

ЕЛЕКТРОННИТЕ МЕДИИ, ПОТРЕБИТЕЛСКИТЕ ПРОФИЛИ И ЗАЩИТАТА НА ЛИЧНИТЕ ДАННИ

Веселин Целков, Камен Алексиев

Университет по библиотекознание и информационни технологии

Резюме: В настоящия доклад е разгледано взаимодействието „електронна медия – физическо лице“ в контекста на изискванията на Общия регламент за защита на личните данни. Дефинирани са моделите на взаимодействие и са изследвани въпросите за създаването на потребителски профили, използването им от електронните медии и спазването на изискванията на регламента.

Ключови думи: Общ регламент за защита на личните данни, потребителски профили, модели на взаимодействие.

Въведение

Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и Съвета от 27 април 2016 година относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО (Общ регламент за защита на личните данни, Регламент (ЕС) 2016/679, GDPR)¹ е развитие на правната рамка и изисква много по-стриктно опазване на личната информация. За пробив в защитата и санкциите са огромни за мащаба и възможностите на повечето администратори на лични данни. Общият регламент променя и философията на защитата на личните данни, а именно:

- Основно внимание се отделя на защитата на правата на субекта (физическото лице) на данните, а не на организационните и техническите мерки за защита;
- Проблемът със сигурността на данните се вменява изключително на администратора на личните данни.

Част от основните причини за приемането на Регламента са [1, 2]:

- Защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни е основно право (Харта на основните права в Европейския съюз);
- Бързото технологично развитие и глобализацията създадоха нови предизвикателства пред защитата на личните данни. Значително нарасна мащабът на обмена и събирането на лични данни;

- Технологиите позволяват и на частните дружества, и на публичните органи да използват лични данни в безпрецедентни мащаби, за да упражняват дейността си;
- Физическите лица все по-често оставят лична информация, която е публично достъпна и в световен мащаб.

Всичко това е особено валидно за взаимодействието **„електронна медия – физическо лице“**. Методите на системния анализ са основа на това изследване. Използван е конструктивен подход за дефиниране на моделите за взаимодействия и ограниченията в тях, на резултатите и на доказателство за адекватност с изискванията на Регламента.

Модели на взаимодействие „електронна медия – физическо лице“

Под „електронна медия“ ще разбираме администратор на лични данни, който публикува информация за публичен и свободен достъп на собствените си електронни страници. Обект на анализ на взаимодействието **„електронна медия – физическо лице“** са:

- Общ модел на взаимодействие;
- Ограничения на разглежданията;
- Концептуален модел на взаимодействие в контекста на защита на личните данни и неприкосновеността на личността;
- Потребителски профил.

Общ модел на взаимодействие

В основата на общия модел на взаимодействието **„електронна медия – физическо лице“** са:

- Електронната медия публикува информация за публичен и свободен достъп на собствените си електронни страници;
- Съществуват множество инструменти за достъп до електронни страници;
- Физическото лице достъпва (използвайки някой от инструментите за достъп до електронните страници) свободно и без ограничения публикуваната на електронната страница информация;
- За всяко физическо лице електронната медия и инструментите за достъп притежават технологични възможности за записване и анализ на различни характеристики на действията на физическото лице.

Ограничения

Ограниченията в настоящата публикация включват:

- Само тези електронни медии, които предоставят на физическите лица публичен достъп, без ограничения, до:
 - съдържание (текст, картини, връзки);
 - реклами;
 - анкети/допитвания (социологически изследвания);
 - обяви за публични услуги (обяви за работа, за продажби, за услуги и т.н.).
- Не са обект на разглеждане социалните мрежи от типа на Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn и др. Не са обект на разглеждане и електронни медии, които дават възможност за публикуване на съдържание.
- Не са обект на разглеждане технологичните възможности на инструментите за достъп до електронни страници.

Концептуален модел на взаимодействие в контекста на защитата на личните данни и неприкосновеността на личността

Концептуалният модел на взаимодействие в контекста на защитата на личните данни и неприкосновеността на личността обхваща взаимодействието „*електронна медия – физическо лице*“, като:

- Електронната медия предоставя на физическите лица публичен достъп, без ограничения, до:
 - съдържание (текст, картини, връзки);
 - реклами;
 - анкети/допитвания (социологически изследвания);
 - обяви за публични услуги (обяви за работа, за продажби, за услуги и т.н.).
- Електронната медия публикува информационни блокове (съдържание) за публичен и свободен достъп на собствената си електронна страница. Информационните блокове може да бъдат класифицирани в различни категории, като по-важните от тях могат да са:
 - Актуални събития;
 - Политически;
 - Забавни;
 - Спортни;
 - За времето;
 - Туристически дестинации;
 - За здравето;

- Други.
- Физическото лице достъпва свободно и без ограничения публикуваната на електронната страница информация;
- За всяко физическо лице електронната медия притежава технологични възможности за записване в база данни на различни характеристики на взаимодействието, свързани с:
 - техническите характеристики на използваните устройства за достъп до електронните страници;
 - достъпените информационни блокове (съдържание);
 - достъпените реклами;
 - използваните публични услуги;
 - участието и страната в социологическите изследвания.

