

2. 4. 2019

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Ochrana osobních údajů a předvolební kampaň - Jde to vůbec dohromady?

Ačkoliv téma zásadních změn na poli regulace ochrany osobních údajů hýbe (nejen) právním světem už více než dva roky, teprve nyní se začínají objevovat situace a souvislosti, ve kterých mohou vznikat významné konflikty mezi dlouholetou praxí soukromých subjektů, a právě novou právní úpravou.

Zatímco v Rakousku se řeší, zda je možné mít na zvoncích bytového domu umístěny jmenovky jednotlivých uživatelů, a v Česku se přou mateřské školy, zda navštěvující děti nazývat jejich „pravými“ jmény či pseudonymy (Alenka Nováková bude „#~45`“ a Pepík Novotný je rázem „{*&52\$#“), Evropský sbor pro ochranu osobních údajů řeší daleko palčivější téma, s jehož závažností byl moderní svět již několikrát částečně konfrontován. Předvolební kampaň, zne/využívání osobních profilů na sociálních sítích a subjektivizace cílené reklamy tak, že Vám šikovný marketér umí předložit přesně ty informace, které potřebujete k tomu, abyste volili právě jeho klienta.



Vzpomeňme na kauzu kolem Cambridge Analytica, britské poradenské společnosti, která se do povědomí většiny z nás nechvalně zapsala svými kauzami napojenými na britské referendum o vystoupení z Evropské Unie či na prezidentské volby v USA v roce 2016, ve kterých (nutno říci, že poměrně překvapivě) zvítězil Donald Trump.

Cambridge Analytica celému světu (i když zřejmě ne úplně dobrovolně) ukázala, jaký potenciál se skrývá v informacích, které o sobě uživatelé sociálních sítí zveřejňují, co komentují a co sdílejí. Ukázala nám, že pokud tato data někdo shromáždí, seskupí a dále použije, lze v tom lepším případě vytvořit úzce zaměřenou a efektivní reklamu, v tom horším snad i ovlivnit výsledky volebního hlasování.

Možná i proto Evropská Unie skrze své orgány toto téma otevřela, neboť již tento rok proběhnou volby do Evropského parlamentu, tedy pravděpodobně nejmasovější volební událost na starém kontinentu. Ačkoliv mnoho lidí nepřikládá tomuto volenému orgánu přílišnou důležitost (volební účast při volbách do EP se v ČR běžně pohybuje pod 30 %, při posledních volbách to bylo dokonce něco málo přes 18 %[1]), je tento legislativní orgán nadán pravomocemi, které by mohli v rukou nesprávných zákonodárců způsobit potíže.

Evropský sbor se při vydávání svého prohlášení[2] inspiroval zejména doporučeními Evropské komise ze dne 12. 9. 2018, které se zabývají transparentností a ochranou osobních údajů v rámci dezinformačních kampaní v souvislosti s volbami do Evropského Parlamentu[3], a dále závěry jednání Rady Evropské Unie ze dne 19. 2. 2019 na téma zajištění svobodných a férových evropských

voleb[4].

Evropský sbor především zdůrazňuje běžnou praxi marketingových stratégů, kdy uzavírá, že: *“ve velké míře se používají prediktivní nástroje ke klasifikaci nebo profilování osobnostních rysů, charakteristik, nálad a dalších faktorů vlivu, což umožňuje činit předpoklady týkající se významných osobnostních rysů včetně politických názorů a jiných zvláštních kategorií údajů. Rozšiřování takových technik zpracování údajů k politickým účelům představuje vážná rizika, nejen pokud jde o právo na soukromí a ochranu údajů, ale také o důvěru v integritu demokratického procesu.”*

Je zřejmé, že dnešní moderní doba těmto technikám a nástrojům zcela nahrává a je tedy možné, že ve výsledku nebudou ve volbách vítězit ti, kteří mají nejlepší volební program či nejvhodnější kandidáty. Vyhraje zkrátka ten, který bude umět voličům „naservírovat“ to, co chtějí slyšet, ve formě, jaké to chtějí slyšet a způsobem, který je jim nejbližší. Vítejte v 21. století, století Marků Prchalů a Cambridge Analytica.

