

VAIKO ATVAIZDO NAUDOJIMAS REKLAMAI SOCIALINIUOSE TINKLUOSE

Beatričė Jasinskaitė, Monika Ubavičiūtė

Vilniaus universiteto Teisės fakulteto

4-ojo kurso studentės

Saulėtekio al. 9, LT-10222 Vilnius

El. Paštas: monika.ubaviciute@tf.stud.vu.lt; beatrice.jasinskaite@tf.stud.vu.lt

Darbo vadovas Doc. dr. Danguolė Bublienė

El. paštas danguole.bubliene@tf.vu.lt

Moksliniame darbe akcentuojama, kad yra reikalinga imtis teisinio reguliavimo priemonių, kurios užtikrintų vaiko kaip informacijos kūrėjo teisės internetinėje erdvėje, nes vaikas yra itin pažeidžiamas visuomenės narys. Šiuo metu egzistuojantis reguliavimo mechanizmas nėra pajėgus apginti vaiko teisių, kai jo atvaizdas yra naudojamas reklamai netinkamai socialiniuose tinkluose. Dėl šios priežasties vaikas gali patirti tėvų piktnaudžiavimą valdžia, negarantuojama vaiko teisė į poilsį, turto atskirumo principas.

The research is mainly focused on taking legal regulatory measures that ensure the child's rights to share information on the internet space, because the child is a vulnerable member of society. The current regulatory mechanism is not capable of protecting the rights of a child when his or her image is appropriate for promotional social networks. For this reason, the child may experience parental abuse of power, the child's right to rest is not guaranteed, as well as the principle of separation of property.

Ivadas

Nagrinėjamos temos aktualumas. Populiarėjant socialinių tinklų platformoms, išryškėja ir socialinių tinklų vartotojai, kurie savo publikuojamu turiniu pritraukia kitus vartotojus stebėti jo publikuojamą turinį. Verslo subjektai, pastebėję tokius vartotojus, jau ne pirmus metus išnaudoja tokias galimybes kreipdamiesi į nuomonės formuotojus su apmokamos reklamos pasiūlymais. Tačiau didėjant platformų naudotojų skaičiui ir plečiantis kontingentui, tam tikri nuomonės formuotojai, siekdami į savo turinį atkreipti tam tikros tikslinės auditorijos dėmesį, vis dažniau įtraukia nepilnamečius

vaikus, naudodami jų atvaizdą. Nepilnamečio vaiko atvaizdas gali būti naudojamas ne tik siekiant praplėsti savo sekėjų skaičių, bet taip pat reklamuojant verslo subjektų produktus ar paslaugas.

Egzistuojant tokiai situacijai, kai nepilnamečio vaiko atvaizdas yra naudojamas reklamai socialiniuose tinkluose kyla daug klausimų. Kaip antai, svarbu aiškintis, ar tėvai naudodami vaiko atvaizdą reklamai veikia išimtinai geriausiais vaiko interesais, ar tikrai nepasireiškia tėvų piktnaudžiavimo valdžia aspektų? Kaip žinia, norint naudoti vaiko atvaizdą yra reikalingas vieno iš tėvų sutikimas, tačiau galima kelti klausimą, ar tėvai naudodami vaiko atvaizdą (preziumuojant, kad sutikimą jie davė patys sau publikuoti nepilnamečio atvaizdą) socialiniuose tinkluose, kuriuose publikuojamą turinį mato didelis kiekis vartotojų, nepažeidžia paties vaiko teisės į privatumą? Taip pat keliant tokius klausimus reikia turėti omenyje, kad vaiko interesai yra prioritetiniai prieš tėvų.

Pažymėtina, kad ir vaiko atvaizdo naudojimas reklamai socialiniuose tinkluose konkrečiai nėra reglamentuotas, todėl taikomos bendrosios nuostatos, kad esant atvaizdo pažeidimui socialinėje erdvėje, skundus nagrinėja Žurnalistų etikos inspekcija, o skundus paduoda Vaiko teisių apsaugos ir įvaikinimo tarnyba (toliau – Tarnyba), kuri šioje situacijoje atstovauja vaiko interesus. Vis dėlto, kyla klausimas, kas vykdo priežiūros kontrolę socialiniuose tinkluose, kad vaiko atvaizdo naudojimas reklamoje nepažeistų vaiko teisių ir interesų? Šie ir kiti klausimai, pabrėžiantys temos aktualumą ir bus nagrinėjami toliau.

Tyrimo tikslas – įrodyti, kad dėl teisinio reguliavimo trūkumo, nėra užtikrinamos vaiko teisės naudojant vaiko atvaizdą reklamai socialiniuose tinkluose.

Tyrimo uždaviniai:

1. atskleisti vaiko kaip specifinio teisinių santykių subjekto sampratą;
2. išnagrinėti vaiko teisės į atvaizdą užtikrinimą;
3. įvertinti ar socialinių tinklų reklamos samprata ir priežiūros kontrolė yra pakankama;
4. palyginti vaiko turto gausinimo principą su vaiko turto atskirumo principu ir atskleisti kaip šie principai yra užtikrinami juos įgyvendinant;
5. atskleisti kada yra veikiamas vaiko interesais, o kada ši riba yra peržengiama ir prasideda piktnaudžiavimas tėvų valdžia socialiniuose tinkluose;
6. įvertinti įstatyminių atstovų pareigas vaiko teisės į atvaizdą kontekste;
7. išanalizuoti valstybės pozityvią pareigą veikti komercinio vaiko atvaizdo naudojimo socialiniuose tinkluose srityje ir pateikti pasiūlymus kaip šį pareigą galėtų būti įgyvendinta;
8. įvertinti Prancūzijos pasirinktą reguliavimo mechanizmą vaiko teisės į atvaizdą kontekste.

Tyrimo objektas – darbe atskleidžiamas vaiko atvaizdo naudojimas reklamai socialiniuose tinkluose. Analizuojama: a) vaiko teisės į atvaizdą Tarptautinės ir Lietuvos teisės turinys b) vaiko atvaizdo naudojimas reklamai socialiniuose tinkluose proble-

matika; c) vaiko teisės į atvaizdą užtikrinimo kontrolės elementai. Didžiausias dėmesys yra skiriamas kriterijams, kuriais remiantis atsiranda poreikis pradėti veikti teisiniam reguliavimui, dėl vaiko atvaizdo tinkamo naudojimo.

Tyrimo metodai. Rengiant šį straipsnį, bus naudojami lyginamasis, loginis, sisteminis ir teleologinis tyrimo metodai:

1. lyginamasis metodas bus naudojamas lyginant vaiko turto gausinimo ir vaiko turto atskirumo principų aspektus, norint patikrinti ar naudojant vaiko atvaizdą reklamai socialiniuose tinkluose šie principai veikia ir ar jų yra laikomasi. Šis tyrimo metodas taip pat padės atskleisti ribą, kada yra veikiama vaiko interesais, o kada įstatyminiai atstovai šią ribą peržengia ir pradeda piktnaudžiauti jiems suteikta valdžia, nagrinėjant ar vaiko atvaizdo naudojimas reklamai socialiniuose tinkluose netampa vaiko darbu;
2. loginis metodas – jo pagalba bus aiškinamas teisės aktų normų turinys bei teikiami pasiūlymai, atsižvelgiant į trūkstantą teisinį reguliavimą vaiko atvaizdo naudojimo socialiniuose tinkluose atžvilgiu. Taip pat remiantis šiuo metodu bus rengiami apibendrinimai;
3. sisteminis metodas – pasitelkiant sisteminį metodą analizuojamos esamas teisinis reguliavimas tarptautinės ir Lietuvos teisės ribose, susijęs su vaiko teise į atvaizdą, taip pat tėvų valdžios teise ir kita;
4. teleologinis metodas – bus naudojamas ta apimtimi, siekiant paaiškinti, kodėl įstatymų leidėjo iki šiol nėra apibrėžtas toje taikomas teisinis reguliavimas ir kodėl artimiausiu metu jis turi būti sureglamentuotas.

Darbo originalumas – originalumas pasireiškia tuo, jog nors nuomonės formuotojų elgesys socialiniuose tinkluose analizuojamas, tačiau neanalizuojamas nuomonės formuotojų filmuojamo/fotografuojamo vaiko teisės į atvaizdą užtikrinimas. Taip pat Lietuvos teisės mokslininkų straipsnių šia tematika nėra, o kitų socialinių sričių mokslininkų straipsnių yra vos keletas. Tad pasirinkta tema originali tuo, jog ji vis dar nėra atskleista ir pristatyta kaip itin aktuali šiandieninei visuomenei.

