

A FOGYASZTÓK VÉDELMENEK
ÚJ IRÁNYAI ÉS KIHÍVÁSAI
A XXI. SZÁZADBAN

Szerkesztette:

SZIKORA VERONIKA és ÁRVA ZSUZSANNA

A Debreceni Egyetem
Állam- és Jogtudományi Karának kiadványa

Felelős kiadó:
SZIKORA VERONIKA, dékán
Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar

Szerkesztők:
SZIKORA VERONIKA és ÁRVA ZSUZSANNA

A szövegek korrektúráját
TÖRÖK ÉVA végezte.

A tanulmányokat lektorálták:
PROF. DR. BENCZE MÁTYÁS
egyetemi tanár, tudományos és stratégiai dékánhelyettes
Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar
Jogelméleti és Jogszociológiai Tanszék

DR. HAJNAL ZSOLT
egyetemi adjunktus
Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar
Polgári Jogi Tanszék

ISBN 978-963-473-988-3

Készült a Főnix Média nyomdaüzemében.

Debrecen, 2018

TARTALOMJEGYZÉK

SZIKORA VERONIKA

ELŐSZÓ7

P. SZABÓ BÉLA

A LÓKUPECEK JOGA SZAVATOSSÁGI KÉRDÉSEK A 17. SZÁZAD
EURÓPAI JOGTUDOMÁNYÁBAN ÉS GYAKORLATÁBAN EGY NEVEZETES ESETGYŰJTEMÉNY
KAPCSÁN 11

FÉZER TAMÁS

A FOGYASZTÓK ADATAINAK ÉS PRIVÁTSZFÉRÁJÁNAK VÉDELME
ELEKTRONIKUS KÖRNYEZETBEN 53

TÖRÖK ÉVA

A FOGYASZTÓI SZERZŐDÉSEKKEL KAPCSOLATOS JOGALKALMAZÁS – KÜLÖNÖS
TEKINTETTEL AZ EGYÉRTELMŰ MEGFOGALMAZÁS KÖVETELMÉNYÉRE 67

SZIKORA VERONIKA – JAGUSZTIN TAMÁS

HELYZETKÉP A TÁRSULT PERLÉSRŐL – EURÓPÁBAN ÉS AZON TÚL 83

CSÉCSY ANDREA

A KELLÉKSZAVATOSSÁGI IGÉNYÉRVÉNYESÍTÉSI HATÁRIDŐK
AZ 1959. ÉVI IV. TÖRVÉNY HATÁLYBALÉPÉSÉTŐL NAPJAINKIG 97

VARGA NELLI

A FOGYASZTÓI KÖLCSÖNSZERZŐDÉSEK JÓERKÖLCSBE ÜTKÖZÉSE 111

HAJNAL ZSOLT

GONDOLATOK A BÉKÉLTETŐ TESTÜLETI ELJÁRÁS REFORMJÁHOZ 127

BIHARI ERIKA

LEHETŐSÉGEK ÉS KIHÍVÁSOK – KOLLEKTÍV FOGYASZTÓI JOGÉRVÉNYESÍTÉS
MAGYARORSZÁGON 147

PRIBULA LÁSZLÓ

TULAJDONJOG MINT BIZTOSÍTÉK? A MAGYARORSZÁGI JOGALKALMAZÁS
DILEMMÁI – A FIDUCIÁRIUS HITELBIZTOSÍTÉKOK ÉRTÉKELÉSE A MAGYARORSZÁGI
BÍRÓI GYAKORLATBAN 157

BENCZE MÁTYÁS

A VISELKEDÉSTUDOMÁNYOK EREDMÉNYEINEK HASZNOSÍTHATÓSÁGA
A HAZAI FOGYASZTÓVÉDELMI JOG TERÜLETÉN 173

GÁBRI ANGÉLA

MODERN KORI KIHÍVÁSOK A FOGYASZTÓVÉDELMI JOGALKOTÁSBAN
– A FOGYASZTÓI MAGATARTÁS TUDOMÁNYA 189

FICSOR KRISZTINA

AZ ÁLLAMI BEAVATKOZÁS ELMÉLETI KÉRDÉSEI A FOGYASZTÓVÉDELMI SZABÁLYOZÁS
TERÜLETÉN, A JOGI PATERNALIZMUS PROBLÉMÁJA 207

CSŰRÖS GABRIELLA

AZ ÁLLAM (KÖLTSÉGVETÉS) ÉS A PÉNZÜGYI SZEKTOR KÖZÖTTI KAPCSOLAT
GYENGÍTÉSÉRE IRÁNYULÓ UNIÓS INTÉZKEDÉSEK 225

LOVAS DÓRA – HORVÁTH BETTINA

PÉNZÜGYI FOGYASZTÓVÉDELMI JOGVISZONY ALAKULÁSA
A GLOBÁLIS PÉNZÜGYI-GAZDASÁGI VÁLSÁG ELŐTT ÉS UTÁN 243

BÁNYAI ORSOLYA – FODOR LÁSZLÓ

ZÖLD JELZÉST KAPOTT? – TERMÉKJELÖLÉSEK A FOGYASZTÓ-
ÉS A KÖRNYEZETVÉDELEMBEN 275

ÁRVA ZSUZSANNA

FOGYASZTÓVÉDELEM A KÖZIGAZGATÁSI REFORMOK KERESZTMETSZETÉBEN295

NÁDAS GYÖRGY

ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK A MUNKAJOGBAN,
FOGYASZTÓ-E A MUNKAVÁLLALÓ313

ZACCARIA MÁRTON LEÓ

AZ EGYENLŐ BÁNÁSMÓD ELVÉNEK ÉRVÉNYESÜLÉSE A SZOLGÁLTATÁSOKHOZ VALÓ
HOZZÁFÉRÉS ÉS AZ ÁRUFORGALOM TERÜLETÉN AZ EGYENLŐ BÁNÁSMÓD HATÓSÁG
AKTUÁLIS JOGGYAKORLATÁBAN329

