁴⁰ který s účinností od roku 2023 rozšiřuje právo na soukromí. Občané Kalifornie tak sice nemohou požadovat vymazání osobních údajů z výsledků vyhledávání, vymazání těchto údajů od zpracovatele údajů však již ano. Tak jako právo být zapomenut má však územní omezení pouze na území Evropské unie, zákony Kalifornie mají územní omezení pouze pro stát Kalifornie. I u ostatních států USA jde ovšem vidět vzrůstající trend ochrany soukromí a osobních údajů,⁴¹ na což reagují i zpracovatelé údajů. Geoffrey A. Fowler zkoumal územní omezení CCPA a výsledkem jeho zkoumání bylo zjištění, že některé velké podniky (např. Netflix, Microsoft, Starbucks, Spotify, Uber, Twitter) rozšiřují práva CCPA na všechny Američany.⁴² Z právního hlediska tak existuje v teoretické rovině možnost žádat o smazání osobních údajů, v praxi některé společnosti umožňují dokonce více, nad rámec zákona.

³⁷ § 4 odst. 214. *Uniform Commercial Code* (UCC).

³⁸ § 1798 *California Consumer Privacy Act* (CCPA). Od roku 2018 kodifikován v *California Civil Code*.

³⁹ Existuje zde několik výjimek, například neprokázání identity žadatele, spojení žadatele a údajů, či je adresát žádosti pouze poskytovatel služby. Zprostředkovatelé dat, tedy zpracovatelé, však ve výjimkách nejsou a zákon platí i pro ně.

⁴⁰ *California Privacy Rights Act* (CPR).

⁴¹ International Association of Privacy Professionals. The Growth of State Privacy Legislation – listopad 2021. In: *iapp.org* [online]. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://iapp.org/media/pdf/resource_center/growth_of_state_privacy_chart.pdf>.

⁴² FOWLER, Geoffrey A. Don't sell my data! We finally have a law for that. In: *washingtonpost.com* [online]. 19. 2. 2020 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/02/06/ccpa-faq/?itid=lk_interstitial_manual_19>. HUNTER, Tuntem. Companies are hoarding personal data about you. Here's how to get them to delete it. In: *washingtonpost.com* [online]. 26. 9. 2021 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://www.washingtonpost.com/technology/2021/09/26/ask-company-delete-personal-data/>>.

Z pohledu placených služeb na smazání osobních údajů z internetu se tak jedná o hledání osobních informací u zpracovatele těchto informací a následnou žádost o smazání údajů u něj. V případě jakéhokoliv požadavku nad rámec zákona pak záleží na uvážení a zachování žádaného subjektu. I v případě nalezení osobních údajů ve vyhledávači tak placené služby musí najít zdroj těchto informací, což je většinou stránka, na které se daná informace nachází, a teprve v případě úspěšného smazání informace zde se po aktualizaci vyhledávače přestane tato informace vyskytovat i v jeho výsledcích. Některé služby odešlou informaci o smazání osobních údajů z původního zdroje i vyhledávači, např. společnosti Google,⁴³ ale vzhledem k automatickému obnovování výsledků vyhledávače toto autor považuje za zbytečné, informace z výsledků vyhledávání automaticky zmizí i bez informování společnosti, která vyhledávač provozuje, i když tato společnost danou možnost nabízí.⁴⁴ Tento způsob fungování placených služeb má nejviditelnější výsledky u stránek s přesně opačným obchodním modelem. Společnosti jako *Spokeo*, *Intellius*, *Been Verified*, *White pages*, *My Life*, *Radarius* a další na svých stránkách shromažďují osobní údaje jednotlivců a připisují je jednotlivým profilům, proto je zde jednoduché smazat profil žádající osoby, čímž se vymažou i všechny připojené osobní údaje. Zvláštní chování v tomto vykazují webové stránky *My Life*, které po žadateli požadují založení profilu a teprve potom mu umožní informace smazat. Tento postup je ale nezákonný, jelikož zákon uvádí, že provozovatel webových stránek nesmí nutit žadatele o smazání osobních údajů, aby si na dané stránce profil založil.⁴⁵ Obecně jsou velcí provozovatelé webových stránek na možnou žádost o odstranění připraveni, a proto reagují z pohledu žadatele lépe než stránky malých a středních provozovatelů. Žádné či minimální výsledky mají placené služby u vyhledávačů či u stránek, jejichž provozovatel se nedá kontaktovat. Toto ostatně přiznávají i samotné placené služby, například *DeleteMe* má tuto informaci hned na své úvodní stránce,⁴⁶ u jiných společností to najdeme v sekci FAQ či v podmínkách služby.

