

# Smernice glede varstva zasebnosti pri digitalni televiziji



INFORMACIJSKI  
POOBlašČENEC

Namen dokumenta:	Smernice podajajo odgovore na najpogosteje zastavljena vprašanja z vidika zahtev Zakona o varstvu osebnih podatkov glede digitalne televizije, kot so: pod kakšnimi pogoji je zbiranje in obdelovanje podatkov o uporabnikih dopustno, kakšne so obveznosti operaterjev in pravice uporabnikov digitalne televizije, kako so urejena posamezna področja obdelave podatkov.
Ciljne javnosti:	Operaterji digitalne televizije, ki že ponujajo interaktivne storitve ali razmišljajo o njihovi uvedbi, pripravljavci strategij razvoja digitalne televizije.
Status:	Javno.
Verzija:	1.0
Datum verzije:	16.4.2009
Avtorji:	Informacijski pooblaščenec.
Ključne besede:	Smernice, interaktivna digitalna televizija, prilagajanje vsebine uporabnikom, neposredno trženje, obdelava osebnih podatkov uporabnikov, sorazmernost, namen obdelave, soglasje uporabnikov, posredovanje podatkov tretjim osebam.

# VSEBINA

- 4 O smernicah informacijskega pooblaščenca
- 4 Uvod
- 5 Splošno o digitalni televiziji
  - 5 *1. Novosti, ki jih prinaša digitalna televizija*
  - 5 *2. Platforme, preko katerih je možno oddajati in sprejemati digitalno televizijo*
  - 7 *3. Interaktivna digitalna televizija*
    - 7 *3.1 Interaktivnost pri DVB standardih - MHP*
    - 7 *3.2 Interaktivnost pri IP televiziji*
- 8 Smernice za zagotavljanje zasebnosti pri interaktivni digitalni televiziji
  - 9 *1. Kdaj lahko operaterji obdelujejo osebne podatke uporabnikov?*
  - 9 *2. Na kakšni pravni podlagi lahko operater obdeluje osebne podatke uporabnikov?*
  - 10 *3. Kakšne so pravice posameznika glede obdelovanja njegovih osebnih podatkov?*
    - 11 *3.1 Katere so dolžnosti operaterja kot upravljavca osebnih podatkov?*
    - 12 *3.2 Kako je s posredovanjem zbranih osebnih podatkov tretjim osebam?*
  - 13 *4. Kakšni so roki hrambe osebnih podatkov in kako je potrebno ravnati z osebnimi podatki po preteku roka hrambe ?*
  - 13 *5. Kaj mora operater upoštevati pri prilagajanju vsebine določenim uporabnikom?*
  - 13 *6. Kaj mora operater upoštevati pri aktivnostih povezanih z neposrednim trženjem?*
  - 15 *7. Kaj mora operater upoštevati pri izvajanju anket in nagradnih iger?*
  - 15 *8. Kaj mora operater upoštevati pri omogočanju storitve nakupovanja na daljavo?*
  - 15 *9. Kaj mora operater upoštevati pri omogočanju storitve nakupovanja na daljavo?*
- 16 Priporočila ponudnikom interaktivne digitalne televizije
- 17 Zaključek
- 18 Glavni viri



## O smernicah Informacijskega pooblaščenca

Namen smernic Informacijskega pooblaščenca je pojasniti pomen človekovih pravic in njihovo varstvo ter na jasn, razumljiv in uporaben način odgovoriti na najpogosteje zastavljena vprašanja s področja varstva osebnih podatkov in s tem odgovornosti tistih, ki upravljajo z osebnimi podatki in tistih, ki izražajo v javnosti svoje mnenje in skrbijo za obveščanje.

Pravno podlago za izdajo smernic Pooblaščenca daje 49. člen ZVOP-I-UPBI, ki med drugim določa, da Pooblaščenec daje neobvezna mnenja, pojasnila in stališča o vprašanih s področja varstva osebnih podatkov in jih objavlja na spletni strani ali na drug primeren način ter pripravlja in daje neobvezna navodila in priporočila glede varstva osebnih podatkov na posameznem področju.

Oglejte si tudi:

- **Mnenja Pooblaščenca:**

<http://www.ip-rs.si/varstvo-osebnih-podatkov/iskalnik-po-odlocbah-in-mnenjih/>

- **Brošure Pooblaščenca:**

<http://www.ip-rs.si/publikacije/prirocniki/>

Smernice Pooblaščenca so objavljene na spletni strani:

<http://www.ip-rs.si/varstvo-osebnih-podatkov/iskalnik-po-odlocbah-in-mnenjih/smernice/>

## Uvod

V zadnjem desetletju je televizija doživela mnogo sprememb. Prva sprememba je prehod iz analognega oddajanja na digitalno, druga sprememba pa je selitev televizije na internetna omrežja. Omogočene so nove interaktivne storitve, kot na primer televizijska prodaja, pri kateri lahko uporabnik nakupe izvaja kar z daljincem, učenje na daljavo, video na zahtevo, uporabniki lahko igrajo igre, komunicirajo z drugimi uporabniki, itd. Pri interaktivni digitalni televiziji ima večino nadzora nad tem, kaj se dogaja v »črni škatli«, operater, ki lahko na ta način pridobi ogromno podatkov o navadah gledalcev, njihovih najljubših kanalih, interaktivnih storitvah, ki jih uporabljajo, geslih, ki jih vpisujejo. Interaktivna digitalna televizija se v tem smislu zelo približa internetu – operater lahko precej natančno spremlja aktivnosti uporabnikov, in tako je postalo rudarjenje podatkov ter profiliranje uporabnikov za namene trženja realnost tudi pri interaktivni digitalni televiziji.

Digitalna televizija lahko zelo hitro pomeni velik poseg v zasebnost uporabnikov, zato mora biti pridobivanje, obdelovanje in posredovanje njihovih podatkov skladno z zakonodajo s področja varstva osebnih podatkov. Pogoje za izvajanje navedenih dejavnosti interaktivne digitalne televizije je potrebno razlagati v luči določb zakonodaje, s katero se določajo pravice, obveznosti, načela in ukrepi, s katerimi se preprečujejo neustavni, nezakoniti in neupravičeni posegi v zasebnost in dostojanstvo posameznika pri obdelavi osebnih podatkov.

Namen pričujočih smernic je pojasniti značilnosti digitalne in interaktivne televizije, razjasniti dileme glede obdelave osebnih podatkov v sklopu interaktivne digitalne televizije in predstaviti zakonsko ureditev področja. S smernicami želimo podati odgovore na najpogostejša vprašanja, ki se odpirajo v zvezi z digitalno televizijo in obdelavo osebnih podatkov ter podati priporočila, s pomočjo katerih bo delovanje operaterjev bolj transparentno. Posebna želja Pooblaščenca je, da se smernice ustrezno upoštevajo pri pripravi ali nadgradnji strateških dokumentov in na njih temelječih ukrepov za razvoj digitalne televizije.

## Splošno o digitalni televiziji

### 1. Novosti, ki jih prinaša digitalna televizija

Prehod iz analognega oddajanja in sprejemanja televizijskega signala na digitalno se bo končal leta 2012, ko analogen sprejem ne bo več možen in bo zaradi kompresije signala, ki jo omogoča digitalna tehnika, sproščenega precej radijskega spektra, prej uporabljenega za analogno oddajanje televizijskega signala. Po popolnem prehodu bo del spektra na voljo drugim uporabnikom radijskih frekvenc, kot so mobilna telefonija, brezžični internet, nove televizijske storitve idr.

Pri digitalni televiziji sta slika in zvok pretvorjena v digitalni format; za sprejem uporabnik potrebuje tudi poseben zunanji digitalni sprejemnik, t. i. *Set Top Box (STB)* / TV komunikator ali televizijo z vgrajenim digitalnim sprejemnikom (*Integrated Digital TV*). STB povezuje televizijski sprejemnik z zunanjim virom signala (antena, satelitska antena, kabel, internetna povezava, telefonska linija...) in pretvori signal v vsebino, prikazano na ekranu (video, avdio, internetne strani, igre ...).

Digitalni STB sprejema ukaze uporabnika preko daljince, tipkovnice, naprave za prepoznavo glasu ipd. in prenese te ukaze do operaterja po neke vrste povratnem kanalu (ki je lahko tudi IP linija). STB omogoča sprejemanje TV signala, uporabnik se lahko priklopi na omrežja, igra igre preko igralnih konzol (ki so lahko tudi vgrajene v STB), brska po internetu, uporablja elektronski programski vodič (EPG), virtualne kanale, pošilja elektronsko pošto in izvaja videokonference. Mnogi STB-ji so zmogni v realnem času komunicirati z drugimi napravami, kot so video rekorderji in kamere, DVD-ji, CD predvajalniki, prenosni medijski predvajalniki ipd. Nekateri imajo že vgrajene trde diske in prostor za pametne kartice, s katerimi se lahko uporabniki identificirajo in opravljajo nakupe.