MADAI SÁNDOR

MEGJEGYZÉSEK A „FOGYASZTÓVÉDELMI BÜNTETŐJOG” KÉRDÉSÉHEZ 349

FÉZER TAMÁS

habilitált egyetemi docens

Debreceni Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar

Polgári Jogi Tanszék

A FOGYASZTÓK ADATAINAK ÉS PRIVÁTSZFÉRÁJÁNAK VÉDELME ELEKTRONIKUS KÖRNYEZETBEN*

BEVEZETŐ GONDOLATOK

Az elmúlt évtized technológiai újításai, valamint ezen névumok dinamikus terjedése a fogyasztóvédelmi jog területén új szabályozási igényt eredményezett. A fogyasztók tájékoztatását, oktatását, pénzügyi és gazdasági érdekeinek, valamint alapvető személyiségi jogainak (élet, testi épség, egészséghez való jog) védelmét preventív szemlélettel a középpontba állító szabályozás újabb kihívásokkal néz szembe napjainkban. A személyes adatok védelme nem újkeletű probléma, sem hazánkban, sem az Európai Unióban. Az adatvédelem magánszemélyekre vetített kihívásai azonban speciális, fogyasztóvédelmi szempontú megközelítést igényelnek az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, valamint az elektronikus hírközlési szolgáltatások területén. A fogyasztók tranzakciós szokásai egyre markánsabban terelődnek a digitális tér felé, és az e közegben megkötött szerződések évről évre mérhető módon számszerű ugrást mutatnak.¹ A személyes adatok meghatározása, a védett jogtárgy definitív elemei maguk is ártértelemezést, természetesen bővítést igényelnek, hiszen olyan információk, adatok válnak kiemelten

* A tanulmány az Igazságügyi Minisztérium jogászképzés színvonalának emelését célzó programjai keretében valósult meg.

1 Az állítás alátámasztására lásd: Eurostat: *Digital economy & society in the EU – A browse through our online world in figures* (2017) [Elérhető: <http://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/ict/index.html> (letöltés dátuma: 2018. január 22.)]

fontos magánérdekké, melyek adott technológia hiányában korábban nem voltak mások – különösen a fogyasztók kegyeiért versenyző vállalkozások – számára relevánsak. A fogyasztók vásárlási szokásait mindig kiindulópontként és lényeges tényezőként vizsgáló fogyasztói pszichológia (fogyasztáselmélet) tudománya már régóta foglalkozik a kérdéssel², azonban a legújabb felhasználási szokások ismeretében a vásárlási szokások mérését, az ezekre vonatkozó adatok gyűjtését és rendszerezését kiegészíti és sok esetben fel is váltja az internetes keresési szokások, a böngészési előzmények, a lokalizációs szolgáltatásokra épülő helyzetmeghatározás és számos más, fogyasztói attitűdöt, a fogyasztó magánéletének feltérképezését segítő adat és információ gyűjtése és elemzése.

Napjainkra lényegében egységes álláspont alakult ki abban a tekintetben, hogy ezek az információk, adatok – tekintettel arra, hogy az érintettel kapcsolatba hozhatók – személyes adatoknak minősülnek, és ekként a polgári jogi személyiségvédelem körébe vonhatók.³ Míg azonban a polgári jog e jogok elismerésén, deklarálásán túl elsősorban a megsértésük esetére rendelt jogkövetkezmények, személyiségvédelmi eszközök biztosításával nyújt védelmet, a fogyasztók szempontjából sokkal mélyebben gyökerező problémákkal találjuk magunkat szembe az ilyen információk, adatok megszerzését, felhasználását, kezelését eredményező helyzetekben. A fogyasztó számára olyan eszközöket kell biztosítani, melyek a fogyasztóvédelmi jog alapvetően prevencióra hangsúlyt helyező szemléletébe illeszkedően lehetőséget adnak a fogyasztónak az információs önrendelkezési jog gyakorlására. E körben olyan kötelezettségek rögzítése válik szükségessé, melyek a polgári jogi személyiségvédelem kereteit szétfeszítik, hiszen még az alanyi jog megsértését megelőző igényhelyzet kialakulását megelőzően kötelezik a potenciális jogsértőket, a vállalkozásokat. Ezen kötelezettségek előírása egyrészt azt a célt szolgálja, hogy a fogyasztó tudomást szerezzen az adatkezelés tényéről, az adatkezelés terjedelméről, céljáról, valamint a felhasználással kapcsolatos valamennyi releváns körülményről.

Az adatvédelmi jog szabályai hazánkban az Infotv.⁴ jogintézményein keresztül számos garanciát tartalmaznak az adatkezelés bármely relációban megjelenő cselekményei esetére. Az Európai Unió Adatvédelmi Rendelete⁵ (a továbbiakban:

2 Jost, John: Asymmetries abound: Ideological differences in emotion, partisanship, motivated reasoning, social network structure, and political trust, *Journal of Consumer Psychology*, 2017/4, 548.

3 Havasi Péter: A személyek polgári jogi védelmére vonatkozó szabályozás kritikai elemzése, javaslat az új szabályozásra, *Polgári Jogi Kodifikáció*, 2002/1, 16.

4 2011. évi CXII. törvény az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról.

5 Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/679 rendelete (2016. április 27.) a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről (általános adatvédelmi rendelet), *Official Journal L* 119, 4.5.2016, 1-88.

