

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra práva



Bakalářská práce

Ochrana osobnosti

Lenka Petráková

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra práva

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Lenka Petráková

Provoz a ekonomika

Název práce

Ochrana osobnosti

Název anglicky

Protection of personality rights

Cíle práce

Cílem teoretické části práce je kritické zhodnocení českých právních předpisů upravujících ochranu osobnosti v souvislosti se sociálními sítěmi a právní úpravy, která je na tuto oblast problematiky aplikovatelná.

Praktická část si pak klade za cíl prozkoumat povědomí uživatelů sociálních sítí o ochraně jimi poskytovaných osobních údajů stejně jako o rizicích spojených se sdílením citlivých informací o jejich osobě. Praktická část práce se zaměří také na osobní zkušenosti uživatelů sociálních sítí se zneužíváním těchto údajů. Informace budou získány na základě dotazníkového šetření. Výsledkem práce by mělo být zhodnocení reálného stavu bezpečnosti sociálních sítí a jejich přínosu v sociální i ekonomické sféře naší společnosti.

Metodika

Teoretická část vychází ze studia literatury, právních norem a z vlastních vědomostí autorky získaných v praxi. Nejprve bude provedena komparace pro danou problematiku relevantních zákonů na základě jejich jazykového, systematického jakož i teleologického výkladu. Dalším krokem bude prostudování a porovnání přístupů jednotlivých poskytovatelů služeb sociálních sítí k formulaci smluvních podmínek.

V praktické části bude využito především dotazníkového šetření, v rámci kterého budou uplatněny jak kvalitativní, tak kvantitativní metody.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

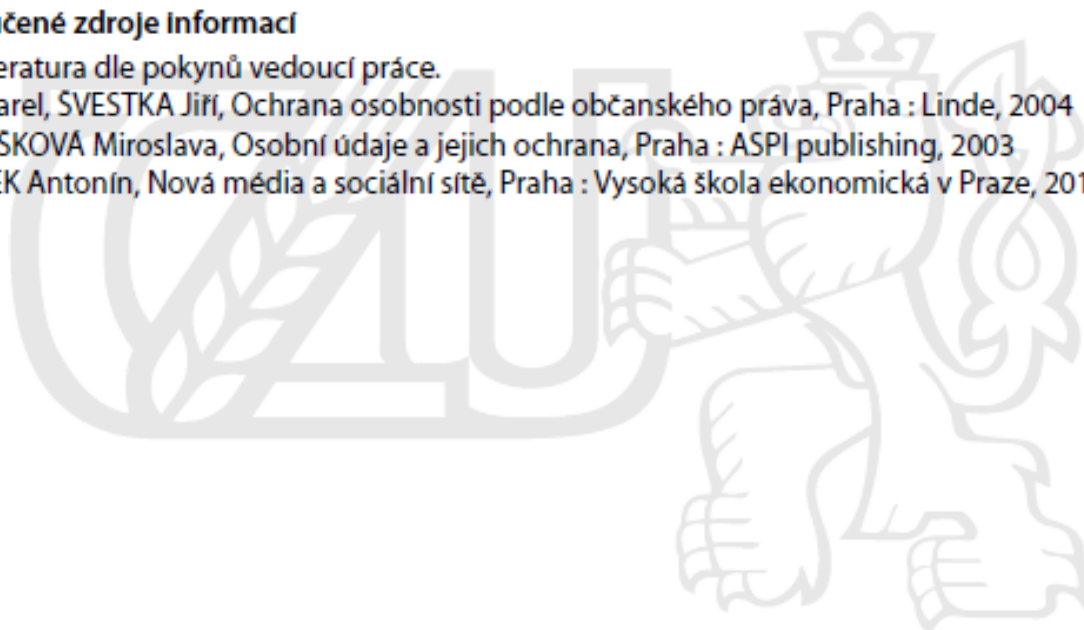
Doporučené zdroje informací

Další literatura dle pokynů vedoucí práce.

KNAP Karel, ŠVESTKA Jiří, Ochrana osobnosti podle občanského práva, Praha : Linde, 2004

MATOUŠKOVÁ Miroslava, Osobní údaje a jejich ochrana, Praha : ASPI publishing, 2003

PAVLÍČEK Antonín, Nová média a sociální sítě, Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2010



Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

Vedoucí práce

Ing. JUDr. Eva Daniela Cvik

Elektronicky schváleno dne 15. 9. 2014

JUDr. Jana Borská

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11. 11. 2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 02. 03. 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Ochrana osobnosti" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne _____

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala paní JUDr. Ing. Evě Daniele Cvik za ochotu a vstřícnost, s jakou mi poskytovala cenné rady v průběhu zpracovávání této práce.

Také bych na tomto místě ráda poděkovala panu JUDr. Zdeňku Kučerovi Ph.D. za cenné rady a připomínky k práci, které mi poskytl.

Ochrana osobnosti

Souhrn

Tato bakalářská práce se zabývá ochranou osobnosti a uplatněním osobnostních práv v prostředí sociálních sítí, především Facebooku – nejpoužívanější sociální sítě v ČR i ve světě. V první části práce je čtenář seznámen se základními pojmy z oblasti ochrany osobnosti, s platnou právní úpravou této problematiky, která je v některých relevantních bodech srovnávána s právní úpravou předešlou, s pojmem sociálních sítí, fungováním těch nejvýznamnějších z nich a následně je detailněji rozebráno, jakým způsobem a za jakým účelem jsou využívána data uživatelů sociální sítě Facebook.

Cílem praktické části této práce je za pomoci dotazníkového šetření zjistit, jaká je úroveň vzdělanosti studentů vysokých škol, kteří jsou uživateli sociální sítě Facebook, v oblasti osobnostních práv, jaká je jejich informovanost ohledně způsobu a míry zpracovávání dat touto sociální sítí a jaký je vztah této skupiny uživatelů k Facebooku.

Klíčová slova: Ochrana osobnosti, osobnostní práva, sociální sít', Facebook, soukromí, osobní údaje, souhlas, právní úprava, uživatel

Protection of personality rights

Summary

This bachelor's thesis deals with the issues of protection of personality rights and with application of personality rights in the environment of social networks, especially the leading social network in the Czech Republic and in the world which is Facebook. In the first part of the thesis the basic terms connected with the protection of personality rights are introduced to the reader. The applicable legal frame in this area is discussed and in some relevant points it is also compared with the previous legislation. The concept of social networks and the way of functioning of the most important ones is explained. Finally the reasons Facebook have to collect the data of its users and how are these data processed and used is analysed.

The objective of the practical part of the thesis is to determine the level of education of university students who use Facebook in the area of personality rights, the level of their awareness of the quantity of data collected by Facebook, the way these data are processed and their relationship with Facebook.

Keywords: protection of personality rights, personality rights, social network, Facebook, privacy, personal data, agreement, legal frame, user

Obsah

Seznam tabulek a grafů.....	9
1 Úvod.....	10
2 Cíl a metodika.....	12
2.1 Cíl práce.....	12
2.2 Metodika práce.....	13
3 Ochrana osobnosti.....	14
3.1 Vymezení všeobecného osobnostního práva.....	14
3.2 Subjekty všeobecného osobnostního práva.....	16
3.3 Ústavní zakotvení ochrany osobnosti v českém právním systému.....	17
3.4 Vývoj úpravy všeobecného osobnostního práva.....	18
3.5 Předmět všeobecného osobnostního práva.....	19
3.6 Jednotlivá dílčí osobnostní práva.....	20
3.6.1 Právo na jméno.....	20
3.6.2 Právo na podobu.....	21
3.6.3 Právo na osobní soukromí.....	23
3.6.4 Právo na slovní projevy osobní povahy.....	25
3.7 Ochrana osobních údajů.....	26
4 Sociální sítě.....	29
4.1 Co jsou sociální sítě.....	29
4.2 Druhy sociálních sítí.....	29
4.3 České sociální sítě.....	30
4.4 Světové sociální sítě.....	30
4.4.1 Facebook.....	30
4.4.2 Twitter.....	32
4.4.3 Google+.....	32
4.4.4 Instagram.....	33
4.4.5 LinkedIn.....	33
5 Proč a jak využívá Facebook data svých uživatelů?.....	34
5.1 Reklama na FB.....	34
5.2 Jaká data FB uchovává a jak s nimi zachází?.....	35
6 Průzkum povědomí uživatelů Facebooku o osobnostních právech a míry užívání Facebooku.....	36
6.1 Forma a cíle průzkumu.....	36
6.2 1. Část dotazníku – ověření hypotézy H01	37
6.2.1 Modelové situace.....	38
6.2.2 Zhodnocení první části dotazníku.....	43
6.3 2. Část dotazníku – ověření hypotézy H02	44
6.3.1 Zhodnocení druhé části dotazníku.....	53
6.4 3. Část dotazníku – ověření hypotézy H03	54
6.4.1 Zhodnocení třetí části dotazníku.....	62
7 Závěry šetření praktické části práce.....	62
8 Závěr.....	64
Seznam použitých zdrojů.....	66
Knižní zdroje.....	66
Právní předpisy České republiky.....	66
Internetové zdroje.....	67
Přílohy.....	68

Seznam tabulek a grafů

Graf č. 1 - Rozložení respondentů podle pohlaví	37
Graf 2 Modelová situace č.1	39
Graf č. 3 - Modelová situace č. 2	40
Graf č. 4 - Modelová situace č. 3	41
Graf č. 5 - Modelová situace č. 4	42
Graf č. 6 - Modelová situace č. 5	43
Graf č. 7 - správné a špatné odpovědi	44
Graf č. 8 - Seznámení se se Zásadami používání dat.....	45
Graf č. 9 - Informovanost ohledně změn zásad užívání dat.....	46
Graf č. 10 - Seznámení se se Zásadami používání dat účinnými od 1. 1. 2015	47
Graf č. 11 - Užívání profilových fotografií uživatelů v reklamách	48
Graf č. 12 - Předávání dat třetím stranám včetně identifikačních údajů.....	49
Graf č. 13 - Uchovávání dat sdílených jinými uživateli po odstranění profilu.....	50
Graf č. 14 - Získání a uchovávání čísla telefonu, ze kterého se uživatel připojuje k Facebooku.....	51
Graf č. 15 - Předávání dat třetím stranám na základě právně podložené výzvy	52
Graf č. 16 - Zjišťování a ukládání geografické polohy.....	53
Graf č. 17 - Shrnutí odpovědí č. 10-15	54
Graf č. 18 - Jak často se přihlašujete na sociální síť Facebook?.....	55
Graf č. 19 - Kolik přátel máte na svém Facebookovém profilu?	56
Graf č. 20 - Je pro Vás sociální síť Facebook nahraditelná jiným druhem sociální sítě?....	57
Graf č. 21 - Budete i po 1. 1. 2015 nadále využívat služeb společnosti Facebook Inc. a udělíte jí tak souhlas s využíváním Vašich dat způsobem de Zásad používání dat?	58
Graf č. 22 - Tvoří sociální síť Facebook nedílnou součást Vašeho sociálního života?	59
Graf č. 23 - Představovalo by pro Vás rozhodnutí přestat využívat služeb Facebooku komplikace v běžném životě?	60
Graf č. 24 - Připadá Vám subjektivně rozsah, v jakém shromažďuje Facebook data o Vás, přiměřený?	61

1 Úvod

Osobnost člověka je jednou ze základních hodnot naší společnosti, a proto patří ochrana osobnostních práv mezi nejdůležitější úlohy státu a to jak na úrovni legislativní, kdy zákonodárce stanovuje pravidla, kterými se má společnost řídit, aby nedocházelo k porušování těchto práv, tak na úrovni moci výkonné, kdy stát vynucuje dodržování jím stanovených pravidel a sankcionuje jejich porušování.

Ochrana osobnosti zakládá pocit bezpečí a jistoty jednotlivce ve společnosti, neboť vymezuje jeho sféru suverenity, kterou musí ostatní jemu rovné subjekty ctít. Tento důsledek funkční a komplexní úpravy osobnostních práv nemá vliv pouze na jednotlivce, ale i na celou společnost, neboť tvoří základ pro rozvoj jednotlivců a tím vede k rozvoji a prosperitě celé společnosti.

Důležitost ochrany osobnosti, která byla nastíněna v předcházejících odstavcích, podtrhuje i systematické zařazení jednotlivých ustanovení týkajících se ochrany osobnosti v systému nejen českého práva. Ochrana osobnosti není totiž zakotvena pouze v občanském zákoníku, ale i v zákonech ústavních a v mnohých mezinárodních úmluvách, které Česká republika ratifikovala. (Podrobněji bude o zakotvení ochrany osobnosti v jednotlivých právních předpisech pojednáno dále.)

Společně s velmi rychlým tempem technického pokroku moderní společnosti stoupá i nebezpečí zásahu do osobnostních práv jejích členů. Moderní technologie umožňují rychlejší, snadnější, ale zároveň hůře kontrolovatelný přístup k informacím nejrůznějších druhů. Tento vývoj se pochopitelně odráží i v právní úpravě a to nejen na úrovni České republiky, výrazně se totiž problematikou práva informačních technologií zabývá i Evropská unie.

V tomto ohledu jsou jedním z výrazných fenoménů sociální sítě. Služeb různých sociálních sítí využívá vysoké procento lidí po celém světě. Díky sociálním sítím se zrychluje komunikace mezi jejich uživateli, jejich pomocí je možné získávat i mnoho zajímavých a užitečných zpráv. Sociální sítě jsou právě díky vysokému počtu svých uživatelů i skvělým prostředím pro marketing a reklamu, čímž napomáhají růstu ekonomiky. Protivahou těchto veskrze kladných efektů, které sociální sítě přinášejí, pak je fakt, že s rostoucím objemem zpracovávaných dat roste i nebezpečí jejich úniku a zneužití.