Prednosti digitalne televizije so naslednje:

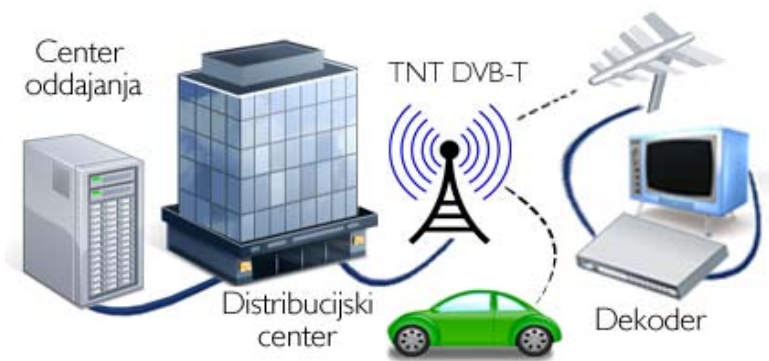
- digitalni kanali zavzamejo manj spektra kot analogni, kar pomeni, da lahko operaterji na eni frekvenci ponudijo več kanalov;
- načeloma sta slika in zvok bolj kakovostna in sprejem boljši kot pri analogni televiziji;
- omogoča storitev visoke ločljivosti (*High Definition TV*);
- omogoča posebne storitve, kot na primer multipleksiranje (več kot en program na enem kanalu) in elektronski programski vodič;

- omogoča druge ne-televizijske storitve, kot na primer plačljive multi-medijske ali interaktivne storitve.

### 2. Platforme, preko katerih je možno oddajati in sprejemati digitalno televizijo

Digitalna televizija lahko uporablja kabelske, satelitske, prizemne ali mobilne prenosne kanale, pri digitalni televiziji, ki uporablja internetni protokol (IPTV), pa se podatki prenašajo kar po internetnem omrežju.

*Digitalna prizemna televizija (Digital Terrestrial Television - DTT ali DTTV)*



Digitalna prizemna televizija se oddaja po podobnih radijskih frekvencah kot standardna analogna televizija, uporabnik pa za sprejem poleg standardne antene potrebuje STB ali vgrajen digitalni sprejemnik, ki dekodira digitalni signal. DTT lahko uporabnik spremlja tudi na računalniku, opremljenim s TV kartico (*TV Tuner Card*).

Standard za prizemno digitalno televizijo v Evropi in Avstraliji je DVB-T (*Digital Video Broadcasting – Terrestrial*).

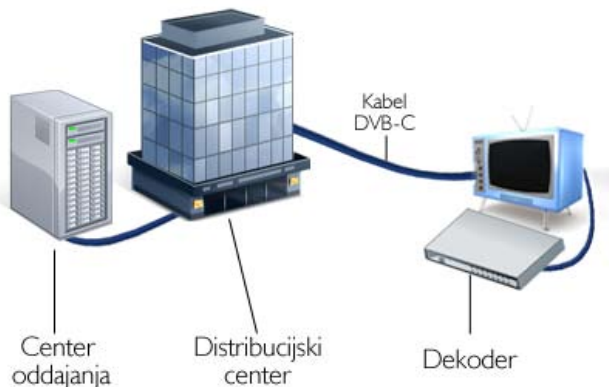


### Digitalna satelitska televizija



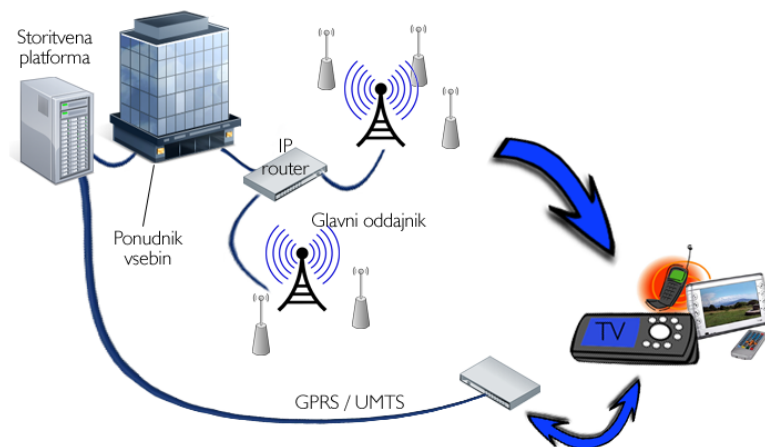
Standard DVB-S (*Digital Video Broadcasting Forward Error Coding and Modulation Standard for Satellite Television*) je za satelitsko oddajanje v uporabi že od leta 1995. Izboljšana verzija, DVB-S2 (*Digital Video Broadcasting – Sattelitte – Second Generation*), bo po vsej verjetnosti vodilni standard za evropske digitalne multiplekse v prihodnosti, satelitski sprejemniki pa bodo omogočali sprejem obeh standardov. Za sprejem DVB-S uporabnik poleg satelitske antene potrebuje STB, ki dekodira signal.

### Digitalna kabljska televizija



Standard DVB-C (*Digital Video Broadcasting – Cable*) deluje po enakem principu, le da je prilagojen za sprejem kabljske televizije. Signal potuje po kablu do STB, ki ga dekodira.

### Digitalna televizija za mobilne naprave



Mobilna televizija pomeni televizijske storitve, ki so uporabniku na voljo preko mobilnih naprav. TV vsebina je posebej prilagojena sprejemu na mobilni napravi, drugačna je tudi uporabnikova izkušnja. Zanimiva možnost pri uporabi mobilnega telefona kot sprejemnika televizijskih vsebin je ponudba »podcast« storitev, kjer se uporabnik naroči na določeno vsebino. Ta se shrani na telefonu in jo lahko uporabnik pogleda kadarkoli hoče, tudi ko nima internetne povezave. Operater pa lahko prenos lahko opravi v času, ko kapaciteta mobilnih internetnih povezav ni tako zasedena, recimo ponoči.

Tehnično je mobilno televizijo mogoče sprejemati na dva načina, preko dvosmernega mobilnega omrežja ali pa preko enosmernega televizijskega omrežja. V obeh primerih je standard za oddajanje in sprejemanje DVB-H (*Digital Video Broadcasting – Handheld*), ki je prirejen posebej za manjše naprave. Mobilno televizijo je mogoče spremljati tudi preko 3G (*Third Generation*) omrežja.

## Digitalna televizija preko IP omrežja

IPTV (*Internet Protocol Television*) je sistem, kjer uporabnik digitalni televizijski signal sprejema preko IP omrežja, npr. širokopasovnega internetnega dostopa. Običajno je IPTV del paketa storitev (npr. trojček: internet, tv, telefon), ki ga ponuja operater v okviru zaprte omrežne strukture, ki lahko zagotavlja visoko kakovost slike in zvoka. Uporabnik za sprejemanje načeloma še vedno potrebuje digitalni STB. Internetna televizija v nasprotju z IPTV pomeni, da digitalni televizijski signal potuje po celotnem javnem internetnem omrežju in ga lahko sprejema vsak uporabnik, ki ima nameščene primerne naprave. Uporabniku ni potrebno biti del zaprtega omrežja operaterja.

### 3. Interaktivna digitalna televizija

Novost, ki jo prinaša digitalna televizija, je interaktivnost, kar pomeni, da omogoča dvosmeren tok komunikacije med ponudnikom digitalne televizije in gledalcem/uporabnikom. Interaktivna televizija ponuja gledalcu možnost t. i. povratne poti (*return path*), torej komunikacija ne poteka le na relaciji od televizije/operaterja do gledalca, ampak tudi v nasprotni smeri. Gledalec ima možnost povratne komunikacije z operaterjem, ki lahko glede na njegove želje prilagaja vsebino. Splošno ločimo dva tipa interaktivnosti, in sicer interaktivnost preko različnih kanalov in interaktivnost preko istega kanala.

Interaktivnost preko različnih kanalov (*2-Screens iTV*) pomeni, da gledalec spremlja digitalno televizijo preko enega kanala, povratne informacije pa operaterju sporoča preko drugega (npr. računalnik, klicni centri, telefon, ipd). Zelo popularno je npr. telefonsko ali SMS glasovanje.

Interaktivnost preko istega kanala (*Single-Screen iTV*) pa pomeni, da so interaktivne možnosti gledalcu dosegljive preko uporabniškega vmesnika STB, daljince ali vgrajenega STB v televizijskem sprejemniku. Pri prizemni, satelitski in kabelski platformi je interaktivnost omogočena preko različnih kanalov z uporabo DVB-MHP standarda (*Digital Video Broadcasting - Multimedia Home Platform*). Operater za oddajanje vsebin uporablja enega, uporabnik pa povratne informacije pošilja preko drugega kanala (telefonska linija, širokopasovna povezava). Interaktivnost v pravem pomenu besede je preko istega povratnega kanala praktično mogoča le pri digitalni televiziji na internetni platformi, kjer širokopasovna povezava omogoča kanal sporočanja in povratni kanal hkrati.

