

Co by měl každý spotřebitel vědět o digitálním obsahu a službách

14.5.2024 - Lucie Korbéliusová | DTest

Digitální věc a digitální služba

Spotřebitelům může být poskytován digitální obsah nebo digitální služba. O digitální obsah se jedná v případě, že je spotřebiteli zpřístupněna digitální věc, tedy nějaký program či aplikace. Jedná se však většinou o jednorázovou koupi ze strany spotřebitele. Jako příklad situace, kdy si kupujete digitální obsah, lze uvést zakoupení počítačové hry, přičemž o digitální obsah se bude jednat neohledně na to, zda je hra poskytována zcela digitálně anebo je dodána na hmotném nosiči, tedy například na DVD disku. Digitálním obsahem jsou však mimo jiné i e-knihy či mobilní aplikace. O digitální službu se pak jedná zpravidla v případech, kdy je spotřebiteli zpřístupněna služba za určitý opakující se poplatek, popřípadě i zdarma. Typickým představitelem digitálních služeb jsou Netflix či Spotify, ale dále také Facebook a Instagram.

„I digitální obsah nebo služba mohou trpět vadou, proto jej občanský zákoník umožňuje reklamovat,“ vysvětluje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest. Spotřebitel může primárně požadovat odstranění vady za předpokladu, že je to možné a odstranění není nepřiměřeně nákladné. V případě, že spotřebitel vadu digitálního obsahu či služby reklamuje, má poskytovatel povinnost vadu odstranit v přiměřené době. Pokud poskytovatel vadu neodstraní, vada se projeví i po odstranění nebo se jedná o podstatné porušení smlouvy, může spotřebitel požadovat přiměřenou slevu nebo odstoupit od smlouvy.

Aktualizace a změny

Poskytovatel digitálního obsahu či služby má povinnost poskytnout spotřebiteli nejnovější verzi k okamžiku uzavření smlouvy. Digitální obsah či služby mohou být také poskytovatelem měněny, zpravidla k tomu dochází skrze aktualizace. „Poskytovatel je vždy povinen provádět aktualizace nezbytné pro to, aby digitální obsah či služba fungovaly bez vad po dobu trvání smlouvy,“ upozorňuje Eduarda Hekšová. Na dostupnost těchto aktualizací musí být spotřebitel upozorněn. Vedle toho musí poskytovatel poskytovat i aktualizace ujednané dle smluvních podmínek k danému závazku.

Při aktualizacích může dojít k situaci, že daná aktualizace zhorší přístup spotřebitele k digitálnímu obsahu či službě. Pokud však aktualizace zhorší přístup k užívání ve větší míře, než je míra bezvýznamná, tak má poskytovatel povinnost upozornit spotřebitele na právo vypovědět smlouvu o poskytování digitálního obsahu či služby. Upozornit vás v takovém případě musí poskytovatel v přiměřené době před provedením změny. „Jako spotřebitelé pak můžete vypovědět závazek do 30 dnů od provedení dané aktualizace, která zapříčinila, že již nemůžete náležitě užívat daný digitální obsah či služby,“ vysvětluje Eduarda Hekšová. Výpověď však není možná, pokud má spotřebitel možnost změnu odmítnout a ponechat si digitální obsah či službu v původní podobě a bez vad.

Je však třeba mít na paměti, že výše zmíněné se neuplatní na všechny digitální obsah či služby. Vyloučeny jsou dle občanského zákoníku například služby o poskytování elektronických komunikací, čímž se myslí třeba poskytování internetu vaším operátorem. Dále jsou vyloučeny zejména finanční služby, počítačové programy poskytované zdarma s otevřeným zdrojovým kódem nebo svobodnou licenci či digitální hazardní hry.

Digitální práva v EU

Velké množství právní regulace digitálních služeb je tvořeno i ze strany Evropské unie. Lze zmínit zejména aktuální Akt o digitálních službách, podle kterého musí online platformy obsahovat funkci, skrze níž mohou spotřebitelé nahlásit nezákonný obsah na platformě. Tyto funkce musí být mimo jiné dostupné a uživatelsky přívětivé. Rozhodne-li se online platforma provést opatření jako třeba smazání obsahu nebo zablokování účtu uživatele, který předmětný obsah nahrál, musí tyto kroky řádně odůvodnit.

Mimo to mají online platformy také povinnost jasně označovat reklamy. Z reklam musí být jasné, koho reklama reprezentuje, kdo za ni zaplatil a také proč se danému uživateli zobrazuje, pokud jde o tzv. personalizovanou reklamu. Podobná pravidla platí i u užívání doporučovacích systémů. „To znamená, že online platformy musí uživatelům vysvětlit, z jakého důvodu a kvůli kterým parametrům se uživatelům zobrazuje daný personalizovaný obsah,“ uzavírá Eduarda Hekšová z dTestu.

Pokud spotřebitelé mají otázky k tomuto tématu, mohou se obrátit na bezplatnou spotřebitelskou poradnu dTestu, a to elektronicky na www.dtest.cz/spotrebitelska-poradna nebo telefonicky na číslo 299 149 009.

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-10914/dtest-co-by-mel-kazdy-spotrebitel-vedet-o-digitalnim-obsahu-a-sluzbach>