

Iránymutatások



8/2020. sz. iránymutatás a közösségi média felhasználóinak megcélzásáról

2.0. változat

Elfogadás időpontja: 2021. április 13.

Verziótörténet

2.0. változat	2021. április 13.	Az iránymutatás nyilvános konzultációt követő elfogadása
1.0 változat	2020. szeptember 2.	Az iránymutatás elfogadása nyilvános konzultációra

TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék	3
1 Bevezetés.....	4
2 Alkalmazási kör.....	5
3 A személyes adatok kezelése miatt a felhasználók jogaira és szabadságaira jelentett kockázatok	6
4 Szereplők és szerepek.....	9
4.1 Felhasználók	9
4.2 Közösségimédia-szolgáltatók.....	10
4.3 Célzók	11
4.4 Más lényeges szereplők.....	11
4.5 Szerepek és felelősségi körök.....	12
5 A különböző célzási mechanizmusok elemzése	14
5.1 Áttekintés	14
5.2 A megadott adatok alapján történő célzás	15
5.2.1 A felhasználó által a közösségimédia-szolgáltatónak szolgáltatott adatok.....	15
A. Szerepek	16
B. Jogalap.....	17
5.2.2 A közösségimédia-platform felhasználója által a célzónak szolgáltatott adatok.....	20
A. Szerepek	21
B. Jogalap.....	22
5.3 A megfigyelt adatok alapján történő célzás	22
5.3.1 Szerepek	24
5.3.2 Jogalap.....	24
5.4 A származtatott adatok alapján történő célzás.....	26
5.4.1 Szerepek	27
5.4.2 Jogalap.....	27
6 Átláthatóság és hozzáférési jog.....	29
6.1 A megállapodás lényege és a nyújtandó tájékoztatás (az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (2) bekezdése)	29
6.2 Hozzáférési jog (15. cikk).....	31
7 Adatvédelmi hatásvizsgálatok	33
8 Különleges adatkategóriák	35
8.1 Mi minősül különleges adatkategóriának?.....	35
8.1.1 Kifejezett különleges adatkategóriák	35

8.1.2	Származtatott és kombinált különleges adatkategóriák	36
8.2	A 9. cikk (2) bekezdése szerinti, a kifejezetten nyilvánosságra hozott adatok különleges kategóriáira vonatkozó kivétel	38
9	Közös adatkezelés és felelősség	40
9.1	Közös adatkezelői megállapodás és a felelősségi körök meghatározása (az általános adatvédelmi rendelet 26. cikke).....	40
9.2	Felelősségi szintek	41

Az Európai Adatvédelmi Testület,

a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló, 2016. április 27-i (EU) 2016/679 európai parlamenti és tanácsi rendelet 70. cikke (1) bekezdésének e) pontja értelmében,

ELFOGADTA A KÖVETKEZŐ IRÁNYMUTATÁSOKAT:

1 BEVEZETÉS

1. Az elmúlt évtizedben az online környezet jelentős fejleménye a közösségi média térnyerése volt. Egyre többen használják a közösségi médiát arra, hogy kapcsolatban maradjanak a családdal és a barátokkal, szakmai hálózatépítésben vegyenek részt, vagy összekapcsolódnak közös érdekek és elképzelések mentén. Ezen iránymutatás alkalmazásában a közösségi média olyan online platformokként értendő, amelyek lehetővé teszik a felhasználók hálózatainak és közösségeinek fejlesztését, köztük az információk és tartalmak megosztását.¹ A közösségi média legfontosabb jellemzői közé tartozik az egyének azon lehetősége, hogy regisztráljanak annak érdekében, hogy saját maguk számára „fiókokat” vagy „profilokat” hozzanak létre, a felhasználók által generált vagy más tartalmak megosztása révén egymással kommunikáljanak, továbbá kapcsolatokat és hálózatokat alakítsanak ki más felhasználókkal.²
2. Üzleti modelljének részeként számos közösségimédia-szolgáltató kínál célzott szolgáltatásokat. A célzott szolgáltatások lehetővé teszik a természetes vagy jogi személyek (a továbbiakban: célzók) számára, hogy konkrét üzeneteket továbbítsanak a közösségi média felhasználóinak kereskedelmi,

¹ A közösségi média által biztosított további funkciók magukban foglalhatják például a személyre szabást, az alkalmazásintegrációt, a közösségi modulokat, a felhasználóazonosítást, az analitikát és a közzétételt. A közösségimédia-funkciók lehetnek önálló adatkezelők ajánlatai, vagy képezhetik szélesebb körű szolgáltatások részét.

² A „hagyományos” közösségimédia-platformok mellett a közösségi média egyéb példái a következők: olyan platformok, ahol a regisztrált felhasználók olyan párt keresnek, akivel a való életben is randevúzhatnak; olyan platformok, ahol a regisztrált felhasználók feltölthetik saját videóikat, megjegyzéseket és hivatkozást fűzhetnek más videókhoz; vagy olyan számítógépes játékok, ahol a regisztrált felhasználók csoportokban játszhatnak, információt cserélhetnek vagy megoszthatják tapasztalataikat és sikereiket a játékban.

politikai vagy egyéb érdekek előmozdítása érdekében.³ A célzás megkülönböztető jellemzője a célzott személy vagy -csoport és a közvetített üzenet közötti feltételezett összhang. A mögöttes feltételezés az, hogy minél nagyobb az összhang, annál magasabb a befogadási arány (konverzió), és ezáltal annál hatékonyabb a célzási kampány (a befektetés megtérülése).

3. A közösségi média felhasználóit célzó mechanizmusok az idők során kifinomultabbá váltak. A szervezetek immár számos kritérium alapján képesek megcélzni az egyéneket. Előfordulhat, hogy ezeket a kritériumokat olyan személyes adatok alapján dolgozták ki, amelyeket a felhasználók aktívan szolgáltatottak vagy osztottak meg, például kapcsolati státuszuk alapján. A célzási kritériumokat azonban egyre inkább olyan személyes adatok alapján dolgozzák ki, amelyeket a közösségimédia-szolgáltató vagy harmadik felek megfigyeltek vagy levezettek, és amelyeket a platform vagy más szereplők (pl. adatközvetítők) gyűjtenek (összevonnak) a hirdetéscélzási megoldások támogatása érdekében. Másként fogalmazva, a közösségi média felhasználóinak megcélzása nem csupán azt jelenti, hogy „kiválasztják” azokat az egyéneket vagy egyének csoportjait, akik egy adott üzenet címzettjei (a „célközönség”), hanem egy teljes folyamatot foglal magában, amelyet az érdekelt felek egy csoportja hajt végre, és amelynek eredményeként konkrét üzeneteket juttatnak el a közösségimédia-fiókokkal rendelkező egyéneknek.⁴
4. A különböző forrásokból származó adatok kombinációja és elemzése, valamint a közösségi média keretében kezelt személyes adatok potenciálisan érzékeny jellege⁵ kockázatot jelent az egyének alapvető jogaira és szabadságaira nézve. Adatvédelmi szempontból számos kockázat az átláthatóság és a felhasználói ellenőrzés esetleges hiányához kapcsolódik. Az érintett egyének számára a személyes adatok mögöttes kezelése, amely célzott üzenet küldését eredményezi, gyakran átláthatatlan. Ezenfelül magában foglalhatja a személyes adatok előre nem látható vagy nem kívánatos felhasználását, ami nemcsak az adatvédelmi jogszabályokkal, hanem más alapvető jogokkal és szabadságokkal kapcsolatban is vet fel kérdéseket. Az utóbbi időben a demokratikus döntéshozatal és a választási folyamatok összefüggésében a közösségi médiában zajló célzás nagyobb közérdeklődéssel és szabályozási ellenőrzéssel jár.⁶

2 ALKALMAZÁSI KÖR

5. A közösségi média felhasználóinak megcélzása számos különböző szereplőt érinthet, amelyeket/akiket ezen iránymutatás alkalmazásában négy csoportba kell sorolni: a közösségimédia-szolgáltatók, a felhasználók, a célzók és a célzási folyamatban esetlegesen részt vevő egyéb szereplők. Az Európai Unió Bíróságának Wirtschaftsakademie és Fashion ID ügyekben hozott ítéletei a közelmúltban

³ A célzás definíciója a következő: „az emberek egy meghatározott csoportjának megcélzása” és „egy személy vagy csoport valamilyen módon történő befolyásolására vagy a neki/nekik való tetszésre irányuló kísérlet”. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/targeting>

⁴ Az üzenetek jellemzően képekből és szövegekből állnak, de video- és/vagy audioformátumokat is tartalmazhatnak.

⁵ A közösségi médiával összefüggésben kezelt személyes adatok az általános adatvédelmi rendelet 9. cikke szerinti „személyes adatok különleges kategóriáit” képezhetik, kiszolgáltatott egyénekre vonatkoznak, vagy más módon rendkívül személyes jellegűek. Lásd továbbá a 29. cikk szerinti adatvédelmi munkacsoport iránymutatását az adatvédelmi hatásvizsgálat elvégzéséről és annak megállapításáról, hogy az adatkezelés az (EU) 2016/679 rendelet alkalmazásában „valószínűsíthetően magas kockázattal” jár-e, WP 248 rev. 01., 9. o.

⁶ Lásd például: https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb-2019-03-13-statement-on-elections_hu.pdf; <https://ico.org.uk/about-the-ico/news-and-events/news-and-blogs/2018/07/findings-recommendations-and-actions-from-ico-investigation-into-data-analytics-in-political-campaigns/>; https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/sotou2018-data-protection-law-electoral-guidance-638_hu.pdf; <https://www.personuvernd.is/information-in-english/greinar/nr/2880>

rámutatnak a különböző szereplők szerepe és felelősségi körei helyes azonosításának jelentőségére.⁷ Mindkét ítélet azt mutatja, hogy a közösségimédia-szolgáltatók és más szereplők közötti interakció az uniós adatvédelmi jog értelmében közös felelősséget eredményezhet.

6. Figyelembe véve az EUB ítélezési gyakorlatát, valamint az általános adatvédelmi rendeletnek a közös adatkezelőkre és az elszámoltathatóságra vonatkozó rendelkezéseit, ez az iránymutatás útmutatást nyújt a közösségi média felhasználóinak megcélzására vonatkozóan, különös tekintettel a célzók és a közösségimédia-szolgáltatók felelősségére. Ahol közös felelősség áll fenn, az iránymutatás gyakorlati példák alapján kívánja tisztázni, hogy hogyan nézhet ki felelősség megosztása a célzók és közösségimédia-szolgáltatók közötti.⁸
7. Ezen iránymutatás fő célja ezért a közösségimédia-szolgáltatók és a célzók szerepének és felelősségének tisztázása. Ennek érdekében az iránymutatás meghatározza az egyének jogaira és szabadságaira (3. szakasz), a főbb szereplőkre és szerepükre (4. szakasz) vonatkozó potenciális kockázatokat, valamint foglalkozik a kulcsfontosságú adatvédelmi követelmények (például jogszerűség és átláthatóság, adatvédelmi hatásvizsgálat stb.) alkalmazásával, továbbá a közösségimédia-szolgáltatók és a célzók közötti megállapodások kulcsfontosságú elemeivel is.
8. Mindazonáltal ezen iránymutatás hatálya kiterjed a közösségi hálózatok regisztrált felhasználói, a szolgáltatók és a célzók közötti kapcsolatokra is. Az olyan forgatókönyvek alapos elemzése, mint például a közösségimédia-szolgáltatóknál nyilvántartásba nem vett egyének esete, nem tartozik ezen iránymutatás hatálya alá.

3 A SZEMÉLYES ADATOK KEZELÉSE MIATT A FELHASZNÁLÓK JOGAIRA ÉS SZABADSÁGAIRA JELENTETT KOCKÁZATOK

9. Az általános adatvédelmi rendelet hangsúlyozza annak fontosságát, hogy megfelelően kell értékelni és csökkenteni az egyének jogait és szabadságait érintő, a személyes adatok kezeléséből eredő kockázatokat.⁹ A közösségi média felhasználóit megcélzó mechanizmusok, valamint a célzást lehetővé tevő, mögöttes adatkezelési tevékenységek jelentős kockázatot jelenthetnek. Ezen iránymutatásnak nem célja, hogy kimerítően felsorolja az egyének jogait és szabadságait érintő lehetséges kockázatokat. Mindazonáltal az Európai Adatvédelmi Testület fontosnak tart kiemelni bizonyos típusú kockázatokat, és példákat felhozni arra, hogy azok hogyan jelenhetnek meg.
10. A közösségi média felhasználóinak megcélzása magában foglalhatja a személyes adatok olyan felhasználását, amely ellentétes az egyének észszerű elvárásaival vagy túlmutat azokon, és ezáltal sérti az alkalmazandó adatvédelmi elveket és szabályokat. Ha például egy közösségimédia-platform harmadik féltől származó személyes adatokat kombinál a platform felhasználói által közzétett adatokkal, ez azt eredményezheti, hogy a személyes adatokat nem használják fel eredeti céljukon túl,

⁷ A Bíróság 2018. június 5-i ítélete, Wirtschaftsakademie, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388; A Bíróság 2019. július 29-i ítélete, Fashion ID, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629.

⁸ Ez az iránymutatás nem érinti az Európai Adatvédelmi Testületnek az általános adatvédelmi rendelet szerinti adatkezelő és adatfeldolgozó fogalmáról szóló, 2020. szeptember 2-án elfogadott, 07/2020. sz. iránymutatását, amely az egyéb kontextusokban felmerülő felelősségmegosztásra vonatkozik.

⁹ Az általános adatvédelmi rendelet 24. cikke szerint az adatkezelőnek megfelelő technikai és szervezési intézkedéseket kell végrehajtania annak biztosítása és bizonyítása érdekében, hogy az adatkezelés az általános adatvédelmi rendelettel összhangban történik, „az adatkezelés jellege, hatóköre, körülményei és céljai, valamint a természetes személyek jogaira és szabadságaira jelentett, változó valószínűségű és súlyosságú kockázat figyelembevételével”. Lásd továbbá a 29. cikk szerinti munkacsoport 2017. október 4-i iránymutatását az adatvédelmi hatásvizsgálat elvégzéséről és annak megállapításáról, hogy az adatkezelés az (EU) 2016/679 rendelet alkalmazásában „valószínűsíthetően magas kockázattal” jár-e, WP 248 rev. 01.

és az egyén észszerűen nem tud előre jelezni. A célzáshoz kapcsolódó profilalkotási tevékenységek olyan érdeklődési körökre vagy egyéb jellemzőkre vonatkozó következtetést vonhatnak maguk után, amelyeket az egyén nem tett közzé aktívan, ami aláássa az egyén azon képességét, hogy ellenőrzést gyakoroljon személyes adatai felett.¹⁰ Ezenkívül az átláthatóság hiánya a különböző szereplők és az érintett adatkezelési műveletek tekintetében ellehetetlenítheti, bonyolíthatja vagy akadályozhatja az érintettek jogainak gyakorlását.

11. A másik kockázattípus a megkülönböztetés és a kirekesztés lehetőségét érinti. A közösségi média felhasználóinak megcélzása olyan kritériumokat foglalhat magában, amelyek közvetlenül vagy közvetve az egyén faji vagy etnikai származásával, egészségi állapotával, szexuális irányultságával vagy egyéb védett tulajdonságaival kapcsolatban megkülönböztető hatással járnak. Például az ilyen kritériumok alkalmazása az állásajánlatokkal, lakhatással vagy hitelekkel (kölcsönök, jelzáloghitelek) kapcsolatos hirdetések esetében csökkentheti a lehetőségek láthatóságát az egyének számára bizonyos csoportokon belül. A célzás terén a megkülönböztetés lehetősége abban rejlik, hogy a hirdető képesek kiaknázni a közösségimédia-platformok által a felhasználóikról gyűjtött számos személyes adatot (pl. demográfiai, viselkedési adatokat és érdeklődési köröket).¹¹ A legújabb kutatások arra utalnak, hogy a megkülönböztető hatások lehetősége az általános adatvédelmi rendelet 9. cikke értelmében vett, a személyes adatok különleges kategóriáihoz közvetlenül kapcsolódó kritériumok alkalmazása nélkül is fennáll.¹²
12. A kockázatok második kategóriája a felhasználók lehetséges manipulációjához kapcsolódik. A célzási mechanizmusokat értelemszerűen az egyének viselkedésének és döntéseinek befolyásolására használják, akár a fogyasztóként történő vásárlási döntéseik, akár a civil életben részt vevő polgárként hozott politikai döntéseik tekintetében.¹³ Bizonyos célzási megközelítések azonban olyan messzire mehetnek, hogy aláássák az egyéni autonómiát és szabadságot (például bizonyos sebezhetőségek, személyes értékek vagy aggodalmak kiaknázására vagy akár hangsúlyozására szolgáló, egyénre szabott üzenetek közvetítésével). A közösségi médiában megosztott tartalmak elemzése például információkat tárhat fel az érzelmi állapotról (pl. bizonyos kulcsszavak használatának elemzése révén). Ezeket az információkat fel lehet használni arra, hogy az egyént konkrét üzenetekkel és konkrét pillanatokban célozzák meg, amelyekre várhatóan fogékonyabb lesz, és ezáltal burkolt módon befolyásolják gondolkodását, érzelmeit és magatartását.¹⁴
13. A közösségi média felhasználóit célzó mechanizmusok arra is felhasználhatók, hogy helytelenül befolyásolják az egyéneket a politikai diskurzus és a demokratikus választási folyamatok során.¹⁵ Míg a

¹⁰ Lásd még az európai adatvédelmi biztos véleményét az online manipulációról, 3/2018. sz. vélemény, 2018. március 19., 15. o. („Az azzal kapcsolatos aggodalom, hogy a profilokból származó adatokat algoritmusok segítségével különböző célokra használják fel, az, hogy az adatok elveszítik eredeti kontextusukat. Az adatok újrafelhasználása valószínűleg befolyásolja az adott személy információs önrendelkezését, tovább csökkenti az érintettek által az adataik felett gyakorolt ellenőrzést, és ezáltal befolyásolja a digitális környezetbe és szolgáltatásokba vetett bizalmat.”).

¹¹ T. Speicher a.o., Potential for Discrimination in Online Targeted Advertising, Proceedings of the 1st Conference on Fairness, Accountability and Transparency, *Proceedings of Machine Learning Research* PMLR 81:5-19, 2018, <http://proceedings.mlr.press/v81/speicher18a.html>

¹² Ugyanaz.

¹³ Az európai adatvédelmi biztos 3/2018. sz. véleménye, 18. o.

¹⁴ Lásd „Experimental evidence of mass-scale emotional contagion through Community networks”, Adam D. I. Kramer, Jamie E. Guillory és Jeffrey T. Hancock, PNAS, 2014. június 17., 111 (24) 8788-8790; Első kiadás: 2014. június 2. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>, elérhető a következő internetcímen: <https://www.pnas.org/content/111/24/8788> Adam D. I. Kramer Core Data Science Team, Facebook, Inc., Menlo Park, CA 94025.

¹⁵ Lásd még: az Európai Adatvédelmi Testület 2/2019. sz. nyilatkozata a személyes adatok politikai kampányok során történő felhasználásáról, 2019. március 13., 1. o.

„hagyományos” offline politikai kampányok általában elérhető és visszakereshető (ellenőrizhető) üzenetek révén kívánják befolyásolni a szavazók magatartását, a rendelkezésre álló online célzási mechanizmusok lehetővé teszik a politikai pártok és kampányok számára, hogy személyre szabott, a célközönség egyedi igényeihez, érdekeihez és értékeihez igazított üzenetekkel célazzák meg az egyes szavazókat.¹⁶ Az ilyen célzás akár dezinformációval vagy olyan üzenetekkel is járhat, amelyeket az egyének különösen aggasztónak találnak, és ezért (nagyobb valószínűséggel) bizonyos érzelmeket vagy reakciókat válthatnak ki belőlük. Ha a polarizáló vagy valótlan üzenetek (dezinformációk) konkrét egyéneket céloznak meg, kontextusba helyezés vagy más nézőpontok ismertetése nélkül vagy csak korlátozott kontextusba helyezéssel vagy nézőpont-ismertetéssel, a célzási mechanizmusok alkalmazása veszélyeztetheti a demokratikus választási folyamatot.¹⁷

14. Hasonlóképpen az algoritmusok annak meghatározására való használata, hogy mely információk mely egyéneknek jelenjenek meg, hátrányosan befolyásolhatja annak valószínűségét, hogy az egyének több forrásból férjenek hozzá az adott kérdéssel kapcsolatos információkhoz. Ez viszont negatív következményekkel járhat a nyilvános vita pluralizmusára és az információkhoz való hozzáférésre nézve.¹⁸ A célzási mechanizmusok segítségével növelhető bizonyos üzenetek láthatósága, míg más üzenetek kevésbé hangsúlyossá válnak. A lehetséges káros hatás két szinten érezhető. Egyrészt kockázatok merülnek fel az úgynevezett „szűrőburkokkal” kapcsolatban, ahol az emberek „ugyanabból az információból többnek” vannak kitéve, és kevesebb véleménnyel találkoznak, ami fokozott politikai és ideológiai polarizációhoz vezet.¹⁹ Másrészt a célzási mechanizmusok, „információs túlterheltségnek” a kockázatát is okozhatják, aminek következtében az egyének nem tudnak tájékozott döntést hozni, mert túl sok információval rendelkeznek, és nem tudják megmondani, hogy megbízhatóak-e.
15. Előfordulhat, hogy a személyes adatok közösségimédia-szolgáltatók általi gyűjtése nem korlátozódik az egyének által a közösségimédia-platfomon végzett tevékenységekre. A közösségi média felhasználóinak a böngészési magatartásukra vagy a közösségimédia-platfomon kívüli egyéb tevékenységekre vonatkozó információk alapján történő megcélzása azt az érzést keltheti az egyénekben, hogy viselkedésüket rendszeresen figyelemmel kísérik. Ez visszafoghatja a véleménynyilvánítás szabadságát, beleértve az információhoz való hozzáférést is.²⁰ Az ilyen hatások súlyosbodhatnak, ha a célzás a közösségi média felhasználói által megosztott tartalmak elemzésén is alapul. Ha a magánüzeneteket, posztokat és megjegyzéseket kereskedelmi vagy politikai felhasználás céljából elemzik, az öncenzúrát is eredményezhet.
16. A célzás potenciálisan negatív hatásai lényegesen jelentősebbek lehetnek, ha a természetes személyek kiszolgáltatott kategóriái, például gyermekek érintettek. A célzás befolyásolhatja a gyermekek személyes preferenciáinak és érdekeinek formálását, ami végső soron hatással van autonómiájukra és a fejlődéshez való jogukra. Az általános adatvédelmi rendelet (38) preambulumbekzdése szerint a

¹⁶ Information Commissioner’s Office (ICO), *Democracy disrupted? Personal information and political influence*, 2018. július 10., 14. o.