### 3. 1 Interaktivnost pri DVB standardih - MHP

DVB (*Digital Video Broadcasting*) standardi, ki so v Evropi vodilni za oddajanje digitalne televizije na prizemni, satelitski, kabelski in internetni platformi, omogočajo interaktivnost preko MHP standarda (*Multimedia Home Platform*). DVB-MHP je večpredstavnostna domača platforma, odprti vmesniški sistemski standard, ki ga je razvil konzorcij DVB za omogočanje interaktivne digitalne televizije. MHP omogoča sprejem in zagon aplikacij v Java programskem jeziku na televizijskem sprejemniku. Digitalno oddajanje operaterju omogoča, da hkrati s sliko in zvokom oddaja tudi binarne podatke, kar pomeni, da je možno oddajati multimedijske aplikacije, ki se jih zažene na digitalni televiziji oziroma STB.

Aplikacije, sinhronizirane s tradicionalno vsebino, načeloma omogočajo povratni kanal, po katerem lahko uporabnik komunicira z operaterjem. MHP standard omogoča 3 različne profile uporabe. Prvi profil omogoča obogatene televizijske storitve, ne predvideva pa povratnega kanala, zato je interaktivnost le lokalnega značaja. Drugi profil zajema interaktivno televizijo: poleg aktivnosti, ki jih omogoča prvi profil, je tu potreben še povratni kanal, ki omogoča uporabniku, da sporoča operaterju svoje preference, ta pa se nanje odziva s prilagajanjem vsebine. Tretji profil MHP je namenjen IP televiziji, ki že sama po sebi omogoča interaktivnost, saj sta kanala sporočanja ista.

Na trenutni točki razvoja DVB-MHP standard omogoča aplikacije, kot so programski vodiči, portali za različne dogodke (glasovanje pri resničnostnih šovih, drugih dogodkih), informacijske storitve (novice, vreme ...), obogaten športni program (statistike, povzetki), igre, plačljivi video na zahtevo, interaktivno oglaševanje (s pritiskom na tipko si lahko uporabnik ogleda informacije o proizvodu), superteletekst in radio. Primerne si lahko ogledate na <http://www.mhp.org/applications.htm>.

### 3. 2 Interaktivnost pri IP televiziji

IPTV zaradi širokopasovne povezave omogoča, da operater in uporabnik komunicirata preko istega kanala. Storitve, ki že delujejo, in tistih, ki šele prihajajo, je mnogo in televizija se po uporabnosti zelo približa internetu. Te dodatne storitve so lahko omogočene brezplačno ali pa na osnovi naročnine. Operaterji imajo tako možnost, da z razlikovanjem programa glede na določene segmente gledalcev dosežejo nove ciljne skupine.

Poleg storitev, ki jih omogoča MHP-DVB standard na drugih platformah (dodatne informacije o vsebini, elektronski programski vodič, novice ...), IP televizija podpira tudi množico drugih interaktivnih storitev:

- odjavne špice si je mogoče ogledati kadarkoli med programom in ne le na začetku ali na koncu; ko uporabnik gleda en program, lahko sledi tudi dogajanju na drugih;
- lokalizirane vsebine in vsebine po meri (novice, vreme, šport);
- opravljanje bančnih storitev od doma, neposredno nakupovanje – ko uporabnik opazi izdelek ali storitev, jo lahko takoj naroči ali kupi;
- ankete / glasovanje – uporabnik lahko glasuje med programom, ne da bi moral to storiti po drugem kanalu, kot je npr. plačljivo telefonsko glasovanje ali glasovanje na internetu;
- interaktivne igre, kjer lahko uporabnik igra z drugimi uporabniki;
- interaktivne športne vsebine (uporabnik lahko izbira s katerega kota snemanja bo gledal vsebino, lahko izbira tudi med različnimi audio posnetki, interaktivno stavi);
- učenje na daljavo;
- videokonference, elektronska pošta, neposredno sporočanje (*Instant Messaging*);
- interaktivno oglaševanje.



## Smernice za zagotavljanje zasebnosti pri interaktivni digitalni televiziji

Nove možnosti, ki jih prinaša digitalna interaktivna televizija, po eni strani pomenijo, da bo uporabnik dobil njegovim željam in potrebam prilagojeno vsebino in storitve, po drugi strani pa se ob tem odpirajo številna vprašanja glede varstva zasebnosti uporabnikov. Digitalna televizija, ki omogoča interaktivnost ponudnika in uporabnika, implicira obdelavo osebnih podatkov, saj uporabniki s svojim obnašanjem in aktivno uporabo ponudniku interaktivne digitalne televizije »sporočajo« določene podatke, ki jih potrebno obravnavati kot osebne podatke. Podatki o gledanih kanalih, preferencah in nakupnih navadah gledalcev, podatki o politični, verski in drugi pripadnosti, zdravstvenem stanju, odnosu do aktualnih vprašanj v okviru raznih anket itd. se namreč lahko nanašajo na točno določljivega posameznika. Ponudnik digitalne interaktivne televizije ima lahko v vsakem trenutku podatke o tem, katere kanale gleda določen uporabnik, koliko časa in kako pogosto, prav tako pa lahko obdeluje podatke, ki mu jih s svojim (inter)aktivnim ravnanjem »sporoči« uporabnik.

Primer obdelave osebnih podatkov, na katerem lahko pojasnimo, zakaj je potrebno upoštevati pravila in načela varstva osebnih podatkov pri interaktivni digitalni televiziji, je profiliranje uporabnikov za namene trženja glede na njihove preference pri izboru vsebin. Digitalna interaktivna televizija namreč omogoča istočasno posredovanje različnih oglašnih vsebin različnim uporabnikom ali skupinam uporabnikov. Ponudnik ima tako možnost ciljnega trženja, oziroma segmentiranja uporabnikov glede na njihove socio-demografske značilnosti (starost, izobrazba, s strani uporabnika posredovane preference, nakupne navade, ipd.) in posredovanja oglašnih vsebin le določenemu segmentu/skupini.

Dodatno interaktivna digitalna televizija omogoča tudi t.i. vedenjsko trženje (*ang. behavioural marketing/targeting*), ki se s pospešeno hitrostjo razvija v internetnem okolju, in temelji na pridobivanju podatkov o vedenjskih vzorcih uporabnikov (operater spremlja, kaj uporabniki gledajo, kdaj, katere interaktivne storitve uporabljajo, ipd.). Podatki o vedenju uporabnikov, skupaj z ostalimi podatki, ki jih o njih zbira operater, tvorijo natančen profil posameznika, na podlagi katerega je mogoče trženje popolnoma personalizirati oziroma prilagoditi točno določeni osebi. Verjetno ni daleč čas, ko bosta dva posameznika ob istem času na istem televizijskem kanalu gledala različen, posameznikovim lastnostnim, preferencam, navadam in vedenju prilagojen oglas. Ciljno in vedenjsko trženje preko digitalne televizije implicirata obdelavo os-



ebnih podatkov, ki niso zgolj kontaktni podatki, zato morajo ponudniki digitalne televizije pri obdelavi te vrste strogo slediti določbam zakonodaje s področja varstva osebnih podatkov.

Osnovna načela, ki jih morajo glede varstva zasebnosti in osebnih podatkov upoštevati ponudniki interaktivne digitalne televizije, so naslednja:

- digitalna televizija mora ostati kulturna storitev za zagotavljanje svobode informacij, raznolikosti mnenj in medijskega pluralizma. Poskusi manipulacije z gledalci z namenskimi programi morajo biti prepovedani;
- ohranjena mora biti možnost anonimne uporabe storitev digitalne televizije: celoten informacijski sistem (organizacijska, strojna in programska oprema), ki podpira zagotavljanje digitalne televizije mora biti zasnovan, zgrajen in nastavljen tako, da podpira in zagotavlja anonimnost uporabnikov, oziroma obdeluje minimalni potreben nabor osebnih podatkov (načelo sorazmernosti), razen v primerih, ko uporabnik izrecno soglaša z obdelavo njegovih podatkov;
- obdelava osebnih podatkov uporabnikov (torej tudi samo zbiranje) mora biti poštena in skladna z določbami ZVOP-I.

V nadaljevanju podajamo konkretne napotke za zakonitost in poštenost obdelave osebnih podatkov pri interaktivni digitalni televiziji. Podane smernice naj bi služile predvsem kot vodilo ponudnikom interaktivne digitalne televizije, s katerimi lahko poskrbijo, da pri nudenju storitev, ki jih omogoča interaktivna digitalna televizija, ne bo prišlo do kršitve ZVOP-I.