Jak vyplývá z výše uvedeného, ochrana osobnosti, ač je již tradičním odvětvím práva s dlouhou historií, je odvětvím, které se v současné době dynamicky vyvíjí. Zároveň

se jedná o odvětví práva, které se bezprostředně dotýká každého jednotlivce, a proto je bezpochyby důležité věnovat mu pozornost.

2 Cíl a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem této práce je přiblížit čtenáři problematiku ochrany osobnosti v návaznosti na dynamický vývoj společnosti, ve které žijeme. Hlavním fenoménem, který se prolíná s problematikou ochrany osobnosti a na který je tato práce zaměřena, jsou sociální sítě, zejména pak Facebook, který je nejužívanější sociální sítí jak ve světě, tak v České republice.

V teoretické části této bakalářské práce je autorčiným cílem objasnit čtenáři pojem všeobecného osobnostního práva a seznámit jej se zakotvením ochrany osobnosti v systému českého práva. Podrobněji budou rozebrána jednotlivá dílčí osobnostní práva, která jsou pro problematiku ochrany osobnosti na sociálních sítích, zejména pak Facebooku, nejdůležitější. Důraz je kladen především na osvětlení problematiky ochrany osobních údajů, protože právě tato oblast všeobecného osobnostního práva je užíváním sociálních sítí nejčastěji dotčena v souvislosti s velkým objemem zpracovávaných dat.

Druhá část teoretické části této práce je pak věnována sociálním sítím a klade si za cíl seznámit s jejich fungováním a principy, na kterých jsou postaveny, i čtenáře, kteří nejsou uživateli žádné z těchto sociálních sítí.

Největší prostor je z důvodu zaměření této práce věnován sociální síti Facebook, v rámci zachování komplexnosti práce budou však představeny i další významné světové sociální sítě, stejně jako bude věnována pozornost nejužívanějším českým sociálním sítím.

Praktická část této bakalářské práce je pak postavena na dotazníkovém šetření jehož cílem je zjistit, jaká je úroveň informovanosti studentů vysokých škol v oblasti ochrany osobnosti a do jaké míry věnují uživatelé Facebooku pozornost zásadám užívání dat, se kterými užíváním této sociální sítě vyslovují svůj souhlas. V neposlední řadě bylo cílem dotazníkového šetření zjistit, jak podstatnou roli hraje Facebook v životech svých uživatelů v souvislosti se subjektivním vnímáním přiměřenosti způsobu, jakým jsou využívána data, která na tuto sociální síť vkládají. Výsledky dotazníkového šetření jsou zhodnoceny vzhledem k předem stanoveným hypotézám a na základě tohoto zhodnocení je vypracován závěr a na něj navazující doporučení.

2.2 Metodika práce

Teoretická část práce je zpracována především na základě prostudování pro téma bakalářské práce relevantních právních předpisů, knižních, jakož i internetových pramenů, ale ve značné míře vychází i z vlastních zkušeností autorky nabytých v praxi. Příslušná ustanovení právních předpisů byla podrobena jazykovému, systematickému i teleologickému výkladu.

V praktické části je využito dotazníkového šetření. Pro toto dotazníkové šetření jsou stanoveny tři základní hypotézy, na základě kterých je dotazník rozdělen do tří hlavních částí. Dotazník je vyhotoven a respondentům bude přístupný v online podobě. Tato metoda šíření dotazníku se jeví být v současné době nejefektivnějším způsobem, jak oslovit co největší počet respondentů a získat dostatečný počet odpovědí, zaručující dostatečnou vypovídací hodnotu výsledků šetření. Pro dodržení stanoveného vzorku respondentů, tedy uživatelů sociální sítě Facebook a zároveň studentů vysokých škol, bude dotazník šířen prostřednictvím této sociální sítě mezi studenty vysokých škol. V úvodu dotazníku je také specifikováno, pro jaký okruh respondentů je dotazník určen.

Dotazník obsahuje 22 uzavřených otázek, z nichž 13 otázek je dichotomických a 9 škálových. Vzhledem k relativní homogenosti sledovaného vzorku populace jak z hlediska věkového, tak z hlediska dosaženého vzdělání není nutné dotazník rozšiřovat o otázky zjišťující počet respondentů ve skupinách rozdělených podle věku a vzdělání. Proto je jedinou otázkou na rozložení do skupin v rámci zkoumaného vzorku otázka na pohlaví respondentů.

Výsledky dotazníkového šetření budou matematicky a graficky zpracovány a následně z nich budou vyvozeny závěry a doporučení.

3 Ochrana osobnosti

3.1 Vymezení všeobecného osobnostního práva

Stejně jako na většinu práv můžeme i na všeobecné osobnostní právo nahlížet ve dvou základních rovinách a to jako na právo v objektivním smyslu a jako na právo ve smyslu subjektivním.

3.1.1 Všeobecné osobnostní právo v objektivním smyslu

Objektivním právem se rozumí právo v normativním smyslu, tj. souhrn právních norem jako obecně závazných pravidel chování stanovených či uznaných státem. Právní normy se vyznačují formální určitostí, jsou obsaženy v oficiálních, státem uznaných pramenech práva. Takto vymezené právo je objektivním pozitivním právem (Gerloch, 2013). Pojem pozitivní právo tedy označuje právo uznané státem. Vedle práva pozitivního totiž právní teorie rozlišuje ještě právo přirozené, tedy právo, které vzniká nezávisle na státu. Definice přirozeného práva se různí, ale všeobecně jsou za přirozená práva považována například základní lidská práva, jako je právo na život a obdobná práva. Množiny pozitivního a přirozeného práva se často prolínají, protože mnoho norem práva přirozeného bylo zákonodárcem kodifikováno, a tím se staly taktéž právem pozitivním. Základním rozdílem mezi právem přirozeným a pozitivním je vynutitelnost práva pozitivního státem. Dodržování nekodifikovaných norem přirozeného práva nemůže stát na rozdíl od norem pozitivního práva nijak vynucovat.

Všeobecné osobnostní právo v objektivním smyslu lze vymezit jako souhrn stejnorodých právních norem, které upravují právo, resp. jednotlivá dílčí práva, jejichž předmětem je osobnost fyzické osoby jako celek, resp. jednotlivé hodnoty tvořící součásti celkové fyzické a morální integrity osobnosti každé fyzické osoby jako individuality a suveréna a jejichž subjekty mají vůči ostatním subjektům rovné právní postavení a zásadní autonomii vůle (Knap, a další, 2004).

Rovnost subjektů, kterou je mimo jiné všeobecné osobnostní právo vymezeno, ukazuje na jeho příslušnost k právu soukromému, neboť zásada rovnosti subjektů a

autonomie jejich vůle je pro soukromé právo stěžejní. Největší část všeobecného osobnostního práva spadá do práva občanského, které tvoří základní pilíř práva soukromého. Musíme ovšem vzít v potaz to, že ne všechna osobnostní práva podléhají výše vymezenému režimu. Existují totiž i situace, kdy je předmětem osobnostní právo a ve kterých hraje významnou roli fakt, že nositelem onoho práva je osoba podřízená státu. V takovém případě bude dané osobnostní právo spadat do sféry práva veřejného.

V rámci všeobecného osobnostního práva v objektivním smyslu se pak můžeme také setkat se dvěma odlišnými přístupy, těmi jsou pojetí monistické a pluralistické. Obě pojetí mají za základ fyzickou a morální integritu osobnosti fyzické osoby, přičemž druhé zmíněné chápe všeobecné osobnostní právo jako soustavu jednotlivých dílčích osobnostních práv, která odpovídají jednotlivým chráněným hodnotám osobnosti fyzických osob (Knap, a další, 2004). Naopak pojetí monistické, ke kterému se přiklání občanský zákoník (zákon č. 40/1964 Sb.) i takzvaný nový občanský zákoník (zák. č. 89/2012 Sb.), chápe osobnostní právo jako jednotné právo, které však v sobě obsahuje jednotlivá osobnostní práva s různým předmětem ochrany osobnosti, ta jsou pak v zákoně uvedena v demonstrativním výčtu. Monistické pojetí chrání osobnost jednotlivce v její úplnosti. Díky generální klauzuli je tato ochrana účinnější, než pokud by byla dílčí práva přiznána jednotlivci odděleně. V zákoně by pak musel být uveden jejich taxativní výčet a žádné jiné hodnoty, než ty výslovně uvedené, by nemohly být chráněny. Na rozdíl od toho generální klauzule umožňuje při výkladu a aplikaci zákona uznat za hodné ochrany i jiné hodnoty osobnosti, které nejsou ve výčtu uvedeny, což je v dynamicky se měnící společnosti, jakou je ta naše, praktické.

O všeobecném osobnostním právu v objektivním smyslu hovoříme především ve spojitosti s osobností a s jí přímo náležejícími hodnotami, které jsou svému nositeli přiznávány automaticky a které nemusí nijak nabývat. Tato práva jsou povětšinou upravena v občanském zákoníku.

3.1.2 Všeobecné objektivní právo v subjektivním smyslu

Subjektivní právo, neboli oprávnění představuje možnost chování zaručenou právním subjektům objektivním právem (Gerloch, 2013). Všeobecné osobnostní právo v subjektivním smyslu znamená, že každá fyzická osoba má právní postavení suveréna ve vztahu k ostatním subjektům s rovným právním postavením, neboli že všichni ostatní musí

toto jeho právo respektovat (Knap, a další, 2004). Subjektivní občanská práva zakládají každé fyzické osobě prostřednictvím jejího občanskoprávního postavení důležitou výše jejího celkového právního postavení, autonomie a ochrany ve společnosti (Knap, a další, 2004).

Smyslem všeobecného osobnostního práva je nejen ochrana osobnosti jedince, ale zároveň podpora rozvoje a seberealizace fyzické osoby, která je velmi důležitá pro správný chod a prosperitu státu.

Důležitým rozdělením subjektivních práv, nejen těch osobnostních je rozdělení na práva relativní a práva absolutní. Práva relativní působí pouze mezi určitými právními subjekty (inter partes). Naproti tomu právo absolutní je takové právo, které náleží právnímu subjektu a působí vůči všem jemu právně rovným subjektům (erga omnes). Jak je zmíněno výše, subjektivní osobnostní právo je oprávněním subjektu práva k určitému chování, zároveň však zahrnuje povinnost ostatních právních subjektů zdržet se chování, které by jeho subjektivní právo narušovalo, a tedy spadá do skupiny práv absolutních. Nicméně osoby mohou se svými osobnostními právy volně disponovat. Fyzická osoba může například konkrétní osobě dát svolení k zachycení své podoby. Tím pak vznikají práva a povinnosti výlučně mezi těmito dvěma osobami. Stejně tak může být relativní právo založeno porušením primárního absolutního práva.

3.2 Subjekty všeobecného osobnostního práva

Pojem subjekt právních vztahů vyjadřuje místo jedince v souboru právních vztahů jako nositele práv a povinností z tohoto vztahu plynoucích.

Dle občanského zákoníku platného do 31. 12. 2013 platilo, že subjekty osobnostních práv jsou pouze fyzické osoby a že každá lidská bytost má osobnost a zároveň, že pouze lidská bytost má osobnost (Knap, a další, 2004). Nový občanský zákoník však pojem osobnost užívá i ve spojení právní osobnost, které vyjadřuje způsobilost subjektu mít práva a povinnosti. Právnícké osoby osobnost v tomto pojetí nepochybně již z principu vlastní existence mít musí. Výslovně to pak stanoví § 20 odst. 1 nového občanského zákoníku. Kromě toho také v § 135 přiznává nový občanský zákoník právníckým osobám některá dílčí quasi osobnostní práva, konkrétně právo k názvu (analogicky k právu na jméno u fyzických osob), právo na ochranu soukromí a pověsti. Přestože jsou právníckým osobám přiznána některá dílčí osobnostní práva, platí, že

právnícké osoby nemohou být nositeli všeobecného osobnostního práva, těmi mohou být jen osoby fyzické. To vyplývá mimo jiné i ze systematiky zákoníku, kdy všeobecné osobnostní právo a dílčí osobnostní práva jsou zakotvena v oddílu 6 nazvaném Osobnost člověka. Z judikatury českých soudů vyplývá i to, že se všeobecné osobnostní právo nevztahuje ani na společenství lidí, která nemají právní formu právnícké osoby.

3.3 Ústavní zakotvení ochrany osobnosti v českém právním systému

Základní ustanovení směřující k ochraně osobnosti jednotlivce můžeme nalézt již v nejzákladnějším právním předpisu České republiky, kterým je Ústava České republiky, tedy ústavní zákon č. 1/1993 Sb. Čl. 1 Ústavy prohlašuje Českou republiku za svrchovaný, jednotný a demokratický právní stát založený na úctě k právům a svobodě člověka a občana. Tato úcta demokratického právního státu České republiky k právům a svobodám člověka a občana je blíže vyjádřena jejich výčtem a konkretizací zejména v Listině základních práv a svobod (dále jen „Listina“) – ústavním zákoně č. 2/1993 Sb. (Knap, a další, 2004) a dalších ratifikovaných mezinárodních paktech a úmluvách týkajících se lidských a občanských práv.