¹⁷ Lásd továbbá a Bizottság iránymutatását az uniós adatvédelmi szabályok választásokkal összefüggésben történő alkalmazásáról – Az Európai Bizottság hozzájárulása a 2018. szeptember 19–20-i salzburgi vezetői üléshez. Lásd továbbá L.M. Neudert és N.M. Marchal, *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication* (Polarizáció és a technológia használata a politikai kampányok és kommunikáció során), az Európai Parlament Kutatószolgálata, 2019, 22–24. o.

¹⁸ Lásd még „A tömegtájékoztatás sokszínűsége és szabadsága az Európai Unióban” című, 2018. május 3-i európai parlamenti állásfoglalást.

¹⁹ Az európai adatvédelmi biztos 3/2018. sz. véleménye, 7. o.

²⁰ Európai adatvédelmi biztos, 3/2018. sz. vélemény, 9. o., valamint a médiapluralizmussal és a médiatulajdon átláthatóságával foglalkozó szakértői bizottság (MSI-MED), *Internet and Electoral Campaigns* (Internet és választási kampányok), *Study on the use of Internet in elections campaigns* (Tanulmány az internet választási kampányokban való használatáról), az Európa Tanács tanulmánya DGI(2017)11, 2018. április, 19–21. o.

különös védelmet főként a gyermekek személyes adatainak olyan felhasználására kell alkalmazni, amely marketingcélokat, illetve személyi vagy felhasználói profilok létrehozásának célját szolgálja, továbbá a gyermekek személyes adatainak a közvetlenül a részükre nyújtott szolgáltatások igénybevétele során történő gyűjtésére.²¹

17. A közösségi média használata széles körben elterjedt az EU-ban, mivel 2019-ben az 16–74 évesek 54%-a volt jelen a közösségi oldalakon. Emellett ez a részvételi arány az évek során folyamatosan nőtt.²² Az Európai Adatvédelmi Testület elismeri, hogy a közösségimédia-piacok koncentrációjának növekedése és a célzás szintén növelheti az egyének nagy számának jogait és szabadságait érintő kockázatokat. Például egyes közösségimédia-szolgáltatók képesek lehetnek arra, hogy akár önmagukban vagy más vállalatokkal összefüggésben nagyobb mennyiségű és változatosabb személyes adatokat összekapcsoljanak. Ez a képesség viszont növelheti azt a képességet, hogy fejlettebb célzási kampányokat kínáljanak. Ez a szempont mind az adatvédelem (az érintett személyekre vonatkozó, mélyrehatóbb profilalkotás), mind pedig a versenyjog szempontjából releváns (a platform által biztosított, páratlan betekintési lehetőségek „megkerülhetetlen kereskedelmi partnerré” tehetik azt az online marketingesek számára). A piaci és információs erő mértéke azonban, amint azt az Európai Adatvédelmi Testület felismerte, „fenyegetheti a digitális szolgáltatások fogyasztói által élvezett adatvédelem, valamint szabadság szintjét”.²³
18. A fent említett kockázatok valószínűsége és súlyossága többek között a célzási mechanizmus jellegétől, alkalmazási módjától és pontos céljaitól függ. A közösségimédia-felhasználók megcélzásának összefüggésében a kockázatok valószínűségét és súlyosságát esetlegesen befolyásoló tényezőket a 7. szakasz részletesebben tárgyalja.

4 SZEREPLŐK ÉS SZEREPEK

4.1 Felhasználók

19. Az egyének a közösségi médiát különböző minőségben és különböző célokra használják (pl. a barátokkal való kapcsolattartásra, a közös érdeklődési körökkel kapcsolatos információk cseréjére vagy a munkalehetőségek keresésére). A „felhasználó” kifejezés jellemzően olyan természetes személyekre vonatkozik, akik regisztráltak a szolgáltatásra (azaz azok, akik „fiókkal” vagy „profittal” rendelkeznek). Számos közösségimédia-szolgáltatóhoz azonban anélkül is hozzáférhetnek a természetes személyek, hogy regisztráltak volna (azaz felhasználói fiók vagy profil létrehozása nélkül).²⁴ Az ilyen természetes személyek jellemzően nem tudják a közösségimédia-szolgáltatónál regisztrált egyének számára kínált valamennyi funkciót vagy szolgáltatást igénybe venni. Az általános adatvédelmi rendelet 4. cikkének (1) bekezdése értelmében mind a közösségimédia-szolgáltatóknál regisztrált, mind pedig a nem regisztrált egyének „érintetteknek” tekinthetők, amennyiben az egyént közvetlenül vagy közvetve azonosították vagy azonosítható.²⁵

²¹ Lásd továbbá a 29. cikk szerinti adatvédelmi munkacsoport 2018. február 6-i iránymutatását az automatizált döntéshozatalról és a profilalkotásról az (EU) 2016/679 rendelet alkalmazásában, WP 251 rev. 01, 29. o.

²² <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/edn-20200630-2>

²³ Az Európai Adatvédelmi Testület nyilatkozata a gazdasági koncentráció adatvédelmi hatásairól, elérhető itt: https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_statement_economic_concentration_hu.pdf

²⁴ A közösségimédia-szolgáltatók által a közösségimédia-szolgáltatóknál nem regisztrált egyénekre vonatkozóan tárolt személyes adatokat és profilalkotási információkat néha „árnyékprofiloknak” nevezik.

²⁵ Lásd még a (26) preambulumbekendést („megjelölés”). Lásd még a 29. cikk alapján létrehozott adatvédelmi munkacsoport 4/2007. sz. véleményét a személyes adatok fogalmáról, 2007. június 20., WP 136, 12. o. és az azt követő oldalak.

20. Az, hogy az egyéneknek valódi névvel kell regisztrálniuk, vagy becenevet vagy álnevet kell használniuk, az adott közösségimédia-szolgáltatótól függően változhat. Általánosságban azonban még a valódi név használatára vonatkozó előírás hiányában is lehetséges lesz az adott felhasználó megcélzása (vagy más módon történő megjelölése), mivel a célzás legtöbb típusa nem a felhasználónevekre, hanem más típusú személyes adatokra, például érdeklődési körre, szociográfiai adatokra, viselkedésre vagy egyéb azonosítókra támaszkodik. A közösségimédia-szolgáltatók gyakran arra ösztönzik felhasználóikat, hogy adjanak meg „valós” adatokat, például a telefonszámukat.²⁶ Végezetül érdemes megjegyezni, hogy a közösségimédia-szolgáltatók lehetővé tehetik olyan egyének megcélzását is, akik nem rendelkeznek fiókkal a közösségimédia-szolgáltatónál.²⁷

4.2 Közösségimédia-szolgáltatók

21. A közösségimédia-szolgáltatók olyan online szolgáltatást kínálnak, amely lehetővé teszi a felhasználók hálózatainak és közösségeinek fejlesztését, köztük az információk és tartalmak megosztását. A közösségimédia-szolgáltatásokat jellemzően webböngészőkön vagy célzott alkalmazásokon keresztül kínálják, gyakran azt követően, hogy a felhasználó „fiókját” vagy „profilját” alkotó személyesadatkészletet kérték a felhasználótól. Emellett gyakran „fiókellenőrzéseket” biztosítanak a felhasználóknak, hogy hozzáférjenek a felhasználói fiókjuk használatával összefüggésben kezelt személyes adatokhoz, és ellenőrizhessék azokat.
22. A szolgáltatás funkcióit a közösségimédia-szolgáltató határozza meg. Ez azt jelenti, hogy meg kell határozni, mely adatokat kezelik, milyen célból, milyen feltételek mellett, valamint hogyan kezelik a személyes adatokat. Ez lehetővé teszi a közösségimédia-szolgáltatás nyújtását, valamint valószínűleg olyan szolgáltatások nyújtását is, mint például a célzás, amelyek a közösségimédia-platfomon vagy azzal összefüggésben működő üzleti partnerek javát szolgálják.
23. A közösségimédia-szolgáltatónak lehetősége van arra, hogy nagy mennyiségű személyes adatot gyűjtsön a felhasználókra és a közösségimédia-szolgáltatónál nem regisztrált egyénekre vonatkozóan, ami lehetővé teszi számára, hogy jelentős betekintést nyerjen a felhasználók szociodemográfiai jellemzőibe, érdeklődési köreibé és preferenciáiba. Fontos megjegyezni, hogy a felhasználói tevékenységen alapuló „betekintés” gyakran tartalmaz származtatott vagy következtetésen alapuló személyes adatokat. Ha például egy felhasználó interakcióba lép bizonyos tartalmakkal (pl. a közösségi oldalon megjelenő bejegyzések „kedvelése” vagy videótartalom megtekintése révén), ezt a műveletet a közösségimédia-szolgáltató rögzítheti, és arra a következtetésre juthat, hogy az adott felhasználónak tetszett a tartalom, amellyel interakcióba lépett.
24. A közösségimédia-szolgáltatók egyre gyakrabban gyűjtenek adatokat nemcsak magán a platfomon végzett tevékenységekből, hanem a platfomon kívüli tevékenységekből is, amelyek több online és offline forrásból származó adatokat kombinálnak további betekintés érdekében. Az adatok kombinálhatók olyan személyes adatokkal, amelyeket az egyének aktívan közölnek a közösségimédia-szolgáltatóval (pl. felhasználónév, e-mail-cím, hely és telefonszám), valamint a platform által hozzájuk „rendelt” adatokkal (például egyedi azonosítókkal).

²⁶ Egyes esetekben a közösségimédia-szolgáltatók további dokumentációt kérnek a megadott adatok további ellenőrzéséhez, például azért, hogy felkérjék a felhasználókat személyazonosító igazolványuk vagy hasonló okmányuk feltöltésére.

²⁷ Az ilyen célzás a készülékek, alkalmazásai, eszközeik és protokolljaik által biztosított online azonosítók, például internetprotokoll-címek, süti-azonosítók vagy egyéb azonosítók alapján lehetséges. Ezáltal olyan nyomok keletkezhetnek, amelyek egyedi azonosítókkal és a szerverek által fogadott egyéb információkkal összekapcsolva felhasználhatók a természetes személyek profiljának létrehozására és az adott személy azonosítására. Lásd még az általános adatvédelmi rendelet (30) preambulumbekzdését. Ezen felismerés alapján célzott hirdetések jelenhetnek meg az egyén által meglátogatott weboldalon.

4.3 Célzók

25. Ez az iránymutatás a „célzó” kifejezést használja az olyan természetes vagy jogi személyek megnevezésére, akik közösségimédia-szolgáltatásokat vesznek igénybe annak érdekében, hogy meghatározott üzeneteket irányítsanak konkrét paraméterek vagy kritériumok alapján a közösségi média felhasználóinak csoportjához.²⁸ A célzókat a közösségi média más felhasználótól az különbözteti meg, hogy üzeneteiket és/vagy célközönségüket az érintett egyének vélt jellemzői, érdeklődési körei vagy preferenciái szerint választják ki, amit néha „mikrocélzásnak” is neveznek.²⁹ A célzók részt vehetnek a kereskedelmi, politikai vagy egyéb érdekek előmozdítására irányuló célzásban. A tipikus példák közé tartoznak azok a márkák, amelyek a közösségi médiát használják termékeik reklámozására, többek között a márkatudatosság növelése érdekében. A politikai pártok kampánystratégiájuk részeként egyre nagyobb mértékben veszik igénybe a közösségi médiát. A jótékonyági szervezetek és más nonprofit szervezetek arra is használják a közösségi médiát, hogy potenciális hozzájárulókat célozzanak meg üzeneteikkel, vagy közösségeket alakítsanak ki.
26. Fontos megjegyezni, hogy a közösségi média felhasználóit többféle módon is meg lehet célozni. A célzás például nemcsak személyre szabott hirdetések megjelenítésével történhet (pl. a weboldal tetején vagy oldalán megjelenő „sávon” keresztül), hanem – amennyiben ez a közösségimédia-platformon belül történik – a felhasználó „hírfolyamában”, „idővonalában” vagy „történetében” való megjelenítés révén is, ahol a reklámtartalom a felhasználó által létrehozott tartalom mellett jelenik meg. A célzás magában foglalhatja a közösségimédia-szolgáltató által (pl. külön „oldalon” vagy más közösségimédia-jelenlétben keresztül) vagy máshol (pl. harmadik felek webhelyein) tárolt tartalmak létrehozását is. A célzók rendelkezhetnek saját weboldalakkal és alkalmazásokkal, ahol a közösségi médiával kapcsolatos konkrét üzleti eszközöket vagy funkciókat, például közösségi modulokat vagy bejelentkezéseket, vagy a közösségimédia-szolgáltatók által kínált alkalmazásprogramozási felületeket (API-k) vagy szoftverfejlesztési csomagokat (SDK-k) tudják integrálni.

4.4 Más lényeges szereplők

27. A célzók közvetlenül használhatják a közösségimédia-szolgáltatók által kínált célzási mechanizmusokat, vagy igénybe vehetik más szereplők, például marketingszolgáltatók, hirdetési hálózatok, hirdetéscserék (ad exchange), kereslet- és kínálatoldali platformok (SSP és DSP), adatkezelési szolgáltatók (DMP-k) és adatelemzéssel foglalkozó vállalatok szolgáltatásait. Ezek a szereplők annak az összetett és fejlődő online hirdetési ökoszisztémának (amelyet néha „adtechnek” is neveznek) a részét képezik, amely egyénekre (köztük a közösségi média felhasználóira) vonatkozó adatokat gyűjt és kezel, például azáltal, hogy nyomon követi tevékenységeiket a weboldalakon és alkalmazásokon keresztül.³⁰
28. Az adatbrókerek az adatkezelési szolgáltatók (DMP-k) szintén fontos szereplők, akik jelentős szerepet játszanak a közösségi média felhasználóinak megcélzásában. Az adatbrókerek és az adatkezelési szolgáltatók abban különböztetik meg magukat más adtech vállalatoktól, hogy nemcsak nyomkövetési technológiák révén gyűjtött adatokat kezelnek, hanem más forrásokból gyűjtött adatokat is, amelyek online és offline forrásokat is magukban foglalhatnak. Más szóval az adatbrókerek

²⁸ A személyes adatok természetes személy általi, kizárólag személyes vagy háztartási tevékenység keretében történő kezelése nem tartozik az általános adatvédelmi rendelet tárgyi hatálya alá (2. cikk (2) bekezdés c) pont).

²⁹ Ezen iránymutatás alkalmazásában nem minősülne „célzásnak” az információ egyszerű megosztása olyan közösségimédia-oldalon, amelyet a nagyközönségnek szántak (pl. a nyitvatartási idővel kapcsolatos információk), a célközönség előzetes kiválasztása nélkül.

³⁰ A különböző szereplők leírásával kapcsolatban lásd a 29. cikk szerinti munkacsoport magatartási hirdetésekről szóló 2/2010. sz. véleményének 5. oldalát. A vélemény a következő internetes címen érhető el:

https://ec.europa.eu/justice/Article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2010/wp171_hu.pdf

és az adatkezelési szolgáltatók összesítik a sokféle forrásból gyűjtött adatokat, amelyeket azután eladhatnak a célzasi folyamatban részt vevő más érdekelt feleknek.³¹

29. Bár a fent említett összes többi szereplő fontos szerepet játszhat a közösségi média felhasználóinak megcélzásában, ez az iránymutatás a szerepek elosztására és a közösségimédia-szolgáltatók és célzók adatvédelmi kötelezettségeire összpontosít. Hasonló megfontolások alkalmazhatók azonban az online hirdetések ökoszisztémájában részt vevő többi szereplőre is, attól függően, hogy az egyes szereplők milyen szerepet játszanak a célzasi folyamatban.

4.5 Szerepek és felelősségi körök

30. A közösségimédia-szolgáltatók és célzók szerepének és felelősségének tisztázása érdekében fontos figyelembe venni az EUB vonatkozó ítélkezési gyakorlatát. A *Wirtschaftsakademie* (C-210/16. számú ügy), a *Jehova tanúi* (C-25/17. számú ügy) és a *Fashion ID* (C-40/17. számú ügy) ügyekben hozott ítéletek különösen relevánsak ebben a kérdésben.
31. Az elemzés kiindulópontja az adatkezelő jogi meghatározása. Az általános adatvédelmi rendelet 4. cikkének (7) bekezdése szerint az „adatkezelő” az „a természetes vagy jogi személy [...], amely a személyes adatok kezelésének céljait és eszközeit önállóan vagy másokkal együtt meghatározza”.
32. A *Wirtschaftsakademie* ügyben az EUB úgy határozott, hogy a Facebookon az úgynevezett „rajongói oldal” adminisztrátorát úgy kell tekinteni, mint aki részt vesz a személyes adatok kezelése céljainak és eszközeinek meghatározásában. Az EUB-hoz benyújtott beadványok szerint a rajongói oldal létrehozása magában foglalja a *paraméterek* adminisztrátor általi *meghatározását*, ami *hatással van* a személyes adatoknak a rajongói oldalon tett látogatásokon alapuló *statisztikák előállítására* céljából történő kezelésére.³² A Facebook által biztosított szűrők segítségével az adminisztrátor meghatározhatja azokat a kritériumokat, amelyek alapján a statisztikákat el kell készíteni, és megjelölheti azon személyek kategóriáit, akiknek személyes adatait a Facebooknak fel kell használnia:

„Konkrétan, a rajongói oldal adminisztrátora kérheti a célközönségére – többek között annak kor, nem, családi állapot és szakmai helyzet szerinti összetételre – vonatkozó demográfiai adatok, a célközönsége életmódjára és érdeklődési körére vonatkozó adatok, az oldalát meglátogató személyek online vásárlásaira és vásárlási szokásaira, valamint az őket leginkább érdeklő termékek vagy szolgáltatások kategóriáira vonatkozó adatok, továbbá olyan földrajzi adatok gyűjtését – tehát az ilyen adatok kezelését –, amelyek alapján a rajongói oldal adminisztrátora eldöntheti, hogy hol nyújtson különleges kedvezményeket vagy szervezzen eseményeket, és általában célzottabbá teheti az információszolgáltatását.”

33. Mivel a paraméterek meghatározása többek között az adminisztrátor célközönségétől, valamint „tevékenységei irányításának és népszerűsítésének célkitűzéseitől” függ, az adminisztrátor a személyes adatok kezelése céljainak meghatározásában is részt vesz.³³ Az adminisztrátort ezért a közösségimédia-szolgáltatóval együtt az „oldala” látogatói személyes adatainak kezeléséért felelős adatkezelőnek minősítették.
34. Amint azt ezen iránymutatás 9. szakasza részletesebben kifejti, az adatkezelők a személyes adatok kezelésének különböző szakaszaiban és különböző mértékben vehetnek részt. Ilyen körülmények között mindegyikük felelősségének mértékét az adott ügy valamennyi releváns körülményére tekintettel kell értékelni:

³¹ Lásd: Consumer Policy Research Centre, „*A day in the life of data*”, elérhető itt:

<http://cprc.org.au/publication/research-report-a-day-in-the-life-of-data/>

³² A Bíróság ítélete, *Wirtschaftsakademie*, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388, 36. pont.

³³ A Bíróság ítélete, *Wirtschaftsakademie*, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388, 39. pont.

„[A]z együttes felelősség fennállása nem feltétlenül jelenti a személyes adatkezeléssel érintett különböző szereplők azonos felelősségét. Éppen ellenkezőleg, mivel e szereplők az adatkezelés eltérő szakaszaiban és különböző mértékben vehetnek részt, a felelősségük mértékét a jelen ügyre jellemző valamennyi releváns körülmény figyelembevételével kell értékelni.”³⁴

35. A Bíróság, miközben arra a következtetésre jutott, hogy az oldalak adminisztrátora a Facebookkal közös adatkezelőként jár el, azt is megjegyezte, hogy a jelen ügyben a Facebookot úgy kell tekinteni, mint amely *elsődlegesen* határozza meg a Facebook felhasználóinak és a Facebookon található rajongói oldalak látogatóinak személyes adatai kezelésének céljait és eszközeit.³⁵

36. A Fashion ID ügyben az EUB úgy határozott, hogy egy weboldal üzemeltetője akkor tekinthető adatkezelőnek, ha a Facebook közösségi modulját beágyazza a weboldalára, aminek következtében a látogató böngészője továbbítani fogja a látogató személyes adatait a Facebooknak.³⁶ A weboldal üzemeltetőjének adatkezelői minősége azonban arra a műveletre vagy azokra a műveletekre korlátozódik, amelyek tekintetében ténylegesen meghatározza a célokat és az eszközöket. Ebben a konkrét ügyben az EUB úgy ítélte meg, hogy a weboldal üzemeltetője csak a Facebookkal közösen tudja meghatározni a látogatók személyes adatainak a weboldalára történő továbbításával történő gyűjtés és közzététel céljait és eszközeit. Ennek eredményeként az EUB úgy ítélte meg, hogy egy közösségi modul weboldalon belüli beágyazásával kapcsolatban a weboldal üzemeltetőjének felelőssége:

*„arra a személyes adatkezelési műveletre vagy műveletcsoportra vonatkozik, amelynek céljait és módját ténylegesen ő határozza meg, azaz a szóban forgó adatok gyűjtésére és továbbítás általi közzlésére”.*³⁷

37. Az EUB úgy ítélte meg, hogy a weboldal üzemeltetője nem minősül adatkezelőnek a személyes adatok Facebook általi kezelését magában foglaló későbbi műveletek³⁸ tekintetében, miután azokat továbbította a Facebooknak, mivel a weboldal üzemeltetője nem volt abban a helyzetben, hogy meghatározza e műveletek céljait és eszközeit a közösségi modul beágyazása révén:

*„Az említett információk alapján azonban első látásra kizártnak tűnik, hogy a Fashion ID határozná meg azoknak a későbbi személyes adatkezelési műveleteknek a céljait és módját, amelyeket a Facebook Ireland végez el a személyes adatok Fashion ID általi továbbítását követően, és ezért a Fashion ID e műveletek tekintetében nem minősíthető [...] adatkezelőnek”.*³⁹

³⁴ A Bíróság ítélete, Wirtschaftsakademie, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388, 43. pont; A Bíróság ítélete, Jehova tanúi, C-25/17, ECLI:EU:C:2018:551, 66. pont, valamint a Bíróság ítélete, Fashion ID, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629, 70. pont.