GDPR), amely 2018. május 25-én lép hatályba, szintén új garanciák előírásával és hatékonyabb kikényszerítési, felügyeleti jogkör biztosításával, szigorúbb – jellemzően közigazgatási irányultságú – szankciókkal törekszik az európai polgárok személyes adatainak védelmét XXI. századi társadalmi elvárásoknak megfelelően biztosítani. Ezek a jogintézmények azonban a generális és technológia semleges szabályozási koncepció okán alacsony határfokkal és számos jogértelmezési buktatón keresztül lehetnek képesek az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások körében specializált és a modern technológia legújabb vívmányaira is reagáló formában védelmet nyújtani a fogyasztók számára. Jelen tanulmány célja éppen ezért az, hogy az Európai Unióban és hazánkban jelenleg hatályos elektronikus adatvédelmi szabályozást a legújabb technológiai vívmányok generálta adatvédelmi kihívásokra vetítse, kifejezetten a fogyasztók védelmét szem előtt tartó elemzési módszert követve, és azonosítsa azokat a területeket, ahol a jelenlegi szabályozási rezsim még európai szinten sem képes hatékony adatvédelmet nyújtani a fogyasztók számára. A tanulmány kiemelt figyelmet fordít az Európai Unió GDPR rendeletét kiegészíteni hivatott elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet⁶ (a továbbiakban: elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet) tervezetének a kézirat lezárásának időpontjában elérhető változatára, a tervezetben kijelölt új irányok, bevezetni tervezett új adatvédelmi intézmények egyelőre hipotetikus hatásvizsgálatára.

1. AZ ELEKTRONIKUS HÍRKÖZLÉSI ADATVÉDELMI IRÁNYELV HIÁNYOSSÁGAI

Az Európai Unió Tanácsa és az Európai Parlament az információs technológiai robbanás fogyasztói korszakát éppen megelőzve, 2002. július 12-én fogadta el az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvet⁷, amely korát megelőzve, egy modern és hatékony e-privátszféra védelmét irányozta elő. Az irányelv – ahogyan említettük – szinte hónapokkal az információs technológiai robbanás fogyasztói korszakának beköszönte előtt épített fel egy európai elektronikus hírközlési adatvédelmi minimumstandard rendszert. Az információs technológia dinamikus fejlődése abban a korszakban még nem türemkedett be a manapság használt mobil eszközök piacára. A kor legnagyobb fogyasztói informatikai vívmánya a mai szemmel egyértelműen butatelefonokon elérhető, korlátozott hozzáférésű internete – közismert nevén a WAP – volt. Az információs technológiai robbanás fogyasztói korszaka csak ezt

6 Javaslat az Európai Parlament és a Tanács Rendelete az elektronikus hírközlés során a magánélet tiszteltetéséről és a személyes adatok védelméről, valamint a 2002/58/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről (elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet), 2017. január 10., COM(2017) 10, 2017/0003(COD).

7 Az Európai Parlament és a Tanács 2002/58/EK irányelve (2002. július 12.) az elektronikus hírközlési ágazatban a személyes adatok kezeléséről, feldolgozásáról és a magánélet védelméről (Elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv), *Official Journal* L 201, 31/07/2002. 0037-0047.

követően vette kezdetét, és ez az IT iparágat érintő valaha volt legdinamikusabb fejlődés napjainkban is tart. Az elektronikus hírközlési szolgáltatók az irányelv hatályát tekintve csupán a ma már régimódinak mondott internetszolgáltatók, valamint tartalomszolgáltatók körére terjed ki.⁸ A ma még hatályban lévő irányelv implementálása alapján született nemzeti jogszabályok adatvédelmi garanciái nem vonatkoznak azokra az elektronikus hírközlési szolgáltatókra és szolgáltatásokra, mint a közösségi hálók, üzenetküldő alkalmazások és az ezeket működtető vállalkozások. Ugyancsak kimaradtak a szabályozási körből az akkor még nem létező, illetve nem elterjed technológiák, melyek napjainkra a fogyasztók milliárdjai által nélkülözhetetlen, mindennapos szolgáltatások formájában manifesztálódnak. Ide sorolható a további fejlődést és fejlesztést ígérő egyik legújabb trend, a dolgok internete (*Internet of Things, IoT*). A dolgok internete az irányelv hatályba lépésének időszakában szinte elérhetetlen volt a háztartásokban, azonban mára az okosotthon rendszerek, valamint az ún. házi információs ökoszisztéma nélkülözhetetlen kiszolgálójává lépett elő. Az ökoszisztémába tartozó dolgok a fogyasztó otthonát vezérlik, korlátlan számú kiegészítő összekapcsolásával. A másik, az irányelv hatályába értelemszerűen nem tartozó probléma a *Big Data* kérdésköre. A fogyasztói felhasználási szokásokról, a fogyasztó életének legapróbb motívumairól (pl. hazaérkezés, elindulás otthonról, kedvenc zenék, kedvenc receptek, lefekvés ideje, termosztát preferált beállításai stb.) nyerhető adatok összességéből születő elemzések a vállalkozások marketing stratégiáját, termékre vonatkozó fejlesztéseit, árazási, szolgáltatási politikáját és még megannyi más cselekvését jelentősen befolyásolják úgy, hogy sok esetben a fogyasztó nem is tud az adatgyűjtés tényéről, az adatkezelés lényeges körülményeiről, céljáról. Az ún. *over-the-top (OTT)* szolgáltatások szintén új területek, melyek az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv szabályozásából akkori viszonylagos ismeretlenségük okán kimaradtak. Az OTT szolgáltatások ma már messze túlmutatnak a korábban „online videotéka” névre hallgató, szerzői jogvédelem alá eső művek streamelését biztosító tartalomszolgáltatók (pl. Netflix, Amazon Prime, HBO Go, Hulu stb.) tevékenységén, és egy sokkal érzékenyebb kört, a keretapplikációba integrált, a fogyasztó gondolatainak, érzéseinek, kommunikációjának lassan elsődleges kifejezési médiumává váló Skype-ot, iMessage-et, Facebook Messangert, WhatsApp-ot és társaikat működtető, érzékeny személyes adatok millió gigabyte-jait szállító szolgáltatásokat is magukban foglalják.

