

קנסות של עד 5% מהמחזור: מה עומד מאחורי ההודעה שאתם מקבלים לאחרונה מכל אתר

גל של הודעות על שינויי מדיניות באתרים של חברות ושירותים מציף את הצרכנים בישראל • הסיבה: כניסתו לתוקף של תיקון 13 לחוק הגנת הפרטיות, שמחמיר את הדרישות ואת אמצעי האכיפה • במקביל, מומחים מצביעים על הבעייתיות במודל שנשען רק על הסכמת המשתמשים

הראשון שיספוג עיצומים כאלה. לכן כולם מזדרזים להתאים את המדיניות שלהם. זה מעיד שהתיקון השיג את מטרתו וכי מתייחסים ברצינות לנושא".

למי אכפת מפרטיות?

אלא שהמהלך לא חף מביקורת. אחת הטענות המרכזיות של מומחים היא שהחוק הישראלי עדיין מבוסס כולו על "הסכמה מדעת" – מודל שכבר מזמן התגלה כבעייתי. מרבית הצרכנים אינם קוראים את תנאי השימוש, ומי שכן לרוב לא מבין את המשמעות המלאה. "ישראל היא המדינה היחידה שבה הדרך החוקית לאסוף מידע היא אך ורק באמצעות הסכמה", אומרת עו"ד רב"ש. "בעולם הבינו שיש צרכים לגיטימיים לאיסוף מידע כמו אינטרנט ציבורי". לדבריה, הסיפור מסתבך בעידן הבינה מלאכותית: "גם המפתח לא תמיד יודע להסביר איך האלגוריתם הגיע למסקנה מסוימת, למשל שאני כלקוחה מעדיפה שירות א' ולא את שירות ב'". עו"ד רביה מסכים: "היכולת של אדם מן השורה לקרוא בעיון את כל התנאים ולקבל החלטה מושכלת היא מאוד מועטה בעולם רווי גירויים כמו שלנו". ועדיין, לדבריו "פרטיות לא איבדה את ערכה בקרב אנשים. בקצה, יהיו אנשים שפרטיות מאוד חשובה להם, והיא נעשית חשובה כפליים, כי קשה יותר ויותר להגן עליה. מי שמגן עליה – מגן על כולם, גם על מי שאומר שאין לו מה להסתיר". בסיכומו של דבר, גם אחרי התיקון ישראל נותרת מאחור, או כפי שחותם רביה: "התיקון מספק גיבנת של אמצעי אכיפה על חוט שדרה שרובו עדיין ישן".

את מחיקתו אם מצא שאינו מדויק". חברת Gett למשל כתבה ללקוחותיה כך: "אנו מיידיעים אתכם כי מדיניות הפרטיות שלנו עודכנה בהתאם לדרישות החדשות בחוק הגנת הפרטיות, וכדי לספק בהירות רבה יותר לגבי פרקטיקות הפרטיות ועיבוד המידע של Gett – לרבות בקשר לשירותים ותכונות חדשות שאנו מציעים. אנו ממליצים לעיין במדיניות הפרטיות המעודכנת כדי להתעדכן בפרקטיקות הנוכחיות שלנו. אם נותרו לך שאלות, נשמח לסייע". לא רק זאת: חלק מהחברות החלו להכניס סעיפים ייעודיים לשימוש בבינה מלאכותית, על רקע טיטוט הנחיות שפרסמה לאחרונה רשות הגנת הפרטיות ונחשפה בגלובס. מדוע המשק החל להתאים את עצמו להנחיות שעדיין נידונות? משום שגולת הכותרת בחקיקה החדשה היא ה"שינויים" שניתנו לרשות הגנת הפרטיות: קנסות של עד 5% מהמחזור השנתי של החברה, קנסות של מאות אלפי שקלים על כל הפרה, ואף אחריות משפטית שמאפשרת תביעות בסכומים של עד 10 אלף שקל ללא צורך בהוכחת נזק. עו"ד רבקי דב"ש, עמיתה בכירה במכון הישראלי למדיניות טכנולוגיה ולשעבר ראש הרשות להגנת הפרטיות, מסבירה: "אם בעבר חברה שאספה מידע ממישהו ללא הודעה הייתה צפויה לקנס של כ-15 אלף שקל, הרי שכעת מדובר בעונשי מינימום של 20-40 אלף שקל כפונקציה של מספר האנשים במאגר. מעבר לכך, אם הטעית אדם לגבי מטרת איסוף המידע, החוק החדש מאפשר להטיל עליי עד שלוש שנות מאסר". עו"ד רביה מדגיש את אמצעי האכיפה: "אף ארגון לא רוצה להיות