³⁵ A Bíróság ítélete, Wirtschaftsakademie, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388, 30. pont.

³⁶ A Bíróság ítélete, Fashion ID, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629, 75. és azt követő pontok, valamint 107. pont.

³⁷ A Bíróság ítélete, Fashion ID, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629, 107. pont.

³⁸ Későbbi adatkezelés minden olyan adatkezelési művelet vagy adatkezelési műveletcsoport, amely az adatgyűjtést követi (azaz azt követően történik). A Fashion ID ügyben a kifejezés a Facebook által a továbbítást követően végzett adatkezelési műveletekre utal, amelyek esetében a Fashion ID nem tekinthető közös adatkezelőnek (mivel ténylegesen nem vesz részt az adatkezelés céljainak és eszközeinek meghatározásában). A személyes adatok gyűjtésének céljától eltérő célból történő további adatkezelés csak akkor megengedett, ha az általános adatvédelmi rendelet további adatkezelésre vonatkozó 6. cikkének (4) bekezdése teljesül. Ha például egy online kiskereskedő az egyén lakcímére vonatkozó adatokat gyűjt, a későbbi adatkezelés ezen információk tárolásából vagy későbbi törléséből áll. Ha azonban ez az online kiskereskedő később úgy dönt, hogy ezeket a személyes adatokat az érintett profiljának célzasi célokból történő bővítése érdekében kezeli, az az általános adatvédelmi rendelet 6. cikkének (4) bekezdése értelmében további adatkezelést jelentene, mivel az adatkezelés az eredeti adatgyűjtés céljától eltérő célból történik.

³⁹ A Bíróság ítélete, Fashion ID, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629, 76. pont.

38. Közös adatkezelés esetén az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (1) bekezdése értelmében az adatkezelőknek olyan megállapodást kell kötniük, amely átlátható módon meghatározza az általános adatvédelmi rendeletnek való megfeleléssel kapcsolatos felelősségüket, különös tekintettel az érintett jogainak gyakorlására, valamint az általános adatvédelmi rendelet 13. és 14. cikkében említett információk rendelkezésre bocsátásával kapcsolatos kötelezettségeikre.
39. A következő szakaszok konkrét példákkal tisztázzák a célzók és a közösségimédia-szolgáltatók szerepét a különböző célzási mechanizmusokkal kapcsolatban. Külön megfontolás tárgyát képezi, hogy ebben az összefüggésben hogyan alkalmazandók a jogszerűsége és a célhoz kötöttségre vonatkozó követelmények. Ezt követően elemezzük az átláthatóságra, az adatvédelmi hatásvizsgálatokra és a különleges adatkategóriák kezelésére vonatkozó követelményeket. Végezetül az iránymutatás foglalkozik a közös adatkezelők azon kötelezettségével, hogy az általános adatvédelmi rendelet 26. cikke értelmében megfelelő megállapodást kössenek, figyelembe véve a célzó és a közösségimédia-szolgáltató felelősségének mértékét.

5 A KÜLÖNBÖZŐ CÉLZÁSI MECHANIZMUSOK ELEMZÉSE

5.1 Áttekintés

40. A közösségimédia-felhasználók megcélozhatók a rendelkezésre bocsátott, megfigyelt vagy származtatott adatok, valamint ezek kombinációja alapján:
- a) **Az egyéneknek a rendelkezésre bocsátott adatok alapján történő megcélzása** – a „rendelkezésre bocsátott adatok” az érintett által a közösségimédia-szolgáltató és/vagy a célzó részére aktívan szolgáltatott információkra vonatkoznak.⁴⁰ Például:
 -) A közösségi média felhasználói profiljuk leírásában feltüntethetik életkorukat. A közösségimédia-szolgáltató pedig lehetővé teheti a célzást e kritérium alapján.
 -) A célzó felhasználhatja az érintett által a célzóhoz eljuttatott információkat annak érdekében, hogy konkrétan megcélozza az adott egyént, például ügyféladatokat (például e-mail-lista) segítségével, amelyeket össze kell egyeztetni a közösségimédia-platfomon már tárolt adatokkal, aminek eredményeként minden megfelelő felhasználót megcéloz a hirdetéssel.⁴¹
 - b) **Célzás megfigyelt adatok alapján** – A közösségimédia-felhasználók célzása a megfigyelt adatok alapján is történhet.⁴² A megfigyelt adatok az érintett által a szolgáltatás vagy eszköz

⁴⁰ A 29. cikk alapján létrehozott adatvédelmi munkacsoport iránymutatása az adathordozhatósághoz való jogról, WP 242 rev. 01, 2017. április 5., 10. o.

⁴¹ Lásd például a Bajorországi Közigazgatási Felsőbíróság (Németország) ítéletét, Beschluss v.26.09.2018. – 5 CS 18.1157, www.gesetze-bayern.de/Content/Document/Y-300-Z-BECKRS-B-2018-N-25018.

⁴² A viselkedésalapú online reklámról szóló, 2/2010. sz. véleményében a 29. cikk szerinti munkacsoport megjegyezte, hogy „a felhasználói profilok építése során két fő megközelítés alkalmazható: i) a prediktív profilok létrehozása az egyéni és a kollektív felhasználói viselkedés hosszabb időn át – különösen a felkeresett oldalak és a megnézett, illetve kattintással elért hirdetések vizsgálata útján – történő megfigyelésén alapul; ii) az explicit profilt olyan személyes adatokból állítják elő, amelyeket az érintettek maguk szolgáltatnak egy webes szolgáltatás számára, például regisztráció során” (29. cikk szerinti adatvédelmi munkacsoport, 2/2010. sz. vélemény a viselkedésalapú online reklámról, WP 171., 7. o.).

használata révén szolgáltatott adatok.⁴³ Például egy adott közösségimédia-felhasználót a következők alapján lehet megcélozni:

- J) tevékenysége magán a közösségimédia-platfomon (például a felhasználó által megosztott, megtekintett vagy hasonló tartalmak);
 - J) olyan eszközök használata, amelyeken a közösségi médiaalkalmazást végrehajtják (például GPS-koordináták, mobiltelefonszám);
 - J) a közösségimédia-szolgáltatók által kínált alkalmazásprogramozási felületek (API-k) vagy szoftverfejlesztési csomagok (SDK-k) harmadik fél alkalmazásfejlesztő általi használatával szerzett adatok;
 - J) közösségi beépülő modulokat vagy képpontokat tartalmazó, harmadik fél webhelyein keresztül gyűjtött adatok;
 - J) más harmadik feleken keresztül gyűjtött adatok (pl. olyan felek, amelyekkel az érintett interakcióba lépett, megvásárolt egy terméket, hűségkártyára feliratkozott); vagy
 - J) a közösségimédia-szolgáltató tulajdonában lévő vagy általa üzemeltetett vállalatok által kínált szolgáltatásokon keresztül gyűjtött adatok.
- c) **Származtatott adatok alapján történő célzás** – a „következtetésen alapuló adatokat” vagy „származtatott adatokat” az adatkezelő az érintett által szolgáltatott vagy az adatkezelő által megfigyelt adatok alapján hozza létre.⁴⁴ Például a közösségimédia-szolgáltató vagy célzó arra a következtetésre juthat, hogy az egyén a webböngészési viselkedése és/vagy hálózati kapcsolatai alapján valószínűleg érdeklődik egy bizonyos tevékenység vagy termék iránt.

5.2 A megadott adatok alapján történő célzás

5.2.1 A felhasználó által a közösségimédia-szolgáltatónak szolgáltatott adatok

41. A közösségi média használatakor az egyének aktívan nyilvánosságra hozhatnak rengeteg információt saját magukról. A közösségimédia-fiók (vagy „profil”) létrehozása számos jellemző közlését magában foglalja, ideértve a nevet, a születési időt, a nemet, a lakóhelyet, a nyelvet stb. A közösségimédia-platfom jellegétől függően a felhasználók további információkat is megadhatnak, például a kapcsolati státuszt, az érdeklődési köröket vagy a jelenlegi munkahelyet. A közösségi média felhasználói által szolgáltatott személyes adatokat a közösségimédia-szolgáltató felhasználhatja olyan kritériumok kidolgozására, amelyek lehetővé teszik a célzó számára, hogy konkrét üzeneteket intézzen a közösségi média felhasználóihoz.

1. példa:

X vállalat férfi cipőket árul, és elő kívánja mozdítani téli kollekciójának értékesítését. Hirdetési kampányához olyan 30 és 45 év közötti férfiakat kíván megcélozni, akik jelezték a közösségi médiában, hogy egyedülállóak. A közösségimédia-szolgáltató által kínált megfelelő célzási kritériumokat paraméterként használja annak a célközönségnek a meghatározásához, amelynek a hirdetését meg kell jeleníteni. Ezenkívül a célzó jelzi, hogy a hirdetést a közösségi média felhasználói számára akkor kell megjeleníteni, amikor a közösségimédia-szolgáltatást 17:00 és 20:00 óra között használják. Annak

⁴³ A 29. cikk alapján létrehozott adatvédelmi munkacsoport iránymutatása az adathordozhatósághoz való jogról, WP 242 rev. 01, 2017. április 5., 10. o.

⁴⁴ Ugyanaz.

érdekében, hogy a közösségi média felhasználóit konkrét kritériumok alapján lehessen megcélozni, a közösségimédia-szolgáltató előzetesen meghatározta, milyen típusú személyes adatokat kell felhasználni a célzasi kritériumok kidolgozásához, és milyen célzasi kritériumokat kell kínálni. A közösségimédia-szolgáltató a hirdetések megjelenítését követően bizonyos statisztikai információkat is közöl a céllal (pl. a hirdetéssel interakcióba lépő egyének demográfiai összetételéről).

A. Szerepek

42. Az 1. példában mind a célzó, mind a közösségimédia-szolgáltató részt vesz a személyes adatok kezelése céljának és eszközeinek meghatározásában. Ez azt eredményezi, hogy a hirdetés megjelenik a célközönség számára.
43. Ami a *cél* meghatározását illeti, X társaság és a közösségimédia-szolgáltató közösen határozza meg az adatkezelés célját, vagyis azt, hogy egy adott hirdetést megjelenítsenek a célközönséget alkotó egyének (ebben az esetben a közösségi média felhasználói) számára, oly módon, hogy kiválasztják az e felhasználókhoz kapcsolódó, rendelkezésre álló célzasi kritériumokat annak érdekében, hogy elérjék a vélhetőleg érdeklődő közönséget, és relevánsabb hirdetési tartalmat biztosítsanak számukra. Emellett az ugyanazon adatkezelési műveletből származó kölcsönös előnyök is fennállnak, ami további jele annak, hogy az adott X társaság és a közösségimédia-szolgáltató által követett célok elválaszthatatlanul összekapcsolódnak.⁴⁵
44. Ami az *eszközök* meghatározását illeti, a célközönség és a közösségimédia-szolgáltató közösen határozzák meg az eszközöket, amelyek a célzást eredményezik. A célzó azáltal vesz részt az eszközök meghatározásában, hogy a közösségimédia-szolgáltató által kínált szolgáltatások igénybevételét választja⁴⁶, és felkéri azt, hogy bizonyos kritériumok (pl. életkor, kapcsolati státusz, megjelenítés időzítése) alapján célozza meg a közönséget.⁴⁷ Ennek során a célzó meghatározza azokat a kritériumokat, amelyek alapján a célzás történik, és meghatározza azon személyek kategóriáit, akiknek a személyes adatait fel kell használni. Ezzel szemben a közösségimédia-szolgáltató úgy döntött, hogy a felhasználók személyes adatait úgy kezeli, hogy kidolgozza a célzasi kritériumokat, amelyeket a célzó rendelkezésére bocsát.⁴⁸ Ennek érdekében a közösségimédia-szolgáltató bizonyos döntéseket hozott az adatkezelés alapvető eszközeiről, például arról, hogy mely adatkategóriákat kell kezelni, milyen

⁴⁵ Lásd az Európai Adatvédelmi Testület 7/2020. sz. irányelvet az adatkezelőnek és az adatfeldolgozóknak az általános adatvédelmi rendeletben szereplő fogalmáról („Továbbá ha a szervezeteknek nem ugyanaz az adatkezelési célja, a közös adatkezelői minőség az EUB ítélkezési gyakorlatának fényében létrejöhet akkor is, ha az érintett szervezetek céljai szorosan összefüggnek vagy kiegészítik egymást. Ez lehet a helyzet például akkor, ha ugyanazon adatkezelési műveletből kölcsönös előny származik, feltéve, hogy az érintett szervezetek mindegyike részt vesz az adott adatkezelési művelet céljainak és eszközeinek meghatározásában”).

⁴⁶ Lásd az Európai Adatvédelmi Testület 7/2020. sz. irányelvet az adatkezelőnek és az adatfeldolgozóknak az általános adatvédelmi rendeletben szereplő fogalmáról („Továbbá a szervezet választása, hogy saját céljaira használ egy másik szervezet által kifejlesztett eszközt vagy rendszert, amely lehetővé teszi a személyes adatok kezelését, valószínűleg együttes döntésnek minősül az említett szervezetek általi adatkezelés módjáról. Ez következik a Fashion ID ügyből, amelyben az EUB arra a következtetésre jutott, hogy a Facebook által a webhely üzemeltetői számára elérhetővé tett Facebook „Tetszik” gomb beágyazásával a Fashion ID meghatározó befolyást gyakorolt a weboldal látogatói személyes adatainak gyűjtését és továbbítását magában foglaló műveletek tekintetében, és így a Facebookkal közösen meghatározta ezen adatkezelés módját”).

⁴⁷ Lásd e tekintetben a C-210/16. sz. Wirtschaftsakademie-ügyben hozott ítélet 39. pontját (ECLI:EU:C:2018:388).

⁴⁸ Lásd ugyanebben az értelemben a C-40/17. sz. Fashion ID ügyben hozott ítélet 80. pontját is: „ezeket az adatkezelési műveleteket mind a Fashion ID, mind pedig a Facebook Ireland gazdasági érdekében végzik, az utóbbi számára pedig az tekinthető a Fashion ID-nak nyújtott előny ellenértékének, hogy ezekkel az adatokkal saját kereskedelmi célokból rendelkezhet”.

célzási kritériumokat kell kínálni, és kinek kell hozzáférnie (mely típusú) személyes adatokhoz, amelyeket egy konkrét célzási kampány keretében kezelnek.⁴⁹

45. A teljesség kedvéért az Európai Adatvédelmi Testület megjegyzi, hogy a közösségimédia-szolgáltató nem minősül az általános adatvédelmi rendelet 4. cikkének (8) bekezdésében meghatározott adatfeldolgozónak.⁵⁰ Az 1. példában a közösségimédia-szolgáltató által a felhasználó személyes adatai alapján kidolgozott célzási kritériumokat a közösségi média szolgáltatója felhasználhatja jövőbeli adatkezelési műveletekhez, ami azt mutatja, hogy az utóbbi nem minősül adatfeldolgozónak. Továbbá úgy tűnik, hogy a közösségimédia-szolgáltató nem kizárólag X vállalat nevében és utasításainak megfelelően kezeli az adatokat.
46. A célzó és a közösségimédia-szolgáltató közös irányítása csak azokra az adatkezelési műveletekre terjed ki, amelyek céljait és eszközeit ténylegesen közösen határozzák meg. Kiterjed a vonatkozó célzási kritériumok kiválasztásából és a hirdetés célközönségnek való megjelenítéséből származó személyes adatok kezelésére is. Magában foglalja továbbá a közösségimédia-szolgáltató által végzett személyes adatkezelést is, amelynek célja, hogy tájékoztassa a célzót a célzási kampány eredményeiről. A közös irányítás azonban nem terjed ki azokra a műveletekre, amelyek során személyes adatokat kezelnek más szakaszokban, amelyekre a vonatkozó célzási kritériumok kiválasztását vagy a célzást és a jelentéstételt követően kerül sor (pl. új célzási kritériumok kidolgozása a közösségimédia-szolgáltató által a végrehajtott célzási kampányok alapján), és amely műveletekben a célzó nem vesz részt a célok és eszközök meghatározásában, és hasonlóképpen a közösségimédia-szolgáltató főszabály szerint nem vesz részt a célzási kampány tervezésének szakaszában azelőtt, hogy a célközönség szolgáltatója kapcsolatba lép a közösségimédia-szolgáltatóval”.⁵¹
47. A fenti elemzés változatlan marad, még akkor is, ha a célszemély csak a célközönségének paramétereit határozza meg, és nem fér hozzá az érintett felhasználók személyes adataihoz. Több szereplő ugyanazon adatkezelésért való közös felelőssége ugyanis nem követeli meg, hogy mindegyikük hozzáférjen az érintett személyes adatokhoz.⁵² Az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztet arra, hogy a személyes adatokhoz való tényleges hozzáférés nem előfeltétele a közös felelősségnek.⁵³

B. Jogalap

48. Közös adatkezelőként mindkét félnek (a közösségimédia-szolgáltatónak és a célzónak) képesnek kell lennie a közös adatkezelők felelősségi körébe tartozó személyes adatok kezelésének igazolására szolgáló jogalap (az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke) meglétének bizonyítására. Az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztet arra, hogy nincs konkrét hierarchia az általános adatvédelmi rendelet különböző jogalapjai között: az adatkezelőnek biztosítania kell, hogy a kiválasztott jogalap megfeleljen a szóban forgó adatkezelési művelet céljának és összefüggéseinek. A megfelelő jogalap meghatározása a méltányosság és a célhoz kötöttség elvéhez kapcsolódik.⁵⁴

⁴⁹ Lásd az 1/2010. sz. véleményt.

⁵⁰ Lásd az Európai Adatvédelmi Testület 7/2020. sz. iránymutatását az adatkezelő és az adatfeldolgozó általános adatvédelmi rendeletben szereplő fogalmáról.

⁵¹ Lásd még a C-40/17. sz. Fashion ID ügyben hozott ítélet 74. pontját („a természetes vagy jogi személy nem tekinthető az említett rendelkezés értelmében adatkezelőnek az adatkezelési lánc olyan korábbi vagy későbbi műveletei tekintetében, amelyek céljait és módját nem ő határozza meg”) és 101. pontját.

⁵² A Bíróság ítélete, Wirtschaftsakademie, C-210/16, ECLI:EU:C:2018:388, 38. pont; A Bíróság ítélete, Jehova tanúi, C-25/17, ECLI:EU:C:2018:551, 69. pont.

⁵³ A Bíróság 2018. július 10-i ítélete, C-25/17, ECLI:EU:C:2018:551, 68–72. pont).

⁵⁴ Lásd a 2/2019. sz. iránymutatást a személyes adatoknak az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerinti kezeléséről az érintettek részére nyújtott online szolgáltatások összefüggésében, 18. bekezdés, 2.0. verzió, 2019. október 8., elérhető itt:

49. Általánosságban két olyan jogalap létezik, amely indokolhatja a közösségi média felhasználóinak megcélzását támogató adatkezelést: az érintett hozzájárulása (az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének a) pontja) vagy a jogos érdekek (az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének f) pontja). Az adatkezelőnek mindig mérlegelnie kell, hogy az adott körülmények között mi a megfelelő jogalap. A közösségimédia-szolgáltatók tekintetében az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja nem szolgáltat jogalapot az online hirdetéshez pusztán azért, mert az ilyen hirdetés közvetve finanszírozza a szolgáltatásuk nyújtását.⁵⁵ Ugyanez vonatkozik a célzóra, mivel a közösségi média felhasználóinak megcélzása nem tekinthető semmilyen szolgáltatás szerves részének vagy a felhasználóval kötött szerződés teljesítéséhez szükségesnek.⁵⁶ Míg a tartalom személyre szabása bizonyos körülmények között bizonyos online szolgáltatások szerves és várható részét képezheti⁵⁷, az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja a közösségi média felhasználóinak megcélzása tekintetében aligha alkalmazható, amint azt ezen iránymutatás példái is szemléltetik.⁵⁸
50. Ami a jogos érdeket illeti, az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztet arra, hogy a Fashion ID ügyben az EUB megismételte, hogy ahhoz, hogy az adatkezelés a jogos érdekre támaszkodjon, három együttes feltételnek kell teljesülnie, nevezetesen a következőknek⁵⁹: i. az adatkezelő vagy az adatokat megkapó harmadik fél vagy felek jogos érdekének érvényesítése, ii. a személyes adatok kezelése valamely jogos érdek érvényesítéséhez szükséges, iii. az adatvédelemmel érintett személy alapvető jogai és szabadságai nem magasabb rendűek. Az EUB azt is megállapította, hogy közös adatkezelés esetén „*valamennyi adatkezelő esetében is fenn kell állnia ezen adatkezelési műveletek tekintetében a [...] jogos érdekek ahhoz, hogy arra tekintettel jogszerűnek lehessen minősíteni az adatkezelést*”.⁶⁰
51. Ami az 1. példát illeti, a célzó jogos érdekek tekintheti, hogy a közösségi médián keresztül nagyobb nyilvánosságot kapjanak a termékei. A közösségimédia-szolgáltató úgy tekintheti, hogy jogos érdeke abban áll, hogy hirdetési felületek értékesítésével nyereségessé tegye a közösségimédia-szolgáltatást. Az, hogy a célzó és a közösségimédia-szolgáltató hivatkozhat-e jogalapként az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének f) pontjára, attól függ, hogy teljesül-e mindhárom kumulatív feltétel, amint azt az EUB a közelmúltban megerősítette. Még ha a célzó és a közösségimédia-szolgáltató úgy is ítéli meg, hogy gazdasági érdekeik jogszerűek, ez nem jelenti szükségszerűen azt, hogy ténylegesen hivatkozhatnak az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének f) pontjára.

https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_hu.pdf

⁵⁵ Lásd a 2/2019. sz. iránymutatást a személyes adatoknak az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerinti kezeléséről az érintettek részére nyújtott online szolgáltatások összefüggésében, 52–53. bekezdés, 2.0. verzió, 2019. október 8., elérhető itt:

https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_hu.pdf

⁵⁶ Nem merülne fel a szükségesség, ha a célzó az ügyfelével fennálló közvetlen szerződéses kapcsolat és ezáltal a közvetlen hirdetés lehetősége ellenére közösségimédia-szolgáltatókra váltana.