Bár az elektronikus hírközlési irányelvet ma is 'cookie irányelvként' aposztrofálják⁹, a keresési előzményekből személyre szabott marketinget faragó cookiek, sütik

8 Elektronikus hírközlési irányelv, 1. cikk.

9 Markou, Christina: *Behavioural advertising and the new 'EU Cookie Law' as a victim of business resistance and a lack of official determination*, Springer (2016) 28.

gyűjtésének szabályozásán természetesen messze túlmenő védelmi rendszert felépítő jogi aktusról van szó. A helymeghatározási adatok gyűjtésével és elemzésével, a marketing célú telefonos hívásokkal (ún. *cold calling*), valamint érintőlegesen a kéretlen elektronikus reklámüzenetekkel (*spam*) is foglalkozó irányelv mindenképpen mérföldkő az európai elektronikus hírközlési adatvédelem fiatal történetében. A GDPR megalkotása és közelgő hatályba lépése (2018. május 25.) mégis igényelte egy, a modern követelményeknek megfelelő, az irányelv szabályozási hiányosságait foltozó és az irányelv által életre hívott rezsimet a gyakorlati tapasztalatok alapján kiigazító, rendeleti szintű szabályozás elfogadását. Az elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet hatályba lépése az eredeti tervek szerint a GDPR hatályba lépésével egyidőben történt volna meg. Az ePrivacy Rendeletként is becézett elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet azonban olyan vitális gazdasági érdekeket érint, hogy elfogadása még mindig várat magára. 2017. január 10-én az Európai Bizottság közzétette a rendelet szövegére vonatkozó javaslatát, melyet – módosításokkal – az ún. Lauristin jelentés részeként fogadott el az Európai Parlament 2017. október 23-án.¹⁰ A rendelet tervezete tanácsi elfogadásra vár, ami azt jelenti, hogy jó eséllyel csak 2019-ben várható végleges szöveg.

2. A SÜTI-JOG ÚJ IRÁNYAI

Az ún. cookie-k, azaz sütik eredetileg olyan eszközök, melyeket a webhelyek abból a célból használnak, hogy azonosítsák a fogyasztót, emlékezzenek a fogyasztók preferenciáira, illetve, hogy segítsék a fogyasztókat összetett feladatok elvégzésében a weboldalon anélkül, hogy ismét be kellene gépelniük korábban már megadott információkat, a webhely ismételt meglátogatása során.¹¹ A sütiket azonban a webhelyeket üzemeltető vállalkozások célzott reklámok megjelenítésére is felhasználják oly módon, hogy korábbi – akár egyszeri – látogatás alkalmával rögzített fogyasztói viselkedéseket (pl. megnézett termékek, kosárba betett termékek, elolvasott vélemények, keresések stb.) vesznek alapul. A sütik működése egy egyszerű rendszerben történik. A weboldalt kiszolgáló szerver a sütiket a fogyasztó eszközén tárolja, így későbbi ismételt látogatás alkalmával, a fogyasztó gépéről, mobileszközéről betöltődnek a korábban megadott információk. A sütik esetében ismert megoldás az is, hogy egy külső webtárhely, amely az adott weboldalon megjelenített vagy indexelt fájlt tartalmazza, maga tárolja el a fogyasztó adatait, illetve viselkedéséből nyert információkat. Minden esetben, amikor a fogyasztó új

10 Jelentés az elektronikus hírközlés során a magánélet tiszteletben tartásáról és a személyes adatok védelméről, valamint a 2002/58/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről szóló európai parlamenti és tanácsi rendeletet (elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet) irányuló javaslatról, COM(2017)0010 – CB0009/2017-2017/0003(-COD).

11 Sammons, John: *The basics of digital forensics: The primer for getting started in digital forensics*, Syngress (2014) 23-25.

oldalt nyit, a webtárhely képes előhívni azokat a sütiket, amelyeket bármely, az adott fájl tartalmazó vagy indexelő weboldalon ahhoz a fájlhoz társítva gyűjtött. A sütik éppen ezért egyértelműen személyes adatoknak minősülő információkat, a fogyasztók magánéletéhez kötődő szokásokat, érdeklődési köröket foglalnak magukban. A sütiknek két típusa ismert: az ún. *session cookie* lényege, hogy a gyűjtött adatok azonnal törlésre kerülnek, amint a fogyasztó a böngészőt bezárja. A *persistent cookie* ezzel szemben a fogyasztó gépén, illetve a webtárhelyen marad, jellemzően meghatározatlan ideig. A sütik a kiszolgálói oldalról lehetnek a meglátogatott weboldal által tárolt sütik, vagy harmadik személyek által tárolt cookiek. Az utóbbiak azért különösen problémásak, mert a fogyasztó egy másik weboldalon kifejtett aktivitását monitorozzák, és később nem feltétlenül ugyanazon weboldal meglátogatásánál használják fel őket.¹²

Amint látható, a sütik hatékony eszközként jelennek meg a vállalkozások marketingjében, hiszen személyre szabott ajánlatokkal tudják növelni a vásárlási hajlandóságot valamely termék vagy szolgáltatás iránt a fogyasztóban. Az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv jelenleg hatályos követelményei alapján a sütik gyűjtéséhez minden esetben be kell szerezni a fogyasztó előzetes hozzájárulását. A hozzájárulás a sütik gyűjtésén túlmenően a sütik felhasználásához is szükséges. Ez utóbbi esetben a fogyasztót informálni kell arról, hogy korábban róla gyűjtött adatok töltődnek be, és lehetőséget kell számára biztosítani, hogy az ehhez való hozzájárulást megtagadja. A hozzájárulás érvényességéhez specifikus és fogyasztó szabad akaratán nyugvó hozzájárulás szükséges, melyet előzetes tájékoztatás előz meg. Az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv csupán egyetlen esetben tekint el a hozzájárulás követelményétől. Nem kell a fogyasztó hozzájárulása az olyan sütik használatához, amelyeknek egyetlen célja, hogy a kommunikáció-átvitelt szolgálja, és feltétlenül szükséges ahhoz, hogy az elektronikus hírközlési szolgáltató a fogyasztó beleegyezésével nyújtott szolgáltatást teljesíthesse. Ebben a körbe lényegében a fogyasztó azonosításához szükséges sütik, a fogyasztó adott webhellyel kapcsolatos beállításait (pl. nyelv beállítása, pénznem választása stb.) tároló sütik, vagy éppen az űrlapok kitöltését megkönnyítő sütik tartoznak. Fontos ugyanakkor hangsúlyoznunk, hogy a hozzájárulás hiánya ilyen esetekben is csak az információ felhasználására és nem gyűjtésére vonatkozik. A fogyasztónak a kivételt képező esetekben is hozzá kell járulnia a sütik tárolásához, és csupán későbbi használatuk nem igényli a hozzájárulást.¹³