Placené služby sice nemohou odstranit osobní informace z výsledků vyhledávání u vyhledávačů, přesto ale mohou relativně významně změnit výsledky vyhledávání, čímž dojde ke ztížení nalezení a zpřístupnění informací na internetu, které považuje žadatel za nežádoucí. Tento způsob je neefektivnější u případů, kdy chce žadatel odstranit některou osobní informaci ze své minulosti spojenou s poškozením své reputace. V evropském právu být zapomenut se tento typ situace objevil a byl judikován v případě *Google Spain v. AEPD and Mario Costeja González*,⁴⁷ kdy španělský právník Mario Costeja González požadoval odstranění informace o nucené dražbě jeho nemovitostí v důsledku dluhů na sociálním zabezpečení. Jelikož v USA ale odstranění výsledků vyhledávání nemá právní základ, je třeba zvolit alternativní řešení, které by dosáhlo stejného či co nejvíce podobného výsledku. Placené služby tak přímo vytváří o žadateli pozitivní či neutrální informace, případně si je vytvoří žadatel sám, a ty jsou potom ve výsledcích vyhledávání uměle implementovány do popředí výsledků vyhledávání, čímž se upozadí negativní informace o žadateli.⁴⁸

⁴³ *Integrity Defenders* [online]. Dostupné z: <<https://www.integritydefenders.com/remove-personal-data-online/>>.

⁴⁴ Viz Odstranění zastaralého obsahu. In: *google.com* [online]. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://support.google.com/websearch/answer/6349986>>.

⁴⁵ § 999.312 b). *California Consumer Privacy Act (CCPA)*.

⁴⁶ *Delete Me* [online]. Dostupné z: <<https://joindeleteme.com/>>.

⁴⁷ Rozsudek Soudního dvora ze dne 13. května 2014, *Google Spain v. AEPD and Mario Costeja González*, C-131/12.

⁴⁸ Např. *Remove your name* [online]. Dostupné z: <<https://www.removeyourname.com/reputation-management>>.

Pro upřednostnění svých výsledků vyhledávání na úkor nežádoucích odkazů se používají metody známé jako *Googlebomb* a *Googlewashing*,⁴⁹ kterým se blíže věnovali například autoři John W. Dozier Junior a Sue Scheff⁵⁰ či Brian Treanor.⁵¹ Ti ve svých textech definují oba odborné pojmy a popisují jejich provádění v praxi. I když společnost Google v roce 2007 slovy svého softwarového inženýra na blogu oznámila, že její vývojáři přijali proti metodě *Googlebombs* opatření,⁵² této metody využívají placené služby i nyní, a to v relativně rozsáhlém množství. Například služba *Remove your name* nabízí odstranění jakékoliv negativní zmínky minimálně z prvních dvou stránek vyhledávače společnosti Google.⁵³ Nejde samozřejmě o úplné smazání odkazů z vyhledávače, avšak dále než na první stránku vyhledávání se podívá přibližně 5–10 % hledajících.⁵⁴ Reputation 911 dokonce uvádí, že na třetí stránku vyhledávání se podívá jen 1,1 % návštěvníků a s každou další stránkou toto množství návštěvníků rapidně klesá.⁵⁵ Definovaných 1,1 % návštěvníků na třetí stránce výsledků vyhledávání již autor považuje za velmi nízké procento a dalo by se tedy vyvodit, že nežádoucí informace, která se objeví nejdříve na třetí stránce výsledků, se tak „znevíditelní“ velkému množství uživatelů vyhledávače a k dané informaci se tak dostane pouze několik jednotlivců. V praxi toto může být pro žadatele plně dostačující, což lze doložit na případě Kevina G., který měl shodné jméno a příjmení se sexuálním delikventem na dětech, který byl na prvních stránkách vyhledávání.⁵⁶ Teprve vytvořením jeho vlastní digitální stopy a využitím placené služby, využívající metod *Googlebomb* a *Googlewashing*, se výsledky vyhledávání změnilo.