⁵⁷ Lásd a 2/2019. sz. iránymutatást a személyes adatoknak az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerinti kezeléséről az érintettek részére nyújtott online szolgáltatások összefüggésében, 15. bekezdés, 2.0. verzió, 2019. október 8., elérhető itt:

https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_hu.pdf

⁵⁸ 2/2019 iránymutatás a személyes adatoknak az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerinti kezeléséről az érintettek részére nyújtott online szolgáltatások összefüggésében, 57. bekezdés.

⁵⁹ A Bíróság 2019. július 29-i ítélete, Fashion ID, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629, 95. pont.

⁶⁰ Uo., 97. pont.

52. A mérlegelési teszt második része magában foglalja azt, hogy a közös adatkezelőknek meg kell állapítaniuk, hogy az adatkezelés szükséges-e a jogos érdekek megvalósításához. A „szükséges” az adatkezelés és az elérni kívánt érdekek közötti kapcsolatot igényli. A „szükségesség” követelménye különösen releváns a 6. cikk (1) bekezdése f) pontjának alkalmazása során annak biztosítása érdekében, hogy a jogos érdekeken alapuló adatkezelés ne vezessen az adatkezelés szükségességének indokolatlanul tág értelmezéséhez. Más esetekhez hasonlóan ez azt jelenti, hogy mérlegelni kell, hogy rendelkezésre állnak-e más, kevésbé invazív eszközök ugyanazon cél érdekében.⁶¹
53. Annak értékelése során, hogy a célzó és a közösségimédia-szolgáltató a személyes adatok kezelésének jogalapjaként hivatkozhat-e az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének f) pontjára, a harmadik lépés az annak megállapításához szükséges mérlegelés, hogy a szóban forgó jogos érdek elsőbbséget élvez-e az érintett érdekeivel vagy alapvető jogaival és szabadságaival szemben.⁶²
54. Az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztet arra, hogy azokban az esetekben, amikor az adatkezelő jogos érdekre kíván támaszkodni, az átláthatósági kötelezettségek és a tiltakozáshoz való jog gondos mérlegelést igényelnek. Az érintettek számára lehetővé kell tenni, hogy az adatkezelés megkezdése előtt tiltakozzanak adataik célzasi célból történő kezelése ellen. A közösségi média felhasználói számára nemcsak lehetőséget kell biztosítani arra, hogy a platformhoz való hozzáféréskor tiltakozzanak a célzott hirdetések megjelenítése ellen, hanem olyan ellenőrzéseket is biztosítani kell számukra, amelyek garantálják, hogy személyes adataiknak a célzás céljából történő kezelésére már nem kerül sor, miután tiltakoztak.
55. A jogos érdekre hivatkozni kívánó célzónak a maga részéről meg kell könnyítenie az egyének számára, hogy előzetesen tiltakozzanak a közösségi média célzasi célokra történő használata ellen. Amennyiben azonban a célzónak nincs közvetlen kapcsolata az érintettel, a célzónak biztosítania kell legalább azt, hogy a közösségimédia-platform biztosítsa az érintett számára az előzetes tiltakozáshoz való jogának hatékony gyakorlásához szükséges eszközöket. Közös adatkezelőként a célzónak és a közösségimédia-szolgáltatónak tisztáznia kell, hogy az egyének tiltakozáshoz való joga (valamint egyéb jogai) hogyan érvényesül a közös megállapodással összefüggésben (lásd a 6. szakaszt). Ha a mérlegelés rámutat arra, hogy az érintett érdekei vagy alapvető jogai és szabadságai elsőbbséget élveznek a közösségimédia-szolgáltató és a célzó jogos érdekeivel szemben, a 6. cikk (1) bekezdése f) pontjának alkalmazása nem lehetséges.
56. Ami a hozzájárulás jogalapját illeti, az adatkezelőnek szem előtt kell tartania, hogy vannak olyan helyzetek, amelyekben az adatkezelés az érintett egyének érvényes hozzájárulása nélkül nem lenne jogszerű (az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének a) pontja). A 29. cikk alapján létrehozott munkacsoport korábban például úgy vélte, hogy nehéz lehet az adatkezelők számára a jogos érdek jogalként való alkalmazásának igazolása a marketing vagy reklám céljából folytatott tolokodó profilalkotási és nyomonkövetési gyakorlatok esetében, például akkor, ha ezek magukban

⁶¹ A 29. cikk szerinti munkacsoport 06/2014. számú véleménye az adatkezelő 95/46/EK irányelv 7. cikke szerinti jogszerű érdekeinek fogalmáról, WP 217, 2014. április 9., 29. o.

⁶² Az érintett egyén érdekeire, alapvető jogaira és szabadságaira gyakorolt hatás értékelésekor a következő megfontolások különösen relevánsak a közösségi média felhasználóira irányuló célzással összefüggésben: i. a célzás céljai, ii. az alkalmazott célzasi kritériumok részletessége (pl. tágabban ismertetett csoport, mint például „az angol szakirodalomban érdekelt személyek”, vagy részletesebb kritériumok a szegmentáció és a pontosabb célzás lehetővé tétele érdekében), iii. a célzasi kritériumok típusa (és kombinációja) (azaz hogy a célzás kizárólag az érintettel kapcsolatos kisebb aspektusra összpontosít, vagy jellegében átfogóbb), iv. a célzasi kritériumok kialakításához használt adatok jellege (érzékenysége), mennyisége és forrása. Lásd a 29. cikk szerinti munkacsoport 06/2014. számú véleményét az adatkezelő 95/46/EK irányelv 7. cikke szerinti jogszerű érdekeinek fogalmáról, WP 217, 2014. április 9., https://ec.europa.eu/justice/Article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp217_hu.pdf

foglalják az egyének számos weboldalon, helyen, eszközön, szolgáltatáson vagy adatközvetítőn keresztül történő nyomon követését.⁶³

57. Ahhoz, hogy az adatkezeléshez gyűjtött hozzájárulás érvényes legyen, meg kell felelnie az általános adatvédelmi rendelet 4. cikkének (11) bekezdésében és 7. cikkében meghatározott feltételeknek. Általánosságban elmondható, hogy a hozzájárulás csak akkor lehet megfelelő jogalap, ha az érintett ellenőrzési és tényleges választási lehetőséget kap. Ha a hozzájárulás a szerződéses feltételek nem tárgyalható részébe van belefoglalva, azt feltehetőleg nem önkéntesen adták. A hozzájárulásnak konkrétan, tájékoztatáson alapulónak és egyértelműnek kell lennie, és az érintettnek képesnek kell lennie arra, hogy sérelme nélkül megtagadja vagy visszavonja a hozzájárulást.⁶⁴
58. A hozzájárulás (az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének a) pontja) elképzelhető lehet, feltéve, hogy az érvényes hozzájáruláshoz szükséges valamennyi feltétel teljesül. Az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztet arra, hogy a hozzájárulás megszerzése nem cáfolja, illetve semmilyen módon nem csökkenti az adatkezelőnek az általános adatvédelmi rendeletben foglalt adatkezelési elvek – különösen annak 5. cikkében a tisztességes eljárás, a szükségesség és az arányosság, illetve az adatminőség tekintetében meghatározott elvek – betartására vonatkozó kötelezettségeit. Még ha a személyes adatok kezelése az érintett hozzájárulásán alapul is, ez nem igazolná az aránytalan vagy tisztességtelen célzást.⁶⁵
59. Végezetül az Európai Adatvédelmi Testület úgy véli, hogy az 1. példában ismertetett személyes adatkezelést sem a közösségi platform, sem a célzó nem indokolhatja a 6. cikk (1) bekezdésének b) pontja alapján.⁶⁶

5.2.2 A közösségimédia-platform felhasználója által a célzónak szolgáltatott adatok

60. A célzás kiterjedhet az érintett által a célzónak szolgáltatott adatokra is, aki ezt követően arra használja az összegyűjtött adatokat, hogy az érintettet megcélozza a közösségi médiában. Például a „listaalapú” célzás akkor fordul elő, amikor egy célzó feltölti a személyes adatok már meglévő listáit (például e-mail-címeket vagy telefonszámokat) a közösségimédia-szolgáltató számára, hogy össze lehessen egyeztetni azokat a platformon található információkkal. Ebben az esetben a közösségimédia-szolgáltató összehasonlítja a célzó által feltöltött adatokat a már birtokában lévő felhasználói adatokkal, és a megfelelő felhasználókat kizárja a célcsoportból vagy hozzáadja ahhoz (azaz azon személyek „csoportjához”, akik számára a hirdetés megjelenik a közösségimédia-platformon). A közösségimédia-szolgáltató azt is lehetővé teheti a célzó számára, hogy a lista véglegesítése előtt „ellenőrizze” a listát, ami azt jelenti, hogy bizonyos adatkezelésre már a közönség létrehozása előtt sor kerül.

⁶³ A 29. cikk alapján létrehozott munkacsoport véleménye a profilalkotásról és az automatizált döntéshozatalról, WP 251, rev. 01, 15. o., lásd még a 29. cikk alapján létrehozott munkacsoport véleményét a jogos érdekről, 32. és 48. o.: „Összességében nincs egyensúly a vállalat jogos érdeke és a felhasználók alapvető jogainak védelme között, és a 7. cikk (f) pontjára nem lehet az adatkezelés jogalapjaként hivatkozni. A 7. cikk a) pontja megfelelőbb jogalap lenne, ha az érvényes hozzájárulás feltételei teljesülnek.”

⁶⁴ Lásd a 29. cikk szerinti munkacsoport iránymutatását az (EU) 2016/679 rendelet szerinti hozzájárulásról (WP 259, rev. 01.).

⁶⁵ Lásd a 29. cikk szerinti munkacsoport iránymutatását az (EU) 2016/679 rendelet szerinti hozzájárulásról, 3–4. o. (WP 259, rev. 01.).

⁶⁶ Lásd a 2/2019. sz. iránymutatást a személyes adatoknak az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének b) pontja szerinti kezeléséről az érintettek részére nyújtott online szolgáltatások összefüggésében, 2.0. verzió, 2019. október 8., elérhető itt: https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines-art_6-1-b-adopted_after_public_consultation_hu.pdf

2. példa:

Jones kisasszony kapcsolatba lép X Bankkal, hogy időpontot foglaljon egy esetleges jelzáloggal kapcsolatban, mivel házat vásárol. E-mailben felveszi a kapcsolatot a bankkal egy találkozó időpontjának megbeszélése érdekében. A találkozót követően Jones kisasszony úgy dönt, hogy nem válik a bank ügyfelévé. A bank mindazonáltal hozzáadta Jones kisasszony e-mail-címét az ügyfelei e-mail-címeit tartalmazó adatbázisához. Ezt követően a bank az e-mail-címeket tartalmazó adatbázisát használja azáltal, hogy lehetővé teszi a közösségimédia-szolgáltató számára, hogy „párosítsa” az általa birtokolt e-mail-címeket a közösségimédia-platfomon tárolt e-mail-címekkel annak érdekében, hogy az érintett személyeket megcélozza a közösségimédia-platfomon elérhető pénzügyi szolgáltatások teljes körével.

3. példa:

Lopez úr közel egy éve az X Bank ügyfele. Amikor ügyfél lett, megadta az e-mail-címét, és X bank ekkor arról tájékoztatta, hogy: a) e-mail-címét az általa már igénybe vett banki szolgáltatásokhoz kapcsolódó ajánlatok hirdetésére használnák; és b) bármikor kifogást emelhet az adatkezelés ellen. A bank hozzáadta az e-mail-címét az ügyfelei e-mail-címeit tartalmazó adatbázisához. Ezt követően a bank az e-mail-címeket tartalmazó adatbázisát arra használja, hogy ügyfeleit megcélozza a közösségimédia-platfomon az általa kínált pénzügyi szolgáltatások teljes körével.⁶⁷

A. Szerepek

61. Ezekben a példákban a célzó, azaz a bank adatkezelőként jár el, mivel meghatározza az adatkezelés céljait és eszközeit azáltal, hogy hirdetési célból aktívan gyűjti, kezeli és továbbítja az érintett egyének személyes adatait a közösségimédia-szolgáltatónak. A közösségimédia-szolgáltató pedig azért jár el adatkezelőként, mert úgy döntött, hogy a közösségimédia-felhasználótól szerzett személyes adatokat (azaz a fiókja létrehozásakor megadott e-mail-címet) felhasználja annak érdekében, hogy a célzó hirdetést jeleníthessen meg a bizonyos személyekből álló közönség számára.
62. Közös adatkezelésről van szó azon adatkezelési műveletekkel kapcsolatban, amelyek esetében a közösségimédia-szolgáltató és a célzó közösen határozzák meg a célokat és eszközöket, ebben az esetben feltöltik a célközönséghez kapcsolódó egyedi azonosítókat, párosítást végeznek, kiválasztják a célzási kritériumokat, majd megjelenítik a hirdetést, valamint jelentést készítenek a célzási kampánnyal kapcsolatban.⁶⁸

⁶⁷ Azokban az esetekben, amikor e-mail-címeket használnak, arra hogy direkt marketinget küldjenek a felhasználóknak, az adatkezelőknek az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 13. cikkének rendelkezéseit is figyelembe kell venniük. ”.

⁶⁸ A célzó és a közösségimédia-szolgáltató által végzett adatkezelés céljainak és eszközeinek meghatározása hasonló az 1. példához (bár nem azonos azzal). Az e-mail-címek listájának feltöltésével és a további célzási kritériumok beállításával a célzó meghatározza azokat a kritériumokat, amelyek alapján a célzás történik, és meghatározza azon személyek kategóriáit, akiknek a személyes adatait fel kell használni. Ennek érdekében a közösségimédia-szolgáltató meghatározza az adatkezelés alapvető eszközeit, például azt, hogy kinek a személyes adatait kell kezelni, milyen adatkategóriákat lehet kezelni, milyen célzási kritériumokat kell kínálni, és kinek kell hozzáférnie (mely típusú) személyes adatokhoz, amelyeket egy konkrét célzási kampány keretében kezelnek. Az ezen adatkezelési műveletek mögött meghúzódó közös cél hasonlít az 1. példában meghatározott célhoz, azaz ahhoz, hogy egy bizonyos hirdetést megjelenítsenek az egyének egy csoportjának (ebben az esetben: a közösségi média felhasználóinak), akik a célközönséget alkotják.

63. A bank mindkét példában önálló adatkezelőként jár el Jones kisasszony, illetve Lopez úr e-mail-címeinek első gyűjtését illetően. A közösségimédia-szolgáltató semmilyen módon nem vesz részt a gyűjtés eszközeinek és céljainak meghatározásában. A közös adatkezelés a személyes adatok továbbításával és azoknak a közösségimédia-szolgáltató általi egyidejű gyűjtésével kezdődik. A célzott hirdetés megjelenítésének teljes időtartama alatt fennáll, és (a legtöbb esetben) akkor fejeződik be, amikor a későbbi jelentéstételi szakasz lezárul. Egyes esetekben a közös adatkezelés tovább hosszabbítható, még az adattörlés szakaszáig is, amennyiben a célzó továbbra is részt vesz a célok és eszközök meghatározásában.
64. Annak, hogy a bank egyedüli adatkezelőként jár el az e-mail-címek Jones kisasszonytól, illetve Lopez úrtól történő gyűjtése során, az az oka, hogy az adatgyűjtésre a célzasi kampányt megelőzően kerül sor (és ahhoz nem kapcsolódik elválaszthatatlanul). Ezért ebben az esetben különbséget kell tenni a kezdeti adatkezelési műveletek, amelyek esetében csak a bank az adatkezelő, és a későbbi adatkezelési műveletek között, amelyekre a közös adatkezelés vonatkozik. A bank felelőssége nem terjed ki azokra a műveletekre, amelyek a célzást és a jelentéstételt követően történnek, és amelyek esetében a célzó nem vett részt a célokban és eszközökben, továbbá amelyek tekintetében a közösségimédia-szolgáltató kizárólagos adatkezelőként jár el.

B. Jogalap

65. A 2. példa példában az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének f) pontja nem biztosít megfelelő jogalapot az adatkezelés indoklására ebben az esetben, figyelembe véve a személyes adatok rendelkezésre bocsátásának körülményeit. Jones kisasszony ugyanis kizárólag időpontegyeztetés érdekében vette fel a kapcsolatot a bankkal, amelyet követően közölte, hogy nem kívánja igénybe venni a bank által kínált szolgáltatásokat. Ezért úgy ítéltük meg, hogy Jones kisasszony ésszerűen nem várhatja, hogy személyes adatait célzasi célokra használják fel („újboldi megcélzás”). Ezenfelül az általános adatvédelmi rendelet 6. cikkének (4) bekezdése szerinti összeegyeztethetőségi vizsgálat valószínűleg ahhoz az eredményhez vezetne, hogy ez az adatkezelés nem egyeztethető össze azzal a céllal, amelyre a személyes adatokat eredetileg gyűjtötték.
66. A 3. példában a célzó az adatkezelés igazolása érdekében hivatkozhat a jogos érdekekre, figyelembe véve többek között azt, hogy Lopez úr: a) tájékoztatást kap arról, hogy e-mail-címét az érintett által használt szolgáltatásokhoz kapcsolódó szolgáltatások közösségi médián keresztül történő hirdetésére is fel lehet használni; b) a hirdetés olyan szolgáltatásokra vonatkozik, amelyek hasonlóak a Lopez úr számára már ügyfélként nyújtott szolgáltatásokhoz, és c) Lopez úrnak lehetősége volt arra, hogy tiltakozzon az adatkezelést megelőzően, amikor a bank összegyűjtötte a személyes adatait. Az Európai Adatvédelmi Testület azonban egyértelművé kívánja tenni, hogy az általános adatvédelmi rendelet 13. és 14. cikke szerinti tájékoztatási kötelezettségek teljesítése és az érdekeknek az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének f) pontja szerinti mérlegelése két különböző kötelezettségcsoport. Ezért az általános adatvédelmi rendelet 13. és 14. cikke szerinti tájékoztatási kötelezettségek pusztán teljesítése nem minősül az érdekeknek az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének f) pontja szerinti mérlegelésénél figyelembe veendő átláthatósági intézkedésnek.

5.3 A megfigyelt adatok alapján történő célzás

67. A közösségimédia-szolgáltatók többféle módon is megfigyelhetik felhasználóik viselkedését. A megfigyelés például magán a közösségimédia-szolgáltatáson keresztül, vagy külső weboldalakon is lehetséges a közösségi beépülő modulok vagy képpontok révén.

4. példa: Képpontalapú célzás

Schmidt úr az interneten böngészik, hogy hátizsákot vásároljon. Ellátogat a „BestBags.com” weboldalra, számos terméket megtekint, azonban úgy dönt, hogy nem vásárol. A „BestBags.com” üzemeltetője olyan közösségimédia-felhasználókat kíván megcélolni, akik felkeresték honlapjukat, azonban nem vásároltak. Ennek érdekében egy úgynevezett „nyomkövető képpontot”⁶⁹ épít be a weboldalára, amelyet a közösségimédia-szolgáltató tesz elérhetővé. Schmidt úr, miután kilépett a BestBags.com weboldaláról, és bejelentkezett közösségimédia-fiókjába, azokra a hátizsákokra vonatkozó hirdetéseket kezd látni, amelyek megvásárlását a BestBags.com böngészése során fontolgatott.

5. példa: Földrajzi célzás

Michu asszony okostelefonjára telepítette egy közösségimédia-szolgáltató alkalmazását. Nyaralása alatt Párizsban sétálgat. A közösségimédia-szolgáltató az okostelefonjának GPS-funkcióin keresztül folyamatosan információkat gyűjt Michu asszony tartózkodási helyéről⁷⁰, felhasználva azokat az engedélyeket, amelyeket az alkalmazás telepítésekor a közösségimédia-szolgáltató kapott. Michu asszony egy pizzéria mellett található szállodában tartózkodik. A pizzéria a közösségimédia-szolgáltató által kínált földrajzi célzási funkciót használja arra, hogy olyan egyéneket célozzon meg, akik az elmúlt 6 hónapban először tartózkodtak a pizzéria 1 km-es körzetén belül. Amikor Michu asszony a közösségimédia-szolgáltató alkalmazását okostelefonján megnyitja, a pizzéria hirdetését látja, úgy dönt, hogy éhsége csillapítása érdekében pizzát vásárol a weboldalon keresztül.

6. példa:

Ghorbani asszony egy közösségimédia-platformon fiókot hoz létre. A regisztrációs folyamat során megkérdezik, hogy hozzájárul-e személyes adatainak kezeléséhez annak érdekében, hogy a közösségimédia-oldalán célzott hirdetések jelenjenek meg olyan adatok alapján, amelyeket közvetlenül a közösségimédia-szolgáltató rendelkezésére bocsát (például életkora, neme és elhelyezkedése), valamint a közösségimédia-platformon kívüli, sütiket használó más weboldalakon végzett tevékenysége alapján. Tájékoztatást kap arról, hogy ezeket az adatokat a közösségi média beépülő modulok vagy képpontok segítségével gyűjti össze, továbbá egyértelműen leírják számára a folyamatokat, valamint azt a tényt, hogy a célzás más szervezeteket is érint, amelyek közösen felelősek az általános adatvédelmi rendeletnek való megfelelés biztosításáért. Arról is tájékoztatást kap, hogy hozzájárulását bármikor visszavonhatja, és a rendelkezésére bocsátják az adatvédelmi szabályzathoz vezető hivatkozást. Mivel Ghorbani asszony szeretné, ha közösségimédia-oldalán célzott hirdetéseket látna, hozzájárulását megadja. Ghorbani asszony hozzájárulásáig nem helyeznek el vagy gyűjtenek hirdetési sütiket.