Потребителски профил

В резултат от действията на физическото лице във взаимодействието му с електронната медия е възможно създаване на потребителски профил на физическото лице.

Потребителският профил представлява структурирани данни и съдържа основна информация за:

- достъпените съдържания;
- достъпените реклами;
- устройства;
- географско разположение (локация);
- анализ и изводи за поведение и предпочитание на физическото лице.

Лични данни в електронните медии

Създаването на потребителски профил от електронната медия (администратор на лични данни) по същество е обработка на лични данни и е необходимо спазването на всички принципи и изисквания на Общия регламент. Правното основание за обработката може да бъде съгласието на физическото лице или законен интерес на администратора.

Използване на личните данни от електронните медии

Личните данни („бисквитки“, уникални идентификатори и други данни от профила) може да се използват за:

- персонализирано съдържание;
- персонализирани реклами;
- измерване на ефикасността на съдържанието;
- измерване на ефективността на рекламните;

- прилагане на пазарни проучвания за генериране на статистика за аудиторията;
 - разработване и подобряване на продукти;
 - гарантиране на сигурността, предотвратяване на измами и отстраняване на грешки;
 - техническо доставяне на реклами или съдържание;
 - съчетаване и комбиниране на източници на данни;
 - свързване на различни устройства;
 - получаване и използване на автоматично изпратени характеристики на устройството за идентификация;
 - използване на точни данни за географско позициониране;
 - съхраняване на и/или достъп до информация на устройство.
- Обект на разглеждане в това изследване ще бъдат някои от тях.

Персонализирано съдържание

Създаване на профил с персонализирано съдържание

За създаване на профил с персонализирано съдържание електронните медии могат:

- да събират информация за определен потребител, включително дейност на потребителя, интереси, посещения в сайтове или приложения, демографски данни или местоположение, за създаване или редактиране на потребителски профил за персонализирано съдържание;
- да комбинират тази информация с друга информация, събрана преди това, включително от различни уебсайтове и приложения, за създаване или редактиране на потребителски профил за използване при персонализиране на съдържание.

Персонализирано съдържание

Персонализирано съдържание може да бъде показано въз основа на създадения потребителски профил. За избор на персонализирано съдържание електронните медии могат:

- да изберат персонализирано съдържание въз основа на потребителски профил или други исторически данни за потребителя, включително предишни дейности, интереси, посещения в сайтове или приложения, местоположение или демографски данни.

Персонализирани реклами

Създаване на профил за персонализирани реклами

За създаване на профил за персонализирани реклами електронните медии могат:

- да събират информация за определен потребител, включително дейност на потребителя, интереси, демографски данни или местоположение, да създават или редактират потребителски профил за използване при персонализирана реклама;
- да комбинират тази информация с друга информация, събрана преди това, включително от различни уебсайтове и приложения, за да създадат или редактират потребителски профил за използване в персонализираната реклама.

Основни реклами

Реклами могат да бъдат показвани въз основа на съдържанието, което е разглеждано, приложението, което е използвано, приблизителното местоположение или използвания тип устройство.

За да направят избор на основни реклами, електронните медии могат:

- да използват информация в реално време за контекста, в който ще се показва рекламата, за да се показва рекламата, включително информация за съдържанието и устройството, например: тип устройство и възможности, потребителски агент, URL адрес, IP адрес;
- да използват неточни данни за географско позициониране на потребителя;
- да контролират честотата на показването на потребителя реклами;
- да спазват последователността, в която рекламите се показват на потребителя;
- да предотвратяват показването на реклама в неподходящ редакционен контекст.

Персонализирани реклами

Персонализираните реклами могат да бъдат показвани въз основа на създадения профил на физическото лице.

Гарантиране на сигурността, предотвратяване на измами и отстраняване на грешки

Личните данни може да се използват за наблюдение и предотвратяване на измамни дейности, както и за осигуряване на правилното и надеждно функциониране на системите и процесите.

Разрешени дейности

За гарантиране на сигурността, предотвратяване на измами и отстраняване на грешки електронните медии могат:

- да осигуряват надеждно предаване на данните;
- да откриват и предотвратяват злонамерени, измамни, невалидни или незаконни дейности;
- да осигуряват правилна и ефикасна работа на системите и процесите, включително наблюдение и подобряване на ефективността на системите и процесите, ангажирани с разрешените цели.

Неразрешени дейности

Електронните медии не могат:

- да извършват всяка друга операция за обработване на данни, позволена от друга цел, в рамките на тази цел.

Забележка. Данните, събирани и използвани за гарантиране на сигурността, предотвратяване на измами и отстраняване на грешки, могат да включват автоматично изпратени характеристики на устройството за идентификация, точни данни за географско позициониране, както и данни, получени чрез активно сканиране на характеристиките на устройството за идентификация, без отделно разкриване и/или функция за включване.

Общ регламент за защита на личните данни

Важните въпроси, които произтичат от изискванията на Общия регламент във взаимодействието „**електронна медия – физическо лице**“, са спазване на принципите при обработка на данните и осигуряване на правата на физическите лица [3, 4].