Nejširší ústavně právní základ pro úpravu osobního statutu fyzických osob tvoří právě Listina. Pro tuto práci jsou zejména povšimnutíhodné články 10 a 13 Listiny. Čl. 10 říká, že každý má právo, aby byla zachována jeho lidská důstojnost, osobní čest, dobrá pověst a chráněno jeho dobré jméno, že každý má právo na ochranu před neoprávněným zasahováním do soukromého a rodinného života a že každý má právo na ochranu před neoprávněným shromažďováním, zveřejňováním nebo jiným zneužíváním údajů o své osobě (ústavní zákon č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod). Čl. 13 pak stanoví, že nikdo nesmí porušit listovní tajemství ani tajemství jiných písemností a záznamů, ať již uchovávaných v soukromí, nebo zasílaných poštou nebo jiným způsobem, s výjimkou případů a způsobem, které stanoví zákon; stejně se zaručuje tajemství zpráv podávaných telefonem, telegrafem, nebo jiným podobným zařízením (ústavní zákon č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod).

Dalším pro oblast ochrany osobnosti zkoumanou touto prací relevantním ustanovením je článek 17 odst. 1 Mezinárodního paktu o občanských a politických právech, který říká, že nikdo nesmí být vystaven svévolnému zasahování do soukromého života, života rodiny, domova nebo korespondence, ani útokům na svou pověst (zákon č. 120/1967 Sb., Vyhláška ministra zahraničních věcí o Mezinárodním paktu o občanských a

politických právech a Mezinárodním paktu o hospodářských, sociálních a kulturních právech).

Z výše uvedeného můžeme vidět, že ochrana fyzické osoby, jejího soukromí, dobré pověsti a jména, jakožto i ochrana listovního tajemství jsou pro fungování demokratického právního státu natolik stěžejní, že je zákonodárce zakotvil do dvou nejzákladnějších zákonů našeho státu.

3.4 Vývoj úpravy všeobecného osobnostního práva

Základy úpravy všeobecného osobnostního práva můžeme sledovat již v antice, důkladně propracovaný systém ochrany osobnosti nalezneme i v římském právu, kde byla například dle zákona dvanácti desek postihována urážka. Naopak jméno se tehdy předmětem právní ochrany ještě nestalo. Všeobecné osobnostní právo se stalo zejména v průběhu minulého století relativně dynamicky se vyvíjejícím institutem. V právním vývoji se postupně stávalo příznačným úsilí zajišťovat vedle ústavněprávní, trestněprávní, správněprávní ochrany i účinnou ochranu osobnosti fyzických osob v občanském právu, právě tak, jako v některých dalších odvětvích soukromého práva (Knap, a další, 2004). Důvody stále rychlejších změn můžeme spatřovat hlavně v návaznosti na proměny společnosti a s nimi spojené změny jejích potřeb. Za důležité změny, které výrazně proměnily postoj společnosti k institutu ochrany osobnosti, můžeme považovat rozvoj tisku, který vyvolal potřebu lépe chránit čest a důstojnost fyzických osob. Dalším impulzem pro obrat uvědomění si nezbytnosti ochrany osobních údajů jakožto součásti všeobecného osobnostního práva, byl holocaust, který byl v mnoha ohledech založen na informačních systémech obsahujících osobní údaje (zejména údaje o náboženství) (Mates, a další, 2012). Následný rychlý vývoj technologií v oblasti komunikace, ale i například v technických a přírodovědných oborech, především pak v medicíně vyvolal potřebu další úpravy ochrany osobnosti. Konkrétněji rozvoj techniky a elektroniky umožnil výrazně snazší zaznamenávání, uchovávání, šíření, a tudíž i snazší zneužívání osobních dat a obrazových i zvukových záznamů fyzických osob. Tyto trendy vyvolávají potřebu nejen rozvoje úpravy ochrany osobnosti fyzických osob ve vztahu ke státu, ale zároveň její úpravu na úrovni práva soukromého, tedy v rovině, kde jsou si subjekty práva rovny.

Jak bylo již řečeno v předchozí kapitole, ochrana osobnosti má v českém právu pevný ústavněprávní základ. Ústavní zakotvení ochrany osobnosti je důležitým ukazatelem

významnosti tohoto institutu a dává mu pevné základy. Merit úpravy všeobecného osobnostního práva však dnes již leží z důvodů výše vysvětlených v občanském zákoníku, kde má zákonodárce zároveň výrazně širší prostor pro jeho konkrétní specifikaci.

3.5 Předmět všeobecného osobnostního práva

Předmětem všeobecného osobnostního práva jako jednotného práva, resp. v jeho rámci dílčích osobnostních práv, je osobnost každé fyzické osoby jako individuality a suveréna, resp. jednotlivé hodnoty (statky, stránky, atributy, popř. projevy osobnosti fyzické osoby) tvořící celistvost její osobnosti v její fyzické a morální jednotě, se kterou, resp. se kterými fyzická osoba jako oprávněný subjekt nakládá ve společnosti vůči všem ostatním subjektům s rovným právním postavením (Knap, a další, 2004).

Osobnost fyzické osoby, stejně tak jako její jednotlivé hodnoty, ze kterých se skládá, není neměnná a v čase stálá, jedná se o velmi proměnlivý předmět právní ochrany. Obsah těchto pojmů se dynamicky mění v průběhu života každého jednotlivce vlivem působení času, biologických změn, rozvojem vědy a technologií stejně tak, jako měnicími se kulturními a mravními zvyky. Spolu se změnami osobnosti fyzické osoby a jejich jednotlivých hodnot se mění i obsah všeobecného osobnostního práva dané osoby i obsah jejich dílčích osobnostních práv.

Podle zákona číslo 40/1964 Sb., občanského zákoníku jsou hlavními atributy požívajícími právní ochrany osobnost fyzické osoby, zejména pak život, zdraví, občanská čest, lidská důstojnost, soukromí, její jméno a projevy osobní povahy. Tyto jsou v tomto pořadí vyjmenovány v demonstrativním výčtu generální klauzule §11 tohoto zákona. Naproti tomu občanský zákoník č. 89/2012, účinný od 1. 1. 2014 v generální klauzuli ve svém §81 kromě základních hodnot, které převzal od svého předchůdce, navíc výslovně upravuje povinnost každého ctít rozhodnutí člověka žít podle svého a přiznává člověku právo na žití v příznivém životním prostředí. Jednotlivým dílčím stránkám osobnosti člověka a jejich ochraně se pak tento zákoník věnuje v 35 následujících paragrafech. Nový občanský zákoník tedy, oproti tomu předchozímu, ochranu osobnosti ještě rozvíjí.

Základními hodnotami osobnosti člověka jsou například jeho jméno, podoba projev, důkladněji budou tyto složky všeobecného osobnostního práva rozebrány v následujících kapitolách.

Chráněn je i projev fyzické osoby mající osobní povahu a jeho obrazové, či zvukové záznamy, stejně jako záznamy o soukromém životě fyzické osoby. Pro tyto předměty právní ochrany není podstatné, jakým způsobem jsou zaznamenány. Podstatným znakem těchto projevů je právě jejich osobní povaha. Nelze však do této právem chráněné skupiny zařadit projevy, které osobní povahu nemají.

3.6 Jednotlivá dílčí osobnostní práva

Jak již bylo řečeno, české občanské právo se v otázce osobnostního práva přiklání spíše k monistické teorii. V občanském zákoníku tedy najdeme generální klauzuli, která zaručuje fyzickým osobám všeobecné osobnostní právo. V rámci tohoto všeobecného osobnostního práva však zákonodárce detailněji rozvádí úpravu některých dílčích osobnostních práv. Ta dílčí osobnostní práva, která jsou pro tuto práci zásadní, budou podrobněji rozebrána v následujících několika kapitolách.

3.6.1 Právo na jméno

Jméno je jednou ze základních hodnot osobnosti člověka, a proto i důležitým předmětem právní ochrany. Jménem člověka se ve smyslu občanského zákoníku rozumí jeho osobní jméno a příjmení, popřípadě jeho další jména a rodné příjmení, která mu podle zákona náleží. Vznik a změna jména jsou upraveny detailněji ve správněprávních předpisech, zejména v zákoně o matrikách č. 301/2000 Sb. Předmětem všeobecného osobnostního práva může být i křestní jméno samo o sobě, případně iniciály či dokonce zdrobnělina jména v případě, že jsou dostatečně jasným identifikačním znakem konkrétního člověka. Stejně tak požívá právní ochrany i pseudonym, jehož užívání občanský zákoník povoluje užívat jak pro určité obory činnosti člověka, tak i pro soukromý styk, pokud je zřejmé, koho tento pseudonym označuje.

Obsahem práva na jméno je výlučné právo fyzické osoby mít a užívat v právním styku ke svému označení jména, disponovat s ním a zároveň bránit tomu, aby někdo jiný, ať již k jakémukoliv účelu, jejího jména k označení neoprávněně užíval (Knap, a další, 2004). To, že může fyzická osoba svým jménem disponovat, znamená, že může svolit k užívání svého jména někým jiným. Pro takovéto jednání není zákonem požadována žádná konkrétní forma. Proto může fyzická osoba povolit užívání svého jména jak písemně, tak ústně, nebo dokonce konkludentně. Člověk se svým jménem smí disponovat

zcela libovolně, i na toto jeho právo však platí tak zvaná zásada legální licence uvedená v §1 odst. 2 občanského zákoníku, který říká, že nezakazuje-li to zákon výslovně, mohou si osoby ujednat práva a povinnosti odchylně od zákona; zakázána jsou ujednání porušující dobré mravy, veřejný pořádek nebo právo týkající se postavení osob, včetně práva na ochranu osobnosti (zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník). Proto například není možné obcházet ustanovení zákona upravujícího změnu jména pouhým svolením adoptivního otce k užívání jeho jména jeho adoptivním synem.

Dlouholetá soudní praxe pak vymezila, kdy je užívání jména protiprávní. Aby jednání nabylo protiprávnosti, musí splňovat základní podmínku, kterou je to, že takové jednání musí být způsobilé přivodit subjektu práv škodu. Konkrétněji pak lze říci, že užitím jména jiného není každé označení jménem, které je shodné se jménem, jež někomu přísluší, nýbrž jen označení takovým jménem, za takových okolností, jež by – objektivně posuzováno – byly způsobilé ve veřejnosti, kde k uvedení došlo, vyvolat dojem, že jde o uvedený subjekt práva (Knap, a další, 2004).

Vzhledem k povaze práva na jméno je logické, že je nutné je vykládat spíše restriktivně, než extenzivně. To znamená, že pokud dá fyzická osoba souhlas ke zveřejnění své podobizny, nelze automaticky toto svolení rozšířit i na použití jejího jména, ani naopak. Na rozdíl od ustanovení týkajících se ochrany podoby a soukromí člověka, kde je jasně stanoveno, že zvukové záznamy a podobizny fyzických osob lze pořídit bez jejich svolení v přiměřené míře k vědeckým, uměleckým a zpravodajským účelům, ohledně jména takové ustanovení neexistuje. Autoři Knap, Švestka a Jehlička se domnívají, že je to proto, že k uvádění jména ve zpravodajství samostatně zpravidla nedochází. Povětšinou je totiž zásah do práva na jméno, který by mohl spadat pod hypotetickou zákonnou licenci, spojen se zásahem do jiných právem chráněných atributů osoby, jako je například její pověst. Jméno je navíc chráněno i již zmíněnou nutností restriktivního výkladu v případech svolení k užití jména či podobizny fyzické osoby.

3.6.2 Právo na podobu

Podoba fyzické osoby je vymezena jako charakteristické rysy, které – ať již obrazem, kresbou, fotografií, filmem, televizním snímkem, sochou, či jiným zobrazením – znázorňují její individualizovaný tělesný vzhled, zejména tvář a postavu (Knap, a další, 2004).

Právo na podobu lze chápat ve dvou smyslech. Můžeme ho chápat jako samostatné právo na podobu, tedy právo na zachycení podoby jednotlivce zobrazením, jehož předmětem je právě podoba fyzické osoby, nebo může jít o právo na podobu v širším smyslu, které zahrnuje jak úžeji vymezené právo na podobu, tak právo k podobizně, které vychází z práva na podobu, ale jeho předmětem již není podoba sama, ale její hmotné zobrazení – podobizna. Tato dvě práva je nutno rozlišovat nejen kvůli rozdílnosti jejich předmětů, ale také proto, že každé z těchto práv vzniká v jinou dobu. Zatímco právo na podobu má každá fyzická osoba již od narození, právo k podobizně vzniká až momentem, kdy fyzicky vznikne předmětná podobizna, dle které již lze jasně identifikovat konkrétní osobu. Občanský zákoník č. 89/2012 Sb. chrání obě zmíněné formy práva na podobu. Paragrafem 84 tohoto zákoníku je chráněno právo na podobu ve svém užším smyslu, paragraf následující pak upravuje ochranu práva k podobizně. Elementární podmínkou aplikovatelnosti práva na podobu či práva k podobizně je jasná možnost identifikovat dle podobizny či obrazového snímku konkrétní fyzickou osobu. Tato nemusí vyplývat přímo ze samotného zobrazení, toto právo uplatnitelné i na podobizny a obrazové snímky, ze kterých sice není jasně zřejmá identita fyzické osoby, ale které jsou například opatřeny jménem či jiným identifikačním znakem osoby na nich vyobrazené. Pod pojmy podobizna a obrazový snímek český právní řád rozumí jakékoli zachycení podoby jednotlivce.