Később ellátogat a „Thelatesthotnews.com” weboldalra, amely a közösségi oldal gomb van beépítve. Kis méretű, azonban egyértelműen látható szalaghirdetés jelenik meg a képernyő jobb sarkában, és Ghorbani asszony hozzájárulását kéri a személyes adatai közösségimédia-szolgáltató részére történő továbbításához a sütik és közösségi médiaoldalak beépülő moduljainak használatával. A weboldal

⁶⁹ A nyomkövető képpontok kis kódrészletekből állnak, amelyek a célzó weboldalába vannak integrálva. Amikor az egyén a böngészőjében a célzó weboldalra látogat, a böngésző automatikusan kérést küld a közösségimédia-szolgáltató szerverének a nyomkövető képpont megszerzésére. A nyomkövető képpont letöltését követően a közösségimédia-szolgáltató jellemzően nyomon tudja követni a felhasználó munkamenetét (azaz a szóban forgó weboldal(ok)on az egyén viselkedését). A megfigyelt adatok felhasználhatók például arra, hogy egy közösségimédia-felhasználót hozzáadjanak egy adott célközönséghez.

⁷⁰ A közösségimédia-szolgáltatók más adatpontok alapján is meghatározhatják felhasználóik hollétét, ideértve az IP-címet és a mobil eszközökből származó WiFi-információkat, illetve a felhasználó által generált adatokat (pl. ha platformon közzétett bejegyzésükben a hollétükre vonatkozó információ szerepel).

üzemeltetője vállalta a technikai intézkedéseket, hogy a hozzájárulása nélkül egyetlen személyes adatot se továbbítsanak a közösségi platformnak.

5.3.1 Szerepek

68. A 4. példa példában mind a célzó, mind a közösségimédia-szolgáltató részt vesz a személyes adatok kezelése céljainak és eszközeinek meghatározásában, ami azt eredményezi, hogy Schmidt úr számára hirdetést jelenítenek meg.
69. Ami a cél meghatározását illeti, a Bestbags.com és a közösségimédia-szolgáltató közösen határozza meg az adatkezelés célját, vagyis azt, hogy a célközönséget alkotó személyek számára konkrét hirdetést jelenítsenek meg a közösségimédia-platfornon. A képpontnak a weboldalába való beágyazásával a Bestbags.com meghatározó befolyást gyakorol az adatkezelés módjára. A honlap látogatói személyes adatainak gyűjtése és a közösségimédia-szolgáltató részére történő továbbítása nem történt volna meg e képpont beágyazása nélkül. Másrészt a közösségimédia-szolgáltató fejlesztette ki és kínálja azt a szoftverködot (képpontot), amely a személyes adatok marketingcélú automatikus gyűjtéséhez, továbbításához és értékeléséhez vezet a közösségimédia-szolgáltató számára. Ennek eredményeként közös adatkezelés áll fenn a személyes adatok gyűjtésével és képpontok útján történő továbbításával, valamint a hirdetésnek a Schmidt úrral való párosításával és azt követően a közösségi platformon való megjelenítésével, továbbá a célzasi kampányra vonatkozó esetleges jelentéstétellel kapcsolatban. Hasonló okokból a 6. példában is közös adatkezelés áll fenn.
70. Az 5. példában a pizzéria meghatározó befolyást gyakorol a személyes adatok kezelésére azáltal, hogy üzleti igényeinek megfelelően meghatározza a hirdetés paramétereit (például a pizzéria nyitvatartási idejét és a pizzériához ebben az időben közel tartózkodó személyek földrajzi elhelyezkedését), és ezért úgy kell tekinteni, hogy részt vesz az adatkezelés céljainak és eszközeinek meghatározásában. A közösségimédia-szolgáltató másrészt annak érdekében gyűjtötte a Michu asszony tartózkodási helyével kapcsolatos információkat (a GPS-en keresztül), hogy lehetővé tegye az ilyen helymeghatározáson alapuló célzott hirdetéseket. Ennek eredményeként a célzó és a közösségi platform közös adatkezelést végez Michu asszony tartózkodási helyének összegyűjtésével és elemzésével, valamint a hirdetés megjelenítésével kapcsolatban, annak érdekében, hogy a hirdetéssel megcélozza őt (mint az elmúlt 6 hónapban először a pizzériától 1 km-es távolságon belül tartózkodó személyt).

5.3.2 Jögalap

71. Először is, mivel a 4., 5. és 6. példa sütik használatával jár, figyelembe kell venni az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikkének (3) bekezdéséből eredő követelményeket.
72. E tekintetben meg kell jegyezni, hogy az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikkének (3) bekezdése előírja, hogy a felhasználókat a hozzájárulásuk megadása előtt egyértelmű és átfogó tájékoztatással kell ellátni többek között az adatkezelés céljairól⁷¹, nagyon szűk kivételektől eltekintve.⁷² Az egyértelmű és átfogó tájékoztatás azt jelenti, hogy a felhasználó képes könnyen meghatározni az általa adott hozzájárulás következményeit, és biztosítani, hogy a megadott hozzájárulás tájékoztatáson alapuló legyen.⁷³ Ennek eredményeként az adatkezelőnek tájékoztatnia

⁷¹ A Bíróság ítélete, Planet 49 GmbH, C-673/17, ECLI:EU:C:2019:801, 73. pont.

⁷² Lásd az 5/2019. számú véleményt az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv és az általános adatvédelmi rendelet közötti kölcsönhatásról, különösen az adatvédelmi hatóságok illetékessége, feladatai és hatásköre tekintetében. Lásd még a Bíróság C-40/17. sz. Fashion ID ügyben hozott ítéletének 89–91. pontját.

⁷³ Ugyanott, 74. pont.

kell az érintetteket az adatkezelés valamennyi releváns céljáról, beleértve a végberendezésen tárolt információkhoz való hozzáférés révén szerzett személyes adatok későbbi kezelését is.

73. Ahhoz, hogy az adatkezeléshez gyűjtött hozzájárulás érvényes legyen, meg kell felelnie az általános adatvédelmi rendelet 7. cikkében meghatározott feltételeknek.⁷⁴ A hozzájárulás például nem minősül érvényesnek, ha a sütik használata a szolgáltató által előre bejelölt jelölőnégyzet segítségével engedélyezett, amelyet a felhasználónak a hozzájárulás megtagadásához ki kell jelölnie.⁷⁵ A (32) preambulumbekzdés alapján az olyan tevékenységek, mint a görgetés vagy a weboldalon történő lapozás vagy hasonló felhasználói tevékenység, semmilyen körülmények között nem felelnek meg az egyértelmű és megerősítő cselekedet követelményének: az ilyen tevékenységeket nehéz megkülönböztetni a felhasználó egyéb tevékenységeitől vagy interakcióitól, ezért annak megállapítása sem lehetséges, hogy a hozzájárulás egyértelműen megtörtént. Továbbá ilyen esetben nehéz lesz a felhasználó számára olyan egyszerű módot biztosítani a hozzájárulás visszavonására, mint annak megadására.⁷⁶
74. Minden olyan (közös) adatkezelő, aki jogalapként hozzájárulásra kíván hivatkozni, felelős az érvényes hozzájárulás megszerzésének biztosításáért. A Fashion ID ügyben az EUB hangsúlyozta az érintettek jogai hatékony és időben történő védelmének fontosságát, és hogy a hozzájárulást nem csak az adatkezelésben később részt vevő közös adatkezelőnek kell megadni. Az adatkezelést megelőzően érvényes hozzájárulást kell szerezni, ami azt jelenti, hogy a (közös) adatkezelőknek fel kell mérniük, mikor és hogyan kell információt szolgáltatniuk, és hozzájárulást szerezniük. Másként fogalmazva, az a kérdés, hogy a közös adatkezelők közül melyik legyen felelős a hozzájárulás megszerzéséért, annak meghatározására korlátozódik, hogy melyikük lép interakcióba elsőként az érintettel. A 6. példában, mivel a sütik elhelyezése és a személyes adatok kezelése a fiók létrehozásakor történik, a közösségimédia-szolgáltatónak a hirdetési sütik elhelyezése előtt be kell szereznie az érvényes hozzájárulást.
75. Az Európai Adatvédelmi Testület arra is emlékeztet, hogy olyan esetben, ha a kért hozzájárulásra több (közös) adatkezelőnek kell hivatkoznia, vagy ha az adatokat az eredeti hozzájárulásra hivatkozni kívánó más adatkezelők részére kell továbbítani, vagy azokat e más adatkezelőknek kell kezelniük, mindezeket a szervezeteket meg kell nevezni.⁷⁷ Amennyiben nem minden közös adatkezelő ismert abban a pillanatban, amikor a közösségimédia-szolgáltató a hozzájárulást kéri, az utóbbit szükségszerűen ki kell egészíteni további információkkal és a közösségimédia-modult beágyazó weboldal üzemeltetője (azaz a 6. példában a *Thelatesthotnews.com*) által gyűjtött hozzájárulással.
76. Az Európai Adatvédelmi Testület hangsúlyozza, hogy a weboldala által generált személyes adatok továbbításához (közösségi beépülő modul beágyazásával) a weboldal üzemeltetője által begyűjtendő hozzájárulás csak olyan személyes adatkezelési műveletre vagy műveletek sorozatára vonatkozik, amelynek céljait és eszközeit az üzemeltető ténylegesen meghatározza⁷⁸. A 6. példában például a hozzájárulásnak a weboldal üzemeltetője, azaz „Thelatesthotnews.com” általi összegyűjtése nem szünteti meg vagy semmilyen módon nem csökkenti a közösségimédia-szolgáltató arra vonatkozó kötelezettségét, hogy biztosítsa, hogy az érintett érvényes hozzájárulást adjon az általa közös

⁷⁴ Az Európai Adatvédelmi Testület 05/2020 sz. iránymutatása az (EU) 2016/679 rendelet szerinti hozzájárulásról, 1.1. verzió, 6. o.

⁷⁵ A Bíróság ítélete, Planet 49, C-637/17, ECLI:EU:C:2019:263, 57. pont.

⁷⁶ Az Európai Adatvédelmi Testület 05/2020 sz. iránymutatása az (EU) 2016/679 rendelet szerinti hozzájárulásról, 1.1. verzió, 19. o.

⁷⁷ Az Európai Adatvédelmi Testület 05/2020 sz. iránymutatása az (EU) 2016/679 rendelet szerinti hozzájárulásról, 1.1. verzió, 16. o., 65. bekezdés.

⁷⁸ A Bíróság 2019. július 29-i ítélete, Fashion ID, C-40/17, ECLI:EU:C:1993:629, 100–101. pont.

adatkezelőként végzett adatkezeléshez⁷⁹, valamint minden olyan későbbi vagy további adatkezeléshez, amelynek céljait és eszközeit a weboldal üzemeltetője nem közösen határozza meg (pl. célzási célokból végzett, későbbi profilalkotási műveletek).

77. Ezenkívül a személyes adatok – többek között a süti, közösségi beépülő modulok vagy képpontok révén megszerzett személyes adatok – bármely későbbi kezelésének az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke szerinti jogalappal is rendelkeznie kell ahhoz, hogy jogszerű legyen.⁸⁰ Ami a 4., 5. és 6. példában szereplő adatkezelés jogalapját illeti, az Európai Adatvédelmi Testület úgy véli, hogy a jogos érdek nem szolgálhat megfelelő jogalapként, mivel a célzás az egyének viselkedésének a nyomonkövetési technológiákat alkalmazó weboldalakon és helyszíneken történő nyomon követésére támaszkodik.⁸¹
78. Ezért ilyen körülmények között az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke szerinti későbbi adatkezelés megfelelő jogalapja szintén az érintett hozzájárulása lehet. Az általános adatvédelmi rendelet 6. cikkének való megfelelés értékelésekor ugyanis figyelembe kell venni, hogy az adatkezelés egésze olyan konkrét tevékenységeket foglal magában, amelyek tekintetében az uniós jogalkotó további védelmet kívánt nyújtani.⁸² Ezen túlmenően az adatkezelőknek a megfelelő jogalap meghatározásakor figyelembe kell venniük az érintettek jogaira gyakorolt hatást a méltányosság elvének tiszteletben tartása érdekében.⁸³

5.4 A származtatott adatok alapján történő célzás

79. A származtatott adatok olyan adatok, amelyeket az adatkezelő az érintett által szolgáltatott adatok alapján hoz létre (függetlenül attól, hogy ezeket az adatokat megfigyelte, vagy az érintett aktívan szolgáltatotta azokat, vagy ezek kombinációjából származnak).⁸⁴ Az érintettekről a közösségimédia-szolgáltató és a célzó egyaránt vonhat le következtetéseket.
80. A felhasználói viselkedésének hosszú távú, a közösségi médián belüli és kívüli nyomon követése révén (pl. megtekintett oldalak, az egyes oldalakon töltött idő, az adott oldal újbóli felkereséseinek száma, a keresett szavak, a követett hiperhivatkozások, kedvelések száma) például a közösségimédia-szolgáltató képes lehet arra, hogy információkra következtessen a közösségi média felhasználójának érdeklődési köreivel és egyéb jellemzőivel kapcsolatban. Hasonlóképpen előfordulhat, hogy a célzó konkrét egyénekre vonatkozó adatokat is levezethet, és ezt a tudást felhasználhatja, amikor célzottan hirdetéseket jelenít meg a közösségi média oldalán .

⁷⁹ Ez annál is inkább így van, mivel a legtöbb célzási eszköz esetében a közösségi média végzi a felhasználó végberendezésén az olvasási/írási műveleteket, mivel célzott hirdetés céljából gyűjti a személyes adatokat. A közösségimédia-szolgáltató ezért felelős az érvényes hozzájárulás beszerzéséért.

⁸⁰ 5/2019. számú vélemény az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv és az általános adatvédelmi rendelet közötti kölcsönhatásról, különösen az adatvédelmi hatóságok illetékessége, feladatai és hatásköre tekintetében, 41. bekezdés.

⁸¹ A 29. cikk alapján létrehozott munkacsoport véleménye a profilalkotásról és az automatizált döntéshozatalról, WP 251, rev. 01, 15. o., lásd még a 29. cikk alapján létrehozott munkacsoport véleményét a jogos érdekről, 32. és 48. o.: „Összességében nincs egyensúly a vállalat jogos érdeke és a felhasználók alapvető jogainak védelme között, és a 7. cikk (f) pontjára nem lehet az adatkezelés jogalapjaként hivatkozni. A 7. cikk a) pontja megfelelőbb jogalap lenne, ha az érvényes hozzájárulás feltételei teljesülnek.”

⁸² 5/2019. számú vélemény az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv és az általános adatvédelmi rendelet közötti kölcsönhatásról, különösen az adatvédelmi hatóságok illetékessége, feladatai és hatásköre tekintetében, 41. bekezdés.

⁸³ Európai Adatvédelmi Testület, [2/2019. sz. iránymutatás a személyes adatoknak az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke \(1\) bekezdésének b\) pontja szerinti kezeléséről az érintettek részére nyújtott online szolgáltatások összefüggésében](#), 2.0. verzió, 2019. október 8., 1. bekezdés.

⁸⁴ Lásd továbbá a 29. cikk alapján létrehozott adatvédelmi munkacsoport iránymutatását az adathordozhatósághoz való jogról, WP 242 rev. 01, 2017. április 5., 10. o.

7. példa:

Delucca asszony gyakran „kedveli” a „Beautifulart” művészeti galéria által a közösségi oldalán közzétett fényképeket, amelyek az impresszionista festő, Pataolito műveit ábrázolják. Z. múzeum a közelgő kiállítására való tekintettel impresszionista festmények iránt érdeklődő személyeket kíván vonzani. Z. múzeum a közösségimédia-szolgáltató által kínált alábbi célzási kritériumokat alkalmazza: „érdeklődik az impresszionizmus iránt”, nem, életkor és lakóhely. Delucca asszony ezt követően a közösségimédia-oldalán megkapja a Z. múzeum célzott hirdetését a Z. múzeum közelgő kiállításával kapcsolatban.

8. példa:

Leon úr közösségimédia-oldalán jelezte, hogy érdeklődik a sport iránt. Mobiltelefonjára letöltött egy alkalmazást, hogy kövesse a kedvenc sportmeccseinek legújabb eredményeit, laptopján a www.livesportsresults.com oldalt állította be kezdőlapnak, és gyakran a legújabb internetes sporteredmények keresésére használja a munkahelyén található asztali számítógépét. Számos internetes szerencsejáték weboldalát is látogat. A közösségimédia-szolgáltató Leon úr online tevékenységét több eszközén, azaz a laptopján, a mobiltelefonján és az asztali számítógépén keresztül is nyomon követi. E tevékenység és a Leon úr által szolgáltatott információk alapján a közösségimédia-szolgáltató arra a következtetésre jut, hogy Leon úr érdeklődik az online fogadások iránt. Emellett a közösségimédia-platform célzási kritériumokat dolgozott ki, amelyek lehetővé teszik a vállalatok számára, hogy olyan embereket célozzanak meg, akik valószínűleg impulzívok és kisebb jövedelemmel rendelkeznek. Az online fogadásokkal foglalkozó „bestpaydayloans” társaság azokat a felhasználókat kívánja megcélozni, akik érdeklődnek a fogadás iránt, és valószínűleg nagy számban kötnek fogadásokat. Ezért kiválasztja a közösségimédia-szolgáltató által kínált kritériumokat, hogy megcélozza azt a célközönséget, amelynek a hirdetését meg kell jeleníteni.

5.4.1 Szerepek

81. A különböző szereplők szerepének meghatározását illetően az Európai Adatvédelmi Testület a következőket állapítja meg: a 7. példában a Z. múzeum és a közösségimédia-szolgáltató közös adatkezelést folytat a személyes adatok célzott hirdetés céljából történő kezelése tekintetében, figyelembe véve ezen adatoknak a közösségimédia-platfomon a „kedvelési” funkción keresztül történő gyűjtését, valamint a közösségimédia-szolgáltató által annak érdekében végzett „elemzést”, hogy a célzónak olyan célzási kritériumot („impresszionizmus iránt érdeklődő”) nyújtson, amely illeszkedik a hirdetés megjelenítésének céljához.⁸⁵
82. A 8. példában a „bestpaydayloans” és a közösségimédia-szolgáltatók közös adatkezelést végeznek a közösen meghatározott adatkezelési műveletek – ebben az esetben a célzási kritériumok kiválasztása és a hirdetés ezt követő megjelenítése –, valamint a célzási kampányra vonatkozó jelentések tekintetében.

5.4.2 Jogonalap

83. A közösségi média felhasználóinak hirdetési célú, származtatott adatok alapján történő megcélzása jellemzően profilalkotást foglal magában.⁸⁶ A 29. cikk szerinti munkacsoport korábban tisztázta, hogy

⁸⁵ Ami a közösségi oldalakat illeti, a közös adatkezelés feltételei teljesülhetnek a közösségimédia-szolgáltató által az oldal adminisztrátora részére rendelkezésre bocsátott statisztikai információkkal kapcsolatban is: lásd a Bíróság C-210/16. sz. Wirtschaftsakademie-ügyben hozott ítéletét.

⁸⁶ Az Európai Adatvédelmi Testület megjegyzi, hogy profilalkotásra a korábbi példákban is sor kerülhetett.

az általános adatvédelmi rendelet szerint a profilalkotás a személyes adatok automatizált kezelése, amelynek célja a személyes szempontok értékelése, különösen az egyénekre vonatkozó előrejelzések elemzése vagy megtétele, hozzátéve, hogy „[a]z »értékelés« szó használata arra utal, hogy a profilalkotás együtt jár a személyre vonatkozó valamilyen értékeléssel vagy megítéléssel”.⁸⁷ A profilalkotás az általános adatvédelmi rendelet 6. cikkének (1) bekezdésében foglalt bármely jogalap alapján jogszerű lehet, az adott jogalap érvényességétől függően.

84. A 7. példában az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikkének (3) bekezdése alkalmazandó, amennyiben Delucca asszony oldalán a Pataolito festőhöz kapcsolódó hirdetés megjelenítése olvasási/írási műveletet tesz szükségessé, hogy a „kedvelést” össze lehessen párosítani a közösségimédia-szolgáltató által korábban rendelkezésére bocsátott információkkal. E műveletekhez ezért hozzájárulásra lesz szükség.
85. Ami a 8. példát illeti, az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztet arra, hogy az olyan automatizált döntéshozatal esetében, amely joghatással jár, vagy az érintettet hasonlóan jelentős mértékben érinti, az adatkezelők az általános adatvédelmi rendelet 22. cikkében meghatározottak szerint a következő kivételekre támaszkodhatnak:
-) az érintett kifejezett hozzájárulása;
 -) az automatizált döntéshozatal szükségessége a szerződés megkötésével vagy teljesítésével kapcsolatban; vagy
 -) az adatkezelőre vonatkozó uniós vagy tagállami jog szerinti engedély.
86. A 29. cikk szerinti munkacsoport már megállapította, hogy „[s]ok tipikus esetben a profilalkotáson alapuló célzott reklám bemutatására vonatkozó döntésnek nem lesz hasonlóan jelentős mértékű hatása a természetes személyekre (...). Azonban elképzelhető, hogy lehet ilyen hatása az eset sajátos jellemzőitől függően, ideértve:
-) a profilalkotási folyamat tolakodó jellegét, beleértve a természetes személyek nyomon követését különböző weboldalakon, eszközökön és szolgáltatásokon keresztül;
 -) az érintett természetes személyek elvárásait és kívánságait;
 -) a hirdetés közlésének módját; vagy
 -) a célba vett érintettek sebezhetőségére vonatkozó ismeretek felhasználását”.⁸⁸
87. Amennyiben a közösségimédia-szolgáltató által végzett profilalkotás valószínűleg „hasonlóan jelentős [hatást]” gyakorol az érintettre, a 22. cikket kell alkalmazni. Az adatkezelőnek (vagy adott esetben a közös adatkezelőknek) minden egyes esetben értékelnie kell, hogy a célzás „hasonlóan jelentős [hatást]” gyakorol-e az érintettre, figyelembe véve a célzás konkrét tényeit.
88. A 8. példában ismertetett körülmények között az online fogadásra irányuló hirdetések megjelenítése az általános adatvédelmi rendelet 22. cikkének hatálya alá tartozhat (mivel azokra a pénzügyi szempontból kiszolgáltatott személyekre irányul, akik olyan online fogadások iránt érdeklődnek, amelyek jelentősen és hátrányosan érinthetik pénzügyi helyzetüket). Ezért a 22. cikkel összhangban kifejezett hozzájárulásra lenne szükség. Ezenkívül a nyomonkövetési technikák alkalmazása kiváltja az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv 5. cikke (3) bekezdésének alkalmazhatóságát, ami az

⁸⁷ Iránymutatás az (EU) 2016/679 rendelet alkalmazásában az egyedi ügyekben történő automatizált döntéshozatalról és profilalkotásról, WP 251 rev. 01., 7. o.