לתשומת ליבן

מדיניות הפרטיות של החברה עודכנה. בתנאי המדיניות מפורטים סוגי המידע שאנו אוספים, מטרותיהם והמקרים בהם יימסרו לצדדים שלישיים. המידע שתמסור או שייאסף, יישמר במאגרי המידע של החברה

למדיניות הפרטיות המלאה

למתקדמות בעולם. הוא משנה כמה הגדרות מרכזיות – למשל, מהו מידע אישי – ומחדד את החובות של חברות כלפי הצרכנים.

רשות עם שיניים

עו"ד חיים רביה, שותף וראש קבוצת הסייבר, הפרטיות וחכויות היוצרים במשרד פרל כהן, מסביר לגלובס: "כאשר פונים לאדם בבקשה לכלול את פרטיו במאגר, יש צורך לספק הודעה שפרטיה קבועים בחוק. בעקבות התיקון נוספו דרישות חדשות – למשל, ליידע את הצרכן על זכותו לעיין במידע, לתקן אותו ואף לבקש

נבו טרבלסי

בימים האחרונים קיבלו ישראלים רבים הודעות מחברות ושירותים שונים על עדכון מדיניות הפרטיות שלהם. רוב הצרכנים אינם טורחים לקרוא את המסמכים הללו, אך כשהם מתחילים להיערם אי אפשר להתעלם. הסיבה לכך נעוצה בתיקון 13 לחוק הגנת הפרטיות, התיקון המשמעותי ביותר מאז שנחקק החוק לפני עשרות שנים. התיקון נועד "ליישר קו" עם הרגולציה הבינלאומית בנושאי פרטיות ולוודא כי הסטנדרט בישראל מתקרב ככל הניתן לתקנות ה-GDPR של האיחוד האירופי, הנחשבות

עוד זווית

זהירות, מבול של הודעות המתחזות לכביש 6

אם קיבלתם לאחרונה הודעת SMS שדורשת תשלום לכביש 6, סביר להניח שמדובר בהונאה. לפי מערך הסייבר הלאומי, מתחילת חודש יולי נרשמו 111 דיווחים למוקד 119 על הודעות כוזבות כאלה. הסכום לתשלום שמצוין בהודעה או הנוסח שלה עשויים להשתנות, אך המטרה ברורה: מדובר בהודעות פשינג שנועדו לגרום לכם ללחוץ על קישורים זדוניים ולהזין פרטים אישיים. גיל מסינג, ראש המטה וראש מערך התקשורת הגלובלית בצ"ק פוינט, אומר כי "באופן כללי פשינג אפקטיבי נועד לגרום לנו לעשות משהו שבמצב רגיל לא היינו עושים. לכן נוצרות הודעות שאמורות בעיקר לייצר איום או חשש מספיק גדול או מהותי שבגללו נעשה טעות כמו ללחוץ על הלינק". מאחורי ההודעות עומדים האקרים שמנסים לפגוע בישראלים, ובחברת "דרך ארץ" שמפעילה את כביש 6 אף התריעו על התופעה באתר שלהם. בחברה מבהירים שבקשות תשלום מבצעים רק באזור האירי באתר ולאחר הודעות מלאה, ולא באמצעות הודעת SMS שקיבלתם.