Obsahem práva na podobu je právo subjektu zachytit svou vlastní podobu, svolit s jejím zachycením někým jiným a následně ji šířit, nebo udělit souhlas s tím, aby byla šířena někým jiným. Zároveň však obsahuje subjektivní právo fyzické osoby bránit se neoprávněnému zachycování podoby a jejímu šíření. Obsahem práva k podobizně a k obrazovému snímku je užívací a dispoziční právo subjektu vzhledem k podobizně (Knap, a další, 2004). To znamená, že každá fyzická osoba smí jakkoli užívat a šířit své podobizny a obrazové snímky stejně, jako je oprávněna udělovat svolení k jejich užívání a šíření jiným osobám. Nelze však toto právo zaměňovat s vlastnickým právem k dané podobizně jakožto k věci. Důležité je pro předmět této práce ustanovení §85 odst. 2 občanského zákoníku, které říká, že svolí-li někdo k zobrazení své podoby za okolností, z nichž je zřejmé, že bude šířeno, platí, že svoluje i k jeho rozmnožování a rozšiřování obvyklým způsobem, jak je mohl vzhledem k okolnostem rozumně předpokládat (zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník). Takový souhlas lze dát i konkludentně nebo pro dispoziční úkon

poskytnutí oprávnění k zachycení podoby či s šířením podobizny nebo obrazových snímků není předepsána žádná forma.

Český právní řád zaručuje ochranu proti neoprávněnému zásahu do práva na podobu a práva k podobizně. Ne vždy, pokud je zachycena podoba fyzické osoby, či pokud je šířena její podobizna nebo jiný obrazový snímek, se však jedná o neoprávněný zásah do tohoto práva. Občanský zákoník totiž uvádí hned několik důvodů vylučujících neoprávněnost takového jednání. Jedná se o situace, kdy je tak činěno z důvodu výkonu či ochrany jiných práv či právem chráněných zájmů jiných osob, pokud je podobizna pořízena či užitá dle zákona k úřednímu účelu. Podobizna nebo zvukový či obrazový záznam se mohou bez svolení člověka také pořídit nebo použít přiměřeným způsobem též k vědeckému nebo uměleckému účelu a pro tiskové, rozhlasové, televizní nebo obdobné zpravodajství. O těchto důvodech vylučujících neoprávněnost zásahu mluvíme jako o zákonných licencích.

Zákonná licence k účelům vědeckým a uměleckým je vytvořena z důvodu zvláštního zájmu státu na rozvoji umění a vědy a umožňuje přiměřeným způsobem užívat a šířit podobizny a obrazové snímky bez souhlasu oprávněné fyzické osoby. Zákonná licence k účelům zpravodajství se vztahuje na tiskové, filmové, rozhlasové, televizní nebo obdobné zpravodajství. Základním rysem zpravodajství pro účely této licence je informování veřejnosti o věcech veřejného zájmu. Tento zájem musí být zároveň oprávněný a aktuální. Musí se tedy jednat o informace, které mohou objektivně zajímat širokou veřejnost. Do této kategorie patří zejména věci, které se týkají veřejného života. Obecně jsou z okruhu těchto informací vyloučeny záležitosti soukromého života fyzických osob. Výjimkou z tohoto pravidla jsou ovšem situace, kdy záležitosti soukromého života zpravidla osobností veřejného zájmu bezprostředně souvisí s jejich veřejnou činností, či s děním, na kterém má veřejnost oprávněný zájem. Veškeré podobizny a obrazové snímky zveřejňované v režimu této zákonné licence tedy musí být uvedeny v jasných souvislostech s věcmi veřejného zájmu a tento zájem musí být aktuální.

3.6.3 Právo na osobní soukromí

Ochrana práva na soukromí zajišťuje nerušenou osobní sféru fyzické osoby. Zajištění této nerušenosti osobní sféry pro každou fyzickou osobu je v konečných

důsledcích zároveň důležitým předpokladem rozvoje a prosperity jako celku (Knap, a další, 2004).

Právo na osobní soukromí je ve své podstatě právem fyzické osoby rozhodnout podle vlastního uvážení, zda, popřípadě v jakém rozsahu a jakým způsobem mají být skutečnosti jejího osobního soukromí zpřístupněny jiným, a zároveň se bránit proti neoprávněným zásahům do této sféry ze strany jiných osob s rovným právním postavením (Knap, a další, 2004). Mimo základní určení toho, co je právo na osobní soukromí, nám tato definice také říká, že entity s vyšším právním postavením (především stát a orgány veřejné správy) jsou do jisté míry oprávněny do osobního soukromí fyzických osob zasahovat bez ohledu na jejich vůli. Mluvíme zde tedy například o již zmiňovaných zákonných licencích pro úřední účely.

Nejrozšířenějším druhem porušení práva na osobní soukromí je užívání údajů o soukromém životě jiné fyzické osoby, přičemž nehraje roli, jakým způsobem byly tyto údaje získány, s výjimkou případů, kdy k jejich využití daným způsobem byl dán souhlas. V určitých profesích, jako například ve zdravotnictví či v advokacii osoby samy svěřují informace o svém soukromém životě jiným osobám, proto u takových profesí existuje institut mlčenlivosti, který je sice upraven zvláštními právními předpisy, ale zároveň ho lze subsumovat do kategorie ochrany práva na osobní soukromí.

V podstatě je ze zákazu využívání informací o soukromém životě vyňato pouhé sdělování takových informací v rámci zpravodajství, pokud nejsou nelegálně získané. Problematictější sféru pak tvoří umělecká tvorba, ať již literární, dramatická či filmová, kde nejde o pouhé sdělování informací, ale často se zde setkáváme i s pozměňováním příběhu na základě umělcovy představitosti. Podobně jako tomu je u práva na jméno, je i u ochrany práva na osobní soukromí podstatné, zda jsou uveřejněné skutečnosti způsobilé ve společnosti vyvolat dojem, že se jedná o konkrétní osobu.

Právo na osobní soukromí je v poměru k ostatním zmiňovaným dílčím osobnostním právům širším pojmem a do jisté míry je i překrývá. Například z § 86 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník vyplývá, že zvukový, či obrazový záznam soukromého života pořízený bez svolení osoby, o níž se jedná, je nejen porušením práva na podobu, či projev osobní povahy, ale zároveň jde o porušení práva na osobní soukromí. Právo na ochranu soukromí je dokonce explicitně zakotveno i v Listině základních práv a svobod jakožto

součástí ústavního pořádku České republiky. Lze tedy říci, že právo na osobní soukromí je základním osobnostním právem.

3.6.4 Právo na slovní projevy osobní povahy

V rámci tohoto práva musíme opět rozlišovat právo na slovní projevy v jeho užším slova smyslu, tedy jakožto samotný projev nehmotné podstaty, od práva k osobním písemnostem a práva ke zvukovým a písemným záznamům projevů osobní povahy, tedy od záznamů nehmotných projevů osobní povahy na hmotném substrátu. Stejně jako u práva na podobu a práva k podobizně se i zde setkáváme s rozdílnými momenty vzniku práva na slovní projev osobní povahy a práva k záznamům takových projevů. Prvé zmíněné právo vzniká již okamžikem projevu, právo k hmotnému záznamu projevu vzniká teprve okamžikem, kdy k zachycení tohoto projevu došlo (Knap, a další, 2004).

Právo na projevy osobní povahy se vztahuje zejména na odposlechy osobních rozhovorů telefonátů atp. Pořízení záznamu, či jen samotný odposlech soukromého projevu, ke kterému oprávněný nedá souhlas, je tedy neoprávněným zásahem do jeho osobnostního práva.

Musíme také rozlišovat pojem písemnost a písemný zápis projevu, protože v případě písemnosti je zhotovitelem záznamu sama osoba, o jejíž projev se jedná, a právo na projev osobní povahy v užším slova smyslu se tedy neuplatní, zatímco u záznamu činěného jinou osobou se nejprve uplatní toto právo tím, že oprávněný musí udělit souhlas s takovým záznamem a vznikem takového záznamu mu vznikne právo k němu.

Za osobní písemnosti jsou považovány písemné projevy soukromé povahy, tedy především dopisy a jiná korespondence.

Obsahem těchto práv je dispoziční právo subjektu k užití projevu osobní povahy (Knap, a další, 2004) stejně jako jeho zvukových, či písemných záznamů nebo osobních písemností. I u tohoto práva existují zákonné licence, které vylučují protiprávnost pořizování záznamů slovních projevů osobní povahy či nakládání s nimi. Jde zejména o licenci k účelům úředním na základě zákona. Zde se setkáváme hlavně s odposlechem pro účely policejního vyšetřování, které je upraveno trestním řádem České republiky. Dále se opět setkáváme se zákonnou licencí k účelům vědeckým a uměleckým a zákonnou licencí k účelům zpravodajství. Použití záznamů slovní povahy i písemností osobní povahy na základě zákonné licence, či svolení se musí dít vždy přiměřeným způsobem a takové užití nesmí

narušit oprávněné zájmy osoby, o jejíž projev se jedná. Pokud by byl použit v rozporu s těmito podmínkami, stal by se neoprávněným zásahem do osobnostních práv dané osoby i přes udělený souhlas či oprávněné užití zákonné licence.

3.7 Ochrana osobních údajů

Informace a osobní údaje jsou v současné době jednou z nejcennějších, a tedy i nejžádanějších komodit. Osobní údaje, jako např. rodné číslo, často slouží jako jediná identifikace při jednání s různými institucemi, lidé jsou pod nimi vedeni v různých seznamech, umožňují vykonávat práva a jinde zase slouží k tomu, aby mohly být konkrétní subjekty pozitivně identifikovány jako cíl povinností. Právě proto je jakákoliv neoprávněná manipulace s nimi nesmírně nebezpečná, nebo alespoň velmi nepříjemná (Bartík, a další, 2010). Z tohoto důvodu je nakládání s osobními údaji předmětem výrazné právní regulace.

Hlavním právním předpisem upravujícím ochranu osobních údajů v České republice je zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů. Vzhledem k tomu, že ochrana osobních údajů je problematikou, kterou se výrazně zabývá Evropská unie, musí všechny členské státy zajišťovat kompatibilitu svých vnitřních právních předpisů s evropskou úpravou. K tomuto účelu také slouží poslední novelizace zákona o ochraně osobních údajů, která nabyla účinnosti 1. 1. 2015 a která opět sblízuje českou právní úpravu této problematiky s právem evropským. Tento zákon mimo jiné zřídil Úřad pro ochranu osobních údajů jakožto nezávislý orgán pověřený dozorem nad ochranou osobních údajů, který vznikl k 1. 6. 2000.

Výše zmiňovaný zákon upravuje veškeré zpracovávání osobních údajů jak orgány veřejné moci, tak právníckými a fyzickými osobami nehledě na způsob jejich zpracování, tedy elektronický, ale i manuální. Tento zákon se nevztahuje na zpracovávání osobních údajů pro čistě osobní potřeby fyzických osob, stejně tak jím není dotčeno nahodilé shromažďování osobních údajů, pokud tyto údaje nejsou dále zpracovávány. Z působnosti zákona je vyňato také zpracovávání osobních údajů pro statistické a archivační účely, na tyto se vztahují zvláštní zákony (zákon o sčítání lidu, zákon o archivnictví a zákon o státní statistické službě). Stejně tak jsou z jeho působnosti vyňaty některé, ne však všechny, činnosti spojené s fungováním orgánů státní moci a správy.

Základním faktorem pro správnou interpretaci zákona je výklad pojmů. Zákon říká, že osobním údajem je jakákoli informace týkající se určeného nebo určitého subjektu

údajů. Subjekt údajů, kterým může být výlučně fyzická osoba, se považuje za určený, či určitelný, jestliže jej lze přímo či nepřímo identifikovat zejména na základě čísla, kódu nebo jednoho či více prvků specifických pro jeho fyzickou, fyziologickou, psychickou, ekonomickou, kulturní nebo sociální identitu (Knap, a další, 2004). V roce 2008 formuloval Nejvyšší správní soud značně extenzivní chápání pojmu osobní údaj, když konstatoval, že v podmínkách vyspělé společnosti, kdy většina lidí disponuje elektronickými a jinými médii, je plná identita dána tím, že můžeme určitou osobu kontaktovat, aniž by bylo třeba znát místo jejího aktuálního pobytu, a výklad osobní údaj nelze redukovat například na znalost rodného čísla, ale postačí jen to, že máme číslo mobilního telefonu (Mates, a další, 2012).

Zpracováním osobních údajů se pak rozumí zejména shromažďování, ukládání na nosiče informací, zpřístupňování, šíření, uchovávání, likvidace atd.

Významnou částí zákona je vymezení práv a povinností subjektů zpracovávajících osobní údaje. Každý, kdo hodlá zpracovávat osobní údaje, musí tuto skutečnost oznámit Úřadu pro ochranu osobních údajů ještě před započítím zpracování (Knap, a další, 2004). Úřad pro ochranu osobních údajů vede registr správců, do kterého na základě oznámení správce zanese. Správce osobních údajů musí stanovit účel, prostředky a způsob, jakým budou osobní údaje zpracovány. Správce smí zpracovávat jen údaje, které získal zákonnou cestou a se souhlasem toho, jehož se údaje týkají. Aby byl takový souhlas v souladu se zákonem, musí být ten, kdo ho uděluje, obeznámen s tím, za jakým účelem a na jakou dobu budou údaje zpracovávány. Správce je povinen spravované údaje aktualizovat a takové údaje, které nejsou přesné či pravdivé, blokovat, aby nedocházelo ke zpracování či šíření nepravdivých údajů. Data smí být uchovávána jen po dobu nezbytnou k naplnění účelu, pro který jsou užívána. Obsáhlou výjimku z tohoto pravidla však tvoří správci osobních údajů dle §18 zákona o ochraně osobních údajů, který stanoví, že oznamovací povinnost dle §16 se nevztahuje na zpracování osobních údajů, které správci ukládá zvláštní zákon, nebo je takových osobních údajů třeba k uplatnění práv a povinností vyplývajících ze zvláštního zákona (zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů a změně některých zákonů). Pod množinu osobních údajů, kterých je třeba k uplatnění práv a povinností, můžeme subsumovat veškeré smluvní vztahy a pro jejich plnění potřebné shromažďování osobních údajů. Z toho vyplývá, že naprostá většina správců osobních údajů nepodléhá ohlašovací povinnosti. I přesto jsou však správci osobních údajů dle

definice zákona o ochraně osobních údajů a mají zákonem uloženou povinnost zajistit, aby informace, týkající se zejména účelu zpracování, kategorií osobních údajů, kategorií subjektů údajů, kategorií příjemců a doby uchování, které by byly jinak přístupné prostřednictvím registru vedeného Úřadem podle § 35, byly zpřístupněny, a to i dálkovým přístupem nebo jinou vhodnou formou (zákon č. 101/2000 Sb., O ochraně osobních údajů a změně některých zákonů). Právě pro vyčlenění shromažďování osobních údajů na základě smluvního vztahu z ohlašovací povinnosti je relativně omezený počet případů, kdy správci osobních údajů tato povinnost vzniká.