Kevin G. se tak dostal do popředí výsledků vyhledávání, a tím ve výsledcích vyhledávání upozadil svého jmenovce, což se dá považovat za splnění jeho požadavku, aby s ním nebyl spojován.

2. Výskyt efektu Streisandové u placených služeb

Příspěvek je dílčím výstupem výzkumu zaměřeného na efekt Streisandové v právu být zapomenut a v případě placených služeb v USA jakožto alternativ k evropskému právu být zapomenut. Pro zaměření se na efekt Streisandové u placených služeb bylo nutné se primárně podrobněji zabývat způsobem jejich fungování. Teprve při znalosti fungování

⁴⁹ Metody, které způsobují, že irelevantní, nesouvisějící nebo *off-topic* webové stránky se pro vyhledávací dotazy ve výsledcích webových vyhledávačů řadí vysoko z důvodu falešně zvýšené kredibility u vyhledávačů skrze silné vzájemné odkazování.

⁵⁰ DOZIER, John W. – SCHEFF, Sue. *Google Bomb: The Untold Story of the \$11.3M Verdict That Changed the Way We Use the Internet*. Florida City: Health Communications, Inc., 2009.

⁵¹ TREANOR, Brian. What Tradition, Whose Archive?: Blogs, Googlewashing, and the Digitization of the Archive. *Analecta Hermeneutica*. 2009, n. 1, s. 296–300 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://journals.library.mun.ca/ojs/index.php/analecta/article/view/17/17>>.

⁵² A quick word about Googlebombs. In: *google.com* [online]. 26. 1 2007 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://developers.google.com/search/blog/2007/01/quick-word-about-googlebombs>>.

⁵³ *Removeyourname.com* [online]. Dostupné z: <<https://www.removeyourname.com/about-us>>.

⁵⁴ 95 SEO Statistics From This Year That'll Transform Your Strategy. In: *webfx.com* [online]. [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://www.webfx.com/seo/statistics/>>.

⁵⁵ DIANTONIO, William. Do People Click Past The First Page of Google In: *Reputation911.com* [online]. 18. 11. 2018 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://reputation911.com/do-people-click-past-the-first-page-of-google/>>.

⁵⁶ LOCK, Cheryl. Is Online Reputation Management Worth The Money? In: *forbes.com* [online]. 26. 7. 2013 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://www.forbes.com/sites/learnvest/2013/07/26/is-online-reputation-management-worth-the-money/?sh=46329b1a39c9>>.

těchto služeb je možné zabývat se blíže potenciálem projevu efektu Streisandové a případně tento potenciál porovnávat s potenciálem výskytu u práva být zapomenut. Pro účely příspěvku je prvotně nutné definovat si efekt Streisandové, aby bylo dopředu ujasněno, které případy autor příspěvku považuje za validní a které již danou definici nespĺňují. Efekt Streisandové je definován jako jev, kdy dochází k nežádoucímu šíření osobní informace mezi větší množstvím adresátů na základě aktivního přístupu žadatele. Pasivní přístup či nahodilé rozšíření informace mezi větší množstvím účastníků tento článek nepovažuje za efekt Streisandové právě z důvodu absence aktivního přístupu žadatele.⁵⁷