V nadaljnjem besedilu za subjekte veljata sledeči definiciji:

- operater – operater, kot ga definira 6. točka 1. člena Zakona o digitalni radiodifuziji (ZDRad) in ponudnik, kot ga definira 7. točka 1. člena ZDRad;
- uporabnik – posameznik, ki uporablja storitve digitalne televizije, ne glede na to, ali je naročnik.

### *1. Kdaj lahko operaterji obdelujejo osebne podatke uporabnikov?*

ZVOP-I določa, da je osebni podatek tisti podatek, s katerim lahko določimo posameznika. Najbolj tipični osebni podatki so ime, priimek, naslov, EMŠO ipd., vendar pa ne smemo pozabiti tudi na občutljive osebne podatke (npr. podatki o rasnem poreklu, političnem prepričanju, zdravstvenem stanju). Obdelava podatkov pomeni zbiranje, pridobivanje, vpis, urejanje, shranjevanje, prilagajanje ali spreminjanje,

priklicanje, vpogled, uporabo, razkritje s prenosom, sporočanje, širjenje ali drugo dajanje na razpolago, razvrstitev ali povezovanje, blokiranje, anonimiziranje, izbris ali uničenje.

Osebne podatke uporabnikov lahko operater obdeluje le ob upoštevanju določb ZVOP-I. Osnovni pogoji za obdelavo so naslednji:

1. da ima operater pravno podlago za obdelavo podatkov (zakon, osebna privolitve posameznika, oz., če je to potrebno za izpolnjevanje pogodbe). Če zbiranje in obdelavo dovoli zakon, mora zakon določiti tudi namen obdelave podatkov. Če pa operater uporabnikove podatke zbira na podlagi njegove privolitve, mora uporabnika predhodno na ustrezen način seznaniti z namenom obdelave, po potrebi pa tudi z drugimi podatki, če je to potrebno, da se zagotovi zakonita in poštena obdelava.
2. po načelu sorazmernosti lahko operater obdeluje le tiste osebne podatke, ki so ustrezni in po obsegu primerni glede na namen obdelave (npr. za namen pošiljanja računa potrebuje le naslov, kamor pošlje račun, ne pa tudi števila članov gospodinjstva);
3. po načelu namenskosti mora biti namen obdelave določen in zakonit. Bistveno je, da operater resnično obdeluje le tiste podatke, ki jih potrebuje za izpolnitev namena obdelave. Pri tem mora uporabnik vedeti, katere njegove podatke operater obdeluje in zakaj jih obdeluje.

### *2. Na kakšni pravni podlagi lahko operater obdeluje osebne podatke uporabnikov?*

Pravna podlaga za obdelavo osebnih podatkov je, kot že rečeno, lahko določena z zakonom ali pa posameznik poda osebno privolitve za obdelavo podatkov.

Zakon o elektronskih komunikacijah (Ur. l. RS, št. 13/07, ZEKom) določa, da lahko operater digitalne televizije zbira določene podatke o svojih uporabnikih, in sicer osebno ime oziroma firmo uporabnika in njeno organizacijsko obliko, dejavnost uporabnika, naslov uporabnika, naročniško številko, ter na željo uporabnika akademski, znanstveni ali strokovni naziv ali naslov njegove elektronske pošte, na podlagi plačila pa še dodatne podatke, če to želi uporabnik in se s tem ne poseže v pravice tretjih oseb, davčno številko za fizično osebo ter davčno in matično številko za pravno osebo. Tako zbrane podatke se lahko uporablja le za sklepanje, izvajanje, spremljanje in prekinitve naročniške pogodbe, zaračunavanje storitev ter za pripravo in izdajanje naročniških imenikov.

Če obdelave osebnih podatkov ne določa zakon, operater potrebuje privolitev uporabnika. ZVOP-1 določa, da je osebna privolitev posameznika prostovoljna izjava volje posameznika, da se lahko njegovi podatki obdelujejo za določen namen, in je dana na podlagi informacij, ki mu jih mora zagotoviti upravljavec. Osebna privolitev je lahko pisna, ustna ali druga ustrezná privolitev posameznika.

Posebna pazljivost je potrebna pri pridobivanju soglasja za obdelavo osebnih podatkov mladoletnih oseb. Po veljavni zakonodaji se otroci do 15. leta starosti štejejo za popolnoma poslovno nesposobne. Zato zbiranje in obdelava osebnih podatkov otrok, mlajših od 15 let, ni možno na podlagi njihovega soglasja, ampak le na podlagi zakona ali soglasja zakonitega zastopnika. Mladoletne osebe, starejše od 15 let, se štejejo za omejeno poslovno sposobne, kar pomeni, da je potrebna odobritev staršev, če so posli tako pomembni, da bistveno vplivajo na mladoletnikovo življenje, ali če so takšni, da lahko vplivajo na njegovo življenje tudi po polnoletnosti. Načeloma obdelava osebnih podatkov v okviru npr. nagradne igre na digitalni televiziji po mnenju Pooblaščenca ne dosega takšne stopnje »pomembnosti«. Vendar pa v določenih primerih to ne drži, kar pa je odvisno od izvedbe posamezne nagradne igre in posledic obdelave osebnih podatkov.

Operater lahko obdeluje tudi osebne podatke posameznikov, ki so z njim sklenili pogodbo ali pa je na podlagi pobude posameznikov z njimi v fazi pogajanj za sklenitev pogodbe, če je obdelava osebnih podatkov potrebna in primerna za izvedbo pogajanj za sklenitev pogodbe ali za izpolnjevanje pogodbe (npr. ime, priimek, naslov, naslov za pošiljanje računa ipd.).

**Če operater spada v javni sektor, lahko osebne podatke posameznikov obdeluje le, če tako določa zakon! Zakon nato lahko posebej določi, da se osebni podatki obdelujejo le na podlagi osebne privolitve posameznika.**

Pri obdelavi občutljivih osebnih podatkov so pogoji za obdelavo podatkov še strožji (glej vprašanja št. 7 in 8).

Posebno vprašanje, ki se poraja ob pravnih podlagah za obdelavo osebnih podatkov, je način, kako bo podana privolitev posameznika pri digitalni interaktivni televiziji. Pooblaščenec priporoča, da se privolitev posameznika pridobi s podpisom pisne pogodbe, pri čemer morajo biti obseg in nameni obdelave uporabniku popolnoma transparentni.

Pri sprotnem pridobivanju privolitve neposredno prek televizijskega sprejemnika in spremljačice opreme, če je le možno, Pooblaščenec priporoča uporabo načela dvojni opt-in, t.j., da operater posamezniku pošlje sporočilo na naslov, ki ga je navedel, oz. na prejemno mesto, do katerega ima samo on dostop, tako da posameznik z odgovorom na sporočilo potrdi, da je bil dejansko tista oseba, ki je vnesla podatke. S tem se bo operater tudi izognil morebitnim težavam v primeru zlorab in prijav, če bo podatke vnesla druga oseba in ne tista, na katero se nanašajo podatki.

Pri sprotnem pridobivanju privolitve pri interaktivni digitalni televiziji se odpirajo tudi mnoga vprašanja glede identifikacije uporabnika, ki poda privolitev. Interaktivna digitalna televizija se od interneta glede transakcijskih značilnosti ne razlikuje več veliko – kot že omenjeno, bodo lahko uporabniki preko televizije opravljali mnogo dejavnosti, ki so jih do sedaj lahko le na internetu. Pomembno pa je v tem kontekstu opozoriti na dejstvo, da je v nasprotju z internetom pri televiziji izrazito prisotna skupna uporaba, kar pomeni, da bo operater npr. težko natančno določil, katera oseba (v gospodinjstvu z enim naročniškim paketom) je za določeno storitev oziroma obdelavo podatkov dejansko podala privolitev. Na področju mehanizmov in tehnologij za podajanje privolitve in identifikacijo posameznika torej lahko pričakujemo še mnoge izzive.

### 3. Kakšne so pravice posameznika glede obdelovanja njegovih osebnih podatkov?

Uporabnik digitalne televizije ima do operaterja - upravljavca njegovih osebnih podatkov - predvsem dva sklopa pravic: sklop pravice do seznanjenosti in sklop pravic do dopolnitve, popravka, blokiranja in izbrisa lastnih osebnih podatkov.