4 Sociální sítě

4.1 Co jsou sociální sítě

Pojmem sociální síť rozumíme v oblasti webu každý systém, který umožňuje vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů, přátel. (Pavlíček, 2010) Jedná se o službu poskytovanou přes internet, díky které si může v podstatě kdokoli vytvořit svůj vlastní účet (profil), skrze který následně může komunikovat s dalšími registrovanými uživateli takové sítě. Na sociálních sítích tedy dochází k interakcím uživatelů a to prostřednictvím hromadných diskusí, chatu, sdílením fotografií, videí a dokumentů či pomocí dalších specifických nástrojů a aplikací, které daná sociální síť nabízí (například tlačítko „to se mi líbí“ na sociální síti facebook.com). Sociální sítě se různí jak svými účely – diskuse, sdílení informací, seznamování se apod. – tak svým zaměřením – sporty, hobby, nebo třeba kariérní témata.

V rámci sociálních sítí mohou její uživatelé také prohledávat seznamy uživatelů, se kterými zatím do interakce nevstoupili, a to buď takzvaně na druhé úrovni, kdy lze prohledávat seznamy přátel našich přátel, či prohledávat seznam všech uživatelů dané sítě.

Obecně lze za největší nebezpečí sociálních sítí považovat bezpečnost osobních údajů na ně vkládaných a osobního soukromí a to jak ve vztahu uživatel – sociální síť, kdy jejímu provozovateli poskytujeme velké množství dat o své osobě, tak ve vztahu uživatel-uživatel, kdy si vzhledem k virtualitě těchto sítí nemůžeme být jisti autenticitou osoby, se kterou vstupujeme v kontakt právě přes sociální síť, a zároveň ne vždy víme a můžeme ovlivnit přesný okruh osob, které mají přístup k našim osobním údajům.

4.2 Druhy sociálních sítí

Celosvětově nejrozšířenější sociální sítí, která má zároveň nejvyšší počet registrovaných uživatelů, je Facebook. Tato sociální síť je nejčastěji používanou svého druhu nejen ve světě, ale i v České republice, proto je i tato práce zaměřena především na ni a podrobně se s ní a jejím fungováním seznámíme v následujících kapitolách.

Kromě výše zmíněného Facebooku existuje ale celá řada dalších sociálních sítí. Za sociální síť můžeme považovat i libovolná diskusní fóra, kde se po přihlášení můžeme zapojovat do různě zaměřených diskuzí, ale i internetové seznamky.

4.3 České sociální sítě

Z českých sociálních sítí jsou zmíněny hodné servery lidé.cz, který funguje jako seznamka, a spolužáci.cz, který umožňuje vytvářet virtuální třídy, díky kterým mohou zůstat v kontaktu bývalí spolužáci ze základních, středních i vysokých škol a tím jin usnadňuje komunikaci, přičemž obě tyto sítě byly vytvořeny společností seznam.cz, a.s., která je provozovatelem internetového portálu seznam.cz, jenž je nejvýraznějším českým internetovým vyhledávačem, jak vyplývá ze studie společnosti effectix (effectix.com, 2014 <online>). Podle ní činila návštěvnost samotného portálu seznam.cz 37,29% z celkové návštěvnosti internetových vyhledávačů v České republice a při započtení dalších vyhledávačů, které provozuje společnost seznam.cz a.s., dokonce 45,88%. Seznam.cz se tak u nás řadí na druhé místo za celosvětového giganta v tomto oboru – Google.

4.4 Světové sociální sítě

Celosvětově nejvýznamnějšími sociálními sítěmi je již zmiňovaný Facebook, dále pak Twitter, Google+, Instagram, LinkedIn, nebo třeba Pinterest. V Číně, kde je většina sociálních sítí západního světa zakázána, jsou využívány sociální sítě speciálně vytvořené pro Čínu, které však fungují na stejných principech jako ty, na které jsme zvyklí my. Příkladem může být čínská verze Facebooku nesoucí název RenRen nebo třeba sociální síť WeiBo, která funguje stejně jako Twitter.

4.4.1 Facebook

Největší a nejúspěšnější sociální síť na světě, jež má přes 1.300.000.000 uživatelů, kteří jsou aktivní každý měsíc (statisticbrain.com, 2014 <online>), vznikla jako plně otevřená sociální síť v roce 2006 na americkém Harvardu (Pavlíček, 2010).

Na Facebooku si po založení vlastního profilu uživatelé vytvářejí síť svých přátel pomocí žádostí o přátelství, které mohou odeslat kterémukoli jeho uživateli. Stejně jako žádost o přátelství lze také osobní zprávu zaslat i uživatelům sítě, které nemáme v našem seznamu přátel. Většina ostatních přímých interakcí přes tuto síť je nicméně možná pouze mezi přáteli. Síť přátel na Facebooku totiž funguje oboustranně, to znamená, že pro zařazení uživatele na seznam přátel je nutné, aby dotyčný přijal žádost o přátelství.

V sekci profilu si má každý uživatel možnost kromě základních údajů, jako je jméno, věk a pohlaví, uvést o sobě další detaily jako například studované a ukončené

školy, zaměstnání, místo původu a aktuálního pobytu, koníčky, oblíbené filmy, hudbu apod.

Uživatelé Facebooku mezi sebou mohou komunikovat nespočtem prostředků. Nejklasičtější způsobem interakce jsou již zmíněné osobní zprávy mezi dvěma uživateli, které nevidí nikdo jiný. Jen lehce modifikovanou obdobou tohoto způsobu komunikace na Facebooku jsou konverzace skupinové, kdy se v jednom konverzačním vláknu zapojuje více uživatelů. Další formou je pak sdílení statusů na profilech uživatelů. Status je příspěvek, který může mít jak čistě textovou podobu, tak formu obrázku, videa, nebo odkazu na internetovou stránku. Ve svých příspěvcích pak mohou uživatelé také označovat přímým odkazem další uživatele a místa. Tyto příspěvky pak mohou ostatní uživatelé označovat jako „to se mi líbí,“ případně pod ně přidávat komentáře.

V nastavení soukromí pak má uživatel rozsáhlé možnosti jak upravit, které příspěvky a informace z jeho profilu budou přístupné jakému okruhu uživatelů.

Hlavním principem příspěvků je to, že se po přihlášení k Facebooku ukazují každému uživateli na jeho domovské stránce příspěvky jeho přátel. Kromě příspěvků jako takových se zde objevují i změny základních informací, které přátelé daného uživatele provedli na svých profilech, případně jiné aktivity, jako jsou označení „to se mi líbí“ či přidávání komentářů.

Kromě osobních stránek (profilů) uživatelů umožňuje Facebook vytvářet i stránky, prostřednictvím kterých se prezentují veřejně známé osobnosti, společnosti a podniky. Tyto stránky pak mohou uživatelé označovat jako „to se mi líbí,“ nebo je sledovat. Sledování určité stránky na Facebooku slouží k tomu, že se uživateli, který ji sleduje, zobrazují na domovské stránce kromě příspěvků jeho přátel i příspěvky z této stránky. Seznam stránek označených „to se mi líbí“ i stránek sledovaných je pak přístupný na profilu daného uživatele.

Součástí služby Facebook je také mnoho různých aplikací, které jsou v rámci této sociální sítě provozovány. O těchto a dalších funkcích Facebooku bude podrobněji pojednáno, především s ohledem na využívání dat a jejich zabezpečení, v praktické části této práce.

4.4.2 Twitter

Twitter je sociální síť, která se do jisté míry podobá blogům. Jedná se o mobilní sociální síť a mikroblogovací službu, kde každý uživatel si píše svůj vlastní blog pomocí krátkých (max. 140 znaků) vzkazů – tzv. tweetů (Pavlíček, 2010). Příspěvky, neboli tweety jsou zveřejňovány na mikroblogu jejich autora a zároveň se ukazují uživatelům, kteří ho sledují – tzv. followers. Obecně jsou tweety veřejné, a může si je tudíž najít kdokoli, uživatel má však možnost omezit dostupnost svých příspěvků pouze pro ty uživatele, kteří ho sledují. Základní podstatou Twitteru je bezprostřední sdílení postřehů, názorů či zážitků jeho uživatelů ve formě krátkých zpráv.

Na Twitteru lze vyhledávat dle uživatelských jmen, ale zároveň podle identifikátorů klíčových slov, které vytvářejí sami uživatelé. Jedná se o výrazy bez mezer, často i víceslovné, kterými autor příspěvku může svůj příspěvek zařadit do určité kategorie příspěvků. Pomocí připojení znaku „#“ bezprostředně před daný výraz se tento výraz uloží do seznamu takzvaných hashtagů (anglický výraz pro dvojitý křížek, který byl přejat i českými uživateli Twitteru) a je možné podle něj následně dohledat všechny příspěvky, které byly takto označeny. V praxi to znamená, že pokud uživatel v rámci svého tweetu použije označení „#volby2014“ a následně jiný uživatel zadá do vyhledávače stejný výraz, zobrazí se mu v aplikaci tento tweet spolu s dalšími příspěvky se shodným označením. Hashtagy slouží na Twitteru především pro lepší orientaci mezi příspěvky. Uživatel si tak může během velmi krátké doby vyselektovat pouze určitý okruh tweetů s obsahem, který ho právě zajímá.

4.4.3 Google+

Sociální síť společnosti Google, která byla spuštěna v roce 2011, je do značné míry inspirována největší sociální sítí – Facebookem. Na Google plus si může uživatel zřídit svůj účet, který je automaticky propojen s ostatními službami společnosti Google jako je Gmail, YouTube, Google Drive a další. Síť kontaktů na Google+ má oproti jiným sociálním sítím tu zvláštnost, že je postavena na bázi takzvaných kruhů, tedy různých skupin, do kterých uživatelé třídí své přátele. Tato možnost rozlišení přátel na sociální síti umožňuje následně sdílení příspěvků či komunikaci pouze s vybranými okruhy kontaktů.

4.4.4 Instagram

Instagram je jedna z mladších sociálních sítí, spuštěná v roce 2010, která, co se týče sdílení a dostupnosti příspěvků, funguje na obdobné bázi jako výše zmiňovaný Twitter. Zásadním rozdílem je však sdílený obsah. Na Instagramu totiž jeho uživatelé sdílejí pouze fotky a videa, textové komentáře jsou až druhotnou formou komunikace na této síti. Po vytvoření účtu na Instagramu si může uživatel vytvořit vlastní seznam sledovaných uživatelů, jejichž příspěvky se mu budou následně po přihlášení ke službě zobrazovat automaticky. V nastavení soukromí této sociální sítě si může uživatel zvolit, zda jeho příspěvky může zobrazit každý, či jen uživatelé, kteří si jeho profil zařadí do seznamu sledovaných. Každé nové sledování je uživateli aplikací hlášeno.

Na Instagramu lze, stejně jako na Twitteru, vyhledávat dle uživatelských jmen i podle hashtagů a sociální síť se tím stává přehlednější a uživatelsky přívětivější.

Instagram byl na jaře roku 2012 pohlcen Facebookem, a to za miliardu dolarů. Facebook se však nepustil do nějakých integrací a Instagram nechává vyvíjet zvlášť jako samostatnou službu (Polesný, 2014 <online>). Instagram je dostupný i ve verzi pro internetové prohlížeče v počítačích, ale jeho doménou je mobilní forma aplikace. Tato skutečnost vyplývá z podstaty Instagramu, tedy zachytit obrazem či videem okamžik a ihned se o něj podělit s ostatními uživateli.

Sociální síť Instagram se velmi rychle rozvíjí, v prosinci roku 2014 dosáhla 300 milionů aktivních uživatelů (Instagram.com, 2014 <online>), čímž předstihla právě výše zmiňovaný Twitter, který měl ve stejném okamžiku 284 milionů uživatelů (Twitter.com, 2014 <online>).

4.4.5 LinkedIn

LinkedIn je největší internetová sociální síť zaměřená na korporátní klientelu, sdružující profesionály v nejrůznějších oborech z celého světa. (Pavlíček, 2010) Uživatelé si na ní vytvářejí vlastní profil ve formě životopisu, kde největší roli hraje dosažené vzdělání a pracovní zkušenosti. Na síti LinkedIn si její uživatelé vytvářejí síť kontaktů svých pracovních partnerů, kolegů, spolužáků a podobně, od kterých mohou získávat doporučení, která se objeví na jejich profilu.

Sociální síť LinkedIn usnadňuje mapování toho, kdo z okruhu uživatelových kontaktů právě kde pracuje. Sama společnost LinkedIn o sobě na svých stránkách říká, že jejím posláním je propojovat profesionály na celém světě, aby mohli být produktivnější a úspěšnější ve své kariéře (LinkedIn.com, 2014 <online>).