Pagrindiniai šaltiniai. Šiame darbe bus nagrinėjamas Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas, Vaiko teisių apsaugos pagrindų įstatymas. Didelis dėmesys bus skiriamas Vaiko teisių konvencijos (toliau – Konvencija) 3, 12, 13, 16, 18 straipsniams. Vertinant socialinių tinklų reklamos sampratą ir priežiūros kontrolę bus remiamasi Reklamos įstatymu ir Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos direktoriaus 2019 m. įsakyму Nr. 1-39 „dėl reklamos žymėjimo socialinėje erdvėje gairių patvirtinimo“. Analizuojant vaiko privatumo aspektus bus remiamasi socialinės psichologijos profesorės Sonia Livingstone moksliniais straipsniais, taip pat kitų užsienio mokslininkų (sociologų, psichologų) moksliniais straipsniais.

1. Vaiko teisės į atvaizdą turinys

1.1. Vaikas kaip specifinis teisinių santykių subjektas

Vaiko teisių apsaugos pagrindų įstatymo (toliau – VTAPI) 2 straipsnio 11 dalyje yra apibrėžta vaiko sąvoka, kurioje yra nurodoma, kad vaiku yra laikomas asmuo iki 18 metų, išskyrus įstatymų nustatytas išimtis. Ši įstatymo nuostata buvo inkorporuota iš Vaiko teisių konvencijos, kuri iš esmės pakeitė vaiko, kaip teisės subjekto, teisinį statusą, egzistavusį Lietuvoje iki Vaiko teisių konvencijos ratifikavimo.¹ Santuokos ir šeimos kodeksas, galiojęs iki 2000 m., nenumatė nepilnamečių vaikų teisių – jos buvo pripažįstamos išvestinėmis iš jų tėvų teisių (Stripeikienė, 2003 m., 13 p.). Situacija pasikeitė ir buvo išspręsta įsigaliojus naujamam Civiliniam kodeksui (toliau – CK). Dabar vaikas kaip ir suaugęs asmuo yra civilinės apyvartos dalyvis tiek asmeninių turtinių santykių, tiek asmeninių neturtinių santykių srityje. Tačiau nepilnamečiai yra specifiniai teisinių santykių subjektai, nes iki pat pilnametystės nėra visiškai veiksnūs, todėl jų teises dažnai įgyvendina tėvai, veikdami vaiko interesais. Iki 14 metų vaikai turi dalinį veiksnumą ir savarankiškai gali sudaryti smulkius buitinius sandorius, sandorius, susijusius su asmeninės naudos gavimu neatlygintinai bei valdomų lėšų panaudojimu (CK, 2000). Visus kitus sandorius nepilnamečių iki 14 metų vardu sudaro jų tėvai. Nepilnamečiai nuo 14 iki 18 metų yra santykinai veiksnūs, jie savarankiškai gali įgyvendinti jau aptartas teises, kurias turi nepilnamečiai iki 14 metų, taip pat prisideda dar dalis teisių, kurias nepilnamečiai nuo 14 iki 18 metų gali įgyvendinti savarankiškai, o likusias teises gali įgyvendinti, turėdami įstatyminių atstovų sutikimą. Siekiant apibrėžti nagrinėjamos temos ribas, toliau darbe bus analizuojami tik nepilnamečiai iki 14 metų kaip specifiniai teisinių santykių subjektai.

Nepaisant vaikų veiksnumo stokos dėl jų nesusiformavusio gebėjimo suvokti savo veiksmus ir jais įgyti civilines teises ar sukurti pareigas, VTAPI 4 straipsnio 4 punkte (Vaiko teisių apsaugos pagrindų įstatymas, 2017) nurodoma, kad vaikas, kuris geba formuoti savo nuomonę, į jo nuomonę turi būti atsižvelgiama, įvertinus vaiko amžių ir brandą. Brandos kriterijus yra vertinamasis požymis, būtent dėl to, kad nepilnamečiai gali būti labiau subrendę socialiai nei teisiškai, todėl vertinant vaiko nuomonę yra svarbu atsižvelgti ne tik į amžių, bet ir į brandą. Vertinant vaiko galimybę ir brandą išreikšti savo nuomonę, būtina atsižvelgti ir į psichologijos mokslo išskirtus aspektus. Tik vidurinėsios vaikystės (konkrečiau operacinio mąstymo) metu, kuri prasideda nuo 7 ir trunka iki 12 metų, vaikas pradeda suprasti priežasčių ir pasekmių tarpusavio ryšius (Žukauskienė, 1996, 86 p.). Viduriniojoje vaikystėje tobulėja vaiko loginis mąstymas,

¹ Tiesa, 1980 metų Hagos konvencijoje dėl tarptautinio vaikų grobimo civilinių aspektų[1] yra nurodyta, kad vaiku yra laikomas asmuo iki 16 metų, tačiau nagrinėjamos temos aspektu 1980 metų Hagos konvencija nėra aktuali, todėl toliau apie tai nepasisakytina.

suvokimas, dėmesys ir atmintis, šiais sugebėjimais vaikas naudojasi vienu metu, sprenddamas jam iškilusias problemas (*Ibid*, 223 p.). Šiuo laikotarpiu vaikai supranta galimas pasekmes dėl veiksmo, todėl jau geba formuoti savo nuomonę patys arba su kitų pagalba. O paauglystės metu vaikai stiprina vidurinėsios vaikystės metu suformuotą intelektą.

Kaip jau minėta, kiekvienas bręsta individualiai, todėl pažintinės raidos ribos yra tik apytikrės ir kiekvienas vaikas sekančią raidą gali pasiekti skirtingu metu. Tam didelės įtakos turi ne tik įgimtos savybės, nuo kurių priklauso raidos greitis, bet ir aplinkos sąlygos (Žukauskienė, 1996, 84 p.). Viena iš aplinkos sąlygų, kuri turi didelę įtaką vaiko pažintinei raidai yra tėvai, su kuriais vaikas auga. Tėvai ne tik įtakoja vaiko pažintinę raidą, bet taip pat turi įtaką ir vaiko vienam iš pašąmonės elementų formavimuisi – *superego*. *Superego* – tai suformuotos vertybės ir tradicijos, kurias dažnai perduoda tėvai. Brazilijos pilietė Gabriella Severino (14 metų) internete žinoma kaip *melodyoficial3* yra pavyzdys, kokią didžiulę įtaką vaiko brandai daro tėvai.

Merginos tėvui siekiant išgarsėti ir užsidirbti pinigų, jo dukra jau 8 metų buvo filmuojama muzikiniuose vaizdo klipuose, kurie pasižymėdavo seksizmu. Vėliau merginai buvo sukurta Instagram paskyra ir kadangi paskyra buvo sukurta iki merginai sulaukiant 13 metų, tai yra anksčiau nei leidžia Instagram taisyklės, paskyroje buvo nurodyta, kad ją administruoja jos mama. Tokiu būdu naudojamas vaiko atvaizdas pažeisdamas vaiko orumą, o laiku nesustabdytas netinkamas atvaizdo naudojimas, turėjo įtakos tolimesnei vaiko raidai. Šiuo metu Gabriella jau sulaukusi 13 metų amžiaus ir paskyrą valdo pati, tačiau dėl tėvo elgesio su vaiku ir įskiepyto *superego* mergina elgiasi ne pagal savo amžių, kas yra nebūdinga šiuolaikiniam nepilnamečiams, kadangi yra pastebima kad šiais laikais vaikų psichosocialinė ir pažintinė raida trunka ilgiau nei įprastai (Sakalauskas, 2013, p. 16).

Nors vaikai ir pripažįstami pilnaverčiais civilinės apyvartos dalyviais, kurių teises, veikdami vaiko interesais, dažniausiai įgyvendina tėvai dėl vaikų veiksnio stokos, tačiau tėvai išlieka pagrindiniu aplinkos veiksniu, kuris gali daryti įtaką vaikų brandai. Panaudota tėvų įtaka priešinga vaikų interesams gali būti padaroma žala vaikui ne tik brandos aspektu, bet ir kitais aspektais, pavyzdžiui gali nukentėti vaiko turiniai ir neturiniai interesai. Vaikui nebe pagrindo reikia ypatingos jo teisių ir laisvių apsaugos, jis yra itin pažeidžiamas visuomenės narys dėl fizinio ir psichinio brandumo stokos.