V případě existence osobní informace jednotlivce na internetu, kterou chce dotčená osoba skrýt před veřejností či ji odstranit, je v USA možnost využití placených služeb, které dokážou danou informaci smazat nebo ji vytlačit z oblastí internetu, které jsou navštěvovány širokou veřejností, například první stránky výsledků vyhledávání. Samotný vztah mezi žadatelem a společností je dvoustranný, jsou v něm zastoupeny pouze tyto dvě strany bez možnosti účasti třetích osob, tedy i k samotnému předmětu smlouvy, daným osobním informacím, se dostane pouze úzký, jasně definovaný okruh lidí. Toto se jeví z hlediska efektu Streisandové jako lepší varianta než případný soudní proces v právu být zapomenut. Tuto teorii podporuje i varianta, že zatímco o Kevinu G. toho není příliš známo,⁵⁸ případ Maria Costeji Gonzálese⁵⁹ známe relativně podrobně. Toto jsou vhodné argumenty pro poukázání na nižší potenciál projevu efektu Streisandové u placené služby. Na projevu efektu Streisandové se ovšem dle autora podílí celkem tři proměnné: Nakolik je žadatel veřejně známá osobnost; typ informace, kterou chce žadatel skrýt; vlastní postup žadatele.⁶⁰ U první proměnné autor shledává potenciál efektu Streisandové výrazně nižší než u práva být zapomenut, protože zde by se mohl tento efekt projevit, pokud by o službu zažádala veřejně známá osobnost a některý ze zaměstnanců společnosti nabízející placenou službu by porušil mlčenlivost a „pochlubil“ se tímto případem některému zaměstnanci médií, ať už úmyslně, nebo neúmyslně.⁶¹ Autor ovšem tuto variantu považuje za extrémní případ, který má téměř nulový potenciál být naplněn v praxi. Druhá proměnná, tedy typ informace, kterou chce žadatel skrýt, se taktéž ve smluvním vztahu se společností výrazněji neprojeví. Dle autora je potenciál projevu efektu Streisandové obdobný, dokonce nižší než u první proměnné. Opět by zde mohlo dojít k porušení mlčenlivosti zaměstnance, například pokud by daného žadatele znal, ale opět se, dle autora, jedná o velmi nepravděpodobný případ. Odlišná je ovšem situace u třetí proměnné. Tím je vlastní postup, respektive v souvislosti s placenými službami obecněji řečeno vlastní chování žadatele. U této proměnné je největší potenciál na případný projev efektu Streisandové. Konkrétně u případu Kevinu G.,⁶² zmíněného výše v příspěvku, dokázal autor dohledat jak samotného žadatele, tak jeho jmenovce, sexuálního delikventa páchajícího sexuální delikt na dětech. Samozřejmě, že v tomto konkrétním případě není Kevin G. ten, který by

⁵⁷ MACH, Martin. Streisand effect in the context of the right to be forgotten. *European Studies. The Review of European Law, Economics and Politics*. 2022, roč. 9, č. 1, s. 111.

⁵⁸ LOCK, Cheryl. *Is Online Reputation Management Worth The Money?* Dostupné z: <<https://www.forbes.com/sites/learnvest/2013/07/26/is-online-reputation-management-worth-the-money/?sh=46329b1a39c9>>.

⁵⁹ Rozsudek Soudního dvora ze dne 13. května 2014, *Google Spain v. AEPD and Mario Costeja González*, C-131/12.

⁶⁰ MACH, Martin. *Streisand effect in the context of the right to be forgotten. European Studies*, s. 113.

⁶¹ Sdělí tuto informaci svému známému, aniž by uvažoval nad tím, že onen známý pracuje v médiích.