LinkedIn oficiálně vznikl v květnu 2003 (LinkedIn.com, 2014 <online>) a v současné době má přibližně 313 milionů uživatelů (statisticbrain.com, 2014 <online>).

5 Proč a jak využívá Facebook data svých uživatelů?

Facebook stejně jako všechny sociální sítě sbírá, zpracovává a uchovává velká množství dat. Tento fakt vyplývá ze samotné podstaty Facebooku, tedy sdílení informací mezi jeho uživateli. Facebook však data, která mu jeho uživatelé svěří, nepoužívá pouze za účelem zlepšení komunikace mezi nimi, usnadnění a zpříjemnění jejich životů. Jak již bylo uvedeno výše, informace jsou v dnešní době jednou z nejcennějších komodit na trhu vůbec a Facebook je vzhledem k počtu svých uživatelů téměř bezedným zdrojem informací. Zároveň je Facebook ideálním místem pro reklamu.

5.1 Reklama na FB

Jak již bylo zmíněno, prostřednictvím Facebooku se mohou prezentovat nejen jeho uživatelé – fyzické osoby, ale také společnosti a významné osobnosti. Kromě toho, že si tyto komerční subjekty mohou zakládat na Facebooku své stránky a profily, prostřednictvím nichž se pak mohou prezentovat, Facebook nabízí i reklamní prostor na svých stránkách. Oproti jiným reklamám na internetu má reklama na Facebooku však daleko přesnější cílení na zákazníka a to právě díky obrovskému množství informací, které o svých uživatelích tato sociální síť shromažďuje. Jednotlivé reklamy totiž ukazuje pouze těm uživatelům, na které jsou cíleny. Princip cílení reklamy na Facebooku funguje na základě předvoleb reklam. Jedná se o souhrn informací o každém uživateli, který může upravovat i sám uživatel. Předvolby reklam konkrétního uživatele jsou založeny na informacích, které sdílel na Facebooku, stránkách, které se mu líbí, nebo s nimiž je nějakým způsobem spojen, reklamách, na které kliknul, používaných aplikacích a webech a informacích od poskytovatelů dat a inzerentů (Facebook.com, 2015 <online>). Zadavatel reklamy pak vymezí skupinu uživatelů, která je cílem dané reklamy, a Facebook na základě předvoleb reklam zobrazí tuto reklamu jen požadovaným uživatelům. Jako

příklad můžeme uvést reklamu na krmení pro kočky žijící v bytě. Zadavatel tedy může uvést požadavek, že chce, aby byla reklama zobrazována jen milovníkům koček žijícím ve větších městech. Facebook následně na základě údajů uživatelů o místě aktuálního pobytu, informací získaných při užívání polohových služeb, stránek označených jako „to se mi líbí,“ ale i prohlížených Facebookových a webových stránek vyhodnotí okruh uživatelů, který odpovídá specifikacím zadavatele reklamy, a těm následně reklamu zobrazí.

5.2 Jaká data FB uchovává a jak s nimi zachází?

Vzhledem k potřebám Facebooku v oblasti využívání dat a různorodosti právních systémů napříč zeměmi, ve kterých je Facebook dostupný, je nakládání Facebooku s daty jeho uživatelů ošetřeno dokumentem nazvaným Zásady používání dat, který je dostupný na jeho webových stránkách a se kterým vyslovují uživatelé konkludentně souhlas tím, že využívají jeho služeb. Tyto Zásady byly aktualizovány a ve své nové podobě jsou účinné od 1. 1. 2015 (viz příloha č. 1). Českými médii proběhla vlna poplašných zpráv informující uživatele Facebooku například o tom, že cokoli budou na Facebooku sdílet, se stává majetkem Facebooku a oni k takovému příspěvku ztrácejí veškerá práva. Tato interpretace může vycházet z toho, že oproti původním Zásadám užívání dat, v těch nových není výslovně uvedeno, že vlastníkem veškerého obsahu svých profilů jsou jejich majitelé. Jak již ovšem bylo vysvětleno výše v této práci, v části věnující se osobnostním právům, nikdo nemůže nakládat s osobními údaji člověka, aniž by k tomu měl jeho souhlas. V tomto ohledu tedy k žádné výrazné změně ani dojít nemůže. Nejdůležitější částí Zásad jsou tedy jednotlivá svolení, která uživatelé Facebooku udělují jejich prostřednictvím. Jako příklad můžeme uvést to, že Facebook je oprávněn získávat informace o softwaru zařízení, na kterém se k této sociální síti jeho uživatelé připojují, informace o aktuální poloze zařízení, přes které se připojují, i telefonní číslo mobilního telefonu, ze kterého se k síti připojují. Stejně tak je například Facebook oprávněn shromažďovat informace o tom, které další webové stránky jeho uživatelé navštěvují. Facebook je mimo jiné oprávněn i prodávat informace o svých uživatelích třetím stranám, to však smí činit jen po očištění veškerých dat, na základě kterých by byla identifikovatelná konkrétní osoba. V tomto případě tedy předává třetím stranám například informace o tom, že žena ve věku 22 let, která bydlí v Brně, sleduje určité stránky.

6 Průzkum povědomí uživatelů Facebooku o osobnostních právech a míry užívání Facebooku

6.1 Forma a cíle průzkumu

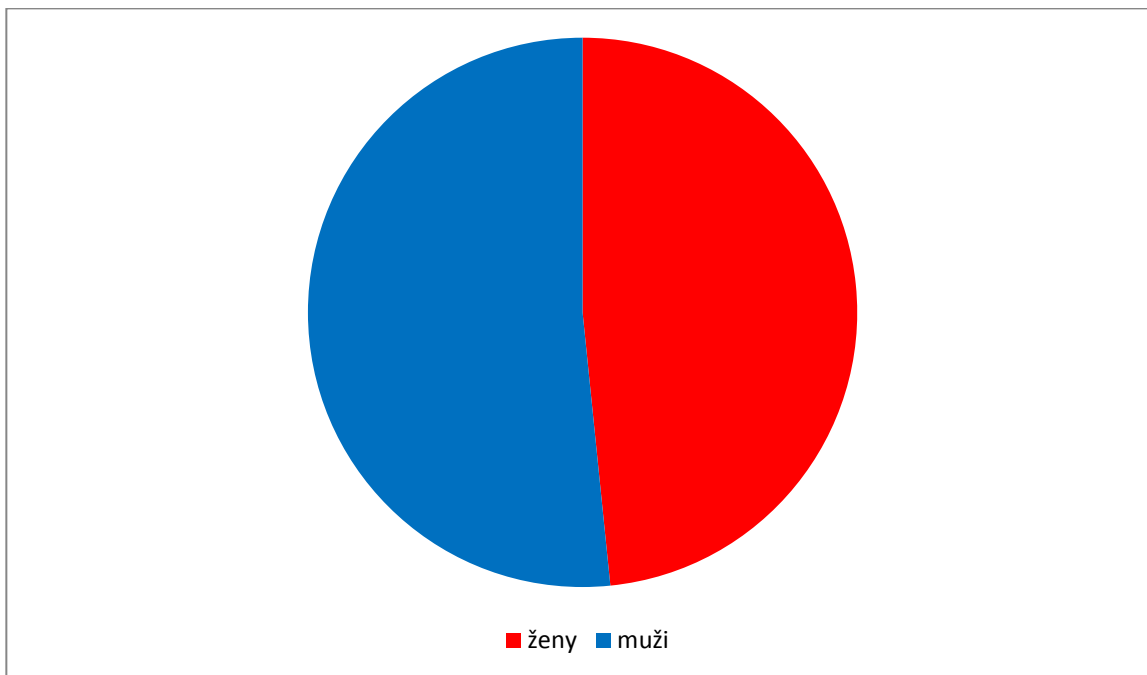
Součástí této bakalářské práce je také průzkum, který si klade za cíl pomocí dotazníkového šetření zjistit, jaké je povědomí uživatelů Facebooku o osobnostních právech, o míře, v jaké udělují užíváním této sociální sítě souhlas s využíváním svých údajů, a o tom, jak silný je subjektivní pocit potřeby užívat Facebook a pocit nepřiměřené ztráty kontroly nad údaji o vlastní osobě.

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na uživatele Facebooku, studenty vysokých škol. Důvod omezení zkoumaného vzorku na uživatele Facebooku je zřejmý – cílem šetření je zmapovat chování uživatelů Facebooku a jejich znalosti týkající se užívání Facebooku a nakládání s daty jeho uživatelů, pokud by byl dotazník předložen respondentovi, který Facebook neužívá, nemohl by na většinu otázek odpovědět a jeho odpovědi by následně zkreslovaly výsledky celého šetření. Následné omezení zkoumaného vzorku na studenty vysokých škol bylo vedeno skutečností, že komunita studentů vysokých škol je velmi početná a aktivní, tudíž bude možné získat dostatečný objem dat pro vyvození relevantních závěrů.

Dotazníkové šetření bylo provedeno formou on-line dotazníku dostupného na stránkách ww.survio.cz, který byl šířen právě prostřednictvím sociální sítě Facebook. Dotazník se skládá z 22 uzavřených otázek, z nichž 13 otázek bylo dichotomických a 9 škálových. Celý dotazník je obsažen v příloze č. 2 této práce.

Šetření probíhalo od 17. 12. 2014 do 31. 12. 2014 a celý dotazník v tomto období dokončilo 93 respondentů. Na základě otázky č.1 můžeme říci, že rozložení respondentů dle pohlaví bylo vyrovnané, mezi respondenty, kteří dotazník vyplnili až do konce, bylo 48,4% žen a 51,6% mužů viz graf č. 1. Průměrnému respondentovi trvalo celý dotazník vyplnit přibližně 5 minut.

Graf č. 1 - Rozložení respondentů podle pohlaví



zdroj: vlastní zpracování

Vzhledem k vytyčenému cíli byly stanoveny tři nulové hypotézy, dle kterých byl dotazník systematicky rozdělen do tří částí. Tyto hypotézy byly následně na základě výsledků dotazníkového šetření potvrzeny, nebo vyvráceny. Těmito hypotézami jsou:

H_01 – Většina uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol dokáže v praxi správně posoudit, zda je určitým jednáním zasahováno do osobnostního práva fyzické osoby.

H_02 – Většina uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol není dostatečně seznámena se Zásadami používání dat Facebookem.

H_03 – Pro většinu uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol je užívání služeb sociální sítě Facebook důležitější, než subjektivní pocit nepřiměřenosti rozsahu shromažďování dat Facebookem.

6.2 1. Část dotazníku – ověření hypotézy H_01

První část dotazníku měla za úkol ověřit hypotézu H_01 , která zní „Většina uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol dokáže v praxi správně posoudit, zda je určitým jednáním zasahováno do osobnostního práva fyzické osoby.“ Za tímto účelem bylo vytvořeno 5 modelových situací znázorňujících jednání osob, které se dotýká osobnostních

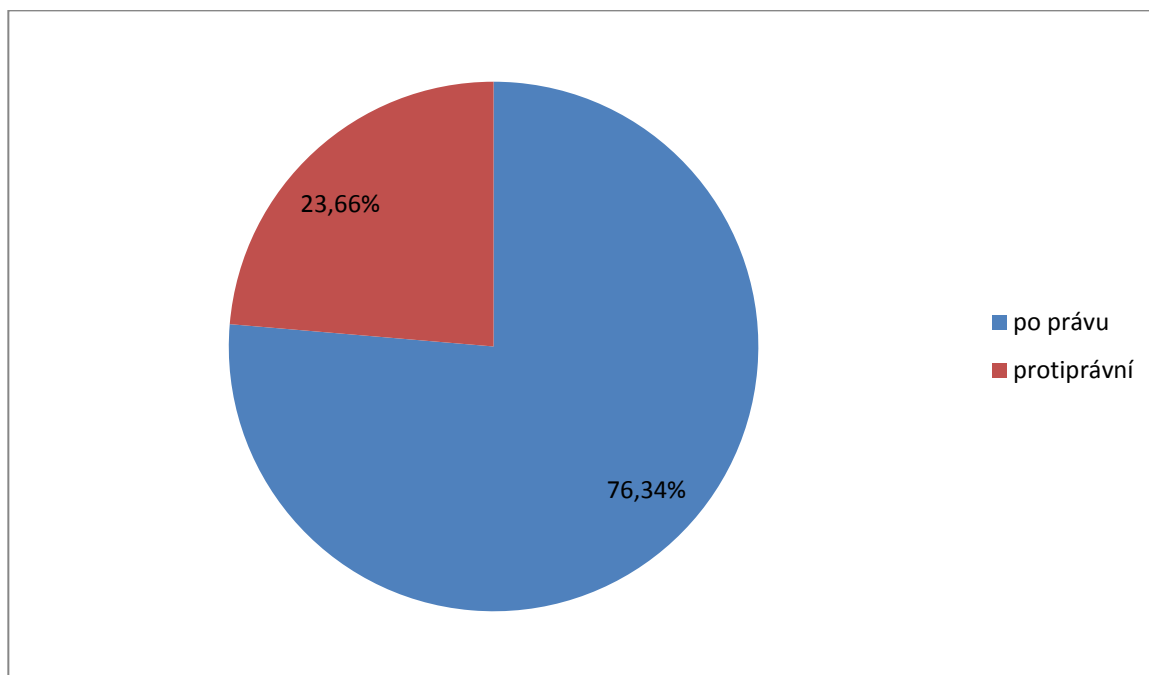
práv, přičemž některé situace zobrazovaly jednání protiprávní a některé představovaly jednání, které je s právem v souladu. Respondenti pak měli za úkol říci, zda je dle jejich názoru ilustrované jednání protiprávní, či po právu. Důvodem, proč byla zvolena metoda modelových situací, je to, že cílem šetření bylo především zjistit, schopnost respondentů rozeznat porušování osobnostních práv v praxi, byly-li by otázky koncipovány teoreticky, mohla by být relevance odpovědí narušena například i neznalostí právní terminologie a pro řadu respondentů by byly otázky méně srozumitelné.