12 Sammons: i. m. 39.

13 Elektronikus hírközlési irányelv, 6. cikk.

A fenti bemutatott, jelenleg alkalmazandó szabályok alapján a fogyasztók számára már ismert, úgynevezett *bannerek* (a webhelyen megjelenő szalagon közzétett információ), illetve *pop-up* (felugró) ablakok formájában kéri a vállalkozás a fogyasztó hozzájárulását a sütik gyűjtéséhez vagy felhasználásához. Ezzel kapcsolatban gyakorlati problémaként jelentkezik, hogy a fogyasztó böngészési élményét jelentős mértékben lerontják – különösen a kisebb kijelzős mobil eszközökön – a tartalmat részben vagy egészben kitakaró, hozzájárulást kérő információs dobozok. Az elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet tervezete éppen erre tekintettel egy generálisabb hozzájárulási rendszer bevezetését irányozza elő. Ennek megfelelően a fogyasztói hozzájárulást – természetesen a fogyasztó választásától függően – nem feltétlenül valamennyi meglátogatott webhelyen kell beszerezni. A fogyasztó dönthet úgy, hogy a böngésző beállításait használja fel általános hozzájárulási politikájának beállításához. Ez a gyakorlatban azt jelentheti majd, hogy a böngészőknek három opciót kell kínálniuk a fogyasztók számára:

- sütik elfogadása minden oldalon;
- csupán az adott webhelyen tárolt sütikhez való hozzájárulás;
- a sütik teljes tiltása, valamennyi webhelyen.¹⁴

A jelenlegi rendszerben nem követelmény, azonban a legtöbb böngésző most is kínál az irányelv előírásaihoz képest kényelmesebb megoldásokat. Ezek azonban jelentős részben abban merülnek ki, hogy a fogyasztó manuálisan vagy automatikus beállítás alapján időszakonként visszatérő jelleggel elindíthatja a böngészőben tárolt sütik törlését. Ezzel tiszta lappal indul. A jelenlegi rendszer hátránya, hogy kizárólag azon sütik törléséről lehet rendelkeznie, amelyek saját eszközén kerültek tárolásra. A távoli szervereken tárolt információk ezzel a művelettel nem törölődnek. A készülő rendelet elképzelése így mindenképpen nagyobb beleszólást biztosít a fogyasztó számára, és valódi kontrollt ad a kezébe a sütik gyűjtésével kapcsolatban. A rendelet tervezete ezzel egyidőben azt is biztosítja, hogy a sütikkel kapcsolatos abszolút tagadó hozzáállású és a böngészőben ezt az opciót választó fogyasztók ne essenek el olyan sütik használatának a lehetőségétől, amelyek nem veszélyeztetik privátszférájukat. Ennek megfelelően az internetezés élményét adó sütikre (pl. a bevásárlókosár tartalmára emlékezés) a tilalom nem vonatkozik, amennyiben ez a fogyasztó eszközén, helyben kerül tárolásra. Ugyancsak nem kell majd hozzájárulás az olyan oldalakon, ahol látogatottságszámláló működik, hiszen ezek az anonimizált formájú adatgyűjtések, melyek a fogyasztót nem képesek azonosítani, pusztán számmá transzformálják a

¹⁴ Daley, James, Northrip, Natalya: *Goodbye cookie banners? European Commission proposes to simplify the cookie law*, Seyfarth Shaw Carpe Datum Law Blog [Elérhető: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=859d2614-cf11-4f9a-a0e3-f0f8ed15600a> (letöltés dátuma: 2018. január 26.)]

rendszerben, nem jelentenek veszélyt a fogyasztók privátszférájára.¹⁵ A rendelet tervezetének elképzelésében a fogyasztók megszabadulhatnak a gyakran idegesítő felugró ablakoktól és szalagoktól, és bármikor megváltoztatható beállításaiikkal tudják kontrollálni, mit engednek a róluk adatot gyűjteni szándékozó oldalaknak. A tervezett új szabályozás egyértelműen negatívan hat majd a harmadik személyek által tárolt cookie-kra, hiszen ilyen esetben semmilyen kivétel nincs a generális hozzájárulás követelménye alól.

Bár tagadhatatlan, hogy napjainkban a mobil eszközön történő böngészés és vásárlás egyértelműen teret hódított az asztali gépekkel vagy akár a laptopokkal szemben, azonban a tervezett új szabályozásnak az utóbbi eszközöket használó fogyasztók szempontjából lehetnek kellemetlen hatásai. A mobil eszközön jellemzően applikációkon, külön programokon keresztül vásárolnak a fogyasztók, ahol applikációként lesz lehetőség a sütikkel kapcsolatos rendelkezés megtételére. A böngészőben való vásárlást előnyben részesítő fogyasztók azonban kevésbé tudják webhelyre szabni a hozzájárulással kapcsolatos álláspontjukat, ugyanis általános rendelkezést tehetnek, nem oldalspecifikusan nyilatkozhatnak. Ennek a problémának a kivédésére szolgálhat a több forrásból vásárló fogyasztók számára a vállalkozásonként használt különböző böngészők, azonban ez olyan mértékű kellemetlenséget jelent, illetve olyan tudatos fogyasztói attitűdöt feltételez, amellyel vélhetően csupán csak kevesen élnek majd.