⁶² LOCK, Cheryl. *Is Online Reputation Management Worth The Money?*

potřeboval skrýt svou osobní informaci, ale spíše se potřeboval objevit ve výsledcích vyhledávání nad svým jmenovcem, aby nebyl s jeho skutky spojován.

Lze ovšem z tohoto případu dovodit, že v případě částečně poskytnutých údajů lze daného člověka, a tedy i osobní informace s ním spojené dohledat. Žadatel tak sice může díky placené službě odstranit informaci z internetové stránky či ji upozadit ve výsledcích vyhledávání, ovšem svým chováním ji dokáže opět „oživit“. Příkladem může být napsání pozitivní recenze na danou službu, kde zveřejní části informací, ze kterých se dá zjistit původní skrytá informace, chlubení se známým o využití služby, nebo poskytnutí rozhovoru do médií, jako v případě Kevina G. a Forbes.⁶³ To stačí k tomu, aby se dala dohledat nežádoucí osobní informace jako celek. Protože se ale příspěvek zaměřuje na efekt Streisandové, u jehož definice je potřeba nežádoucí šíření mezi větší množství adresátů, nelze objevení informace pro pár jednotlivců považovat za vzejití dané informace v obecnou známost. Pokud žadatel zároveň nebude veřejně známou osobností, nelze ani předpokládat, že rekonstrukce vedoucí k objevení nežádoucí informace povede k její všeobecné známosti. Jediným reálným potenciálem projevení se efektu Streisandové je tak kombinace první a třetí proměnné, tedy že veřejně známá osobnost společně se svým chováním uvede efekt Streisandové v realitu. Tedy přesně tentýž případ, který se stal u herečky Barbry Streisandové a který zavedl pro tento jev pojem efekt Streisandové.⁶⁴ Přesto, při porovnání s potenciálem projevu efektu Streisandové u práva být zapomenut se jedná o nižší šanci na jeho projev v případě využití placených služeb. Výraznou roli zde hraje právě dvoustranný smluvní vztah, který je ideální pro minimalizaci potenciálu efektu Streisandové oproti procesu u práva být zapomenut, včetně soudního řízení. Nejedná se ovšem o výrazný rozdíl, díky možné anonymizaci rozsudku. V obou případech tedy bude hrát primární roli třetí proměnná, tedy vlastní chování žadatele. V případě Kevina G. bylo nalezení obou jmenovců složitější než seznámení se s příběhem a povinnou aukcí u Maria Costeji Gonzálese, ale u obou je možné ke konkrétnímu jménu přiřadit zatajovanou informaci. Je zde tedy nutné zdůraznit, že u žadatelů je pro minimalizaci možného projevu efektu Streisandové nutná jejich konzistentnost v chování, aby se na jednu stranu nesnažili o znepřístupnění konkrétní osobní informace a zároveň tutéž informaci úmyslně či neúmyslně dále nešířili. Ani u placených služeb, ani u práva být zapomenut nelze stoprocentně zaručit vymazání či znepřístupnění informace, proto je nežádoucí, aby toto „zapomenutí“ sabotovali samotní žadatelé.

Závěr

Evropská unie dokázala zareagovat na moderní technologické výzvy poslední doby v podobě vývoje informačních technologií a s tím spojenou potřebu lepšího zabezpečení oblasti ochrany osobnosti, a sice judikováním a zavedením práva být zapomenut do právního systému EU. Tímto se také EU v oblasti ochrany osobnosti a osobních údajů dostala do vedoucí pozice, přičemž úroveň ochrany osobních údajů v EU, v podobě práva být zapomenut, nemá ve světě obdobu.⁶⁵ Alespoň nyní, jelikož se ve světě objevují tendence

⁶³ Ibidem.

⁶⁴ Fenomén je pojmenován po události z roku 2003, kdy se americká herečka Barbra Streisandová pokusila dosáhnout odstranění fotografie své rezidence z veřejně přístupné databáze. Tím se naopak zvýšil zájem veřejnosti.