6.2.1 Modelové situace

Modelová situace č.1 – Po dohodě s profesionálním fotografem se osoba A nechá nafotit v jeho studiu za účelem rozšíření fotografova portfolia. O několik měsíců později fotograf tyto fotografie vystaví na své vernisáži.

Tato modelová situace je zaměřena na právo na podobu a na právo k podobizně. Jak již bylo vysvětleno v teoretické části této práce, konkrétně v kapitole 3.6.2, základním znakem, který zakládá právo na podobu a k podobizně, je rozpoznatelnost konkrétní osoby, pokud by na předmětných snímcích osoba A nebyla rozpoznatelná a zároveň by nebyla fotka označena jménem, či jiným způsobem, který by osobu A jasně identifikoval, právo na podobu ani k podobizně by porušeno nebylo. V případě, že je osoba A na fotografiích jasně rozpoznatelná, mohla by být porušena obě práva zahrnutá v právu na podobu v širším slova smyslu. Jako první se uplatní právo na podobu, tedy právo osoby A zachytit svou podobu či to naopak odepřít jiné osobě. Vzhledem k tomu, že svolení k zachycení podoby lze udělit i konkludentně, stačí jako vyjádření souhlasu fakt, že osoba A fotografovi pózovala v jeho ateliéru. Co se týče práva k podobizně, zákon jasně stanoví, že svolí-li někdo k zobrazení své podoby za okolností, z nichž je zřejmé, že bude šířeno, platí, že svoluje i k jeho rozmnožování a rozšiřování obvyklým způsobem, jak je mohl vzhledem k okolnostem rozumně předpokládat (zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník), vystavení takových fotografií na vernisáži jistě podmínku obvyklého a předpokladatelného způsobu rozšiřování splňuje. Proto můžeme říci, že v tomto modelovém případě nebylo žádné osobnostní právo porušeno a správnou odpovědí na otázku, zda je tato situace po právu, či protiprávní, je, že tato modelová situace je po právu.

Graf 2 Modelová situace č.1



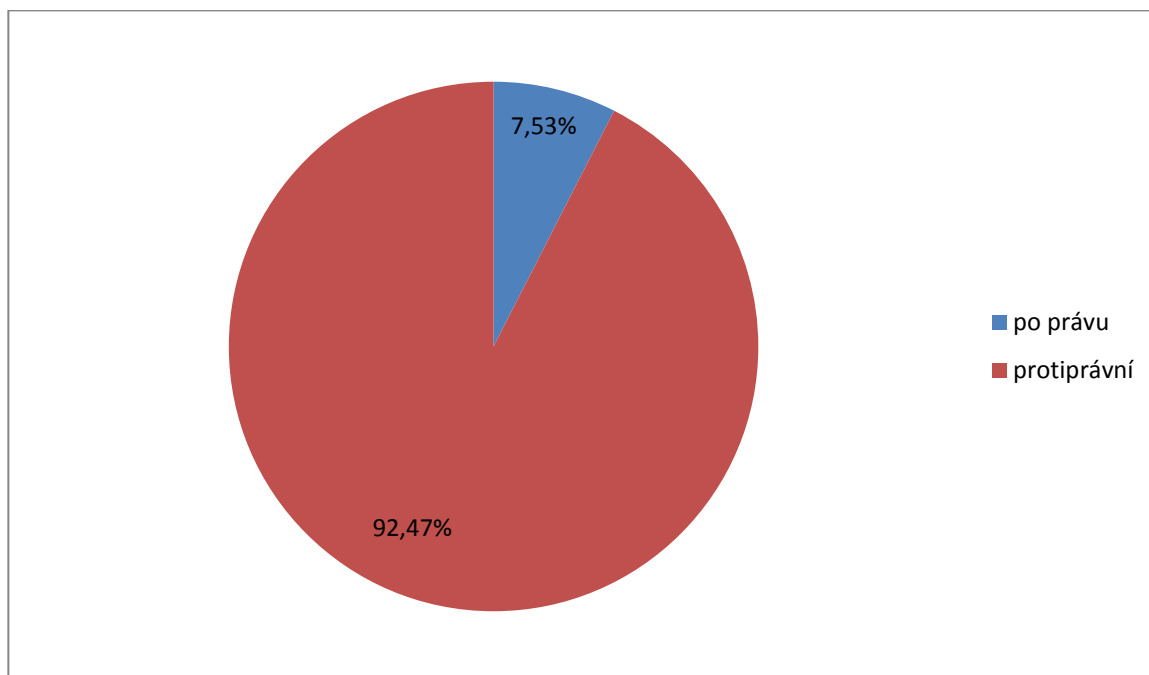
zdroj: vlastní zpracování

Jak je vidět i z grafu č. 2, který znázorňuje procentuální zastoupení odpovědí na otázku, zda je modelová situace č. 1 po právu či protiprávní, 76,34% respondentů zvolilo správnou odpověď. V mezích této otázky se tedy hypotéza H_01 potvrzuje.

Modelová situace č. 2 – Restaurace na svých internetových stránkách uvádí jména hostů, kteří si u ní toho dne rezervovali místa se záměrem nalákání dalších zákazníků.

V této modelové situaci se setkáváme se dvěma různými osobnostními právy, tím prvním je právo na jméno a tím druhým právo na osobní soukromí. Na rozdíl od práva na jméno, kde je podmínkou protiprávnosti užití jména fyzické osoby způsobit takového jednání způsobit dotčené osobě škodu, u práva na osobní soukromí tato podmínka zakotvena není. V tomto případě jde bezesporu o zveřejňování osobních údajů o konkrétních osobách, které je bez souhlasu dotčených osob porušením práva na osobní soukromí. Nicméně může jistě dojít i k porušení práva na jméno, jelikož se jedná o označení konkrétních osob, a v jistých případech může takové jednání dotčeným i způsobit škodu. Je tedy zjevné, že toto jednání je v každém případě protiprávní.

Graf č. 3 - Modelová situace č. 2



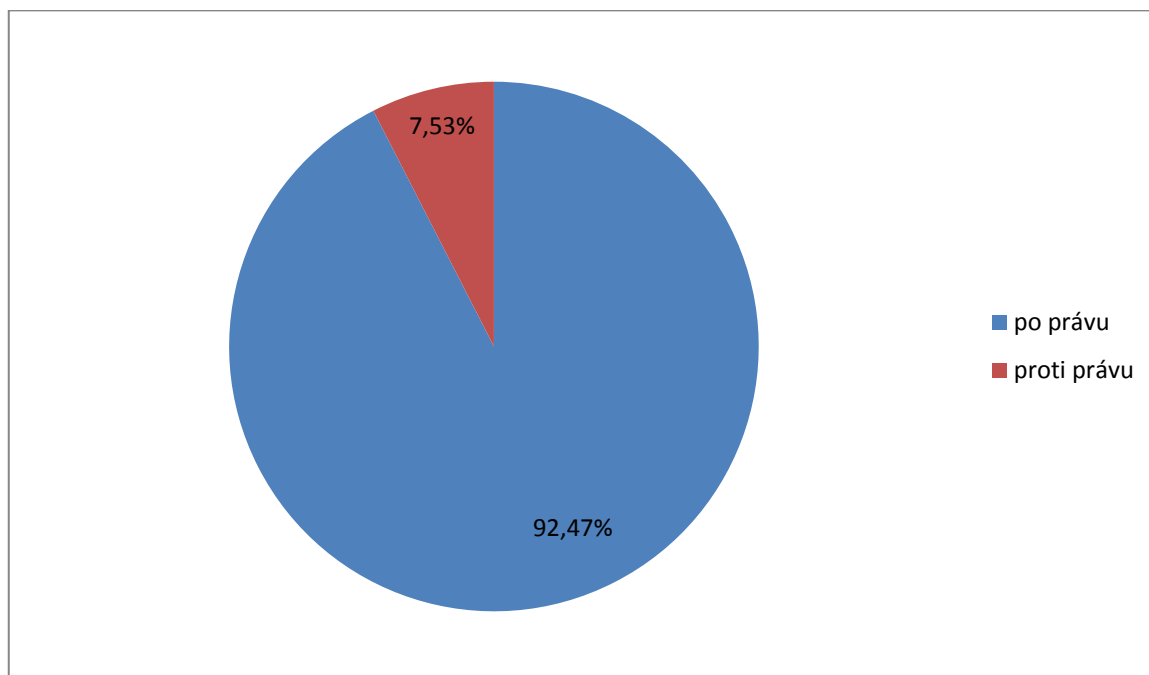
zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 3, který je znázorněním odpovědí respondentů na otázku protiprávnosti situace popsané v modelové situaci č. 2, ukazuje, že celých 92,47% respondentů rozpoznalo protiprávnost takového jednání, a tudíž i v tomto bodě můžeme hypotézu H_0 1 potvrdit.

Modelová situace č.3 – Osoba A pošle v obálce dopis své babičce, ve kterém jí popisuje svou dovolenou. Babička se chce pochlubit své kamarádce, jaké má zcestovalé vnouče, a dopis jí ukáže.

Dopis je, jak již bylo vysvětleno v teoretické části této práce, považován za projev osobní povahy ve formě osobní písemnosti a je také jako osobní projev chráněn. V novém občanském zákoníku je na rozdíl od občanského zákoníku z roku 1964 právo k osobním písemnostem upraveno společně v ustanovení jednoho paragrafu s právem na osobní soukromí a jakékoli šíření takových písemností je bez svolení oprávněného vyloučeno. Proto je jednání babičky, které je popsáno v modelové situaci č. 3, zcela jistě protiprávní.

Graf č. 4 - Modelová situace č. 3



zdroj: vlastní zpracování

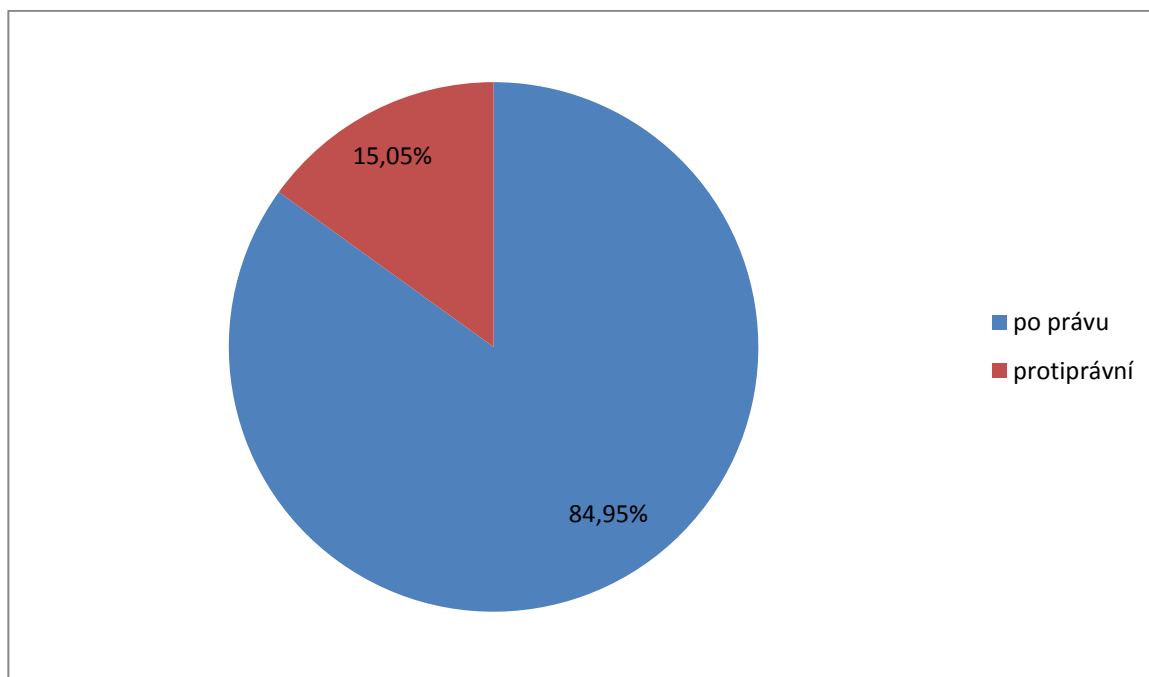
Je zarážející, že velmi vysoké procento (92,47%) dotazovaných zodpovědělo tuto otázku špatně. V tomto bodě první části dotazníku tedy musíme hypotézu H_01 vyvrátit.

Modelová situace č. 4 – Osoba A poskytne novináři rozhovor pro zítřejší výtisk novin. Druhý den se přepis tohoto rozhovoru objeví jak v tištěných novinách, tak v jejich internetové verzi.