#### Pravica do seznanjenosti

Uporabniku mora operater na njegovo zahtevo omogočiti vpogled v katalog zbirke osebnih podatkov; potrditi, ali se podatki v zvezi z njim obdelujejo ali ne, in mu omogočiti vpogled v njegove osebne podatke iz zbirke ter njihovo prepisovanje ali kopiranje. Prav tako mu mora operater posredovati izpis njegovih osebnih podatkov iz zbirke. Operater mora uporabniku na njegovo zahtevo posredovati tudi informacije o virih, na katerih temeljijo zapisi, ki jih o njem vsebuje zbirka, o metodi obdelave, informacije o namenu obdelave in vrsti osebnih podatkov ter vsa potrebna pojasnila v zvezi s tem. Uporabnik lahko od njega zahteva seznam tretjih oseb, ki so jim bili posredovani osebni podatki, in podatke o tem, kdaj, na kakšni podlagi in za kakšen namen.

## Pravica do dopolnitve, popravka, blokiranja in izbrisa

Na zahtevo uporabnika mora operater dopolniti, popraviti, blokirati ali izbrisati osebne podatke, za katere uporabnik dokaže, da so nepopolni, netočni ali neažurni ali da so bili zbrani ali obdelani v nasprotju z zakonom. O tem mora na zahtevo uporabnika obvestiti vse tretje osebe in pogodbene obdelovalce, katerim je posredoval uporabnikove osebne podatke. Dopolnitev, popravo, blokiranje ali izbris osebnih podatkov mora upravljavec osebnih podatkov opraviti v 15 dneh od dneva, ko je prejel zahtevo in o tem obvestiti vlagatelja zahteve ali ga v istem roku obvestiti o razlogih, zaradi katerih tega ne bo storil. Če operater sam ugotovi, da so osebni podatki nepopolni, netočni ali neažurni, jih dopolni ali popravi in o tem obvesti posameznika, če zakon ne določa drugače.

### 3.1 Katere so dolžnosti operaterja kot upravljavca osebnih podatkov?

#### Dolžnost obveščanja

Kot upravljavec osebnih podatkov ima operater v prvi vrsti dolžnost obveščanja uporabnikov. To pomeni, da mora uporabnike obvestiti o tem, kdo je ter za kakšen namen obdeluje njihove osebne podatke. V določenih primerih<sup>1</sup> pa mora uporabniku sporočiti tudi dodatne informacije<sup>2</sup>.

*Dolžnost obveščanja je v bistvu povezana s pravico uporabnika do seznanjenosti. Bistveno je, da je uporabnik resnično seznanjen s tem, da operater obdeluje njegove osebne podatke, katere podatke in zakaj jih obdeluje ter kakšne so posledice obdelave.*

#### Dolžnost zavarovanja podatkov

Po določbah ZVOP-I mora operater zavarovati zbrane osebne podatke, da bi se preprečilo njihovo nepooblaščenno uničevanje ali obdelava, njihova sprememba ali

izguba. S to določbo je mišljeno več različnih vrst ukrepov – tako tehničnih kot organizacijskih. Pooblaščenec kot uveljavljen pristop k varnosti v informacijskih sistemih priporoča pristop AAA, ki temelji na treh temeljih varnosti, ki so v angleškem jeziku poimenovani authentication, authorization in accountability.

Prvi element principa AAA je avtentikacija (angl. authentication), gre pa za postopek, v katerem ugotavljamo istovetnost identitete, ki jo izkazuje uporabnik, ki želi dostopati do informacijskega sistema oziroma do podatkov, ki se v njem hranijo. Z drugimi besedami z vidika zavarovanja osebnih podatkov – gre za to, kako preverjamo identiteto oseb, ki lahko dostopajo do osebnih podatkov.

Drugi element principa AAA je avtorizacija (angl. authorization). Postopek avtorizacije definira uporabnikom, skupinam uporabnikov, storitvam ali procesom pravice dostopa do celega ali delov informacijskega sistema, storitev, aplikacij in drugih elementov. Z vidika zavarovanja osebnih podatkov – do katerih osebnih podatkov lahko dostopajo pooblaščenec (avtentificirane) osebe in kaj lahko s podatki počno (t.i. dostopne pravice).

Tretji ključni element varnosti po principu AAA je sledljivost oz. možnost naknadnega ugotavljanja, kdaj so bili posamezni osebni podatki vneseni v zbirko osebnih podatkov, uporabljeni ali drugače obdelani in kdo je to storil (angl. accountability).

Če želimo k zavarovanju osebnih podatkov pristopiti na celovit in sistematičen način, lahko pri tem koristno uporabimo pristop mednarodno sprejetih in uveljavljenih standardov za varovanje informacij, kot je standard ISO/IEC 27001:2005. Standard ISO/IEC 27001:2005 predstavlja sistematičen in celovit pristop k vzpostavitvi, vzdrževanju in upravljanju sistema varovanja informacij, kar običajno označujemo s kratico SUVI (sistem za upravljanje varovanja informacij).

Operater mora postopke in ukrepe, ki jih je sprejel za zavarovanje osebnih podatkov, predpisati v svojih aktih. V svojih aktih mora določiti tudi osebe, odgovorne za določene zbirke osebnih podatkov, in osebe, ki lahko zaradi narave njihovega dela obdelujejo določene osebne podatke (npr. računovodkinja bo lahko za namen izdaje in pošiljanja računa obdelovala le podatke o imenu, priimku, poštnem ali elektronskem naslovu posameznega naročnika ter podatke, ki jih potrebuje, da preveri, ali je naročnik poravnal svoje obveznosti).

<sup>1</sup> Glej 19. člen ZVOP-I.

<sup>2</sup> Npr. navedbo uporabnika njegovih osebnih podatkov; informacijo o pravici do vpogleda, prepisa, kopiranja, dopolnitve, popravka, blokiranja in izbrisa njegovih osebnih podatkov; navedbo, ali je zbiranje osebnih podatkov obvezno ali prostovoljno, ter možne posledice, če ne bo prostovoljno podal podatkov.

*Operaterjevi zaposleni in drugi posamezniki, ki pri operaterju opravljajo dela ali naloge, so dolžni varovati tajnost osebnih podatkov, s katerimi se seznanijo pri opravljanju njihovih funkcij, del in nalog. Dolžnost varovanja tajnosti osebnih podatkov jih obvezuje tudi po prenehanju funkcije, zaposlitve, opravljanja del ali nalog ali opravljanja storitev pogodbene obdelave.*

#### **Katalog osebnih podatkov in vpis v register zbirk osebnih podatkov**

Operater, ki ponuja storitve interaktivne digitalne televizije, in ki pri tem zbira in/ali nadalje obdeluje osebne podatke svojih naročnikov, se mora zavedati, da s tem nastaja zbirka osebnih podatkov, za katero mora vzpostaviti katalog zbirke. Pri različnih storitvah interaktivne digitalne televizije lahko nastajajo različne zbirke osebnih podatkov, ki se vodijo oziroma obdelujejo za različne namene (npr. za namen neposrednega trženja, za namen izvajanja anketiranja ipd.), vsebujejo lahko različne kategorije osebnih podatkov in so različno varovane, zato je potrebno za vsako posamezno zbirko osebnih podatkov vzpostaviti ločen katalog (poenostavljeno povedano opis) zbirke osebnih podatkov.

Za vsako zbirko osebnih podatkov mora torej operater vzpostaviti katalog zbirke osebnih podatkov, ki mora vsebovati podatke, določene v ZVOP-I (26. člen). Določene podatke iz kataloga mora operater posredovati Informacijskemu Pooblaščenču, ki vodi register zbirk osebnih podatkov (27. člen ZVOP-I). Tako vpis zbirke kot naknadne spremembe zbirke v registru zbirk lahko operater opravi preko spletne strani Informacijskega Pooblaščenca (zavihek Register). Pooblaščenču mora operater podatke o katalogu zbirke posredovati najmanj 15 dni pred vzpostavitvijo zbirke osebnih podatkov ali pred vnosom nove vrste osebnih podatkov. Spremembe podatkov v katalogu pa mora posredovati najkasneje v 8 dneh od spremembe.

*Podatkov o katalogu zbirke osebnih podatkov operaterju ni treba posredovati Pooblaščenču v register zbirk osebnih podatkov, če ima manj kot 50 zaposlenih! Ta izjema pa ne velja za javni sektor. Izjeme so podrobneje opredeljene v 7. členu ZVOP-I.*

#### **4. Kako je s posredovanjem zbranih osebnih podatkov tretjim osebam?**

##### **Pogodbena obdelava**

Operater lahko s pisno pogodbo zaupa posamezna opravila v zvezi z obdelavo osebnih podatkov pogodbenemu obdelovalcu, ki je registriran za opravljanje takšne dejavnosti. Pogodbeni obdelovalec mora v takšnem primeru zagotavljati ustrezne postopke in ukrepe za zavarovanje podatkov, ki morajo biti natančno opredeljeni v medsebojni pisni pogodbi. Operater ima pravico in dolžnost nadzora nad pogodbenimi obdelovalci, saj mora biti gotov, da pogodbeni obdelovalci zagotavljajo takšno raven zavarovanja osebnih podatkov, kot ji ima oziroma zahteva tudi sam, kot upravljavec. Pogodbeni obdelovalec lahko opravlja posamezna opravila v okviru operaterjevih pooblastil (upravljavec nanj ne more prenesti več pooblastil, kot jih ima sam) in osebnih podatkov ne sme obdelovati za noben drug namen.