⁶⁵ MACH, Martin. *Právo být zapomenut jako reakce na vývoj informačních technologií*, s. 597–609.

zavádění ochrany osobních údajů dle EU, včetně obdoby práva být zapomenut.⁶⁶ Ne všude je ovšem toto možné. Například v USA první dodatek k Ústavě USA zaručuje svobodu projevu, což s sebou nese i výslovný zákaz, aby Kongres vydával zákony, které by omezovaly svobodu slova nebo tisku. A právě právo být zapomenut je zde chápáno jako omezení práva veřejnosti být informován, tedy jej nelze zavést, protože by bylo v rozporu s prvním dodatkem Ústavy USA, který má samozřejmě vyšší právní sílu.⁶⁷ EU a USA mají také odlišné chápání soukromí, a proto i jinak přistupují k jeho ochraně. V americké právní kultuře je soukromí chápáno zejména jako aspekt osobní svobody, zatímco v evropské spíše jako jedna ze složek důstojnosti jedince.⁶⁸ Protože právo být zapomenut v USA neexistuje, ale lidé chtějí chránit své soukromí a své osobní informace, otevírá se zde prostor pro alternativy k evropskému právu být zapomenut. Jedná se o placené služby, které nabízí smazání či skrytí nežádoucích osobních informací na internetu, včetně následného monitorování, aby se informace neobjevily znovu. Při výskytch na stránkách v řádech jednotek či nižších desítek se tyto služby snaží o kontaktování provozovatele webu a následné smazání. Při výskytu na větším množství stránek, odmítnutí provozovatele smazat obsah, nemožnosti kontaktování provozovatele, technických komplikacích a jiných důvodech je ovšem potřeba odstranit odkazy na dané informace přímo z výsledků vyhledávání. Protože pro vymazání výsledků vyhledávání není právní rámec, dochází ke kosmetickým úpravám vyhledávání, kdy jsou nežádoucí výsledky vytlačovány na nižší pozice, tedy se objeví až po opakovaném rozkliknutí dalších výsledků a žádané informace jsou naopak posunovány do popředí, aby se objevily jako první výsledky. K tomu se využívá několika metod, což je tvorba vlastní digitální stopy s pozitivními informacemi, *Googlebomb* a *Googlewashing*. Ke smazání výsledků, jako to je u práva být zapomenut, tedy nedojde, ale výrazně se sníží dosah těchto informací mezi uživatele vyhledávače. Placené služby tak nabízí uživatelsky jednoduchou službu, zaručují v praxi obdobu práva být zapomenut, ovšem za užití vlastního alternativního postupu.

Mezi právem být zapomenut a placenými službami tak lze nalézt výrazné rozdíly. Zatímco právo být zapomenut má právní základ, a tedy je uživatelsky velmi jednoduché k aplikaci, v zemích bez tohoto práva vyžaduje výsledek obdobný právu být zapomenut hlubší znalosti nebo využití placených služeb. Ani tak se ale žadatel nedostane ke stejnému výsledku, jelikož odsunutí výsledků vyhledávání není totéž jako jejich smazání. Autor však v příspěvku uznává, že rozdíly nejsou tak výrazné, jak zprvu očekával. Otázkou, nikoliv právní, pak je, nakolik je etické tvořit svou vlastní digitální stopu formou pozitivních zpráv a podsouvání jich ostatním uživatelům internetu. Tento jev se totiž u práva být zapomenut nevyskytuje. Dalším rozdílem je nutnost platby za využití placených služeb, právo být zapomenut je naopak zdarma. Jelikož ceny jsou značně individuální a také důvody jejich využití jsou rozdílné, nelze obecně říci, zda jsou výše těchto plateb adekvátní. Například jednotlivec, který díky využití této služby má šanci získat dobrou práci, jako byl příklad Kevina G., dokáže za službu zaplatit, jelikož očekává návratnost této investice.