⁸⁸ Iránymutatás az (EU) 2016/679 rendelet alkalmazásában az egyedi ügyekben történő automatizált döntéshozatalról és profilalkotásról, WP 251 rev. 01., 22. o.

előzetes hozzájárulás követelményét eredményezi. Végezetül az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztet arra, hogy ahhoz, hogy az adatkezelés jogszerű legyen, az adatkezelőnek eseti értékelést kell végeznie, és a hozzájárulás megszerzése nem csökkenti az általános adatvédelmi rendelet 5. cikkében meghatározott, tisztességességgel, szükségességgel, arányossággal és adatminőséggel kapcsolatos követelmények betartására vonatkozó egyéb kötelezettségeket.

6 ÁTLÁTHATÓSÁG ÉS HOZZÁFÉRÉSI JOG

89. Az általános adatvédelmi rendelet 5. cikke (1) bekezdésének a) pontja szerint a személyes adatokat az érintett vonatkozásában tisztességesen és átlátható módon kell kezelni. Az általános adatvédelmi rendelet 5. cikke (1) bekezdésének b) pontja azt is kimondja, hogy a személyes adatok gyűjtése csak meghatározott, egyértelmű és törvényes célból történhet. Az általános adatvédelmi rendelet 12., 13. és 14. cikke konkrét rendelkezéseket tartalmaz az adatkezelő átláthatósági kötelezettségeire vonatkozóan. Végezetül a (39) preambulumbekkezdés kimondja, hogy „*a természetes személyek számára átláthatónak kell lennie, hogy a rájuk vonatkozó személyes adataikat hogyan gyűjtik, használják fel, azokba hogy tekintenek bele vagy azokat milyen egyéb módon kezelik, valamint azzal összefüggésben, hogy a személyes adatokat milyen mértékben kezelik vagy fogják kezelni*”.⁸⁹
90. Az érintettek számára a személyes adataik kezelésének módjával kapcsolatban nyújtott tájékoztatásnak minden esetben tömörnek, átláthatónak, érthetőnek és könnyen hozzáférhetőnek kell lennie, valamint egyértelmű és közérthető nyelvezetet kell használnia.
91. Az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztet arra, hogy a „hirdetés” szó pusztá használata nem lenne elegendő ahhoz, hogy a felhasználókat tájékoztassák arról, hogy tevékenységüket célzott hirdetés céljából követik nyomon. Az egyének számára átláthatóvá kell tenni, hogy milyen típusú adatkezelési tevékenységeket folytatnak, és hogy ez mit jelent az érintett számára a gyakorlatban. Az érintetteket könnyen érthető nyelven tájékoztatni kell arról, hogy a közösségi platform vagy a célzó alkot-e profilt a platformon vagy a célzó weboldalán tanúsított online viselkedésük alapján, és információt kell biztosítani a felhasználóknak az ilyen profilok megalkotásához gyűjtött, valamint a célzó általi célzást és viselkedésalapú hirdetést lehetővé tévő személyes adatok típusáról.⁹⁰ A felhasználók számára a releváns információkat közvetlenül a képernyőn, interaktív módon és adott esetben vagy szükség esetén többszintű tájékoztató útján kell biztosítani.⁹¹

6.1 A megállapodás lényege és a nyújtandó tájékoztatás (az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (2) bekezdése)

92. Az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (1) bekezdése szerint a közös adatkezelők „*átlátható módon, a közöttük létrejött megállapodásban határozzák meg az e rendelet szerinti kötelezettségek teljesítéséért fennálló, különösen az érintett jogainak gyakorlásával és a 13. és a 14. cikkben említett információk rendelkezésre bocsátásával kapcsolatos feladataikkal összefüggő felelősségük megosztását, kivéve azt az esetet és annyiban, ha és amennyiben az adatkezelőkre vonatkozó*

⁸⁹ Lásd továbbá a 29. cikk szerinti munkacsoport iránymutatását az (EU) 2016/679 rendelet szerinti átláthatóságról, WP 260, rev. 01., 2018. április 11., https://ec.europa.eu/newsroom/Article29/item-detail.cfm?item_id=622227

⁹⁰ Hivatkozás az Európai Adatvédelmi Testületnek az (EU) 2016/679 rendelet szerinti átláthatóságról szóló iránymutatására.

⁹¹ A 29. cikk szerinti munkacsoport iránymutatása az (EU) 2016/679 rendelet szerinti hozzájárulásról, WP 259, rev. 01., 24. és 35. bekezdés.

felelősség megoszlását a rájuk alkalmazandó uniós vagy tagállami jog határozza meg. A megállapodásban az érintettek számára kapcsolattartót lehet kijelölni”.

93. Az átláthatóság elvének további kifejeződése az a kötelezettség, hogy az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (2) bekezdésével összhangban az érintett rendelkezésére kell bocsátani a közös adatkezelési megállapodás lényegét. Az általános adatvédelmi rendelet 26. cikke ugyanis előírja, hogy a közös adatkezelőknek megfelelő intézkedéseket kell hozniuk annak biztosítása érdekében, hogy az érintettek tisztában legyenek a felelősségi körök megosztásával.
94. Alapelv, hogy az érintettnek nyújtott tájékoztatásnak ki kell terjednie az adatkezelési művelet(ek) valamennyi vonatkozására, amely(ek)ért a közös adatkezelők közösen felelősek. Az érintett ugyanis jogosult arra, hogy kezdettől fogva minden információt megkapjon (ideértve a tervezett későbbi adatkezelésre vonatkozó információkat is, amennyiben közös adatkezelésről van szó) annak érdekében, hogy a tájékoztatás tisztességes és megfelelő legyen. Pontosabban, e közös megállapodásnak biztosítania kell, hogy az érintett megkapja az általános adatvédelmi rendelet 13. és 14. cikkében előírt tájékoztatást, többek között a megosztott vagy szorosan kapcsolódó célokról, az adatmegőrzési időről, a harmadik feleknek történő továbbításról stb., amelyet az adatgyűjtéskor vagy az adatkezelés megkezdése előtt közölni kell az érintettel. A megállapodásnak egyértelművé kell tennie, hogy e tekintetben kit terhel a felelősség. E követelmények teljesítése érdekében az ilyen megállapodásnak világos és átfogó tájékoztatást kell tartalmaznia a kapcsolódó adatkezelésre vonatkozóan, adott esetben magyarázattal az adatkezelés különböző szakaszairól és szereplőiről.⁹²
95. Bár mindkét közös adatkezelő köteles tájékoztatást adni, amennyiben közös felelősség áll fenn, kölcsönösen megállapodhatnak abban, hogy az egyiküket megbízzák az érintettek kezdeti tájékoztatásával, különösen azokban az esetekben, amikor csak az egyik adatkezelő lép kapcsolatba a felhasználókkal az adatkezelést megelőzően, például a honlapján keresztül⁹³. Az érintett számára biztosítandó, ilyen információcserének a közös megállapodás szerves részét kell képeznie (pl. egy függelék formájában). Amennyiben az egyik közös adatkezelő nem rendelkezik részletes információkkal, mert például nem ismeri az adatkezelési tevékenységek pontos technikai végrehajtását, a másik közös adatkezelőnek minden szükséges információt meg kell adnia ahhoz, hogy az érintettet az általános adatvédelmi rendelet 13. és 14. cikkével összhangban teljes körű tájékoztatásban részesíthesse.
96. Az Európai Adatvédelmi Testület megjegyzi, hogy az adatkezelők nem felelősek közvetlenül az általános adatvédelmi rendelet 13. és 14. cikkében előírt, a közös adatkezelés hatálya alá nem tartozó, további adatkezelési műveletekkel kapcsolatos tájékoztatást biztosításáért. Ezért a célzó nem felelős közvetlenül a közösségimédia-platform által végzett további adatkezeléssel kapcsolatos tájékoztatást biztosításáért.⁹⁴
97. Az Európai Adatvédelmi Testület azonban hangsúlyozza, hogy a személyes adatokat tovább felhasználni kívánó közös adatkezelőnek az általános adatvédelmi rendelet 14. cikkének (4) bekezdése,

⁹² 1/2010. sz. vélemény az „adatkezelő” és az „adatfeldolgozó” fogalmáról, WP 169, 28. o.

⁹³ A Bíróság 2019. július 29-i ítélete, Fashion ID, C-40/17, ECLI:EU:C:2019:629, 102. és 105. pont.

⁹⁴ Amint azt az Európai Adatvédelmi Testületnek az általános adatvédelmi rendeletben szereplő adatkezelő és adatfeldolgozó fogalmairól szóló, 7/2020. sz. iránymutatása egyértelművé teszi, az egyes adatkezelők kötelessége annak biztosítása, hogy az adatokat ne kezeljék tovább olyan módon, amely összeegyeztethetetlen azokkal a célokkal, amelyek miatt az adatokat megosztó adatkezelő eredetileg gyűjtötte azokat. Bevált gyakorlat lehet, hogy az adatkezelő, aki további célokból kívánja kezelni a személyes adatokat, elegendő eszközt biztosít a személyes adatokat továbbító másik adatkezelő számára annak megállapítására, hogy valóban létezik-e jogalap, amely valószínűleg a hozzájárulás lenne, és hogy az érintetteket megfelelően tájékoztatták, mivel ez lehetővé tenné a célzó számára annak biztosítását, hogy a közösségimédia-szolgáltatónak történő továbbítás jogszerű legyen.

valamint a 6. cikk (4) bekezdése szerinti, további adatkezelés összeegyeztethetőségére vonatkozó kötelezettség alapján konkrét tájékoztatási kötelezettségei vannak e további adatkezelés tekintetében, amennyiben nem áll fenn a közös felelősség. A célzó és a közösségimédia-szolgáltató például megállapodhat abban, hogy a célzó bizonyos információkat a közösségimédia-szolgáltató nevében rendelkezésre bocsásson. Végző soron azonban továbbra is a közösségimédia-szolgáltató felelős annak biztosításáért, hogy az érintett megkapja a szolgáltató ellenőrzése alá tartozó valamennyi adatkezelési tevékenységgel kapcsolatos releváns információkat.

A 3. példában (Lopez úr a közösségimédia-oldalán X Bank hirdetésével célozzák meg, miután a Bank feltöltötte e-mail-címét a közösségimédia-szolgáltatónak) a Banknak tájékoztatnia kell Lopez urat arról, hogy e-mail-címét a közösségimédia-szolgáltatón keresztül a banki szolgáltatásokhoz kapcsolódó ajánlatok hirdetésére fogja használni. A közösségimédia-szolgáltató általi további adatkezelésnek jogszerűnek és azzal a céllal összeegyeztethetőnek kell lennie, amelyből a Bank az adatokat gyűjtötte.

Ezenkívül, amennyiben a közösségimédia-szolgáltató más célból kívánja tovább kezelni Lopez úr e-mail-címét, biztosítani kell, hogy Lopez úr megkapja az általános adatvédelmi rendelet 14. cikkének (4) bekezdésében előírt tájékoztatást.

A közösségimédia-szolgáltató és a Bank megállapodhat abban, hogy a Bank a közösségimédia-szolgáltató nevében tájékoztatja Lopez urat a vonatkozó információkról. Még ha ez az eset áll is fenn, végző soron továbbra is a közösségimédia-szolgáltató felelős annak biztosításáért, hogy az érintett megkapja az összes olyan adatkezelési tevékenységgel kapcsolatos releváns tájékoztatást, amelyért (egyedül) felelős. Ez a kötelezettség nem alkalmazandó, ha a Bank az általános adatvédelmi rendelet 14. cikke (5) bekezdésének a) pontjával összhangban már tájékoztatta Lopez urat erről az adatkezelésről.

Ezeket az átláthatósági kötelezettségeket a jogalapra vonatkozó külön kötelezettségek sérelme nélkül kell figyelembe venni.

98. Minden közös adatkezelő felelős annak biztosításáért, hogy a megállapodás lényegét az érintett rendelkezésére bocsássák. A gyakorlatban a megállapodás lényegét közvetlenül elérhetővé kell tenni a platformon, az adatvédelmi szabályzatban hivatkozottak szerint, és közvetlenül hozzáférhetővé kell tenni egy hivatkozás segítségével, például a célzó közösségimédia-platformon található oldalán vagy olyan hivatkozásokon, mint például a „miért látom ezt a hirdetést?”.

6.2 Hozzáférési jog (15. cikk)

99. Az adatkezelőknek lehetővé kell tenniük a felhasználók számára, hogy könnyen és teljes körűen gyakorolhassák az érintetti jogait. Az érintett számára könnyen használható és hatékony eszköznek kell rendelkezésre állnia annak biztosítása érdekében, hogy bármikor könnyen gyakorolhassa valamennyi jogát, különösen a törléshez, a tiltakozáshoz való jogot és az általános adatvédelmi rendelet 15. cikke szerinti hozzáférési jogot.⁹⁵ A következő bekezdések arra összpontosítanak, hogy a

⁹⁵ Az általános adatvédelmi rendelet 15. cikkének (1) és (2) bekezdése részletezi az adataihoz való hozzáférést kérő érintettnek nyújtandó tájékoztatást. Az általános adatvédelmi rendelet 15. cikkének (3) és (4) bekezdése szabályozza a másolat szerzéséhez való jogot.

közösségi média felhasználóinak megcélzása során hogyan és kinek kell biztosítani a hozzáférési jogot.⁹⁶

100. Általában véve az általános adatvédelmi rendelet 15. cikkének (1) bekezdésében foglalt követelmények teljesítése és a teljes átláthatóság biztosítása érdekében az adatkezelők fontolóra vehetik egy olyan mechanizmus bevezetését, amelynek segítségével az érintettek ellenőrizhetik profiljukat, ideértve az azok kialakításához felhasznált információk és források részleteit is. Az érintettnek képesnek kell lennie arra, hogy megismerje a célzó személyazonosságát, az adatkezelőknek pedig meg kell könnyíteniük a célzással kapcsolatos információkhoz való hozzáférést, beleértve az alkalmazott célzási kritériumokat, valamint az általános adatvédelmi rendelet 15. cikkében előírt egyéb információkat.⁹⁷
101. Az érintettek számára biztosítandó hozzáférési joggal kapcsolatban a (63) preambulumbekzdés szerint *„[h]a lehetséges, az adatkezelő távoli hozzáférést biztosíthat egy biztonságos rendszerhez, amelyen keresztül az érintett a saját személyes adataihoz közvetlenül hozzáférhet”*. A közösségimédia-szolgáltatók konkrét jellemzői – az online környezet, a felhasználói fiók megléte – azt sugallják, hogy az érintett számára könnyen lehet biztosítani a személyes adataihoz való távoli hozzáférést az általános adatvédelmi rendelet 15. cikkének (1) és (2) bekezdésével összhangban. Ebben az esetben a távoli hozzáférés tekinthető az általános adatvédelmi rendelet 12. cikkének (1) bekezdése értelmében vett *„megfelelő intézkedésnek”*, figyelembe véve azt is, hogy ez tipikusan olyan helyzet, *„amikor a szereplők nagy száma és a gyakorlat technológiai összetettsége megnehezíti az érintett számára annak megismerését és megértését, hogy gyűjtenek-e róla személyes adatokat, és ha igen, ki és milyen célból, ilyen például az online reklámozás esete”* (lásd az (58) preambulumbekzdést, amely konkrét példaként kifejezetten feltünteti az *„online reklámozást”*). Emellett az általános adatvédelmi rendelet 15. cikkének (3) bekezdésével összhangban kérésre a megcélzott közösségimédia-felhasználók számára is rendelkezésre kell bocsátani a rájuk vonatkozó személyes adatok másolatát.
102. Az általános adatvédelmi rendelet 15. cikke (1) bekezdésének c) pontja szerint a felhasználónak hozzáféréssel kell rendelkeznie különösen a következőkkel kapcsolatos információkhoz: *„azon címzettek vagy címzettek kategóriái, akikkel, illetve amelyekkel a személyes adatokat közölték vagy közölni fogják, ideértve különösen a harmadik országbeli címzetteket, illetve a nemzetközi szervezeteket”*. A 4. cikk (9) bekezdése szerint a *„címzett”* kifejezés arra a természetes vagy jogi személyre, hatóságra, ügynökségre vagy más szervre utal, akivel vagy amellyel a személyes adatokat közlik, függetlenül attól, hogy harmadik fél-e vagy sem. A célzó nem feltétlenül minősül a személyes adatok *„címzettjének”* (lásd: 1. példa), mivel előfordulhat, hogy a személyes adatokat nem közlik vele, hanem a megcélzott ügyfelek statisztikáit összesített vagy anonimizált formában kapja meg, pl. kampánya részeként vagy az arra vonatkozó teljesítmény-felülvizsgálat keretében. Mindazonáltal, amennyiben a célzó közös adatkezelőként jár el, azt a közösségimédia-felhasználó számára ekként kell azonosítani.

⁹⁶ Lásd az Európai Adatvédelmi Testületnek az (EU) 2016/679 rendelet szerinti átláthatóságról szóló iránymutatását, 35. o.

⁹⁷ A profilalkotással összefüggésben az általános adatvédelmi rendelet 15. cikke szerinti információkkal kapcsolatban további részletekért lásd a 29. cikk szerinti adatvédelmi munkacsoport iránymutatását, WP 251 rev. 01., 17. o. (*„A 15. cikk feljogosítja az érintettet, hogy tájékoztatást kapjon a profilalkotáshoz felhasznált bármilyen személyes adat részleteiről, ideértve a profil kialakításához használt adatkategóriákat. Az adatkezelésre vonatkozó, a 15. cikk (3) bekezdése szerinti általános tájékoztatáson felül az adatkezelő köteles rendelkezésre bocsátani a profil kialakításához bemenetként felhasznált adatokat, továbbá hozzáférést biztosítani a profilra vonatkozó információhoz és arra vonatkozó részleteket megadni, hogy az érintettet mely szegmensekbe sorolták”).* Fontos, hogy ezeket az információkat az érintett egyedi helyzetéhez kell igazítani, kiegészítve az 1. és 14. cikk alapján már megadott információkat.

103. Bár az általános adatvédelmi rendelet 15. cikkét az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (1) bekezdése nem határozza meg kifejezetten, e cikk szövege az általános adatvédelmi rendelet szerinti „megfelelési kötelezettségekre” vonatkozik, amely magában foglalja az általános adatvédelmi rendelet 15. cikkét is.
104. Annak érdekében, hogy az érintettek hatékonyan és könnyen gyakorolhassák jogaikat, a közösségimédia-szolgáltató és a célszemély közötti megállapodás kijelölhet egy kapcsolattartó pontot az érintettek számára. A közös adatkezelők elvben szabadon meghatározhatják egymás között, hogy ki feleljen az érintettek kérelmeinek megválaszolásáért és azok teljesítéséért, de nem zárhatják ki annak lehetőségét, hogy az érintett bármelyikükkel kapcsolatban és bármelyikükkel szemben gyakorolja jogait (az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (3) bekezdése). Ezért a célzóknak és a közösségimédia-szolgáltatóknak biztosítaniuk kell, hogy megfelelő mechanizmus álljon rendelkezésre ahhoz, hogy az érintettek felhasználóbarát módon férhessenek hozzá személyes adataikhoz (ideértve az alkalmazott célzási kritériumokat is), valamint az általános adatvédelmi rendelet 15. cikkében előírt valamennyi információhoz.

7 ADATVÉDELMI HATÁSVIZSGÁLATOK

105. Elvben a tervezett célzási műveletek megkezdése előtt mindkét közös adatkezelőnek ellenőriznie kell az általános adatvédelmi rendelet 35. cikkének (4) bekezdése, valamint (71), (75) és (91) preambulumbekzdése alapján nemzeti szinten elfogadott azon adatkezelési műveletek listáját, amelyek „valószínűleg magas kockázattal járnak” annak megállapítása érdekében, hogy a kijelölt célzás megfelel-e az adatvédelmi hatásvizsgálat elvégzésére vonatkozó követelmény hatálya alá tartozó adatkezelési műveletek bármelyik típusának. Annak értékeléséhez, hogy a tervezett célzási műveletek „valószínűleg magas kockázattal járnak-e”, és szükség van-e adatvédelmi hatásvizsgálatra, figyelembe kell venni az adatvédelmi hatásvizsgálatra vonatkozó iránymutatásban meghatározott kritériumokat⁹⁸, valamint a felügyeleti hatóságok által összeállított azon adatkezelési műveletek listáját is, amelyek az adatvédelmi hatásvizsgálatra vonatkozó követelmény hatálya alá tartoznak (a 35. cikk (4) bekezdése alapján).
106. Egyes esetekben a reklámozott termék vagy szolgáltatás jellege, az üzenet tartalma vagy a hirdetés kézbesítésének módja hatással lehet az egyénekre, amelynek hatását tovább kell vizsgálni. Ez előfordulhat például a kiszolgáltatott helyzetben lévő személyeket célzó termékek esetében. A hirdetési kampány céljától és intruzív jellegétől függően, vagy ha a célzás megfigyelt, származtatott vagy levont személyes adatok kezelésével jár, további kockázatok merülhetnek fel.
107. Az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (1) bekezdésében kifejezetten említett kötelezettségeken túlmenően a közös adatkezelőknek kötelezettségeik meghatározásakor más kötelezettségeket is figyelembe kell venniük. Amint azt az Európai Adatvédelmi Testület adatvédelmi hatásvizsgálatokról szóló iránymutatása kimondja, „amennyiben az adatkezelési művelet közös adatkezelőket érint, pontosan meg kell határozniuk a kötelezettségeiket”.
108. Következésképpen mindkét közös adatkezelőnek értékelnie kell, hogy szükség van-e adatvédelmi hatásvizsgálatra. Amennyiben adatvédelmi hatásvizsgálatra van szükség, mindketten felelősek e kötelezettség teljesítéséért. Az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztet arra, hogy az adatvédelmi hatásvizsgálatnak a személyes adatok kezelésének egészével kell foglalkoznia, ami azt jelenti, hogy elvben mindkét közös adatkezelőnek részt kell vennie az adatvédelmi hatásvizsgálat megvalósításában.