1.2. Vaiko teisė į atvaizdą

Vaiko teisių konvencijos 16 straipsnio 1 dalis nustato, kad nė vienas vaikas neturi patirti savavališko ar neteisėto kišimosi į jo asmeninį gyvenimą, apimančių ir teisę į atvaizdą, tačiau atsižvelgus į Lietuvos teisinį reglamentavimą toks vaiko apsaugos elementas nėra išskiriamas. Ši teisė yra sudėtinė teisės į žmogaus privataus gyvenimo neliečiamumą ir privatumą dalis, įtvirtinta Konstitucijos 22 straipsnyje, ko dalimi pri-

pažįstama ir asmens duomuo (nuotrauka). Sukonkretinta šios teisės apsauga įtvirtinta CK 2.22 straipsnio 1 dalyje, kurioje numatyta, asmens teisė į atvaizdą kaip asmeninė neturtinė teisė, kuria gali būti leidžiama disponuoti (atgaminti, parduoti, demonstruoti, spausdinti) – tik paties asmens sutikimu. Svarbu atkreipti dėmesį, kad pagal susiklosčiusią Lietuvos Aukščiausiojo teismo praktiką, kuri remiasi Visuomenės informavimo įstatymo 13 straipsnio 1 dalies 5 punktu, tik pats asmuo, o jei jis yra nepilnametis – tai jo tėvai (įtėviai, globėjai) gali spręsti dėl sutikimo naudoti nepilnamečio asmens atvaizdą (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2011 m. gegužės 31 d. nutartis civilinėje byloje). Toks teisinis reguliavimas kildinamas iš nepilnamečio kaip specifinio teisinių santykių subjekto padėties, t.y. kad tėvai atstovauja savo nepilnamečių vaikų interesus. Visuomenės informavimo įstatyme nurodoma, kad draudimą naudoti vaiko atvaizdą gali išreikšti ir pats vaikas, tačiau įstatymų leidėjas nedetalizuoja nuo kokio amžiaus turi būti paisoma nepilnamečio asmens išreikštos valios, nes, kaip jau aptarta, vaiko nuomonės išklausymo aspekte, dominuoja brandos kriterijus.

Apie vaiko atvaizdo apsaugos svarbą pasisakoma ir Europos Žmogaus Teisių Teismo (toliau – EŽTT) byloje dėl kūdikio inkubatoriuje atvaizdo. EŽTT konstatavo, kad „teisė į atvaizdo apsaugą yra viena pagrindinių asmeninės raidos sudėtinių dalių ir suponuoja teisę kontroliuoti šio atvaizdo naudojimą“. Apskritai tarptautiniuose aktuose, tokiuose kaip Tarptautinio ekonominių, socialinių ir kultūrinių teisių pakte, Vaiko teisių konvencijos preambulėje, pabrėžiama, kad vaikui yra reikalinga ypatinga jo teisių ir pagrindinių laisvių apsauga, nes jis yra pažeidžiamas visuomenės narys dėl fizinio ir psichinio nebrandumo. Vaiko teisė į atvaizdą yra pripažįstama asmens privataus gyvenimo dalimi (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2011 m. gegužės 31 d. nutartis civilinėje byloje). Tėvams *barteriams*, *influenceriams* nuolatos dalinantis vaiko atvaizdu internete, nėra užtikrinama vaiko teisė į privatumą. Priklausomai nuo šeimos struktūros, gyvenimo sąlygų ir ekonominių bei kitų veiksnių, lemiančių vaiko turimą privačią erdvę, vaiko teisė į privatumą sampratą tėvai suvokia skirtingai (Convention on the Rights of ..., 1989, p. 203). Tačiau visais atvejais teisė į privatumą reikalauja, kad vaikas: a) žinotų apie jį saugomą ir skelbiamą informaciją; b) žinotų, kodėl tokia informacija saugoma ir kas ją kontroliuoja; c) turėtų prieigą prie tokių įrašų. Vaikas taip pat turėtų žinoti, kas dar turi prieigą prie tokios informacijos (Convention on the Rights of ..., 1989, p. 209).

Nors tėvai ir turi veikti geriausiai savo vaiko interesais, išlieka galimybė, kad *influenceriai* tėvai vaikų neinformuoja apie jo atvaizdo naudojimo apimtį, tačiau nėra sukurto įstatyminio mechanizmo patikrinti ar vaikas, tai žino. Nuomonės formuotojų paskyros yra lengvai prieinamos, nes jos dažniausiai yra viešos (nereikia paskyros valdytojo sutikimo, kad asmuo galėtų sekti paskyros turinį), vartotojai stebintys paskyrą gali išlikti anonimiški, nepateikdami savo asmens duomenų paskyroje, o vaikas, kurio atvaizdo naudojimu yra piktnaudžiaujama *influencerių* tėvų paskyroje, gali patirti itin neigiamas pasekmes ateityje, tokias kaip patyčias ar nepritapimą savo bendraamžių grupėje. Ši

teisės į privatumą užtikrinimo problema atsirado ne socialinėje erdvėje, bet egzistavo ir anksčiau, o galinčias kilti neigiamas pasekmes dėl vaiko teisės į atvaizdą neįgyvendinimo puikiai iliustruoja Kristoferio Robino gyvenimas, kuris buvo portretuojamas „Mikės Pūkuotuko“ kūrinuose.

Taigi, vaiko teisė į atvaizdą nėra individualizuojama atskirai įstatymu. Tačiau paabrėžiama, jog nepilnamečio asmens atvaizdo naudojimas galimas tik esant tėvų (įtėvių, globėjų) išreikštam sutikimui, nebent nepilnametis pats pajėgus išreikšti savo nuomonę. Teisė į atvaizdą yra pripažįstama privataus gyvenimo dalimi, dėl to tėvai turėtų itin atsakingai eksploatuoti nepilnamečio atvaizdą, nes netinkamas atvaizdo naudojimas nepilnamečiui gali turėti itin žalingų pasekmių ateityje.

2. Vaiko atvaizdo naudojimo reklamai socialiniuose tinkluose problematika

Nuomonės formuotojai šiuo metu yra pasiekę piką ir didelis visuomenės dėmesys yra nukreiptas į juos. Jeigu motina yra *influencerė* dar prieš vaikui gimstant, tai vaikas tampa *mikro-mikroinfluenceris* dar būdamas moters gimdoje nuo to momento, kai motina pradeda dalintis informacija apie savo nėštumą, (Abidin, 2017). Įmonės, kurios užsiima vaikiškų prekių pardavimu, automatiškai siekia bendradarbiavimo su tokiomis nuomonės formuotojomis, kurios nuo nepilnamečio vaiko mažų dienų dalinasi jo atvaizdu socialinėje erdvėje, nes reklama pasieks įmonei reikalingą auditoriją. Vaiko atvaizdo naudojimas reklamai socialiniuose tinkluose vis dažniau propaguojamas elgesys, tačiau nėra aišku ar vaiko interesai yra užtikrinami, tėvams naudojant jų vaikų atvaizdą marketingo tikslams socialinėje erdvėje.

2.1. Socialinių tinklų reklamos samprata ir priežiūros kontrolė

Nuomonės formuotojai ne tik dalinasi savo kasdieniniu gyvenimu, reikia nuomones tam tikrais aspektais, bet ir užsiima komercine veikla, darydami reklamas. Skleidžiamas nuomonės formuotojo – *influencerio* turinys pripažįstamas reklama, kai jis atitinka reklamos tikslą, tai yra skatina sekėjus įsigyti reklamuojamas prekes bei už skleidžiamą turinį sumokama pagal *influencerio* įkainius, kurie priklauso nuo turimų sekėjų skaičiaus, įsitraukimo ir pan². Įstatymo prasme ir nemokamos paslaugos ar produktai yra vertinami kaip atsiliginimas už reklamą (Bučiūtė, 2019). Praktikoje nuomonės formuotojas skleidžiamas reklamą už nemokamas paslaugas ar produktus yra

² *Influencerių* įkainiai skaičiuojami už vieno turinio vieneto sukūrimą ir paskelbimą socialinių tinklų paskyroje. Priklausomai nuo turimų sekėjų skaičiaus *influencerių* įkainiai Lietuvoje svyruoja nuo kelių dešimčių iki kelių tūkstančių eurų (Vyšniauskienė, 2020)

vadinamas *barteriu*, tai yra reklamos gamintojas ir skleidėjas teikia paslaugą, kuri yra paremta natūriniais mainais.

Socialinių tinklų augimo tendencija neliko nepastebėta ir Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos (toliau – VVTAT). 2019 m. pradžioje VVTAT direktoriaus įsakymu Nr. 1-39 2019 metams buvo pasirinkta paslėptos reklamos stebėsenos (monitoringo) sritis pagal sudarytą tikrinamų nuomonės formuotojų sąrašą socialiniuose tinkluose. VVTAT pasekusi kitų Europos valstybių pavyzdžiu – Austrijos, Jungtinės Karalystės – jau tų pačių metų pabaigoje parengė Reklamos žymėjimo socialinėje erdvėje gaires, kuriais turi vadovautis asmenys, keliantys reklamuojamą turinį į savo paskyras. VVTAT pradėjo priežiūros kontrolę socialiniuose tinkluose skleidžiamam reklamos turiniui, atsižvelgdama į socialiniuose tinkluose teikiamas paslaugas. Tačiau VVTAT nėra kompetentinga vertinti reklamos subjekto – vaiko, tai yra ar tėvai naudodami vaiko atvaizdą socialiniuose tinkluose nepiktnaudžiauja valdžia.