##### **Neposredno trženje**

Glede posredovanja osebnih podatkov za namene neposrednega trženja glej vprašanje št 7.

##### **Statistika**

Operater lahko že zbrane osebne podatke posreduje za zgodovinsko, statistično in znanstveno-raziskovalne namene. V takšnem primeru mora podatke tistemu, ki jih bo obdeloval, posredovati v anonimizirani obliki, razen če zakon ne določa drugače ali če uporabnik, na katerega se podatki nanašajo, ni predhodno podal pisne privolitve, da se lahko obdelujejo brez anonimiziranja. Ob zaključku obdelave mora obdelovalec osebne podatke uničiti oziroma jih na zahtevo vrniti upravljavcu, če zakon ne določa drugače. Rezultate statistične obdelave lahko obdelovalec objavi le v anonimizirani obliki, razen če zakon določa drugače ali če je uporabnik za objavo v neanonimizirani obliki podal pisno privolitev.

Če operater na primer želi obdelovati osebne podatke za izdelavo statistike gledanosti, torej z uporabo podatkov v neanonimizirani obliki, mora za to imeti pravno podlago – bodisi v zakonu bodisi v izrecnem soglasju uporabnika. Preverjanje, katere programe uporabnik gleda, se ne more šteti kot nujno za izvajanje pogodbe med operaterjem in uporabnikom o storitvi dobave digitalne televizije, zato mora operater za ta namen pridobiti posebno privolitev posameznika. Pri tem mora upoštevati,

da lahko obdeluje le tiste podatke in v takšnem obsegu, kot je to nujno za dosego namena – za pripravo statistike. Operater lahko podatke o tem, kaj uporabnik gleda, takoj anonimizira, in tako ne preverja, kdo kaj gleda, ampak le kaj gleda določeno število uporabnikov in te podatke uporabi za izdelavo statistike. Operater pa lahko, če ima za to pravno podlago, le zbere podatke in jih nato anonimizirane posreduje za namene izdelave statistike tretjim osebam.

### **5. Kakšni so roki hrambe osebnih podatkov in kako je potrebno ravnati z osebnimi podatki po preteku roka hrambe?**

Pooblaščenec priporoča, da se v pogodbi s končnim uporabnikom, s katero bo operater tudi pridobil privolitev za obdelavo osebnih podatkov, poleg informacij o tem, kateri osebni podatki o uporabniku se bodo obdelovali in za katere namene, natančno opredeli tudi rok hrambe osebnih podatkov. Rok hrambe mora biti takšen, da upošteva načelo iz ZVOP-1, ki določa, da se osebni podatki lahko shranjujejo le toliko časa, dokler je to potrebno za dosego namena, zaradi katerega so se zbirali ali nadalje obdelovali. Po izpolnitvi namena obdelave se osebni podatki zbršejo, uničijo, blokirajo ali anonimizirajo. Prav tako naj bo rok hrambe posamezniku transparenten tudi v primerih, ko operater zbere privolitev za namene obdelave osebnih podatkov, ki niso bili zajeti v izhodiščni pogodbi (npr., če se posameznik med izvajanjem pogodbe odloči, da bo operaterju dovolil tudi obdelavo podatkov o njegovih vedenjskih navadah za namen vedenjskega trženja).

### **6. Kaj mora operater upoštevati pri prilagajanju vsebine določenim uporabnikom?**

Medtem ko sama vsebina uporabnikom prilagojenih programskih vsebin (lokalno usmerjeno obveščanje, program, prilagojen določni skupini uporabnikov, ipd.) ali oglasov z vidika varstva osebnih podatkov niti ni relevantna, pa je pomembno kdo, na kakšen način in s kakšnim namenom zbere in nadalje obdeluje osebne podatke v primeru grajenja kakršnih koli profilov uporabnikov za namen segmentiranih ali personaliziranih vsebin.

Veljavna zakonodaja izrecno ne določa pravil za obdelavo osebnih podatkov za namen prilagajanja programskih vsebin uporabnikom. Vendar pa je treba upoštevati splošna pravila ZVOP-1 glede varstva osebnih podatkov. Operater mora imeti za obdelavo pravno podlago in lahko obdeluje le tiste osebne podatke, ki so ustrezni in po obsegu primerni glede na namen obdelave, ki mora biti določen in zakonit. Seveda pa je treba upoštevati tudi dolžnosti, ki jih ima upravljavec oz. operater (dolžnost

obveščanja, zavarovanja podatkov in registracije kataloga zbirk osebnih podatkov), in pravice, ki jih ima pri tem posameznik oz. uporabnik (pravica do seznanjenosti, dopolnitve, popravka, blokiranja in izbrisa). Če želi operater osebne podatke uporabnikov posredovati tretjim osebam, to lahko stori le na podlagi njihovega izrecnega soglasja ali na podlagi zakona.

Pri prilagajanju vsebine določenim segmentom uporabnikov ali točno določenemu posamezniku lahko prihaja do obdelave občutljivih osebnih podatkov, za kar veljajo posebni pogoji (glej vprašanja št. 7 in 8).

### **7. Kaj mora operater upoštevati pri aktivnostih, povezanih z neposrednim trženjem?**

Neposredno trženje z uporabo sredstev elektronskih komunikacij (kamor sodi tudi komunikacija preko digitalne televizije, ki je namenjena točno določenemu prejemniku ali skupini prejemnikov) je možno le s predhodnim soglasjem posameznika (opt-in). Operater pa lahko izvaja neposredno trženje z uporabo drugih sredstev (poštne storitve, telefonski klici) brez vnaprej pridobljenega soglasja posameznika (opt-out). V takšnem primeru lahko operater za namene neposrednega trženja uporablja zgolj osebne podatke, pridobljene iz javno dostopnih evidenc ali v okviru zakonitega opravljanja dejavnosti, in sicer le osebno ime, naslov stalnega ali začasnega prebivališča, telefonsko številko, naslov elektronske pošte ter številko telefaksa. Za neposredno trženje svojih izdelkov in storitev pa lahko operater uporablja tudi naslov elektronske pošte, ki ga je dobil od svojega uporabnika kot kupca njegovih storitev.

Operater, ki torej želi npr. po navadni pošti pošiljati oglase svojim naročnikom brez njihovega predhodnega soglasja, lahko za to uporabi le zgoraj navedene osebne podatke. Ne more pa operater v takšnem primeru za namene oglaševanja uporabiti npr. podatka o datumu rojstva posameznega naročnika, kljub temu, da ga je pridobil od naročnika v okviru svojega opravljanja dejavnosti.

Pri neposrednem trženju mora operater upoštevati tudi sledeče:

- komercialno sporočilo, poslano uporabniku, mora biti kot tako jasno razpoznavno;
- pogoji za sprejem posebnih ponudb (popusti, premije, darila) morajo biti jasno in nedvoumno navedeni in kot taki nedvoumno označeni;
- pogoji za sodelovanje v nagradnih tekmovanjih ali igrah na srečo morajo biti



jasno in nedvoumno ter lahko dostopno navedeni in morajo biti kot taki jasno razpoznavni;

- vsa elektronska sporočila morajo biti poslana iz veljavnega (elektronskega) naslova. Elektronska pošta, poslana z namenom neposrednega trženja, mora vsebovati identiteto pošiljatelja v imenu katerega se sporočilo pošilja, in naslov, kamor lahko prejemnik pošlje zahtevo za prekinitev takega trženja;
- uporabnika se mora ob vsakem pošiljanju komercialnih sporočil obvestiti o njegovih pravicah glede prenehanja uporabe njegovih osebnih podatkov za namene neposrednega trženja, načina in stroškov odjave ter dolžnostih upravljavca.

Posamezniku se mora v vsakem primeru dati možnost, da kadarkoli na brezplačen ali enostaven način zavrne uporabo njegovih osebnih podatkov za namene neposrednega trženja. V takem primeru mora operater v 15 dneh ustrezno preprečiti uporabo osebnih podatkov za namen neposrednega trženja ter o tem v nadaljnjih 5 dneh obvestiti posameznika.

Interaktivna digitalna televizija omogoča različne tipe neposrednega trženja, pri katerih operater zbira različne vrste osebnih podatkov. Bolj, ko je trženje usmerjeno na točno določenega posameznika, večji je obseg podatkov, ki jih operater o njem zbira.