⁹⁸ Lásd az Európai Adatvédelmi Testület iránymutatását az adatvédelmi hatásvizsgálat elvégzéséhez és annak megállapításához, hogy az adatkezelés az (EU) 2016/679 rendelet alkalmazásában „valószínűsíthetően magas kockázattal jár”-e, WP 248 rev. 0.

Ebben az összefüggésben mindkét adatkezelőnek biztosítania kell, hogy elegendő információval rendelkezzen az adatkezelésről ahhoz, hogy elvégezze az előírt adatvédelmi hatásvizsgálatot.⁹⁹ Ez azt jelenti, hogy „minden adatkezelőnek ki kell fejeznie igényeit, és hasznos információkat kell megosztania a titkok megsértése (pl.: kereskedelmi titkok, szellemi tulajdon, bizalmas üzleti információk védelme) vagy a sebezhetőségek közzétevése nélkül”.¹⁰⁰

109. A gyakorlatban lehetséges, hogy a közös adatkezelők úgy döntenek, hogy az egyiküket bízzák meg az adatvédelmi hatásvizsgálat végrehajtásával. Ezt meg kell határozni a közös megállapodásban, a közös felelősség fennállásának sérelme nélkül. Valóban előfordulhat, hogy az egyik adatkezelő alkalmasabb bizonyos adatkezelési műveletek értékelésére. Ez az adatkezelő például – a kontextustól függően – lehet az, aki magasabb szintű ellenőrzéssel és ismeretekkel rendelkezik a célzasi folyamatról, különösen a telepített rendszer back-endjéről vagy az adatkezelés módjáról.
110. Minden adatvédelmi hatásvizsgálatnak magában kell foglalnia a kockázatok kezelését célzó intézkedéseket, ideértve a személyes adatok védelmét és az általános adatvédelmi rendelettel való összhang igazolását szolgáló, az érintettek és más személyek jogait és jogos érdekeit figyelembe vevő garanciákat, biztonsági intézkedéseket és mechanizmusokat. Ha az azonosított kockázatokat nem lehet megfelelően kezelni (azaz a fennmaradó kockázatok továbbra is magasak), a közös adatkezelők felelősek az adott felügyeleti hatóságokkal való előzetes konzultáció biztosításáért. Ha a célzás sértené az általános adatvédelmi rendeletet, különösen azért, mert a kockázatokat nem azonosították vagy csökkentették megfelelően, a célzásra nem kerülhet sor.

9. példa:

A „Letschangetheworld” politikai párt arra kívánja ösztönözni a közösségi média felhasználóit, hogy szavazzanak egy adott politikai jelöltre a közelgő választásokon. Olyan időseket szeretnének megcélozni, akik az ország vidéki területein élnek, rendszeresen járnak templomba, és az elmúlt 2 évben nem utaztak külföldre.

111. A közösségimédia-platform és a politikai párt közös adatkezelést folytat a profil megfeleltetése és a célzott hirdetés megjelenítése tekintetében. Mind a Letschangetheworld politikai pártnak, mind a közösségimédia-platformnak értékelnie kell, hogy szükség van-e adatvédelmi hatásvizsgálatra. Ebben a példában ugyanis mindketten kellő ismeretekkel rendelkeznek az egyén megcélzására használt kritériumokról annak megállapításához, hogy az adatkezelés valószínűleg magas kockázattal jár.
112. Amennyiben adatvédelmi hatásvizsgálatra van szükség, a közös megállapodásnak foglalkoznia kell azzal a kérdéssel, hogy az adatkezelőknek hogyan kell azt végrehajtaniuk, és biztosítania kell a vonatkozó ismeretek cseréjét. Ebben a példában előfordulhat, hogy a közösségimédia-platform alkalmasabb bizonyos adatkezelési műveletek értékelésére, amennyiben a politikai párt csupán általános célzasi kritériumokat választ.

⁹⁹ Az Európai Adatvédelmi Testület megismétli, hogy nincs szükség adatvédelmi hatásvizsgálatra, ha az adatkezelés jellege, hatóköre, kontextusa és céljai nagyon hasonlóak ahhoz az adatkezeléshez, amelyre vonatkozóan adatvédelmi hatásvizsgálatot végeztek. Ilyen esetekben a hasonló adatkezelésre vonatkozó adatvédelmi hatásvizsgálat eredményei használhatók, lásd a 29. cikk szerinti adatvédelmi munkacsoport iránymutatását az adatvédelmi hatásvizsgálat elvégzéséről és annak megállapításáról, hogy az adatkezelés az (EU) 2016/679 rendelet alkalmazásában „valószínűsíthetően magas kockázattal” jár-e, WP 248 rev. 01., 12. o.

¹⁰⁰ Ugyanott, 8. oldal.

8 KÜLÖNLEGES ADATKATEGÓRIÁK

8.1 Mi minősül különleges adatkategóriának?

113. Az általános adatvédelmi rendelet különleges védelmet biztosít azon személyes adatok számára, amelyek különösen érzékenyek az egyének alapvető jogai és szabadságai tekintetében. Ezeket az adatokat az általános adatvédelmi rendelet 9. cikke a személyes adatok különleges kategóriáiként határozza meg, és azok magukban foglalják az egyén egészségi állapotára, faji vagy etnikai származására, biometriájára, vallási vagy világnézeti meggyőződésére, politikai véleményére, szakszervezeti tagságára, szexuális életére vagy szexuális irányultságára vonatkozó adatokat.
114. Az adatkezelők csak akkor kezelhetnek különleges adatkategóriákat, ha teljesíteni tudják az általános adatvédelmi rendelet 9. cikkének (2) bekezdésében meghatározott feltételek valamelyikét, például megszerezték az érintett kifejezett hozzájárulását, vagy az adatokat az érintett egyértelműen nyilvánosságra hozta. Az általános adatvédelmi rendelet 9. cikkében foglalt feltételek mellett a különleges adatkategóriák kezelésének az általános adatvédelmi rendelet 6. cikkében meghatározott jogalapra kell épülnie, és azt az általános adatvédelmi rendelet 5. cikkében meghatározott alapelvekkel összhangban kell végezni.
115. Emellett a személyes adatok különleges kategóriáinak kezelése releváns az általános adatvédelmi rendelet 24., 25., 28. és 32. cikke szerinti megfelelő intézkedések értékelése során, valamint annak meghatározása szempontjából is, hogy el kell-e végezni az adatvédelmi hatásvizsgálatot az általános adatvédelmi rendelet 35. cikke szerint, és ki kell-e nevezni adatvédelmi tisztviselőt az általános adatvédelmi rendelet 37. cikke alapján.
116. A közösségi médiával és a célzással összefüggésben meg kell határozni, hogy a személyes adatok kezelése „különleges adatkategóriákat” érint-e, és hogy ezeket az adatokat a közösségi média szolgáltatója, a célzó vagy mindkettő kezeli-e. Ha a személyes adatok különleges kategóriáit kezelik, meg kell határozni, hogy a közösségimédia-szolgáltató és a célzó jogszerűen kezelheti-e ezeket az adatokat, és ha igen, milyen feltételek mellett.
117. Ha a közösségimédia-szolgáltató célzási célokra kezeli az adatok különleges kategóriáját, meg kell találnia a jogalapot az általános adatvédelmi rendelet 6. cikkében foglalt adatkezeléshez, és az általános adatvédelmi rendelet 9. cikkének (2) bekezdése szerinti kivételre, például az általános adatvédelmi rendelet 9. cikke (2) bekezdésének a) pontja szerinti kifejezett hozzájárulásra kell támaszkodnia. Ha a célzó közösségimédia-szolgáltatót vesz igénybe, és kéri, hogy a közösségimédia-szolgáltató az adatok e különleges kategóriája célzozza meg a felhasználókat, a célzó a közösségimédia-szolgáltatóval közösen felel a különleges kategóriájú adatok kezeléséért.
118. A következő jogi elemzés megvizsgálja a különböző helyzeteket, amikor ilyen adatkezelésre kerülhet sor, valamint azok jogi következményeit.

8.1.1 Kifejezett különleges adatkategóriák

119. Időnként a kezelt személyes adatok egyértelműen az adatok különleges kategóriáiba tartoznak, pl. nyilatkozat egy adott politikai pártban vagy vallási egyesületben betöltött tagságról.

10. példa:

Flora asszony közösségimédia-profiljában kifejezetten feltünteti, hogy tagja a GreenestPlanet politikai pártnak. A „Long lives the Earth” környezetvédelmi szervezet meg kívánja célozni a GreenestPlanet politikai párt tagjai közé tartozó közösségimédia-felhasználókat, hogy célzott üzeneteket küldjön nekik.

120. A 10. példában a közösségimédia-szolgáltató és a környezetvédelmi szervezet közös adatkezelőként jár el.¹⁰¹ Amennyiben a környezetvédelmi szervezet arra kéri a közösségimédia-szolgáltatót, hogy politikai véleményük alapján célozza meg a felhasználókat, mindkét adatkezelő hozzájárul az általános adatvédelmi rendelet 9. cikkében meghatározott különleges adatkategóriák kezeléséhez. Ezen adatok kezelése a 9. cikk (1) bekezdése értelmében elméletileg tilos. Ezért mind a közösségimédia-szolgáltatónak, mind a környezetvédelmi szervezetnek képesnek kell lennie arra, hogy a 9. cikk (2) bekezdése szerinti mentességek egyikére támaszkodjon kezelésük során. Emellett mindkettőnek rendelkeznie kell a 6. cikk szerinti jogalappal. A 9. cikk (2) bekezdésében foglalt mentességek közül úgy tűnik, hogy ebben a helyzetben az egyetlen alkalmazandó mentesség az érintett kifejezett hozzájárulásának megszerzése az általános adatvédelmi rendelet 9. cikke (2) bekezdésének a) pontja alapján, vagy az, hogy Flora asszony az általános adatvédelmi rendelet 9. cikke (2) bekezdésének e) pontjával összhangban nyilvánvalóan nyilvánosságra hozta a személyes adatokat.

8.1.2 Származtatott és kombinált különleges adatkategóriák

121. A különleges kategóriájú adatokkal kapcsolatos feltevések vagy következtetések is a személyes adatok különleges kategóriáját képeznek, például arra vonatkozóan, hogy egy adott személy valószínűleg egy adott pártra fog szavazni, miután liberális véleményeket hirdető oldalt keres fel. Hasonlóképpen, ahogy azt az Európai Adatvédelmi Testület korábban megállapította, „a profilalkotás különleges adatkategóriát hozhat létre olyan adatokból, amelyek önmagukban nem minősülnek különleges adatkategóriának, azonban más adatokkal kombinálva azzá válnak. Például előfordulhat, hogy egy adott személy egészségi állapota levezethető az élelmiszer-vásárlásra vonatkozó adataiból, valamint az élelmiszerek minőségére és energiaértékére vonatkozó adatokból”.¹⁰²

122. Például egy egyszerű nyilatkozat vagy egyetlen helymeghatározó vagy hasonló adat kezelése, amely azt mutatja, hogy egy felhasználó (egyszer vagy néhány alkalommal) meglátogatott egy bizonyos vallási meggyőződésű személyek által jellemzően látogatott helyet, általában önmagában nem minősül különleges adatkategóriák kezelésének. Különleges adatkategóriák kezelésének tekinthető azonban, ha ezeket az adatokat más adatokkal kombinálják, vagy abban a kontextusban, amelyben az adatokat kezelik vagy amilyen célokra felhasználják őket.

11. példa:

Novak úr közösségimédia-fiókjának profilja csak olyan általános információkat tartalmaz, mint a neve és lakóhelye, azonban az állapotfrissítése azt mutatja, hogy gyakran kereste fel a City Church egyházat, ahol istentiszteleten vett részt. Később a City Church egyház vallási üzenetekkel kívánja megcélozni a látogatókat, hogy arra ösztönözze a keresztényeket, hogy csatlakozzanak a gyülekezethez. Ilyen körülmények között a Novak úr állapotfrissítésében található személyes adatoknak az ilyen célzás céljából történő felhasználása a személyes adatok különleges kategóriáinak kezelésének minősül.

123. Ha egy közösségimédia-szolgáltató vagy célzó a megfigyelt adatokat arra használja fel, hogy a felhasználókat bizonyos vallási, világnézeti vagy politikai meggyőződéssel rendelkezőnek minősítse – függetlenül attól, hogy a besorolás helyes/valós-e –, a felhasználó e kategorizálását nyilvánvalóan a személyes adatok különleges kategóriái kezelésének kell tekinteni ebben az összefüggésben. Mindaddig, amíg a kategorizálás lehetővé teszi a különleges kategóriájú adatok alapján történő célzást, nem számít, hogy a kategóriát hogyan címkézik.

12. példa:

¹⁰¹ Lásd az elemzést az 5.2.1. fejezetben.

¹⁰² A 29. cikk szerinti adatvédelmi munkacsoport iránymutatása az automatizált döntéshozatalról és a profilalkotásról az (EU) 2016/679 rendelet alkalmazásában, WP 251 rev. 01, 15. o.

Sifuentes úr közösségimédia-profiljában rendszeres állapotfrissítések, bejelentkezések stb. formájában információkat tesz közzé, ami azt jelzi, hogy rendszeresen részt vesz a „Mind, Body and Spirit Movement” által szervezett tevékenységekben. Bár nincs kifejezett kijelentés a filozófiai meggyőződésről, a felhasználó által közzétett valamennyi frissítés, bejelentkezés és hasonló adat – azok összevetése esetén – határozottan arra utal, hogy Sifuentes úr bizonyos filozófiai meggyőződéssel bír.

13. példa:

Egy közösségimédia-szolgáltató az Allgrove asszony által a közösségimédia-profilján az életkorával, érdeklődésével és címével kapcsolatban aktívan megadott adatokat használja fel, és azokat összekapcsolja a közösségimédia-platfomon általa felkeresett weboldalakra és a „kedveléseire” vonatkozó megfigyelt adatokkal. A közösségimédia-szolgáltató arra használja az adatokat, hogy levonja a következtetést, miszerint Allgrove asszony baloldali liberális, és őt a „baloldali liberális politika iránt érdeklődő” kategóriába sorolja, és ezt a kategóriát a célzott hirdetések célzói számára elérhetővé teszi.

124. A 12. példában a nagy mennyiségű információ és a különleges kategóriájú adatokon alapuló célzás megelőzésére irányuló intézkedések hiánya azt jelenti, hogy különleges adatkategóriák kezeléséről van szó. Ugyanakkor önmagában az a tény, hogy egy közösségimédia-szolgáltató nagy mennyiségű olyan adatot kezel, amely potenciálisan felhasználható különleges adatkategóriák megállapításához, nem jelenti automatikusan azt, hogy az adatkezelés az általános adatvédelmi rendelet 9. cikkének hatálya alá tartozik. A 9. cikk nem alkalmazható, ha a közösségimédia-szolgáltató által végzett adatkezelés nem vezet különleges adatkategóriák levezetéséhez, és ha a közösségimédia-szolgáltató intézkedéseket hozott annak megakadályozására, hogy az ilyen adatok levezethetők vagy célzási célokra felhasználhatók legyenek. Mindenesetre a felhasználókra vonatkozó nagyszámú személyes adat kezelése különleges kockázatokkal járhat a természetes személyek jogaira és szabadságaira nézve, amelyeket az általános adatvédelmi rendelet 32. cikkében előírt megfelelő biztonsági intézkedések végrehajtásával, valamint az általános adatvédelmi rendelet 35. cikke szerint elvégzendő adatvédelmi hatásvizsgálat eredményének figyelembevételével kell kezelni.
125. A 13. példában a „baloldali liberális politika iránt érdeklődő” célzási kategória felajánlása és használata különleges adatkategóriák kezelését jelenti, mivel ez a kategória könnyen használható a baloldali liberális politikai meggyőződésű egyének megcélzására. A közösségimédia-szolgáltató azáltal, hogy a felhasználóhoz származtatott politikai véleményt rendel, különleges adatkategóriákat kezel. Az általános adatvédelmi rendelet 9. cikkének alkalmazásában nem releváns, hogy a felhasználó valóban a baloldali liberális politika támogatója-e. Az sem releváns, hogy a célzási kategóriát „... iránt érdeklődő”-nek, nem pedig „támogatja a/az...”-nak nevezik, mivel a felhasználót a származtatott politikai érdeklődési körön alapuló célzási kategóriába sorolják.

14. példa:

Svenson úr pszichológiai értékelést tartalmazó pályaalakmassági tesztet végez, amelyet a YourPerfectJob vállalat dolgozott ki, és amely egy közösségimédia-platfomon érhető el, és a közösségimédia-szolgáltató által biztosított alkalmazásprogramozási felületet (API) használja. A YourPerfectJob adatokat gyűjt Svenson úr tanulmányairól, foglalkoztatási státuszáról, életkoráról, hobbijairól, posztjairól, e-mail-címéről és kapcsolatairól. A YourPerfectJob az API-n keresztül szerzi be az adatokat a Svenson úr által a közösségimédia-fiókján keresztül megadott „engedélyekkel” összhangban. Az alkalmazás kifejezett célja annak előrejelzése, hogy egy adott felhasználónak mi lenne a legjobb karrierút.

A közösségimédia-szolgáltató tudta vagy jóváhagyása nélkül a YouPerfectJob ezeket az információkat arra használja fel, hogy számos személyes szempontot – többek között személyiségjegyeit, pszichológiai profilját és politikai meggyőződését – kikövetkeztessen belőlük. A YourPerfectJob később úgy dönt, hogy ezt az információt arra használja fel, hogy egy politikai párt nevében megszólítsa Svenson urat, a közösségimédia-szolgáltató e-mail-alapú célzási funkciójának használatával, anélkül, hogy a közösségimédia-szolgáltató által kínált bármely más célzási kritériumot alkalmazná.

A 14. példában a célzó a személyes adatok különleges kategóriáit kezeli, míg a közösségimédia-szolgáltató nem. Svenson úr politikai meggyőződésének értékelése és azonosítása ugyanis a közösségimédia-szolgáltató bevonása nélkül történik.¹⁰³ A 14. példában említett célzás az általános adatvédelmi rendelet 9. cikkében foglalt általános tilalom mellett a tisztességre, az átláthatóságra és a célhoz kötöttségre vonatkozó követelmények megsértését is jelenti. Svenson úr ugyanis nem kap megfelelő tájékoztatást arról, hogy a vele kapcsolatos személyes adatokat politikai célból fogják kezelni, ami ráadásul nem tűnik összeegyeztethetőnek a pályaalakmassági teszttel.

126. Míg a 14. példában szereplő közösségimédia-szolgáltató adatkezelési tevékenységei nem minősülnek az általános adatvédelmi rendelet 9. cikke szerinti különleges adatkategóriák kezelésének, a közösségimédia-szolgáltató felelős azért, hogy az általános adatvédelmi rendelet követelményeinek való megfelelés, valamint az érintettek jogainak az általános adatvédelmi rendelet 24. és 25. cikke szerinti védelme érdekében integrálja a szükséges garanciákat az adatkezelésbe.

8.2 A 9. cikk (2) bekezdése szerinti, a kifejezetten nyilvánosságra hozott adatok különleges kategóriáira vonatkozó kivétel

127. Az általános adatvédelmi rendelet 9. cikke (2) bekezdésének e) pontja lehetővé teszi a különleges adatkategóriák kezelését azokban az esetekben, amikor az érintett az adatokat kifejezetten nyilvánosságra hozta. A „kifejezetten” kifejezés azt jelenti, hogy magas küszöbértékre van szükség ahhoz, hogy erre a mentességre lehessen hivatkozni. Az Európai Adatvédelmi Testület megjegyzi, hogy egyetlen elem megléte nem mindig elegendő annak megállapításához, hogy az érintett „kifejezetten” nyilvánosságra hozta az adatokat. A gyakorlatban a következő vagy egyéb elemek kombinációját is figyelembe kell venni ahhoz, hogy az adatkezelők bizonyítsák, hogy az érintett kifejezetten kinyilvánította az adatok nyilvánosságra hozatalára irányuló szándékát, és eseti értékelésre van szükség. A következő elemek lehetnek relevánsak az értékelés támogatása szempontjából:

- i. a közösségimédia-platform alapértelmezett beállításai (azaz hogy az érintett tett-e konkrét intézkedést annak érdekében, hogy ezeket az alapértelmezett privát beállításokat nyilvánossá tette); vagy
- ii. a közösségimédia-platform jellege, azaz hogy ez a platform szervesen kapcsolódik-e azzal, hogy az érintett kapcsolatot tartson a közeli ismerőseivel, vagy intim kapcsolatokat alakítson

¹⁰³ A 14. példában nem áll fenn közös adatkezelés a közösségimédia-szolgáltató és a YourPerfectJob között a személyes adatok gyűjtésének pillanatában, mivel az adatkezelés e szakaszában nem közösen határozzák meg a személyes adatok YourPerfectJob céljaira történő gyűjtésének és későbbi vagy további kezelésének céljait. Az Európai Adatvédelmi Testület emlékeztetni kíván arra, hogy a szerepek és felelősségi körök elemzését eseti alapon kell elvégezni, és hogy az erre a konkrét példára vonatkozó következtetés nem érinti az Európai Adatvédelmi Testület által az API-kkal kapcsolatban elvégezhető további munkát. Természetesen más lenne a helyzet, ha a közösségimédia-szolgáltató a személyes adatok rendelkezésre bocsátása mellett részt venne a YourPerfectJob által követett cél meghatározásában is. Mindenesetre a célzó és a közösségimédia-szolgáltató között továbbra is fennáll a közös adatkezelés a listaalapú célzás alkalmazása tekintetében.

ki (pl. online ismerkedési platformok), vagy az a célja, hogy szélesebb körű interperszonális kapcsolatokat biztosítson, például szakmai kapcsolatokat, vagy mikroblogolást, médiamegosztást, online felülvizsgálatok megosztására irányuló közösségi platformokat stb.; vagy

iii. annak az oldalnak a hozzáférhetősége, ahol a különleges adatokat közzéteszik (azaz hogy az információ nyilvánosan hozzáférhető-e, vagy például fiók létrehozása szükséges az információhoz való hozzáférés előtt); vagy

iv. az információ láthatósága abban az esetben, ha az érintett tájékoztatást kap a közzétett információk nyilvános jellegéről (pl. az oldalon van-e folyamatos szalaghirdetés, vagy a közzétételre szolgáló gomb tájékoztatja az érintettet arról, hogy az információt nyilvánosságra hozzák stb.); vagy

v. ha az érintett maga tette közzé a különleges adatokat, vagy ehelyett az adatokat harmadik fél tette közzé (pl. egy barát által közzétett fénykép, amely érzékeny adatokat tár fel), vagy az adatok származtatottak.