Tokia susiklosčiusi situacija verčia atkreipti dėmesį į įstatymo leidėjo veiksmus, kuriais siekiama vaiko teisių apsaugos internetinėje aplinkoje. VTAPI nėra tiesiogiai įtvirtintų nuostatų, susijusių su vaiko apsauga elektroninėje erdvėje, todėl vaiko apsauga internete gali būti nebent išvestinė iš įstatyme įtvirtintų principų. Reklamos įstatyme reklamos atžvilgiu iš esmės yra ginamos tik vaikų kaip vartotojų teisės ir tik 7 straipsnio 3 punktą kalba apie vaiko atvaizdo naudojimą reklamoje, kuriame tik nurodyta aplinkybė, kad vaikas negali būti vaizduojamas patekęs į situacijas, kurios kelia grėsmę jo sveikatai ir gyvybei. Apskritai įstatymuose įtvirtintos nuostatos, kurios dalinai yra susijusios su vaiko apsauga internetinėje erdvėje yra blanketinės ir nukreipia į Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamos viešosios informacijos poveikio įstatymą. Šio įstatymo pakeitimai nebuvo daromi beveik dešimtmetį, o pakeitimo įstatymu Nr. XIV-181, kuris įsigaliojo nuo 2021 m. vasario 1 d., pakeitimai iš esmės buvo tik lingvistiniai bei inkorporuoti 2018/1808 Europos Sąjungos direktyva, kuri bus analizuojama tyrimo 3.2. dalyje. Nors Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymo 8 straipsnyje yra numatyta, kad yra taikomi apribojimai ir reklamai, kuri daro neigiamą poveikį nepilnamečio vaiko vystymuisi bei 3 straipsnio 3 punkte numatomas įgyvendinimo principas, tai yra taikoma atsakomybė viešosios informacijos rengėjui, skleidėjui, nepilnamečių tėvams, kurie nagrinėjamos temos atveju yra tapatūs subjektai už pareigos derinti nepilnamečių interesų apsaugą nevykdymą, tačiau išskyrus nurodytą principą, ši atsakomybė daugiau įstatyme nėra detalizuota. Nauja įstatymo redakcija įstatymų leidėjas vis dar neatsižvelgė į pasikeitusią padėtį visuomenėje, kad vaikas socialiniuose tinkluose vis dažniau yra ne tik pasyvus informacijos srauto stebėtojas, bet ir aktyvus informacijos kūrėjas.

Pagal šiuo metu galiojantį teisinį reglamentavimą VVTAT atlikdama reklamos priežiūros kontrolę yra įpareigota vertinti galimai vaiko teises į atvaizdą pažeidžiantį turinį, kurio iš esmės nėra kompetentinga vertinti ir nustacius pažeidimą apie tai pranešti

žurnalistų etikos inspektoriumi. Inspektorius yra valstybės pareigūnas, kuris prižiūri viešosios informacijos turinį, kad nebūtų įžeistą žmogaus garbė ir orumas ir vertina ar informuojant visuomenę laikomasi teisės aktuose nustatytų visuomenės informavimo principų (Lietuvos žmogaus teisių centras, 2021). Gavęs pranešimą apie vaiko teisės į atvaizdą pažeidimą reklamoje dalijimosi vaizdo medžiaga platformoje žurnalistų etikos inspektorius, turi jį nagrinėti, taip pat turi teisę pradėti administracinio nusižengimo teiseną pagal Administracinių nusižengimų kodekso (toliau – ANK) 74 straipsnį. Vadinasi, inspektorius vaiko teisės į atvaizdą pažeidimo atveju, vertina ar tėvų valdžia buvo (ne)panaudota priešingai vaiko interesams, kas jau nėra priskiriama inspektoriaus kompetencijai.

Žurnalistų etikos inspektorius nenagrinėjo nė vieno tokio pobūdžio skundo, nors vaizdo dalijimosi platformose yra pilna įrašų, kuriuose pasitelkiant vaiko atvaizdą yra reklamuojami produktai ar paslaugos. Akivaizdu, kad kompetencija nagrinėti vaiko teisės į atvaizdą internete pažeidimus yra suteikta toms institucijoms, kurios nėra pajėgios užtikrinti vaikų teisių gynimo. Tad kokia institucija būtų pajėgi užtikrinti vaiko teisių apsaugą socialiniuose tinkluose?

Kai tėvai nesugeba užtikrinti savo vaikų teisių įgyvendinimo, jiems padeda Vaiko teisių apsaugos ir įvaikinimo tarnyba, kurios pagrindinis tikslas yra užtikrinti vaiko teises ir jas ginti. Tarnybos veiklą reglamentuoja VTAPI, kuris detalizuoja, kad Tarnyba visais atvejais turi veikti, kai yra gaunama informacija apie galimą vaiko teisių pažeidimą ir užtikrinti vaiko teisių įgyvendinimą. Dėl šios priežasties ji yra kompetentinga vertinti reklamos, kurioje naudojamas vaiko atvaizdas, turinį, nustatant ar tėvai neveikia priešingai vaiko interesams ir esant poreikiui imtis detalesnio tyrimo aplinkybėms išsiaiškinti bei vertinti. Todėl žurnalistų etikos inspektoriaus kompetencija šioje srityje turėtų būti perleista ir priskirta Tarnybai. O galbūt yra reikalinga įsteigti atskirą instituciją, kuri išimtinai veiktų vaiko teisės į atvaizdą naudojimo reklamai platformose srityje ir stebėtų bei vertintų pažeidimus? Deja, atsakymas į šį klausimą reikalauja didesnės apimties tyrimų.

Apibendrinant galima teigti, kad socialiniuose tinkluose teikiamos reklamos priežiūros kontrolė pradėta vykdyti neseniai. Remiantis tuo, kad vaikai yra itin pažeidžiami ir jautrūs neigiamai socialinės aplinkos įtakai, o jų atvaizdas naudojamas socialiniuose tinkluose vis dažniau, yra būtina, kad įstatymų leidėjas šioje srityje imtųsi veiksmų. Šiuo metu egzistuojantis reguliavimas nustato tik vaiko kaip vartotojo teises, bet ne vaiko kaip informacijos rengėjo teises. O kompetencija dėl vaiko teisės į atvaizdą pažeidimo socialiniuose tinkluose yra priskirta institucijoms, kurios nepajėgios užtikrinti vaiko teisių apsaugos.

2.2. Vaiko turto gausinimas ir turto atskirumo principo užtikrinimas

Vaiko turto gausinimo principas yra vienas svarbiausių aspektų kalbant apie nepilnamečio asmens atvaizdo naudojimą reklamai. Kadangi reklama kaip laisvos rinkos skatinimo įrankis savo prigimtimi yra atlygintinė, tad svarbu tampa užtikrinti, kad iš vaiko atvaizdo naudojimo socialiniuose tinkluose gautos pajamos būtų teisingai traktuojamos ir priskiriamos nepilnamečiui asmeniui.

Svarbu priminti, jog teisinis subjektiškumas įgyjamas gimstant. CK nustato, kad vaikas gali būti turtinių ir neturtinių santykių subjektas, numatant, kokias teises nepilnamečiai asmenys įgyja pagal įstatymą. Dėl šios priežasties svarbu atkreipti dėmesį, kad nors vaikai ir turi teises į jiems priklausančią turtą, tačiau nepilnamečiam asmeniui įstatymų nustatyta tvarka nėra suteikiamos teisės savarankiškai spręsti visus su turtu susijusius klausimus dėl vaiko veiksnio stokos (Stripeikienė, 2003, p. 12–17). Tad remiantis CK 3.157 ir 3.272 straipsniais, veiksmus susijusius su nepilnamečiui nuosavybes teise priklausančiu turtu atlieka jo atstovai pagal įstatymą, valdydami turtą CK 3.185 straipsnyje numatyta uzufukto teise, tačiau turtinės vaikų ir tėvų teisės yra atskirtos – tėvai neturi teisių į vaiko turtą ir iš turto atsirandančias pajamas ir vaisius.