Evropský sbor tedy nabádá všechny subjekty, zúčastněné na plánovaných evropských volbách (a nejen na nich), aby vzali v potaz rozsáhlou novelizaci práva ochrany osobních údajů, a zdůrazňuje tyto zásadní body:

- **Osobní údaje odhalující politické názory jsou zvláštní kategorií údajů podle obecného nařízení o ochraně osobních údajů.** Obecně je zpracování těchto údajů zakázáno a podléhá řadě úzce vymezených podmínek, jako je výslovný, konkrétní, plně informovaný a svobodný souhlas jednotlivců.
- Osobní údaje, které byly zveřejněny, nebo byly jiným způsobem sdíleny jednotlivými voliči i v případě, že se nejedná o data odhalující politické názory, jsou stále předmětem ochrany podle právních předpisů EU o ochraně údajů. **Nelze například používat osobní údaje shromážděné prostřednictvím sociálních médií, aniž by byly dodrženy povinnosti týkající se transparentnosti, stanovení účelu a zákonnosti.**
- I v případě, že je zpracování zákonné, musí organizace dodržovat další povinnosti podle obecného nařízení o ochraně osobních údajů, včetně povinnosti být transparentní a poskytnout osobám, které jsou analyzovány a jejichž osobní údaje jsou zpracovávány, dostatečné informace o tom, zda byly údaje získány přímo či nepřímo. **Politické strany a kandidáti musí být připraveni prokázat, jakým způsobem dodržují zásady ochrany osobních údajů, zejména zásady zákonnosti, korektnosti a transparentnosti.**
- Je omezeno pouze automatizované rozhodování, včetně profilování, pokud má rozhodnutí právní nebo obdobně významný dopad na dotčeného jednotlivce, který je předmětem rozhodování. **Profilování spojené s cíleným rozesíláním zpráv v rámci kampaně může za určitých okolností vyvolat „podobně významné účinky“ a v zásadě bude zákonné pouze s platným výslovným souhlasem subjektu údajů.**
- **V případě cíleného výběru by měly být voličům poskytnuty odpovídající informace vysvětlující, proč dostávají danou zprávu, kdo je za ni odpovědný a jak mohou uplatnit svá práva jako subjekty údajů.** Kromě toho Sbor konstatuje, že podle právních předpisů některých členských států existuje požadavek na transparentnost, pokud jde o platby za politickou reklamu.

Ochrana osobních údajů prošla bezesporu nejzásadnějším přerodem v dosavadní, ač krátké, právní historii. Teprve začínáme objevovat její vazby na další odvětví či celospolečenské události. Rizika spojená s vytěžováním databází sociálních sítí již byla identifikována, je tedy postup Evropské Unie před nacházejícími volbami správný? Domnívám se, že bezpochyby ano. Zda však bude účinný a dostačující ukáže až čas. Jisté však je, že demokracie může mít spoustu podob. Možná zrovna tu, kdy se budeme všichni (svobodně) rozhodovat tak, jak chtějí nejbohatší zákazníci marketingových

společností.



Mgr. Pavel Malatinský

[SEDLAKOVA LEGAL](#)

Budova TITC
Purkyňova 648/125
612 00 Brno

Tel: +420 733 555 958

E-mail: office@sedlakovalegal.com

[1] Údaje dle Českého statistického úřadu - K dispozici >>> [zde](#).

[2] K dispozici >>> [zde](#).

[3] K dispozici >>> [zde](#).

[4] K dispozici >>> [zde](#).

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Nový zákon o veřejných dražbách, aukce a obálkové metody](#)
- [Pohled přes hranice - natáčení pornografických klipů jako důvod výpovědi z nájmu bytu](#)
- [Nařízení EU o umělé inteligenci a jeho dopady na využití jazykových modelů v advokátní praxi](#)
- [Revize zájezdové směrnice: co přináší, co hrozilo a co to znamená pro praxi](#)
- [Kupní smlouva o převodu nemovitosti bez uvedení výše kupní ceny](#)
- [Druhá „tlačítková novela“: povinné tlačítko pro odstoupení od smlouvy](#)
- [Souhlas s veřejným užíváním pozemku jako překážka nároku na bezdůvodné obohacení - nález Ústavního soudu sp. zn. I. ÚS 2541/25](#)
- [Kupní smlouva bez přesného určení kupní ceny](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 36.: Doložka o mlčenlivosti](#)
- [Detekce podezřelého obchodu v kontextu hazardních her](#)
- [AI omnibus](#)