3. OVER-THE-TOP SZOLGÁLTATÁSOK

Az *over-the-top* (OTT) szolgáltatások először a tartalomszolgáltatások körében terjedtek el. Az OTT lényege, hogy egy keretprogramon belül kínál vásárlási lehetőségeket, mint amilyenek kezdetben az online videótékák voltak. Ezeket váltották a mai tartalomszolgáltatók, akik egy előfizetési díj ellenében engednek hozzáférést időbeli korlátozás nélkül a náluk tárolt tartalmakhoz.¹⁶ A Netflix, az Amazon Prime, az HBO Go vagy a Hulu ezen szolgáltatók közül a legismertebb. Az OTT szolgáltatások körében azonban nem olyan régen egy új generáció nőtte ki magát, mely számos fogyasztó számára már nem a tartalomfogyasztás vagy tartalomgenerálás eszközt kínálja, hanem gondolatainak megosztását, más fogyasztókkal való kommunikációt. A Skype, Facebook Messenger vagy az iMessage olyan szolgáltatások, melyek egy program keretében kapcsolnak össze fogyasztókat, szöveges és hangüzenetek, videóhívások, hanghívások, fájlküldések

¹⁵ Elektronikus hírközlési rendelet tervezete, 8. cikk.

¹⁶ Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság: *The impact of over-the-top content provision on the media system, Summary of the opinions submitted in the context of public consultation* (2016) [Elérhető: http://english.nmhh.hu/dokumentum/167082/OTT_public_consultation_summary.pdf (letöltés dátuma: 2018. január 26.)]

és megannyi érzelmet kifejező és közvetítő eszköz (pl. emojik, kézzel írt üzenetek, a másik fogyasztó válaszaire adott hangulati reakciók stb.) segítségével. Nem kérdés, hogy az új generációs OTT szolgáltatások komoly aggályokat vetnek fel a fogyasztók privátszférájával összefüggésben. Az e szolgáltatások használata során gyűjthető információk már nem csupán böngészési előzményeket, keresési preferenciákat mutatnak, hanem a fogyasztó legbensőbb gondolatait és ismerősi körét is megismerhetővé teszik. Ezek az információk pedig még a sütitknél is személyre szabottabb reklámot biztosíthatnak a vállalkozások számára. Az irányelv természetesen nem ismeri ezeket a szolgáltatásokat, így rendelkezést sem tartalmaz rájuk. A rendelet tervezete azonban a titkosság és az anonimitás alapelveinek figyelembe vételével siet a fogyasztók segítségére.¹⁷ A tervezett új szabályozás alapvetően emeli az OTT szolgáltatások használata során közvetített fogyasztói információk titkosságát, megtiltva az OTT szolgáltatónak és harmadik személyeknek a kommunikáció tartalmának megismerését. A technológia semleges szabályozás ennek technikai megoldását nem kívánja behatárolni, így részben a készüléket gyártó vállalkozások, részben pedig az OTT szolgáltatók azok, akik hardveres és szoftveres eszközökkel törekedhetnek a titkosság alapelveinek érvényre juttatására. A titkosságon némiképpen lazít az anonimitás elve, amely semmiképpen sem jelenti, hogy az OTT szolgáltatáson keresztül folyó kommunikáció fogyasztóhoz nem köthető módon megismerhető legyen, sokkal inkább arra vonatkozik, hogy statisztikai célból, csupán a beszélgetések meta adatai gyűjthetők (pl. hány üzenetet küldtek a szolgáltatás használatával adott napon, hányan regisztráltak a szolgáltatásra, mely napszakban küldik a legtöbb üzenetet stb.) úgy, hogy az fogyasztóhoz ne legyen köthető. Az ilyen meta adatok gyűjtése nem igényli a tényleges kommunikáció tartalmának akár csak ideiglenes megismerését és elemzését. Láthatjuk, hogy a rendelet tervezete e körben is a fogyasztói élmény erősítése érdekében enged adatkezelést, a fogyasztó privátszférájának maximális tiszteletben tartása mellett. Technológiai oldalról már most léteznek OTT szolgáltatások, amelyek vagy helyben tárolják a beszélgetéseket, vagy olyan szerveren őrzik, titkosított formában, amelyhez csupán a fogyasztó férhet hozzá, saját azonosítói birtokában, és még maga az OTT szolgáltató sem fejtheti ezen információkat vissza (pl. az Apple iMessage szolgáltatása). A biometrikus azonosítók készülékekbe integrálása szintén ilyen technológiai védelemmel tudja felruházni az adott OTT szolgáltatást.