Tad iš to galima pagrįstai teigti, kad pajamos gaunamos iš vaikų atvaizdo naudojimo turi būti priskiriamos išskirtinai vaiko turtui. Tačiau svarbu pastebėti, tam kad gautas pajamas priskirtume nepilnamečio turtui, turi būti žinomas teisinis pajamų gavimo pagrindas. Kyla klausimas: ar galima vaiko filmavimasi reklamai socialiniuose tinkluose prilyginti darbu? Juk nuomonės formuotojai, nepriklausomai nuo to ar jie yra *influenceriai*, ar *barteriai*, kurdami ir skleisdami reklamas pagal reklamos užsakovo poreikį, jie turi veikti pagal individualios veiklos pažymą, kas rodo, kad nuomonės formuotojai yra savarankiškai dirbantys asmenys. O vaikas, kurio laikas yra skiriamas produkto ar paslaugos reklamos filmavimui pagal analogiją taip pat turėtų būti laikomas savarankiškai dirbančiu asmeniu, nes būtent vaiko atvaizdo naudojimo pagrindu tėvai gavo atlyginimą už reklamą savo paskyroje. Tačiau taip nėra. Teisę atlikti lengvus darbus ir gauti darbo atlygį įstatymų nustatyta tvarka turi tik nepilnamečiai asmenys sulaukę mažiausiai keturiolikos metų amžiaus (Dėl Asmenų iki aštuoniolikos metų..., 2017). Teisinis reglamentavimas nenumato galimybės savarankiškai pajamas gauti nepilnamečiui asmeniui iki keturiolikos metų. Tai akivaizdžiai leidžia preziumuoti, jog tokiu atveju užsakovai siekiantys nepilnamečio vaiko atvaizdą panaudoti reklamos tikslais, susitarimus dėl atlyginimo turi sudaryti su tėvais. Būtent dėl šios priežasties kyla rizika, jog nebus užtikrintas turto atskirumo principas, t.y., iš vaiko atvaizdo naudojimo gautų pajamų apsauga arba dar kitu atveju, nesudarius jokio susitarimo gali būti pažeistas teisinių santykių stabilumas bei vaiko turto gausinimo principas.

Taigi, siejant vis intensyvesnį vaiko atvaizdo naudojimą socialiniuose tinkluose reklamai ir iš panaudoto atvaizdo gaunamą naudą, pinigus ar reklama suinteresuotų as-

menų dovanas (*barterius*), svarbu atkreipti dėmesį, jog pagrindiniai šios naudos gavėjai būna tėvai ar įstatyminiai globėjai. Tai žalinga praktika, kai iš vaikų atvaizdo naudojimo gautus pinigus, tėvai ar įstatyminiai globėjai gali piktnaudžiauti savo valdžia ir nedaryti privalomojo atskyrimo tarp savo gautų pajamų ir vaiko gaunamų pajamų.

2.3. Veikimas vaiko interesais v. piktnaudžiavimas tėvų valdžia

Vaiko interesų apsauga yra neatsiejamai svarbi, tiek kalbant apie vaiko turtinių teisių apsaugą, tiek apie vaiko socialinę apsaugą nuo neigiamos aplinkos. Esti trys baziniai principai, nustatyti Konvencijoje, kuriais remiantis turi būti užtikrintas vaiko interesų apsauga: bazinių poreikių patenkinimas aprūpinant vaiką, vaiko apsauga nuo nepriežiūros ir išnaudojimo bei vaiko dalyvavimas šeimoje ir bendruomenėje. Šie principai laikomi atspirties tašku, atsižvelgiant į vaiko teises internete (Van der Hof S. et.al., 2014). Be minėtų principų svarbu nepamiršti Konvencijoje išskiriamų: nediskriminavimo, maksimalių išgyvenimo galimybių ir vystymosi bei pagarbos vaiko nuomonei principų. (Convention on the Rights of ..., 1989, p. 37). Atsižvelgiant į šiuos principus, įtvirtintus Konvencijoje, vaikų atvaizdo naudojimo reklamoje apsaugos vaikams atžvilgiu svarbiausi punktai tampa ne tik paminėti baziniai poreikiai, tačiau ir vystymosi bei pagarbos vaiko nuomonei principai. Kadangi vaiko nuomonė dėl atvaizdo naudojimo socialiniuose tinkluose, kai nepilnametis jau turi gebėjimą ją išreikšti yra esminis kriterijus lemiantis pasirinkimą, dėl atvaizdo pozicionavimo socialiniuose tinkluose.

Akivaizdu, jog priešingas nustatytiems principams tėvų ar įstatyminių globėjų elgesys siejamas su piktnaudžiavimo tėvų valdžia institutu. CK 3.165 straipsnis apibrėžia, jog tėvų asmeninių teisių ir pareigų turinį sudaro: (1) teisė ir pareiga auklėti savo vaikus, (2) privalomumas rūpintis savo vaikų sveikata, jų dvasiniu ir moraliniu ugdymu (3) sąlygų sudarymas savo vaikams mokytis iki įstatymuose nustatyto amžiaus. Susiejant šią teisės normą konkrečiai su vaiko atvaizdo būtinaja apsauga, svarbu, kad vaiko tėvai tiek gamindami vaiko atvaizdą, tiek jį viešindami nepažeistų esminių vaiko poreikių, nes priešingu atveju tėvai pradeda piktnaudžiauti savo valdžia ir neveikia geriausias vaiko interesais. Todėl yra privalu, kad tėvai atvaizdo atgaminimo ar viešinimo metu/būdu nepažeistų Konvencijos 32 straipsnio 1 dalies, t.y. vaiko teisę būti apsaugoti nuo ekonominio išnaudojimo, atsižvelgiant į tai, kad tėvai socialinėse medijose gali pervertinti savo galimybes ir taip pradėti piktnaudžiauti apmokamu vaiko atvaizdo naudojimu, pažeisti vaiko teisę į poilsį, trukdyti jam mokytis bei kenkti socialiniam vystymuisi.

Taigi, vienas svarbiausių veiksnių siekiant tinkamai įgyvendinti vaiko interesus naudojant vaiko atvaizdą reklamai – įstatyminių atstovų objektyvus atsižvelgimas į vaiko išreiškiamą nuomonę. Taip pat tėvai yra įstatyminiai atstovai, kurie privalo užtikrinti vaiko teisių įgyvendinimą, turi neišnaudoti vaiko ekonomine prasme, nes priešingu atveju, tai bus laikoma piktnaudžiavimu valdžia.

3. Vaiko teisės į atvaizdą užtikrinimo kontrolės elementai

3.1. Įstatyminių atstovų pareigos

Kalbant konkrečiai apie vaiko teisės į atvaizdą užtikrinimą, vieni svarbiausių subjektų yra vaiko tėvai ir/ar kiti vaiko įstatyminiai atstovai, kadangi pagal teisinį reglamentavimą jie privalo kontroliuoti nepilnamečio elgesį ir apsaugoti nuo veiklos žalingos vaiko vystymuisi. Tad šiuo atveju, labai svarbu ar įstatyminiai atstovai naudodami ar leisdami naudoti vaiko atvaizdą (nuotrauką, video įrašą) tinkamai įgyvendina savo pareigas vaikų auklėjime ir priežiūroje, kadangi priešingu atveju jiems gali kilti įstatyme numatyta atsakomybė.

Tiek Lietuvos Respublikos Konstitucijoje, tiek CK, tiek VTAPĮ ir Konvencijoje yra įtvirtintos principinės vaiko teisių apsaugos nuostatos dėl prioritetinės tėvų pareigos užtikrinti vaikų teises ir interesus. Bendroji nepilnamečių asmenų tėvų pareiga yra įtvirtinta CK 3.155 straipsnyje, kuriame nurodoma, kad vaikas iki pilnametystės turi būti prižiūrimas, taip pat jog įstatyminiai vaiko atstovai turi teisę ir pareigą dorai auklėti ir prižiūrėti savo vaikus, rūpintis jų sveikata, išlaikyti juos, atsižvelgdami į jų fizinę ir protinę būklę sudaryti palankias sąlygas visapusiškai ir harmoningai vystytis, kad vaikas būtų parengtas savarankiškam gyvenimui visuomenėje. Šios normos sąvoka apima ir tėvų pareigą rūpintis, kad vaiko atvaizdas būtų naudojamas tinkamai ir kad pasirinkus vienokį ar kitokį atvaizdo pagaminimo ir disponavimo būdai, nebūtų pažeidžiami normoje minimi teisėti vaiko interesai.