128. Az Európai Adatvédelmi Testület megjegyzi, hogy egyetlen elem meglete nem mindig elegendő annak megállapításához, hogy az érintett „kifejezetten” nyilvánosságra hozta az adatokat. A gyakorlatban ezek vagy egyéb elemek kombinációját is figyelembe kell venni ahhoz, hogy az adatkezelők bizonyítsák, hogy az érintett kifejezetten kinyilvánította az adatok nyilvánosságra hozatalára irányuló szándékát, és eseti értékelésre van szükség.

15. példa:

Jansen úr fiókot hozott létre egy mikroblogolással kapcsolatos közösségimédia-platformon. A profiljának kitöltése során jelezte, hogy homoszexuális. Konzervatívként úgy döntött, hogy konzervatív csoportokhoz csatlakozik, és a regisztráció során tájékoztatást kapott arról, hogy az általa a platformon közvetített üzenetek nyilvánosak. Egy konzervatív politikai párt a közösségi média célzasi eszközeinek felhasználásával olyan személyeket kíván megcélozni, akik ugyanolyan politikai meggyőződéssel és szexuális irányultsággal rendelkeznek, mint Jansen úr.

129. Mivel a tagok szexuális irányultsága alapesetben „privát”, és mivel Jansen úr semmilyen lépést nem tett annak nyilvánosságra hozatala érdekében, nem tekinthető úgy, hogy azt kifejezetten nyilvánosságra hozta volna. Ezenkívül a politikai hovatartozására vonatkozó adatokat sem hozta kifejezetten nyilvánosságra, annak ellenére, i. hogy a mikroblogolással kapcsolatos közösségimédia-platform milyen jellegű, és hogy az a célja, hogy az információkat megossza a széles nyilvánossággal, valamint ii. hogy tájékoztatták a fórumokon általa közzétett üzenetek nyilvános jellegéről. Ezenkívül, bár csatlakozott a konzervatizmussal kapcsolatos nyilvános fórumokhoz, nem lehet ezen érzékeny adatok alapján megcélozni, mivel a közösségi média platformja von le következtetést Jansen úr politikai hovatartozásáról, és nem az érintett kifejezett szándéka, hogy ezeket az adatokat egyértelműen nyilvánosságra hozza, ráadásul ez a következtetés valótlannak bizonyulhat. Ezért nem lehet politikai hovatartozásra vonatkozó adatok alapján megcélozni őt. Más szóval az egyes konkrét esetek körülményeit figyelembe kell venni annak értékelésekor, hogy az adatokat az érintett kifejezetten nyilvánosságra hozta-e.¹⁰⁴

¹⁰⁴ A 29. cikk szerinti munkacsoport a bűnüldözési irányelv néhány kulcsfontosságú kérdéséről szóló véleményében (WP 258., 2017. 11. 29., 10. o.) egyértelművé tette, hogy az „érintett által kifejezetten nyilvánosságra hozott” kifejezést úgy kell értelmezni, hogy az azt jelenti, hogy az érintett tudatában van annak, hogy az adott adatok mindenki, köztük a hatóságok számára is nyilvánosan hozzáférhetőek lesznek; ezért „kétségtelenül” kell értelmezést kell alkalmazni...”.

9 KÖZÖS ADATKEZELÉS ÉS FELELŐSSÉG

9.1 Közös adatkezelői megállapodás és a felelősségi körök meghatározása (az általános adatvédelmi rendelet 26. cikke)

130. Az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (1) bekezdése előírja a közös adatkezelők számára, hogy átlátható módon kell meghatározniuk az általános adatvédelmi rendeletben foglalt kötelezettségeknek való megfeleléssel kapcsolatos felelősségüket, ideértve – a fentiekben kifejtettek szerint – az átláthatóságra vonatkozó követelményeket is.
131. A hatályt illetően az Európai Adatvédelmi Testület úgy véli, hogy a célzók és a közösségimédia-szolgáltatók közötti megállapodásnak ki kell terjednie minden olyan adatkezelési műveletre, amelyért közösen felelősek (azaz amelyek a közös ellenőrzésük alatt állnak). Ha csak felületes és hiányos megállapodást kötnének, a célzók és a közösségimédia-szolgáltatók megsértenék az általános adatvédelmi rendelet 26. cikke szerinti kötelezettségeiket.

Például a 4. példában a megállapodásnak ki kell terjednie a személyes adatok teljes kezelésére, amennyiben közös adatkezelésről van szó, azaz onnan kezdve, hogy Schmidt úr „BestBags.com” oldalon tett látogatása során személyes adatokat gyűjtöttek követési képpont segítségével, egészen odáig, hogy a közösségimédia-oldalán hirdetést jelenítettek meg neki, valamint adott esetben a célzási kampánnyal kapcsolatos jelentést készítették.

132. Az átfogó megállapodás kialakítása érdekében mind a közösségimédia-szolgáltatónak, mind a célzónak ismernie kell a folyamatban lévő konkrét adatkezelési műveleteket, és kellően részletes információkkal kell rendelkeznie azokról. A célzó és a közösségimédia-szolgáltató közötti megállapodásnak ezért tartalmaznia kell minden olyan szükséges információt (vagy hivatkoznia kell azokra), amely lehetővé teszi mindkét fél számára az általános adatvédelmi rendelet szerinti kötelezettségeik teljesítését, ideértve az általános adatvédelmi rendelet 5. cikkének (1) bekezdésében foglalt elveknek való megfelelésre vonatkozó kötelezettségüket és az általános adatvédelmi rendelet 5. cikkének (2) bekezdése szerinti megfelelésük bizonyítására vonatkozó kötelezettségüket is.
133. Ha például az adatkezelő az általános adatvédelmi rendelet 6. cikke (1) bekezdésének f) pontjára kíván jogalapként hivatkozni, többek között ismernie kell az adatkezelés mértékét annak megállapítása érdekében, hogy az adatkezelő(k) érdekei elsőbbséget élveznek-e az érintettek érdekeivel vagy alapvető jogaival és szabadságaival szemben. Az adatkezelésre vonatkozó elegendő információ hiányában ilyen értékelés nem végezhető el. A szükséges információk közös megállapodással összefüggésben történő beillesztésének vagy az azokra való hivatkozás fontosságát nem lehet túlbecsülni, különösen olyan helyzetekben, amikor az egyik fél szinte kizárólagosan rendelkezik az általános adatvédelmi rendeletnek való megfeleléshez mindkét fél számára szükséges ismeretekkel és hozzáféréssel.

Például az 1. példában, amikor X társaság azt vizsgálja, hogy hivatkozhat-e jogalapként a jogos érdekre annak érdekében, hogy a 30 és 45 év közötti férfiakat célozza meg, akik jelezték, hogy egyedülállóak, szükséges, hogy elegendő információhoz jusson a közösségimédia-platform által végzett adatkezelésről, ideértve például az utóbbi által annak biztosítása érdekében bevezetett további intézkedéseket (például az előzetes tiltakozáshoz való jogot), hogy a jogos érdekeket nem írják felül az érintett érdekei és alapvető jogai vagy szabadságai.

134. Az érintett jogainak hatékony érvényesítése érdekében az Európai Adatvédelmi Testület úgy véli, hogy az adatkezelés céljának és a megfelelő jogalapnak tükröződnie kell a közös adatkezelőként eljáró célok és közösségimédia-szolgáltatók közötti közös megállapodásban is. Bár az általános adatvédelmi rendelet nem zárja ki, hogy a közös adatkezelők eltérő jogalapot alkalmazzanak az általuk végzett különböző adatkezelési műveletekhez, ajánlott lehetőség szerint ugyanazt a jogalapot alkalmazni egy adott célzasi eszköz és egy adott cél esetében. Ha ugyanis az adatkezelés egyes szakaszait eltérő jogalapon kezelik, az az érintett számára kivitelezhetetlenné tenné a jogok gyakorlását (pl. az egyik szakaszban az adathordozhatósághoz való jog, a másik esetében a tiltakozáshoz való jog állna fenn).
135. Adatkezelőként a célzó és a közösségimédia-szolgáltató egyaránt felelős a célhoz kötöttség elvének betartásáért, és ezért a közös megállapodásba megfelelő rendelkezéseket kell beépíteniük e célból.

Ha például a célzó az érintett által rendelkezésre bocsátott személyes adatokat a közösségi médián zajló célzás érdekében kívánja felhasználni, megfelelő intézkedéseket kell tennie annak biztosítására, hogy a közösségimédia-szolgáltató a továbbiakban ne használhassa fel az adatokat e célokkal összeegyeztethetetlen módon, kivéve, ha az érintett érvényes hozzájárulását megszerezte az általános adatvédelmi rendelet 6. cikkének (4) bekezdése szerint.

A 3. példában X Banknak gondoskodnia kell arról, hogy a közösségimédia-platformmal kötött közös megállapodás megfelelő rendelkezéseket tartalmazzon arra vonatkozóan, hogy Lopez úr e-mail-címét ne használják más célokra a hozzájárulása nélkül, mint az olyan banki szolgáltatásokhoz kapcsolódó ajánlatok hirdetésére, amelyeket Lopez úr már igénybe vesz.

Hasonlóképpen, a közösségimédia-szolgáltatónak biztosítania kell, hogy az adatok célzasi célokra történő felhasználása megfeleljen a célhoz kötöttség, az átláthatóság és a jogszerűség elvének.

136. A célzó és a közösségimédia-szolgáltató által a közös megállapodásuk keretében figyelembe veendő egyéb kötelezettségek közé tartoznak a következők: az általános adatvédelmi rendelet 5. cikkében foglalt egyéb általános adatvédelmi elvek, az adatkezelés biztonsága, a beépített és alapértelmezett adatvédelem, a személyes adatok megsértéséről szóló értesítések és közlések, adatvédelmi hatásvizsgálatok, adatfeldolgozók igénybevétele és harmadik országokba történő adattovábbítás.

A 13. példában például a közös megállapodásnak foglalkoznia kell azzal a kérdéssel, hogy az adatkezelőknek hogyan kell végrehajtaniuk az adatvédelmi hatásvizsgálatot, és biztosítania kell a vonatkozó ismeretek cseréjét. Más szóval a „Letschangetheworld” politikai pártnak biztosítania kell, hogy megfelelő szintű információkkal rendelkezzen, például a közösségimédia-platform által bevezetett biztonsági intézkedésekről, amikor adatvédelmi hatásvizsgálatot végez.

137. Végezetül a közösségimédia-szolgáltató és a célzó közös megállapodásának konkrét információkat kell tartalmaznia arra vonatkozóan, hogy az általános adatvédelmi rendelet szerinti kötelezettségeket hogyan kell a gyakorlatban teljesíteni. Amennyiben nem egyértelmű, hogy milyen módon kell teljesíteni a kötelezettségeket, különösen az érintettek jogaival kapcsolatban, úgy kell tekinteni, hogy mind a célzó, mind a közösségimédia-szolgáltató megsérti az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének (1) bekezdését. Továbbá ilyen esetekben egyik (közös) adatkezelő sem hajt végre megfelelő technikai és szervezési intézkedéseket annak biztosítása és bizonyítása érdekében, hogy az adatkezelés az általános adatvédelmi rendelettel összhangban történik, és ezért megszegi az 5. cikk (2) bekezdése és a 24. cikk szerinti kötelezettségeit.

9.2 Felelősségi szintek

138. Az Európai Adatvédelmi Testület megjegyzi, hogy azok a célzók, akik egy közösségimédia-szolgáltató által biztosított célzási eszközöket kívánnak használni, azzal szembesülhetnek, hogy előre meghatározott szabályokat kell betartaniuk anélkül, hogy lehetőségük lenne a tárgyalásokra vagy módosításokra („előre meghatározott feltételek”). Az Európai Adatvédelmi Testület úgy véli, hogy ez a helyzet nem érvényteleníti a közösségimédia-szolgáltató és a célzó közös felelősségét, és egyik felet sem mentesítheti az általános adatvédelmi rendelet szerinti kötelezettségeinek teljesítése alól. A közös megállapodás mindkét részes fele köteles biztosítani azt is, hogy a felelősségi körök elosztása gyakorlati, valós és átlátható módon megfelelően tükrözze az érintettekkel szembeni szerepüket és a velük fennálló kapcsolatukat.
139. Fontos hangsúlyozni, hogy az általános adatvédelmi rendelet 26. cikke szerinti megállapodás nem írhatja felül a (közös) adatkezelőre háruló jogi kötelezettségeket. Míg a közös adatkezelők az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkével összhangban „*meghatározzák az általános adatvédelmi rendeletnek való megfeleléssel kapcsolatos felelősségüket*”, főszabály szerint minden adatkezelő továbbra is felelős az adatkezelés megfeleléséért. Ez azt jelenti, hogy az egyes adatkezelők többek között felelősek az általános adatvédelmi rendelet 5. cikkének (1) bekezdésében meghatározott elveknek való megfelelésért, ideértve az általános adatvédelmi rendelet 5. cikke (1) bekezdésének a) pontja szerinti jogszerűség elvét is.
140. A célzó és a közösségimédia-szolgáltató konkrét kötelezettségekkel kapcsolatos felelősségének mértéke azonban eltérő lehet. A Wirtschaftsakademie-ügyben az EUB megjegyzte, hogy „*az együttes felelősség fennállása nem feltétlenül jelenti a személyesadatkezeléssel érintett különböző szereplők azonos felelősségét. [...] e szereplők az adatkezelés eltérő szakaszaiban és különböző mértékben vehetnek részt, a felelősségük mértékét a jelen ügyre jellemző valamennyi releváns körülmény figyelembevételével kell értékelni*”.¹⁰⁵
141. Más szóval, bár a közös adatkezelők mindketten felelnek az általános adatvédelmi rendelet szerinti kötelezettségek teljesítéséért, és bár az érintett gyakorolhatja jogait az egyes adatkezelőkkel szemben, felelősségük mértékét az adatkezelésben betöltött tényleges szerepük alapján kell értékelni. A *Google Spain* ügyben az EUB egyértelművé tette, hogy az adatkezelőnek „*feladatai, hatáskörei és képességei keretein belül*” biztosítania kell, hogy a személyes adatok kezelése megfeleljen az uniós adatvédelmi jog követelményeinek.¹⁰⁶
142. A célzók és a közösségimédia-szolgáltatók felelősségi szintjének értékelése során több tényező is releváns lehet, mint például az adatkezelés gyakorlati befolyásolásának képessége, valamint az egyes közös adatkezelők tényleges vagy konstruktív ismerete. Azt is fontos tisztázni, hogy az adatkezelés mely szakaszában és milyen mértékben vagy szinten felelős az adatkezelésért a célzó és a közösségimédia-szolgáltató.¹⁰⁷

Az 1. példában X társaság reklámkampányt indít annak érdekében, hogy a konkrét célzási kritériumoknak megfelelő felhasználók számára a közösségimédia-platfomon meg lehessen jeleníteni a vállalatra vonatkozó hirdetéseket. Annak ellenére azonban, hogy meghatározza a hirdetési kampány paramétereit, nem gyűjt személyes adatokat, azokhoz nem fér hozzá, és nem is

¹⁰⁵ A Bíróság 2018. június 5-i ítélete, C-210/16, 43. pont.

¹⁰⁶ Lásd még a Bíróság C-131/12. sz. *Google Spain* ügyben hozott ítéletét („feladatok, hatáskörök és képességek”).

¹⁰⁷ Az Európai Adatvédelmi Testület úgy véli, hogy számos esetben a fent említett kritériumokon alapuló értékelés (pl. a célzási kritériumok megállapításához használt adatok, az érintett párosítása, a hozzájárulás gyűjtése) valószínűleg ahhoz az eredményhez vezet, hogy a közösségimédia-szolgáltatónak van ténylegesebb befolyása az adatkezelésre, és ezért nagyobb felelősséget visel, az alkalmazott konkrét célzási mechanizmustól függően.

áll közvetlen kapcsolatban az érintettel. Ezen elemek mindegyike releváns lehet a célzó és a közösségimédia-szolgáltató felelősségi szintjének (vagy „mértékének”) értékelésekor abban az esetben, ha megállapítást nyer az általános adatvédelmi rendelet megsértése (pl. az érintettel szembeni átláthatóság hiánya vagy az adatkezelés jogszerűsége biztosításának elmaradása). A fentiek ellenére mindkét fél köteles megfelelő intézkedéseket hozni annak érdekében, hogy megfeleljen az általános adatvédelmi rendelet követelményeinek, és megvédje az érintettek jogait az adatkezelés jogellenes formáival szemben.

A 3. példában, amely listaalapú célzást tartalmazott, a helyzet némileg eltér az 1. példától. A 3. példában kezdetben a bank gyűjtötte a személyes adatokat, és célzási célokból megosztotta azokat a közösségimédia-szolgáltatóval. Ebben az esetben a célzó önként idézte elő az adatkezelés gyűjtési és továbbítási szakaszát. Ezen elemek mindegyikét figyelembe kell venni az egyes szereplők felelősségi szintjének értékelésekor, és azoknak megfelelően tükröződniük kell a közös megállapodás feltételeiben.

Hasonlóképpen, a 4. példában, képpontalapú célzás esetén figyelembe kell venni, hogy a weboldal üzemeltetője lehetővé teszi a személyes adatok továbbítását a közösségimédia-szolgáltatóknak. Valójában a „BestBags.com” honlap az, amely követési képpontot integrál annak érdekében, hogy Schmidt urat megcélozhassa, bár ő úgy döntött, hogy nem vásárol¹⁰⁸. A weboldal ezért aktívan részt vesz az adatok gyűjtésében és továbbításában. Közös adatkezelőként azonban a közösségimédia-szolgáltató köteles megfelelő intézkedéseket hozni az általános adatvédelmi rendelet követelményeinek teljesítése és az adatkezelés jogellenes formáival szembeni érintetti jogok védelme érdekében. Ebben az esetben, ha az érintett hozzájárulását kéri, a közös adatkezelőknek meg kell állapodniuk a hozzájárulás megszerzésének gyakorlati módjáról.

143. A közösségimédia-szolgáltatók felelősségének értékelését illetően az Európai Adatvédelmi Testület megjegyzi, hogy számos célzási mechanizmus a profilalkotásra és/vagy a közösségimédia-szolgáltató által korábban végzett egyéb adatkezelési tevékenységekre támaszkodik. A közösségimédia-szolgáltató döntött úgy, hogy a felhasználók személyes adatait kezeli, hogy kidolgozza a célzási kritériumokat, amelyeket a célzók rendelkezésére bocsát. Ennek érdekében a közösségimédia-szolgáltató bizonyos döntéseket függetlenül hozott az adatkezelésről, például arról, hogy mely adatkategóriákat kell kezelni, milyen célzási kritériumokat kell kínálni, és kinek kell hozzáférnie (mely típusú) személyes adatokhoz, amelyeket egy konkrét célzási kampány keretében kezelnek. Az ilyen adatkezelési tevékenységeknek meg kell felelniük az általános adatvédelmi rendeletnek is, mielőtt bármilyen célzási szolgáltatás nyújtására kerülne sor.
144. Az előző bekezdésekben említett példák rámutatnak annak fontosságára, hogy a közösségimédia-szolgáltatók és a célzók közötti közös adatkezelői megállapodásban egyértelműen megosszák a felelősségi köröket. Bár a megállapodás feltételeinek minden esetben tükrözniük kell az egyes szereplők felelősségének szintjét, egy olyan átfogó megállapodás, amely megfelelően tükrözi az egyes felek szerepét és képességeit, nemcsak az általános adatvédelmi rendelet 26. cikkének való megfelelés, hanem az általános adatvédelmi rendelet egyéb szabályainak és elveinek való megfelelés érdekében is szükséges.

¹⁰⁸ Ezenkívül, mivel a BestBags.com integrálta a weboldalán a közösségi média nyomkövető képpontját, felelős azért is, hogy megfeleljen az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv ezen eszközre vonatkozó követelményeinek, ami – tekintettel arra, hogy a képpont megkönnyíti a személyes adatok kezelését is – szintén fontos szerepet játszik a felelősségi szint meghatározásában.

145. Végezetül az Európai Adatvédelmi Testület megjegyzi, hogy amennyiben a közösségimédia-szolgáltató és a célzó közötti közös megállapodás feltételei nem kötik a felügyeleti hatóságokat, a felügyeleti hatóságok bármely közös adatkezelő tekintetében gyakorolhatják jogköreiket, amennyiben a szóban forgó közös adatkezelő az adott felügyeleti hatóság hatáskörébe tartozik.