Oblika trženja z vidika osebnih podatkov	Osebnih podatki, ki se zbirajo	Pogoji, pod katerimi se lahko oglašuje
Trženje, katerega ciljna javnost so vsi ali del uporabnikov, katerih kontaktne podatke ima operater (npr. vsi naročniki določene storitve digitalne televizije).	Kontaktne podatki uporabnikov (poštni ali elektronski naslov, številka mobilnega telefona)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• opt-in v primeru oglaševanja preko sistema klicev brez posredovanja človeka, faksimilne naprave, elektronske pošte in drugih sredstev elektronske komunikacije;</li> <li>• opt-out v primeru oglaševanja preko drugih sredstev (pošta, telefon ipd.)</li> </ul>
Ciljno trženje Trženje, katerega cilj je določen segment ali skupina oseb (npr. določena starostna skupina, skupina oseb z določenimi preferencami ali nakupnimi navadami, ipd.).	Socio-demografski podatki (starost, izobrazba, s strani uporabnika posredovani podatki o njihovih preferencah, navadah, pripadnosti določeni skupini, ipd.)	Opt-in
Vedenjsko trženje Trženje, katerega cilj je točno določen posameznik (na podlagi natančnega profila, ki ga z zbiranjem različnih podatkov o njem oblikuje operater).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Socio-demografski podatki</li> <li>• Vedenjski vzorci (kaj uporabnik gleda, kdaj, katere interaktivne storitve uporablja, ipd.)</li> <li>• Biometrični podatki (način ravnanja z daljincem...)</li> </ul>	Opt-in

Pri ciljnem in vedenjskem trženju, ki v kontekstu televizije predstavljata novost, morajo operaterji strogo upoštevati načelo sorazmernosti. Osebnih podatki, ki se obdelujejo, morajo namreč biti ustrezni in po obsegu primerni glede na namene, za katere se zbirajo in nadalje obdelujejo. Pooblaščenec na tem mestu poudarja, da npr. pri oglaševanju, ki je usmerjeno na določeno skupino ljudi, ni potrebno obdelovati

več podatkov kot kontaktnih podatkov posameznika in podatke o tem, kateri skupini ali skupinam pripada. Če oglaševanje izvaja tretja oseba, je potrebna količina osebnih podatkov še manjša, saj tretji osebi ni potrebno vedeti, kdo pripada določeni skupini ljudi, temveč lahko od operaterja zahteva le to, da poskrbi, da bo njegov oglas dosegel želeno skupino posameznikov (npr. ljubitelje Mozarta). Operater lahko v tem procesu prevzame vlogo neke vrste anonimizacijskega vmesnika, saj samo on ve, kdo pripada določeni skupini. Tehnologija digitalne televizije omogoča operaterju zbiranje zelo velikega obsega podatkov, zato lahko hitro pride do kršitve načela sorazmernosti.

Še posebej problematično je zbiranje občutljivih osebnih podatkov (npr. o političnem prepričanju, če uporabnik glasuje za določeno stranko). Obdelava občutljivih podatkov je dovoljena le v zakonsko določenih primerih, med drugim pa tudi, če je posameznik za to podal izrecno osebno (praviloma pisno) privolitev (v javnem sektorju pa mora biti tudi določena z zakonom) ali če je posameznik svoje občutljive osebne podatke javno objavil brez očitnega ali izrecnega namena, da omeji namen njihove uporabe. Trenutne določbe ZVOP-I glede zavarovanja občutljivih osebnih podatkov pri prenosu prek telekomunikacijskih omrežij niso predvidevale, da bo občutljive osebne podatke možno prenašati tudi prek digitalne interaktivne televizije, zato bo na tem področju potrebno zagotoviti ustrezno spremembo zakonskih določil, ki bo upoštevala tudi to tehnološko možnost.

**Operater pri obdelavi osebnih podatkov za namen ciljnega ali vedenjskega trženja nujno potrebuje:**

- **soglasje uporabnika, da lahko zbira in obdeluje njegove osebne podatke za namen trženja (v primeru obdelave občutljivih podatkov mora biti soglasje izrecno, osebno in praviloma pisno);**
- **posebno soglasje uporabnika, če želi njegove osebne podatke posredovati tretjim osebam. Pooblaščenec priporoča, da se v takem primeru osebne podatke posreduje v anonimizirani obliki, če osebni podatki niso nujno potrebni za namen oglaševanja (še posebej v primeru ciljnega ali vedenjskega trženja, kjer pogodbeni obdelovalec potrebuje le podatke o značilnostih skupin ali posameznika, ne pa tudi njegovega imena in kontaktnih podatkov)**
- **vsako soglasje mora temeljiti na jasnem obvestilu operaterja o tem, kdo bo obdeloval uporabnikove podatke, katere podatke se bo obdelovalo in za kakšen namen. V primerih, ko operater uporabnika zgolj obvesti o tem, da se bodo njegovi določeni osebni podatki obdelovali, se samo dejstvo, da je bil uporabnik o tem obveščen, ne more šteti za dano soglasje (t.i. »tiha privolitev«).**

## 8. Kaj mora operater upoštevati pri izvajanju anket in nagradnih iger?

Interaktivna digitalna televizija omogoča izvajanje različnih anket ali nagradnih iger, ki lahko vsebujejo tudi vprašanja po občutljivih osebnih podatkih (npr. politična pripadnost). Glede na zakonodajo lahko operater takšne ankete oz. nagradne igre izvaja le na podlagi izrecnega soglasja uporabnikov. V primeru obdelave občutljivih osebnih podatkov mora uporabnik izrecno izjaviti, da se strinja s takšno obdelavo podatkov, največjo dokazno moč pa seveda uživa pisno podano soglasje.

Uporabnik mora imeti možnost informirane odločitve – torej mora biti pravilno obveščen o tem, kdo bo podatke obdeloval (npr. operater, politična stranka, ipd.), katere podatke bo obdeloval (npr. ime, priimek, socio-demografski podatki, podatki o političnem prepričanju ipd.) in za kakšen namen (npr. za namene trženja zdravstvenih izdelkov). Pooblaščenec priporoča, da operater oz. organizator te informacije opredeli in jasno predstavi posamezniku.

Če namerava operater podatke, zbrane na podlagi ankete, posredovati tretjim osebam, mora za to pridobiti izrecno soglasje uporabnika. V takšnem primeru naj pogoji sodelovanja vsebujejo opozorilo, v katerem se posameznega uporabnika seznanijo, da lahko operater zbrane osebne podatke uporabi tudi v druge, natančno opredeljene namene. Vsebuje naj tudi izjavo, ki jo podpiše uporabnik, in s katero soglašajo, da se ti njegovi podatki lahko posredujejo tretjim osebam.

**Operater mora takoj po prenehanju namena obdelave podatkov podatke uničiti – ko je anketa oz. nagradna igra zaključena, je treba zbrane osebne podatke uničiti ali spremeniti v brezosebno obliko (anonimizirati), razen, če nima privolitve posameznika za daljše roke hrambe.**

## 9. Kaj mora operater upoštevati pri omogočanju storitve nakupovanja na daljavo?

Med storitvami, ki jih interaktivna digitalna televizija omogoča, je tudi nakupovanje na daljavo. V kolikor operater pri tej storitvi ne igra zgolj vloge posrednika (npr. gostitelja), mora upoštevati vse določbe Zakona o varstvu potrošnikov glede nakupovanja na daljavo.

Pri nakupovanju na daljavo je pomembno predvsem to, da se uporabnik zaveda, s kom sklepa pogodbo o nakupu blaga oz. storitev (z operaterjem ali z nakupoval-

nim centrom) in komu torej posreduje svoje osebne podatke. Zbirajo se lahko le podatki, ki so potrebni za prodajo blaga oz. storitev – npr. ime, priimek, naslov za pošiljanje naročenega blaga. Ker so tako zbrani podatki nujno potrebni za to, da se dejansko storitev prodaje opravi, ni potrebno izrecno soglasje uporabnika. Če pa se zbirajo in obdelujejo še kakšni drugi podatki, ki niso nujno potrebni za samo izvedbo pogodbe o prodaji, je treba za to imeti posebno pravno podlago (zakon oz. izrecno soglasje uporabnika). Še posebej to velja v primerih, ko se bi obdelovali občutljivi osebni podatki (npr. podatki o nakupljenih medicinskih izdelkih), kjer je za obdelavo potrebno pridobiti izrecno pisno soglasje uporabnika.

Treba je opozoriti tudi na zavarovanje pridobljenih osebnih podatkov. Operater mora zagotoviti predvsem vse tehnične postopke in ukrepe, da bi preprečil možnost zlorabe osebnih podatkov s strani tretjih oseb. To je še posebej pomembno v primeru, ko obstaja tudi možnost plačevanja preko digitalne televizije.

## Priporočila ponudnikom interaktivne digitalne televizije

V nadaljevanju v luči varovanja zasebnosti in zakonitosti obdelave osebnih podatkov podajamo še nekaj splošnih priporočil operaterjem.