17 Elektronikus hírközlési rendelet tervezete, 8. cikk.

4. A DOLGOK INTERNETE (IoT)

A dolgok internete napjaink sikeres üzletága. Az okosotthon készülékek közötti rendszerbe foglalt kommunikáció jelentette az IoT fejlődésének első lendületét.¹⁸ A dolgok internete a gördülékeny felhasználói élmény biztosítása érdekében két komoly veszélyt is magában hordoz. A rendszerbe bekapcsolt eszközök számos személyes adatot tárolnak a fogyasztóról. Az okos termosztátok, mozgásérzékelők, okos záruk, arcfelismerő kamerák, okos konnektorok, okos maghőmérők és más eszközök monitorozzák a fogyasztó szokásait (mikor kel fel, mikor megy el otthonról, mikor ér haza, milyen hőmérsékletet szeret a lakásban, milyen hőmérsékleten szereti a marhasteaket), melyek segítségével a fogyasztó legintimebb információi és preferenciái kerülnek tárolásra és felhasználásra. Nem állítjuk, hogy a technológia ún. kettős felhasználású termékeket eredményezne, azonban a fogyasztó privátszférájának vonatkozásában igenis komoly jogsértésekre adhat lehetőséget. A másik problémás elem az okoseszközök működésében IoT rendszerben, az otthonon kívülről való hozzáférés biztosítása. Természetes igény mutatkozik arra a fogyasztó oldalán, hogy ne csupán akkor tudja vezérelni ezeket az eszközöket, amikor otthonában tartózkodik, hanem a világ bármely pontjáról felvegye a fűtést, lekapcsolja a világítást, naplózza az ajtónyitásokat stb. Bár otthoni környezetben a nagy biztonságot nyújtó Bluetooth kapcsolaton keresztül megvalósuló kommunikáció némi optimizmusra ad okot a privátszférájukért aggódó fogyasztóknak, a távoli hozzáférés már csak a jóval kevésbé biztonságos internetkapcsolaton keresztül valósítható csak meg. A vállalkozások saját keretrendszereket üzemeltetnek (pl. Apple HomeKit, ZigWave, Zigbit stb.), okosotthon központokat gyártanak (pl. HomePod, Apple TV, Amazon Echo, Google Home, Philips Hue Bridge stb.) annak érdekében, hogy akár szoftveresen, akár hardveresen biztosítsák az információk és a kommunikáció illetéktelen személyektől való rejtve maradását. Az igazi hiányosság azonban az IoT európai szabályozási hézagjában, hogy maguk az okoseszközöket gyártó vállalkozások nincsenek jogszabályi paranccsal elzárva a fogyasztóra vonatkozó információk, a fogyasztó személyes adatainak gyűjtésétől, felhasználásától. A lakásban elhelyezett okoshangszóró akár minden beszélgetést megfigyel, rögzít és továbbít az eszköz gyártójának, és ez ellen – amennyiben azt a fogyasztó felismeri – legfeljebb a polgári jogi személyiségvédelem szabályainak segítségével, a személyiségvédelmi eszközökön keresztül lehet tenni, bár tipikusan utólag, a már megtörtént jogsértésre jogorvoslatot keresve. Az elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet tervezete bár nem határozza meg oly markánsan a vállalkozások által követendő magatartást

18 Bővebben lásd: Weber, Rolf: Internet of things – Need for a new legal environment, *Computer Law & Security Review*, 2009/6, 522-527.

az IoT esetében, mint teszi azt a sütik vonatkozásában, mindenképpen figyelemre méltó módon megemlíti a technológia létezését, azt hatálya alá tartozónak véli, és az eszközök közötti kommunikáció titkosságára vonatkozóan szektorális jogalkotást sürget a tagállamokban.¹⁹ A titkosság e körben ugyanazt kell, hogy jelentse, mint a rendelet tervezetének szóhasználatában minden más helyen, ahol említésre kerül: a fogyasztón kívül minden más személytől – ideértve az okoseszközt gyártó vállalkozást is – védettnek kell lennie a kommunikációnak. Természetesen, a fogyasztói hozzájárulás ezt a titkosságot is felülírhatja, azonban a hozzájárulás érvényességének vizsgálata során az előzetes tájékoztatás követelményének, valamint a visszavonhatóságnak is érvényre kell jutnia.

5. BIG DATA

Az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv hatálya csupán a hagyományos telekommunikációs szolgáltatókra terjed ki (pl. teleföntársaságok)²⁰, melyet a rendelet tervezete mindenképpen kiszélesítene, és a szabályozás hatókörébe vonná mindazon vállalkozásokat, amelyek elektronikus úton nyújtanak szolgáltatást a fogyasztóknak. Napjaink népszerű témája a nagy mennyiségű adatok anonimizált gyűjtésén és elemzésén alapuló adatkezelés. A Big Data lényege, hogy a fogyasztókhoz nem köthető, anonim vagy anonimizált meta adatok segítségével általánosságban lehet következtetéseket levonni. A rendelet tervezete a Big Data vonatkozásában garanciális jelleggel rögzíti, hogy minden olyan adatot, amelyet az elektronikus hírközlési szolgáltató megismer a szolgáltatásnyújtása során, a fogyasztó kifejezett hozzájárulása hiányában köteles anonimizálni vagy törölni.²¹ Az előbbi esetben az adat már meta adatként funkcionál, hiszen azonosításra alkalmatlan, mégis lehetőséget ad a szolgáltató számára, hogy kizárólag a saját szolgáltatásának minőségét javítandó felhasználja. A Big Data koncepcióján alapuló új megoldásokat maga a rendelet tervezete is bátorítja tehát, hiszen nem tiltja meg a tömegesen gyűjtött adatok felhasználását, azonban azt a fogyasztó hozzájárulásától teszi függővé, és hozzájárulás hiányában pusztán a fogyasztóhoz nem köthető formában engedi felhasználni. A szolgáltatók a Big Data segítségével valamennyi fogyasztójukra vonatkoztatott szokásokat tudnak elemezni, és a szolgáltatásnyújtás minőségének javítása érdekében felhasználni.