Abiejų teisės aktų pagrindai (tiek CK tiek VTAPĮ) kalbantys apie vaikų teises ir tėvų pareigas apibrėžia, jog nepilnamečiams asmenims svarbu suteikti ne tik jų fiziologiniam vystymuisi palankias sąlygas, tačiau ir socialiai atsakingą ugdymą, kuris užtikrintų tinkamą moralinį vaiko vystymąsi, bei galimybę vaikui tapti pilnaverčiu visuomenės nariu. Tačiau VTAPĮ atskirai dar išskiriama tėvų pareiga auklėjant nepilnametį asmenį, atsižvelgti į vaiko amžių ir brandą, taip pat suteikti bendruosius pagrindus apie vaikui kaip asmenybei priklausančias teises ir laisves. Dėl išvardintų priežasčių, tėvai, prieš talpindami tam tikro pobūdžio turinį internete, privalo atidžiai parinkti socialinius tinklus, kuriuose bus skelbiamas vaiko atvaizdas (nuotrauka ar vaizdo įrašas), talpinamos informacijos (atvaizdo, video įrašo turinį), įvertinti ar skelbiamas įrašas iš esmės neprieštarauja vaiko tinkamam doroviniam ugdymui. Taip pat, jei įmanoma, nustatyti socialinio tinklo naudotojų grupę, kuri galės matyti vaiko atvaizdą – identifikuoti siejant tai su vaiko atvaizdo tinkama apsauga. Konkretizuojant ir susiejant vaiko atvaizdo panaudojimą reklamos tikslais svarbu, kad vaiko atvaizdo gaminimui aukojamas laikas nesumažintų vaiko įsitraukimo į privalomąjį ugdymo procesą, neatimtų galimybės palaikyti socialinius ryšius su bendraamžiais, įsitraukti į popamokinę veiklą bei nepažeistų vaiko teisės į poilsį.

Svarbu paminėti, jog teisinis reglamentavimas numato ne tik įstatyminių atstovų pareigas nepilnamečių atžvilgiu, tačiau ir galimą atsakomybę, nevykdam įstatyme numatytų imperatyvų arba neteislingai juos vykdam. Už savo pareigų nevykdymą, t.y. pažeidžiant geriausias vaiko interesus, pagal bendrą reglamentavimą tėvams gali būti taikomas laikinas ar neterminuotas tėvų valdžios apribojimas. Netinkamo atvaizdo naudojimo reklamai socialinių tinklų kontekste tokia priemonė galimai būtų per griežta ir pažeistų biologinės šeimos prioriteto principą. Nors tėvų valdžios ribojimo, kaip ir kitose su šeimos teisiniais santykiais susijusiose bylose vadovaujamosi prioritutinės vaiko teisių ir interesų apsaugos bei gynimo principu, kuris reiškia, kad, sprendžiant visus su vaikais susijusius klausimus, visų pirma turi būti atsižvelgiama į jų interesus (Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2013 m. vasario 4 d. nutartis civilinėje byloje). Įstatymų leidėjas yra numatęs administracinę atsakomybę už tėvų veikimą priešingai vaiko interesams ANK 73 ir 74 straipsniuose, kuriuose numatyta maksimali bauda 100 eurų bei galimybė skirti administracinio poveikio priemonę – dalyvauti specializuotose programose (kursuose). Jeigu būtų nustatyta, kad nuomonės formuotojas pažeidė savo vaiko teisę į atvaizdą, greičiausiai būtų taikoma ši atsakomybės rūšis, nes šie pažeidimai daromai, dažnai nežinant galinčių kilti vaikui pasekmių.

Taigi įstatyminiams atstovams tenkančios pareigos iš esmės apima vaiko fiziologinių poreikių patenkinimą, dorovinį ugdymą ir rūpinimąsi vaiko tinkamu socialiniu užimtumu. Tiek gamindami, tiek naudodami vaiko atvaizdą reklamos tikslais, tėvai privalo užtikrinti, kad toks elgesys nebus žalingas vaikui, priešingu atveju vaiko įstatyminiams atstovams gali kilti įstatyme numatyta atsakomybė.

3.2. Pozityvi valstybės pareiga veikti

Vaikų apsauga nuo seksualinės prievartos išnaudojimo internete buvo vienas iš svarbiausių vaikų apsaugos tikslų internete (Livingstone, O’Neill, 2014, p. 3). Įgyvendinant minėtą apsaugą šiai dienai socialinių tinklų platformose yra nustatytas amžiaus limitas nuo kurio vartotojas gali naudotis platformos teikiamomis paslaugomis, o paskyroje talpinamas nuogo vaiko atvaizdas yra automatiškai šalinamas socialinių tinklų platformos paslaugų teikėjų. Atsižvelgiant į internetinėje erdvėje pasiektus teigiamus rezultatus dėl vaikų seksualinio išnaudojimo, kyla klausimas ar valstybės ėmėsi efektyvių veiksmų kitoms vaikų išnaudojimo formoms sumažinti internetinėje erdvėje?

Konvencijos 16 straipsnio 2 dalis skelbia, kad vaikas turi teisę nuo kišimosi į vaiko asmeninį gyvenimą ar kėsಿನimosi būti ginamas įstatymo (Bureikaitė, 2015, p. 21) Teigtina, kad užtikrinant saugią elektroninę erdvę, balansuojama tarp vaiko teisės į asmeninį gyvenimą bei teisės į saviraiškos laisvę internete (Konvencijos 13 straipsnis) (*Ibid*). Teisė į privatumą apima ir šeimyninio gyvenimo privatumą, kuriame dominuoja šeimos autonomijos principas. Pagal šį principą šeima yra laikoma autonominiu vienetu, kurio valdymas išskirtinai priklauso jį sudarančių individų kompetenci-

jai, todėl valstybės įsikišimas į šeimos gyvenimą gali būti tik ribotas arba subsidiarus, siekiant apsaugoti kitas vertybes (šiuo atveju – vaiko interesų apsaugą) (Sagatys, 2006, p. 218–220). Už vaiko teisių įgyvendinimą, pirmiausia atsakingi tėvai. Tačiau šeimos teisės gynimas reikalauja ne tik pasyvių veiksmų iš valstybės, bet iš jos reikalaujama atlikti tam tikrus aktyvius veiksmus (sukurti prielaidas ir sąlygas), numatyti konkrečius atvejus, kuomet bus galima įsikišti į privačią šeimos erdvę ar riboti vaiko saviraiškos laisvę. Nagrinėjant valstybės pozityvią pareigą veikti aktuali yra Europos žmogaus teisių konvencijos 8 straipsnio 2 dalis, kuri nustato atvejus, kada yra galima apriboti šeimos autonomijos principą, o Vaiko teisių konvencijos 2 straipsnio 2 dalis, 3 straipsnio 2 dalis ir 4 straipsnis nustato visapusiškus valstybės pozityvios pareigos įgyvendinimo įpareigojimus.

Siekiant išvengti Konvencijos nuostatų pažeidimų naudojant vaiko atvaizdą reklamai socialinėje erdvėje yra reikalingas pajėgus užtikrinti vaiko teises šioje srityje reglamentavimas. Iš esmės vaiko atvaizdo naudojimo priežiūros socialinėse platformose procese dalyvauja 3 subjektai.

Pirma, tai interneto prieigos paslaugų teikėjai, kurie saugo vaizdo įrašą ar nuotrauką, kol failas yra įkeliamas į socialinių tinklų sistemą. Interneto prieigos paslaugų teikėjas neturi bendros pareigos stebėti informacijos, kuri yra perduodama ir saugoma, jis turi būti neutralus. Įpareigotas atsakingų institucijų tarpininkas informaciją privalo pašalinti. Valstybė veikdama per šią instituciją neįgyvendins savo pozityvios pareigos, nes pašalinant saugomą vaizdo turinį, socialinių tinklų naudotojas galės pakartotinai kelti vaizdo įrašą, o tarpininkas turėtų kartoti procedūrą iš naujo, todėl toks veikimo mechanizmas būtų neefektyvus.

Antras subjektas yra socialinių platformų paslaugų teikėjai. Atsižvelgiant į techninę plėtrą, kuri sudarė sąlygas teikti naujų rūšių paslaugas internete, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2018/1808 (Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva, 2018) atkreipė dėmesį ir į socialiniuose tinkluose teikiamas paslaugas. 2018 m. Platformos valdytojai buvo įpareigoti peržiūrėti platformos teikimo sąlygas bei įvertinti galimybę įdiegti papildomus funkcionalumus dėl reklaminio turinio deklaravimo, sukurti mechanizmus, kad platformos naudotojai galėtų notifikuoti netinkamą įstatymus pažeidžiantį (kurioje fiksuojama nusikalstama veika) turinį (Barauskienė, 2021). Nors direktyvos pagalba bus suvaldytas reklaminis turinys socialiniuose tinkluose, kas iš esmės palengvins VVTAT darbą, tačiau direktyvos atžvilgiu vaikai ir toliau saugomi kaip platformos vartotojai ir vis dar neatkreipiamas dėmesys į vaikus kaip reklamos kūrėjus. Siekiamybė turėtų būti valstybės valdžiai pasiekti konstruktyvų susitarimą su socialinių tinklų platformomis įdiegti papildomus mechanizmus, kuriais platformos vartotojai galėtų pranešti apie galimą ekonominį vaiko išnaudojimą ir tais atvejais, kai tai ne brūkštelis, paslaugų teikėjai informuotų atitinkamą Lietuvos instituciją. Direktyvoje nustatytas minimalaus suderinimo požiūris neužkertą galimybės Lietuvai nustatyti aukštesnį apsaugos lygį turiniui, kuris susijęs su nepilnamečiais.