Operaterji naj oblikujejo dokument, v katerem se zavežejo k dobri praksi pri zagotavljanju varovanja zasebnosti in osebnih podatkov uporabnikov. Dokument naj bo objavljen na vidnem in uporabnikom enostavno dostopnem mestu.

Uporabnike storitev interaktivne digitalne televizije je potrebno na jasn, enostavno dosegljiv in transparenten način seznaniti z namenom zbiranja in nadaljnje obdelave osebnih podatkov ter o pravicah posameznika v zvezi s tem – v pomoč so lahko smernice Informacijskega pooblaščenca s predlogi za način obveščanja potrošnikov o varstvu osebnih podatkov (OVOP) in za način pridobitve ustreznega soglasja potrošnikov za obdelavo njihovih osebnih podatkov.

Pri digitalni televiziji, podobno kot na spletu, operater težko preverja, kdo mu dejansko posreduje osebne podatke. Zato mora pri samem zbiranju poskrbeti za varovanke, ki bodo omogočile staršem, da preprečijo otrokom nepooblaščen sporočanje osebnih podatkov operaterju.

Pri zbiranju podatkov za namene izvajanja nagradnih iger, vseh oblik neposrednega trženja (še posebej za ciljno in vedenjsko) in za druge namene, je priporočljivo slediti naslednjim načelom:

- Če se uporablja potrditvena polja, naj bodo ta privzeto nepotrjena. Če se izvaja neposredno trženje s pomočjo elektronskih komunikacij, namreč praviloma velja načelo opt-in (načelo vnaprejšnje privolitve), zato je primerno, da posameznik s klikom na potrditveno polje sam potrdi prostovoljno izjavo volje glede obdelave osebnih podatkov.
- Če se od posameznikov zbira osebne podatke za več namenov ali za več upravljavcev in se pri tem uporablja potrditvena polja, je primerno, da je na razpolago več potrditvenih polj, med katerimi se lahko posameznik prostovoljno odloča.
- Če je le možno, naj se uporablja tako imeni dvojni opt-in, t.j., da se posamezniku pošlje sporočilo na naslov, ki ga je navedel, tako da posameznik z odgovorom na sporočilo potrdi, da je bil dejansko tista oseba, ki je vnesla podatke.

## Kakšne dolžnosti ima operater pri obdelavi osebnih podatkov svojih naročnikov?

- operater mora imeti pravno podlago za obdelavo podatkov (zakon, osebna privolitve posameznika, oz., če je to potrebno za izpolnjevanje pogodbe);
- obdeluje lahko le tiste osebne podatke, ki so ustrezni in po obsegu primerni glede na namen obdelave;
- namen obdelave mora biti določen in zakonit;
- uporabnike mora obvestiti o tem, kdo je ter za kakšen namen obdeluje njihove osebne podatke, v določenih primerih<sup>3</sup> pa mora uporabniku sporočiti tudi dodatne informacije<sup>4</sup>;
- zavarovati mora zbrane osebne podatke, da bi se preprečilo njihovo nepooblaščenno uničevanje ali obdelava, njihova sprememba ali izguba;
- postopke in ukrepe, ki jih je sprejel za zavarovanje osebnih podatkov, mora predpisati v svojih aktih. V svojih aktih mora določiti tudi osebe, odgovorne za določene zbirke osebnih podatkov, in osebe, ki lahko zaradi narave njihovega dela obdelujejo določene osebne podatke;
- operaterjevi zaposleni in drugi posamezniki, ki pri operaterju opravljajo dela ali naloge, so dolžni varovati tajnost osebnih podatkov, s katerimi se seznanijo pri opravljanju njihovih funkcij, del in nalog. Dolžnost varovanja tajnosti osebnih podatkov jih obvezuje tudi po prenehanju funkcije, zaposlitve, opravljanja del ali nalog ali opravljanja storitev pogodbene obdelave.
- vzpostaviti mora katalog zbirke osebnih podatkov, ki mora vsebovati podatke, določene v ZVOP- I. Določene podatke iz kataloga mora operater posredovati Informacijskemu pooblaščenču, ki vodi register zbirk osebnih podatkov.

Za naročnike - kdaj in pod kakšnimi pogoji lahko operater obdeluje moje osebne podatke?

- Operater lahko obdeluje vaše osebne podatke le, če mu to dovoljuje zakon, če ima za to vaše soglasje ali pa, če je to potrebno za izpolnjevanje pogodbe (npr. zato, da lahko izstavlja račun, mora operater zbrati vaše kontaktne podatke).
- Vendar operater ne sme obdelovati kar katerihkoli vaših osebnih podatkov, am-

<sup>3</sup> Glej 19. člen ZVOP- I.

<sup>4</sup> Npr. navedbo uporabnika njegovih osebnih podatkov; informacijo o pravici do vpogleda, prepisa, kopiranja, dopolnitve, popravka, blokiranja in izbrisa njegovih osebnih podatkov; navedbo, ali je zbiranje osebnih podatkov obvezno ali prostovoljno, ter možne posledice, če ne bo prostovoljno podal podatkov.

pak samo tiste, ki so ustrezni in po obsegu primerni glede na namen obdelave. Če vam npr. operater želi poslati račun, za to potrebuje vaš naslov, ne pa tudi števila članov v vašem gospodinjstvu ali zneska vaše plače.

- Tudi, če ima operater vaše soglasje za obdelavo vaših osebnih podatkov, jih lahko obdeluje le za tisti namen, s katerim ste se vi strinjali. Če ste operaterju dali dovoljenje, da vam po elektronski pošti pošilja obvestila o morebitnih spremembah programa, to še ne pomeni, da vam lahko po elektronski pošti pošilja oglase o najnovejši ponudbi najbližjega trgovskega centra.
- Operater vas je kot upravljavec vaših osebnih podatkov dolžan obvestiti o tem, kdo in za kakšen namen obdeluje vaše podatke.
- Od operaterja imate pravico zahtevati, da vam omogoči vpogled v vaše osebne podatke, ki jih zbira (in tudi njihovo kopiranje), na vašo zahtevo pa vam mora posredovati tudi njihov izpis.
- Prav tako lahko od operaterja zahtevate, da vam posreduje seznam vseh tretjih oseb, katerim je posredoval vaše osebne podatke, ter s kakšnim namenom in katere podatke je posredoval.
- Na vašo zahtevo mora operater vaše osebne podatke tudi dopolniti, popraviti, blokirati ali izbrisati, če dokažete, da so nepopolni, netočni ali neažurni ali da so bili zbrani ali obdelani v nasprotju z zakonom. Če z zahtevo uspete, mora operater o tem obvestiti vse tretje osebe, ki jim je posredoval vaše osebne podatke.

## Zaključek

Digitalni prehod (angl. *digital switchover*) oz. prehod iz analognega oddajanja in sprejemanja televizijskega signala na digitalno je tako rekoč pred vrati. Slovenija je strateški pristop k prehodu na digitalno radiodifuzijo opredelila v Strategiji Republike Slovenije za prehod iz analogne na digitalno radiodifuzijo, žal pa pri oblikovanju strategije niso bili ustrezno upoštevani elementi varovanja zasebnosti in osebnih podatkov, ki bi morali najti primerno mesto v tovrstnem dokumentu. Cilj Informacijskega pooblaščenca pri izdaji teh smernic je opozoriti na vprašanja, ki jih digitalna interaktivna televizija odpira, ko govorimo o varstvu osebnih podatkov, in na nekatera vprašanja podati preliminarne odgovore. Gotovo pa je, da bo razmahu digitalne interaktivne televizije potrebno prilagoditi tako pravne kot tehnično-organizacijske okvire, s katerimi bo poskrbljeno za ustrezno varovanje osebnih podatkov pri številnih storitvah, ki jih obljublja interaktivna digitalna televizija.

## Glavni viri

- International Working group on Data Protection in Telecommunications, (2007). Analog, Digital and Interactive Television(s), Background technical paper prepared by Belgian delegation. 42th meeting, Berlin.
- International Working group on Data Protection in Telecommunications, (2007). Digital Television and Privacy, Draft Working paper prepared by Belgian delegation. 42th meeting, Berlin.
- Ministrstvo za gospodarstvo RS (2005). Strategija republike Slovenije za prehod z analogne na digitalno radiodifuzijo. Dostopno na: [http://ec.europa.eu/information\\_society/policy/ecomm/doc/todays\\_framework/digital\\_broadcasting/switchover/si\\_s\\_mekicar\\_strategija\\_a\\_d\\_prehoda\\_12\\_1\\_sm\\_lektorirano.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecomm/doc/todays_framework/digital_broadcasting/switchover/si_s_mekicar_strategija_a_d_prehoda_12_1_sm_lektorirano.pdf).
- Starks, M. (1997). Switching to digital television, UK public policy and the market. Bristol: Intellect. <http://www.mhp.org/applications.htm>.