⁶⁶ Ibidem.

⁶⁷ VAAS, Lisa. New York's 'unconstitutional' right to be forgotten bill sparks concern. In: *Law&Order, Privacy*, [online]. 22. 3. 2017 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <<https://nakedsecurity.sophos.com/2017/03/22/new-yorks-unconstitutional-right-to-be-forgotten-bill-sparks-concern/>>.

⁶⁸ WALKER, Robert Kirk. The Right to Be Forgotten. In: *Social Science Research Network* [online]. 19. 5. 2012 [cit. 2022-11-01]. Dostupné z: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2017967>.

Pravdou však je, že u práva být zapomenut se toto dilema nevyskytuje. Právo být zapomenut nadále poskytuje aktuálně nejvyšší možnou ochranu osobnosti, ovšem pro obyvatele zemí mimo EU může být využití placených služeb v konkrétních případech pro dosažení jejich požadavků dostatečné. Na výzkumnou otázku z úvodu článku, tedy zda placené služby nabízí stejný výsledek jako právo být zapomenut, je třeba odpovědět záporně, byť rozdíly nejsou tak velké, jako autor zpočátku očekával.

Z hlediska komparace potenciálu projevu efektu Streisandové u práva být zapomenut a u placených služeb lze vyšší riziko sledovat u práva být zapomenut, a to z důvodu procesního postupu u něj. Na druhou stranu, nejvýznamnější proměnnou, která se u efektu Streisandové projeví v praxi nejvíce, je samotné chování žadatele. U této proměnné lze konstatovat, že bez ohledu na procesně lepší řešení placených alternativ (z hlediska potenciálu projevu efektu Streisandové) se efekt Streisandové může projevit i u nich. Z hlediska možného inspirování práva být zapomenut u placených služeb z pohledu omezení potenciálu projevu efektu Streisandové se však nelze dobrat ke konkrétním řešením, jelikož nižší šance projevu efektu Streisandové u placených služeb je dána jinou strukturou procesu, který nedosahuje stejných výsledků jako právo být zapomenut. Zde je z pohledu autora žádoucí lepší ochrana v podobě práva být zapomenut i za cenu mírně vyšší šance na efekt Streisandové, která ale sama o sobě není v obou případech vysoká a záleží tedy na chování uživatele, což je stejně prvek, který jakýkoliv aktuálně existující proces nedokáže zcela odstranit. I tak lze ale potvrdit hypotézu z úvodu příspěvku, že placené služby poskytují nižší riziko projevu efektu Streisandové než právo být zapomenut.

Comparison of the Right to be forgotten and Paid Alternatives

Martin Mach

Abstract: In the European Union, the right to be forgotten is legally enshrined in the Regulation on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and the free movement of such data, known as the GDPR. However, this right has territorial scope only within the EU and applies to its citizens. The Internet is a global phenomenon and so is the desire of internet users to protect their personal data. However, for non-EU users who are unable to exercise the European right to be forgotten, there are alternatives in the form of paid services. This article begins by identifying paid alternatives to the right to be forgotten, examining the area of the greatest prevalence of these services, the US, and the reasons for the greatest prevalence here, and examining the principle on which these paid services operate and how they compare in success with the right to be forgotten. It also addresses the question of whether the right to be forgotten can provide any inspiration for paid alternatives. One possibility that logically presents itself is exploring the potential for reducing the incidence of the Streisand effect. The Streisand effect is an undesirable phenomenon in which an individual's active efforts to remove personal information paradoxically bring that information into even greater notoriety, as happened in the CJEU's *Mario Costeja González v Google* judgment. The second section of the article thus examines the potential for the Streisand effect to occur in paid alternatives and compares it to the right to be forgotten.

Keywords: right to be forgotten, data protection, Mario Costeja González, right to protection of personality, European law, right to erasure