Принципи

Принципите на Общия регламент при обработка на личните данни изискват:

- законосъобразност, добросъвестност и прозрачност;
- ограничение на целите;
- свеждане на данните до минимум;
- точност;
- ограничение на съхранението;
- цялостност и поверителност.

Права на физическите лица

Основните права на физическите лица при обработка на личните данни включват:

- информация и достъп да личните данни;
- коригиране и изтриване;
- ограничаване на обработването;
- преносимост на данните;
- възражение.

Заключение

В представения доклад са отразени вижданията и дългогодишният опит на авторите по прилагане на правната рамка за защита на личните данни и развитието на електронните медии. Основните моменти само са маркирани и до пълното им осмисляне и въвеждане в практиката предстои нелек път. Необходими са съвместни усилия на Националния надзорен орган, научните организации, електронните медии, физическите лица и бизнеса за еднаквото разбиране и тълкуване на изискванията на Регламента, за постигане на обща убеденост и практически действия за защита на правата и неприкосновеността на гражданите.

Представените модели ще бъдат в основата на изграждане на цялостна система за защита на данните в електронните медии, апробиране на резултатите и доказателство за адекватност с изискванията на Регламента.

Бележки

- ¹ **Reglament (ES) 2016/679** на Evropejskiya parlament i svyeta ot 27 april 2016 gogina. [Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и съвета от 27 април 2016 година относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО от Конвенцията на Съвета на Европа за защита на гражданите по отношение на автоматичната обработка на личните данни.]

References/Литература

1. **Tselkov, V., D. Petkov, G. Sredkov, P. Georgiev.** *Zashtita na dannite. Printsipi i praktiki. Vtoro, prereboteno izdanie.* Sofia: Za bukвите – O pismeneh, 2020. 333 s. ISBN 978-619-185-441-7.
[Целков, В., Д. Петков, Г. Средков, П. Георгиев. *Защита на данните. Принципи и практики. Второ, преработено издание.* София: За буквите – О писменех, 2020. 333 с. ISBN 978-619-185-441-7.]
2. **Tselkov, V., S. Denchev, I. Peteva.** *Sigurnost na informacionnite resursi.* Sofia: Za bukвите – O pismeneh, 2020. 268 s. ISBN: ISBN 978-619-185-432-5.

[**Целков, В., С. Денчев, И. Петева.** Сигурност на информационните ресурси. София: За буквите – О писменехъ, 2020. 268 с. ISBN: ISBN 978-619-185-432-5.]

3. **Tselkov, V., G. Sredkov.** Zashchita na li`nite dannii i syotvetstvie s Reglament (ES)2016/679. – В: *Nauchni trudove na UniBIT*, Том 18, 2020.

[**Целков, В., Г. Средков.** Защита на личните данни и съответствие с изискванията на Регламент (ЕС) 2016/679. – В: *Научни трудове на УниБИТ*, Том 18, 2020.]

4. **Biolcheva, P, G. Sredkov.** Otsenka na vyzdejstvieto pri obrabotka na lichni dannii v syotvetstvie s Reglament (ES)2016/679. UNSS, Yubilejna nauchno-prilozhna konferentsiya, 12 – 14 oktomvri 2018 g.

[**Биолчева, П., Г. Средков.** Оценка на въздействието при обработване на лични данни в съответствие с Регламент (ЕС) 2016/679 (GDPR). УНСС, Юбилейна научно-приложна конференция, 12 – 14 октомври 2018.]

За авторите

Веселин Целков е професор, доктор на техническите науки в Университета по библиотекознание и информационни технологии. Автор и съавтор на 10 монографии и учебници и над 250 научни публикации. Основните му интереси са в областта на информационната сигурност, защитата на данните, управлението на риска.

За контакт с автора: v.tselkov@unibit.bg

Камен Алексиев е магистър по алгебра и е докторант в Университета по библиотекознание и информационни технологии в областта на защитата на личните данни. Основните му интереси са в областта на електронните медии и защитата на личните данни.

За контакт с автора: kamen.alexiev@gmail.com

ELECTRONIC MEDIA, USER PROFILES AND THE PERSONAL DATA PROTECTION

Veselin Tselkov, Kamen Alexiev

University of Library Studies and Information Technologies

Abstract: This report examines the “*electronic media – individual*” interaction in the context of the requirements of the General Data Protection Regulation. The models of interaction are defined and the issues of the creation of user profiles, their use by the electronic media and the observance of the requirements of the regulation are studied.

Keywords: General Data Protection Regulation, GDPR, user profiles, interaction models.

About the authors

Veselin Tselkov is a professor, doctor of technical sciences at the University of Library Studies and Information Technologies. Author and co-author of 10 monographs and textbooks and over 250 scientific publications. His main interests are in the field of information security, data protection, and risk management.

To contact the author: v.tselkov@unibit.bg

Kamen Alexiev has a master’s degree in algebra and is a doctoral student at the University of Library Studies and Information Technologies in the field of personal data protection. His main interests are in the field of electronic media and personal data protection.

To contact the author: kamen.alexiev@gmail.com