19 Elektronikus hírközlési rendelet tervezet, Preambulum, 12. pont.

20 Elektronikus adatvédelmi irányelv, 1. cikk.

21 Elektronikus hírközlési rendelet tervezete, 6. cikk.

6. REKLÁMCÉLÚ HÍVÁSOK

A reklámcélú hívások (*cold calling*) régóta ismert fogyasztófogó megoldás a vállalkozások eszköztárában. Szerencsésebb esetben a korábbi vásárlás során megismert telefonszámon hívják fel a fogyasztót, újabb termék vagy szolgáltatás figyelmébe ajánlása céljából. Rosszabb esetben a fogyasztó korábban semmilyen formában nem került kapcsolatba a hívó féllel, telefonszáma és a hívás alapjául szolgáló adatai (pl. korábbi vásárlásainak körülményei és tárgya) jogellenesen került a hívó vállalkozás birtokába. A reklámcélú hívásoknak nagyon gyakran közös jellemzője, hogy hívószám kijelzése nélkül, ismeretlen hívásként érkeznek be a gyanútlan fogyasztó telefonjára. Bár sokan rutinszerűen ignorálják az ilyen hívásokat, azonban a legtöbb fogyasztót a kíváncsiság természetes emberi tulajdonsága vezérli akkor, amikor fogadja a hívást. Az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelv lehetővé teszi a hívást lebonyolító vállalkozásoknak az anonim számok használatát, és nem követeli meg, hogy a hívás elején tájékoztassák a fogyasztót a hívás céljáról.²² Az elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet tervezete ezzel ellentétben egy sokkal szigorúbb rendszer bevezetését javasolja az Európai Unióban. Azon túlmenően, hogy a hívóazonosító nélküli, reklámcélú hívásokat általánosságban megtiltana, egy olyan előhívószám használatát írná elő, amely alapján a fogyasztók azonnal, még a hívás fogadását megelőzően azonosíthatnák a hívás célját, és ennek ismeretében dönthetnének a hívás fogadása vagy elutasítása mellett.²³ Természetes, hogy ezen megoldás alkalmazása esetén széles körben válna szükségessé az előhívó propagálása a fogyasztók körében, hiszen a szabályozás csak a tájékozott fogyasztók esetén érne célt.

7. ÚJ SZANKCIÓK A LÁTHATÁRON

Az elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet tervezetében foglalt előírások és garanciák természetesen hatástalanok maradnának a kikényszerítési mechanizmusok beiktatása nélkül. A tervezet megemlíti a kártérítés – értve ezalatt minden vagyoni jellegű szankciót, amely kompenzációs céllal kerül kivetésre – követelésének lehetőségét, azonban egységes, európai szintű felelősségi és kártérítési jog hiányában ez a lehetőség a tagállam belső jogának tartalmától függ. A rendelet tervezete éppen ezért erősíteni kívánja a hatósági fellépést, melynek megvalósítása érdekében nem európai szuperhatóság létrehozását irányozná elő, sokkal inkább a nemzeti hatóságok együttműködését erősítené.

²² Elektronikus adatvédelmi irányelv, 13. cikk.

²³ Elektronikus hírközlési rendelet tervezete, 12. cikk.

Új elem lenne a szabályozásban, hogy a rendelet tervezete közigazgatási bíróságok vonatkozásában esetköröket különít el, és a bírágplafonokat is rögzíti. Abban az esetben, ha az adatkezelési szabályokat sértené meg egy természetes vagy jogi személy, illetve a személyes adat, információ törlésére vonatkozó kötelezettségének nem tenne eleget, a bírág összege húszmillió euróra, illetve a vállalkozás előző üzleti évben világviszonylatban elért árbevételének 4%-ig (bármelyik összeg is a magasabb) terjedne. A nyilvánosan elérhető adatbázisok üzemeltetői és használói által elkövetett jogsértések esetében a bírág felső határa tízmillió euró vagy az árbevétel 2%-a.²⁴ A bírágolási politika bátorítása mindenképpen mutatja, hogy a rendelet tervezete konkrét és jelentős gazdasági-pénzügyi hátrány okozásával törekszik az adatvédelmi visszaélések megelőzésére, visszaszorítására. A GDPR-ben rögzített általános jogvédelmi eszközök természetesen az ePrivacy körében is alkalmazhatók lennének.

ZÁRÓ GONDOLATOK

A fogyasztók személyes adatainak és privátszférájának sérelme a digitális környezetben reális és fenyegető lehetőség, amelyet az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások természetéből eredően szinte lehetetlen a nemzeti jog keretei között megelőzni, szankcionálni. Az Európai Unió elektronikus hírközlési adatvédelem területén tett erőfeszítései eredményeképpen jelenleg alkalmazandó irányelv csupán a kezdete volt az ePrivacy jog európai megalapozásának. A minden eddiginél dinamikusabban fejlődő, internet használatot feltételező technológiai újítások szinte naponta mutatnak rá súlyos joghézagokra az irányelvben és az annak implementálása alapján született nemzeti jogokban. Az elektronikus hírközlési adatvédelmi rendelet tervezete koncepcióját tekintve támogatandó és érthető lépés Európában. Sikerének kulcsa azonban ismét azoktól a fogyasztóvédelmi jogban már jól ismert korlátoktól és gátló tényezőktől függ, melyek a fogyasztó tájékozatlanságából eredően akár sokadjára is ugyanazon jogsértés áldozatává tehetik a fogyasztót. A tájékoztatáshoz, oktatáshoz ugyanúgy innovatív szemléletre van szükség, mint az új technológiák megalkotásához. Örömteli éppen ezért, hogy a GDPR hatályba lépésére készülve a tagállamok többsége és az Európai Unió intézményei is végre kétoldalú kampányt folytatnak: nem csupán a fogyasztó felé törekszenek alanyi jogaik tartalmát megismertetni, de a potenciális jogsértőket, a vállalkozásokat is a felkészülésre és ezen keresztül a prevencióra sarkallják. Az elektronikus hírközlési adatvédelem körében azonban vélhetően a rendelet elfogadásával sem zárul le a vita. A rendelet tervezetének számos előírása komoly pénzügyi terhet ró majd a vállalkozásokra, a kötelezettségek teljesítése pedig

²⁴ Elektronikus hírközlési rendelet tervezete, 23. cikk.

új munkakörök létrejöttét is eredményezheti. A technológiai fejlődés azonban egyelőre megállíthatatlannak tűnik, így a jogsértésekkel szembeni védekezésről ismét csak pillanatfelvételt készíthet a rendelet, de valóban technológia semleges, jövőbe mutató rendelkezéseket az egyelőre még ismeretlen technológiák miatt természetszerűleg nem adhat.