Trečia, žurnalistų etikos inspektorius, kurio vaidmuo vaiko atvaizdo naudojimo priežiūros socialinėse platformose procese jau buvo aptartas.

Taigi, remiantis tuo, kad vis daugiau vaiko atvaizdas yra naudojamas reklamos tikslais socialinėje erdvėje yra būtina užtikrinti, kad vaikas nepatirtų ekonominio išnaudojimo. Tai reikalauja, kad valstybė vykdytų savo pozityvią pareigą veikti, taip apribodama šeimos autonomijos principą, numatydamą tinkamas stebėsenos procedūras socialiniuose tinkluose bei reguliavimo mechanizmus, kuriuos prižiūrėtų kompetentinga valstybės institucija.

3.3. Prancūzijos Respublikos reguliavimo modelis

Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva kaip jau aptarta nustato tik minimalų suderinimo požįūrį, tačiau neužkerta galimybės valstybėms narėms nustatyti aukštesnį apsaugos lygį turiniui, kuris susijęs su nepilnamečiais. Šia galimybe pasinaudojo Prancūzija. 2021 m. balandžio mėnesį Prancūzijoje įsigalios įstatymas reglamentuojantis vaikų iki 16 m. amžiaus atvaizdo komercinį naudojimą internete. Įstatyme išskiriamos dvi vaikų grupės. Pirmoji – tai vaikai profesionalai, kurių veikla yra vaizdo įrašų kūrimas, kuriuose jie yra pagrindiniai subjektai ir įrašai yra transliuojami dalijimosi vaizdo medžiaga platformose.

Tai šiuo atveju būtų Gabriellos pavyzdys, kai tik jos atvaizdas dominuoja paskyroje, o pačią paskyrą administruoja tėvai. Nuo įstatymo įsigaliojimo reikės gauti išankstinį vyriausybės leidimą tokiai veiklai vykdyti (Boring, 2020). Antroji grupė – tai, kai vaikai nėra susiję su darbu, tačiau jo atvaizdas dažnai naudojamas kuriant vaizdo įrašus ir skelbiamą turinį trukmė ar vaizdo įrašų skaičius viršija Prancūzijos tarybos dekretu nustatytas ribas. (*l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins...*, 2020). Tai tie atvejai, kai *influenceriai* reklamuodami, pavyzdžiui, vaikiškas prekes demonstruoja prekę ant vaiko ir pan. Viršijus nustatytas ribas turi būti pateikiama deklaracija kompetentingai institucijai (*Ibid*). Taip pat įstatymu priimta svarbi nuostata, kad tik dalis pajamų atitenka tėvam, o visos kitos įplaukos yra įnešamos į specialiai sukurtą kaupiamąją sąskaitą, kuria vaikas galės naudotis sulaukęs pilnametystės (*Ibid*). Atkreipiamas dėmesys ir į vaiko teisę būti išklaustam bei Bendrajame duomenų apsaugos reglamente įtvirtintą nuostatą būti pamirštam. Dalijimosi vaizdo medžiaga platformos privalės pašalinti vaiko vaizdo įrašus jam tiesiogiai pareikalavus be atskiro tėvų sutikimo. Prancūzijos teisinė sistema panaikino egzistuojančią spragą, remdamasi vaikų modelių ir aktorių reglamentavimu, sureglamentavusi tiek *influencerių*, tiek *mikroinfluencerių* vaikų veiklą socialiniuose tinkluose. Šiuo reglamentavimu užtikrintos Konvencijos teisės, užkirstas kelias tėvams piktnaudžiauti savo valdžia vaikams ir juos ekonomiškai išnaudoti. Tiesa, už įstatymo pažeidimus numatoma ne tik piniginė bauda, bet ir laisvės atėmimas nuo 4 mėnesių net iki 5 metų. Bausmės parinkimo apimtyje šis įstatymas yra kritikuotinas, nes vaikų atskyrimas nuo tėvų, pastariesiems skiriant laisvės atėmimo

bausmę turėtų būti taikoma kaip *ultima ratio* priemonė. Žinoma, dar neaišku kaip šis Prancūzijos modelis įsitvirtins praktikoje, tačiau toks modelis suteikia teisinio apibrėžtumo itin reglamentavimo reikalaujančiai sričiai. Teisinis apibrėžtumas yra reikalingas ir Lietuvoje šiuo klausimu, todėl Lietuvos valstybė galėtų pasekti Prancūzijos modeliu ir perimti bent kelis modelio elementus.

Įstatymų leidžiamoji valdžia turi imtis veiksmų ir yra įpareigota, kad komerciniams tikslams naudojamas vaiko atvaizdas internetinėje erdvėje būtų sureglamentuotas, sekstinas pavyzdys galėtų būti Prancūzijos pasirinktas modelis. Nesiėmus jokių veiksmų, išlieka teisinis neapibrėžtumas bei galimybė tėvams piktnaudžiauti valdžia savo vaikams, taip pat išlieka galimybė, kad neįgyvendinamos Konvencijos nuostatos, o viso to pasekmė – valstybė neįgyvendina savo pozityvios pareigos veikti Europos žmogaus teisių konvencijos 8 straipsnio kontekste.

Išvados

1. Vaikas yra specifinis teisinių santykių subjektas, todėl jo teises turi įgyvendinti tėvai, veikdami geriausiai vaiko interesais. Tačiau pastebima tendencija, jog socialiniuose tinkluose įstatyminiai globėjai vis dažniau naudoja vaiko atvaizdą reklamos tikslais. Todėl kyla vaiko teisės į atvaizdą kaip privataus gyvenimo dalies užtikrinimo problema, t.y. ar atvaizdo pozicionavimas negali sukelti žalingų vaikui pasekmių ateityje? Taip pat vaikas gali patirti ekonominį išnaudojimą, kai nėra garantuojamas turto atskirumo principas, jog nepilnametis gaus pinigus už reklamą socialiniuose tinkluose, kurioje buvo naudojamas jo atvaizdas. Nėra garantuojama, kad įgyvendinama vaiko teisė į poilsį, ko pasekmė gali būti ydingas socialinis, biologinis ir fiziologinis vystymasis. Galima pagrįstai teigti, jog nesama teisinio tikrumo, kad tėvai socialinėje erdvėje naudodami vaiko atvaizdą veikia išimtinai vaiko interesais, o nepiktnaudžiauja valdžia.
2. Lietuvoje reklamos priežiūros kontrolę socialiniuose tinkluose VVTAT įgyvendina nuo 2019 m. VVTAT vykdydama priežiūrą ir publikuojamame turinyje nustatius galimą vaiko atvaizdo pažeidimą yra įpareigota pranešti žurnalistų etikos inspektoriumi. Tačiau, inspektorius nėra pajėgus užtikrinti vaiko teisių apsaugos, kad tėvai nepiktnaudžiautų valdžia ir neišnaudotų vaikų ekonomiškai, kadangi inspektorius nėra kompetentingas vertinti ar tėvai veikia geriausiai vaiko interesais. Be kompetencijos priskyrimo kitiems subjektams, taip pat yra reikalingos ir kitos teisinio reguliavimo priemonės, kurios gintų vaiką nuo netinkamo jo atvaizdo naudojimo reklamai, kurią įgyvendina tėvai – nuomonės formuotojai. Nors vaiko atvaizdo apsaugos elementai yra numatyti net keliuose teisės aktuose, tačiau nustatytas apsaugos mechanizmas nėra pritaikytas veikti socialinėje erdvėje. Tiesiogiai įtvirtintų nuostatų, susijusių su vaiko atvaizdo apsauga elektro-

ninėje erdvėje iš esmės nėra, o egzistuojančios gina nepilnametį kaip vartotoją, o ne kaip aktyvų informacijos kūrėją.

3. Minimaliai keičiant esamą teisinį reguliavimą kompetenciją galima būtų priskirti Vaiko teisių apsaugos ir įvaikinimo tarnybai – vertinti ir atlikti tyrimą, skiriant atvejo vadybą, ar socialiniuose tinkluose reklamoje naudojamas vaiko atvaizdas nepažeidžia jo geriausių interesų principo. Keičiant reguliavimą iš esmės galėtų būti pasekta Prancūzijos pasirinkto teisinio reguliavimo mechanizmu. Įpareigojant nuomonės formuotojus, kurie naudoja vaiko atvaizdą socialiniuose tinkluose komerciniais tikslais, sukurti kaupiamąsias sąskaitas, nustatyti laiko ar turinio kiekio ribas vaiko atvaizdo naudojimui.

Naudotų šaltinių sąrašas

1. Teisės norminiai aktai

1.1. Tarptautinės konvencijos, rekomendacijos ir kt.

1. Vaiko teisių konvencija (1989). *Valstybės žinios*, 1995, 60-1501.

1.2. Europos sąjungos reglamentai, direktyvos ir kt.

3. Europos Parlamento ir Tarybos 2018m. lapkričio 14 d. direktyva (ES) 2018/1808 Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva. *OL L 186*, p. 10.

1.3. Konstitucija, kodeksai, įstatymai

4. Lietuvos Respublikos Konstitucija (1992). *Valstybės žinios*, 33-1014.
5. Lietuvos Respublikos administracinių nusižengimų kodeksas (2015). *TAR*, 11216.
6. Lietuvos Respublikos civilinis kodeksas (2000). *Valstybės žinios*, 74-2262.
7. Lietuvos Respublikos nepilnamečių apsaugos nuo neigiamos viešosios informacijos poveikio įstatymas (2002). *Valstybės žinios* 91-3890.
8. Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas (2000). *Valstybės žinios*, 64-1937.

1.4. Vyriausybės nutarimai

9. Nutarimas Dėl Asmenų iki aštuoniolikos metų įdarbinimo, darbo ir profesinio parengimo organizavimo tvarkos, vaikų įdarbinimo sąlygų aprašo patvirtinimo (2017). *TAR* 11078.

1.5. Ministrų įsakymai ir kiti poįstatyminiai aktai

10. Valstybinės vartotojų teisių apsaugos direktoriaus įsakymas Dėl valstybinės vartotojų apsaugos tarnybos patikrinimų taisyklių patvirtinimo (2020). Nr. 1-318.

2. Specialioji literatūra

2.1. Knygos

11. Sagatys, G. (2006). *Vaiko teisė į šeimos ryšius*. Vilnius: teisinės informacijos centras.
12. Žukauskienė, R. (1996). *Raidos psichologija*. Vilnius: Margi raštai.

13. Sakalauskas, G. (2013). Nepilnamečių baudžiamosios atsakomybės ypatumų prasmė. *Teise.org*, [interaktyvus]. Prieiga per internetą:<https://teise.org/wp-content/uploads/2016/09/2013-3-sakalauskas.pdf> [žiūrėta 2021 m. vasario 10d.].
14. Stripeikienė, J. (2003). Vaiko, kaip savarankiško teisės subjekto, problema. *Jurisprudencija*, 42(34), p. 12-17 [interaktyvus]. Prieiga per internetą:<https://www3.mruni.eu/ojs/jurisprudence/article/view/3406/3201> [žiūrėta 2021 m. vasario 20 d.].
15. Van der Hof, S, Van der Berg, B. and Schemer B (2014). *Minding minors wandering the web: regulating online child safety*. Hague: Asser Press.
16. Livingstone, S. and O’Neill, B (2014). Children’s right online: challenges, dilemmas and emerging directions. In book: Van der Hof S., Van den Berg B., Schermer B. (2014). *Minding minors wandering the web: regulating online child safety*. Hague: Asser press p. 19-38. DOI: 10.1007/978-94-6265-005-03_2.

2.1.1 Disertacija, jos santrauka, baigiamasis darbas:

17. Bureikaitė, V. (2015). *Vaikų teisių apsaugos elektroninėje erdvėje teisinis reguliavimas*. Magistro baigiamasis darbas, Mykolo Romerio universitetas.

3. Elektroniniai lediniai

3.1. Internetinis tinklalapis

18. Mano teisės. Žurnalistų etikos inspektorius [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <https://manoteises.lt/institucija/zurnalistu-etikos-inspektoriaus-tarnyba/> [žiūrėta 2021 m. vasario 24 d.].
19. OI n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l’exploitation commerciale de l’image d’enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000042439054> [žiūrėta 2021 m. vasario 16 d.].
20. Unicef.org. *Implementation handbook for the convention on the rights of the child* [interaktyvus]. Prieiga per internetą: https://www.unicef.org/Implementation_Handbook_for_the_Convention_on_the_Rights_of_the_Child.pdf [žiūrėta 2021 m. vasario 16 d.].

3.2. Blogas:

21. Abdin, C (2017). Micro-microcelebrity: famous babies and business on the internet. Parenting for digital future.
22. January. Prieiga per internetą: http://eprints.lse.ac.uk/76135/1/Parenting%20for%20a%20Digital%20Future%20-%20Micromicrocelebrity_%20famous%20babies%20and%20business%20on%20the%20internet.pdf [žiūrėta 2021 m. vasario 20 d.].
22. Barauskienė, I (2021). Teisininko komentaras. Įsigalioja naujas reguliavimas dalijimosi vaizdo turiniu platformoms. Delfi, sausio 30. Prieiga per internetą: https://m.delfi.lt/teise/article.php?id=86364487&fbclid=IwAR2ZhLKxVO2D7J7ggt8ZAqq5Zwb13_x5IyueRvy-JzS e6CoYfYPRC26NN6Tc [žiūrėta 2021 m. vasario 26 d.].

23. Boring, N (2020). France: Parliament adopts law to protect child “influencers” on social media. Library of congress law. Prieiga per internetą: <https://www.loc.gov/law/foreign-news/article/france-parliament-adopts-law-to-protect-child-influencers-on-social-media/?fbclid=IwAR2jHjQZhx1wUdLiZMs40aq3SPqcw1bZAiYwv98Vj12-G67owpRMO92G8U> [žiūrėta 2021 m. vasario 20 d.].
24. Bučiūtė, R (2019). Kada influencerio nuomonė tampa reklama ir kaip ją žymėti? Verslo žinios. Prieiga per internetą: <https://www.vz.lt/rinkodara/2019/05/06/kada-influencerio-nuomone-tampa-reklama-ir-kaip-ja-zymeti> [žiūrėta 2021 m. vasario 10 d.].
25. Vyšniauskienė, I. *Influencerių įkainiai*. Prieiga per internetą: <https://influenceriai.lt/influenceriu-ikainiai-uz-kaprekiu-zenklai-moka-nuomones-formuotojui/> [žiūrėta 2021 m. vasario 20 d.].

4. Teismų praktika

26. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2011 m. gegužės 31 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-3-262/2011.
27. Lietuvos Aukščiausiojo Teismo 2013 m. vasario 4 d. nutartis civilinėje byloje Nr. 3K-7-114/2013.

VAIKO ATVAIZDO NAUDOJIMAS REKLAMAI SOCIALINIUIOSE TINKLUOSE

Santrauka

Tyrimu yra siekiama įrodyti reglamentavimo reikalingumą dalijimosi vaizdo medžiaga platformose, kai yra piktnaudžiuojama vaiko atvaizdo naudojimu reklamos tikslais. Vaiko teisė į atvaizdą yra jo privataus gyvenimo dalis, o netinkama apsauga gali sukelti neigiamų padarinių ateityje. Šiuo metu galiojančiu reglamentavimu iš esmės yra ginamos vaiko kaip vartotojo teisės, o ne kaip rengėjo. Be to, nustatytas kontrolės mechanizmas, kad žurnalistų etikos inspektorių nagrinėja socialiniuose tinkluose naudojimo reklamai vaiko atvaizdo pažeidimus yra kritikuotinas, nes nagrinėti tokio pobūdžio skundų jis neturi kompetencijos, dėl žinių trūkumo apie vaiką kaip specifinį teisinių santykių subjektą. Ši kompetencija turėtų būti priskirta Vaiko teisių apsaugos ir įvaikinimo tarnybai. Įstatymai turėtų būti iš esmės modifikuojami, siekiant, kad vaiko teisių apsauga elektroninėje erdvėje būtų tinkamai įgyvendinama.

Pagrindiniai žodžiai: geriausi vaiko interesai, socialiniai tinklai, teisė į privatų gyvenimą, tėvų valdžia, nuomonės formuotojai.

USE OF A CHILD'S IMAGE FOR ADVERTISING ON SOCIAL NETWORKS

Summary

The purpose of this study is to demonstrate the need on video-sharing platforms to regulate where the use of a child's image for advertising purposes is abused. A child's right to an image is part of his or her private life and inadequate protection can have negative consequences in the future. The current regulations in principle protect the rights of a child as a consumer and not as a producer. In addition, the established control mechanism that the Inspector of Journalistic Ethics investigates violations of the image of a child used on social media for advertising is criticized, as he has no competence to investigate such complaints due to lack of knowledge about the child as a specific legal entity. This competence should be assigned to the Child Rights and Adoption Service. Laws should be substantially amended to ensure that the protection of children's rights in cyberspace is properly implemented.

Main words: best interests of the child, social networks, right to privacy, parental authority, influencers.