Osoba A udělila, ať už výslovně, či jen konkludentně, souhlas se zveřejněním rozhovoru, který novináři poskytla. Fakt, že, jak je uvedeno v modelové situaci, dala souhlas s uveřejněním tohoto rozhovoru v tištěné verzi novin (za předpokladu, že mezi stranami nedošlo ohledně tohoto ke zvláštnímu ujednání) není v tomto případě pro posouzení oprávněnosti zveřejnění i na internetu relevantní. Jak je vysvětleno v kapitole 3.6.4, pro užití záznamu slovního projevu osobní povahy se svolením je podstatná jeho přiměřenost a to, že nesmí narušovat oprávněné zájmy oprávněné osoby. V tomto konkrétním případě jde pouze o jinou formu zveřejnění téhož textu a oprávněná osoba bezpochyby mohla očekávat, že dojde i ke zveřejnění rozhovoru v internetové mutaci novin. A toto zveřejnění můžeme bezpochyby označit za běžné užití rozhovoru. Ze stejného důvodu lze usuzovat na to, že tímto zveřejněním nebylo ani zasaženo do oprávněných zájmů osoby A. Můžeme tedy říci, že zásada přiměřenosti nakládání se

záznamem slovního projevu osobní povahy byla dodržena a takové jednání není protiprávní.

Graf č. 5 - Modelová situace č. 4



zdroj: vlastní zpracování

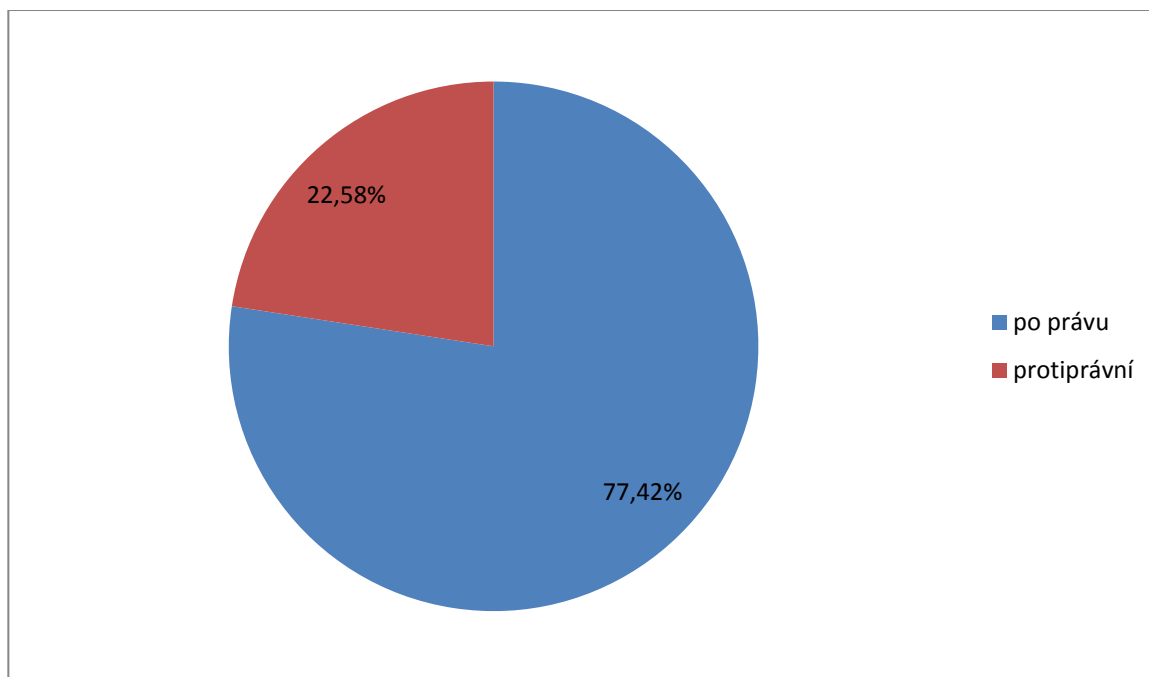
Dotazníkové šetření ukázalo, že téměř 85% respondentů správně odpovědělo na zadanou otázku, zda je tato modelová situace po právu či zda je jednání v ní pospané protiprávní. V rozsahu modelové situace č. 4 můžeme tedy hypotézu H_01 potvrdit.

Modelová situace č. 5 – Osoba A věnuje své kamarádce svou pasovou fotografii, aby ji mohla nosit v peněžence, ta ji ovšem připne na nástěnku na chodbě školy.

Tato modelová situace zachycuje problematiku dispozičního práva k podobizně. Toto právo, není-li omezeno právem autorským, plně náleží zobrazené osobě, která je oprávněna se svými podobiznami libovolně nakládat. Dispoziční právo k podobiznám jiných osob je však omezeno přesně na ty úkony, k jakým zobrazená osoba udělí souhlas. Toto právo lze rozšířit pouze v případě šíření podobizen způsobem běžným, a který byl zjevný, pokud dala oprávněná osoba svolení k pořízení takové podobizny. V popsané situaci však druhá osoba nedostala svolení k vyvěšení fotografie na veřejném místě, kterým nástěnka na chodbě školy bezpochyby je, ani k žádnému jinému druhu šíření podobizny. Zároveň není takové jednání běžné a oprávněné osobě nemohlo být zjevné, že

bude její podobizna takovým způsobem vystavena. Z těchto důvodů se zcela jistě jedná o protiprávní jednání a osoba A je oprávněna požadovat upuštění od takového jednání a o napravení protiprávního stavu.

Graf č. 6 - Modelová situace č. 5



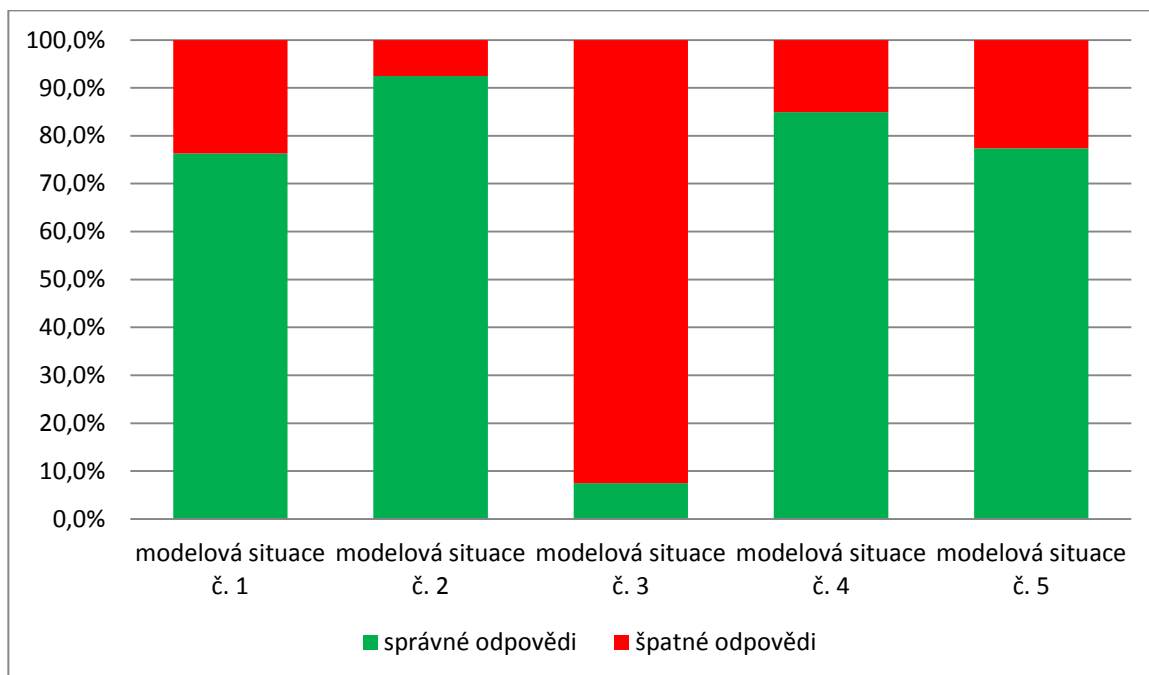
zdroj: vlastní zpracování

Jak vyplývá z grafu 6, zodpovědělo 77,42% respondentů otázku, zda je jednání popsané v modelové situaci č. 5 protiprávní, či zda je po právu, správně. I v posledním bodě části dotazníku věnované znalostem respondentů v oblasti osobnostních práv tedy můžeme hypotézu H_01 potvrdit.

6.2.2 Zhodnocení první Části dotazníku

Pro vyhodnocení výsledků první části dotazníkového šetření je důležité stanovit, jaké procento otázek musí být správně zodpovězeno nadpoloviční většinou respondentů správně, aby mohla být hypotéza H_01 potvrzena. Stanovení této hranice je do značné míry subjektivní. Pro hodnocení této hypotézy byla zvolena mezní hranice 70% správných odpovědí z celkového počtu otázek.

Graf č. 7 - správné a špatné odpovědi



zdroj: vlastní zpracování

Graf číslo 7 znázorňuje poměry správných a špatných odpovědí na jednotlivé otázky vázané na modelové situace. Jak je z něj patrné, u modelových situací č. 1, č. 2, č. 4 a č. 5 správně rozpoznala, zda je situace po právu, nebo proti právu, výrazně nadpoloviční většina respondentů. Naopak tomu bylo pouze u otázky směřující k modelové situaci č. 3, kdy nesprávně zhodnotilo nastíněnou situaci přes 92% respondentů.

Z výše uvedeného vyplývá, že 80% otázek bylo zodpovězeno správně nadpoloviční většinou dotazovaných. Hypotézu H_01 byla tímto potvrzena a můžeme říci, že Většina uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol dokáže v praxi správně posoudit, zda je určitým jednáním zasahováno do osobnostního práva fyzické osoby.

6.3 2. Část dotazníku – ověření hypotézy H_02

Druhá část dotazníku se sestává z devíti otázek (otázek č. 7 – 15), které prověřují hypotézu H_02 , která zní: „Většina uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol není dostatečně seznámena se Zásadami používání dat Facebookem.“

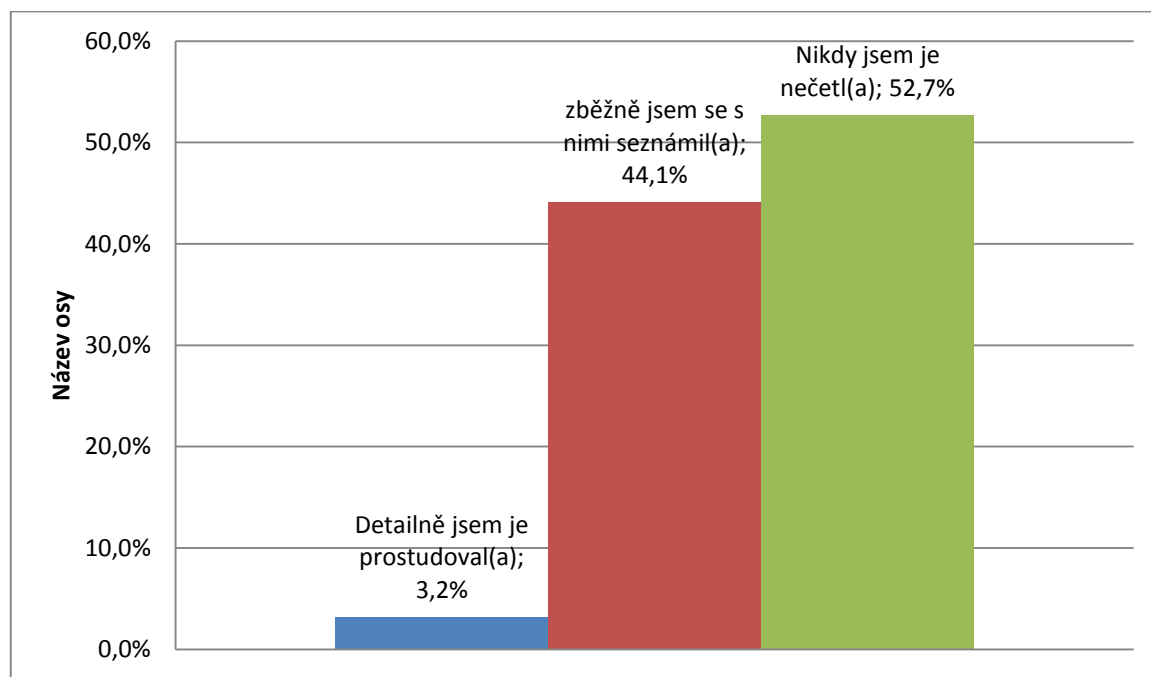
První tři otázky jsou zaměřeny na zájem respondentů o Zásady používání dat, kterými se řídí Facebook a se kterými projevují jeho uživatelé souhlas tím, že využívají jeho služeb. Následujících šest otázek je pak koncipováno obdobným způsobem jako otázky v první části dotazníku. Respondenti mají u každého případu říci, zda vědomě

udělili Facebooku souhlas s takovým způsobem nakládání s jejich daty. Respondenti byli v rámci dotazníku poučeni o tom, aby odpovídali přesně a pouze na dotaz, zda vědomě udělili souhlas s takovým jednáním, nikoli zda mají po přečtení otázky dojem, že je Facebook k takovému jednání oprávněn. Toto upozornění bylo do dotazníku vloženo s cílem dosáhnout odpovědí, které budou co nejrealističtěji popisovat vzorek respondentů.

Otázka č. 7 – Do jaké míry jste se seznámil/a se současnými Zásadami používání dat Facebookem?

U této otázky měli respondenti na výběr ze třech možností a to „Detailně jsem je prostudoval(a),“ „Zběžně jsem se s nimi seznámil(a)“ a „Nikdy jsem je nečetl(a).“ Cílem této otázky je zjistit, zda uživatelé Facebooku, studenti vysokých škol věnovali čas a úsilí tomu, seznámit se se způsobem, jakým je nakládáno s daty, která vkládají na sociální síť. Odpovědi na tuto otázku do značné míry vypovídají o celkovém postoji zkoumaného vzorku k ochraně dat na Facebooku.

Graf č. 8 - Seznámení se se Zásadami používání dat



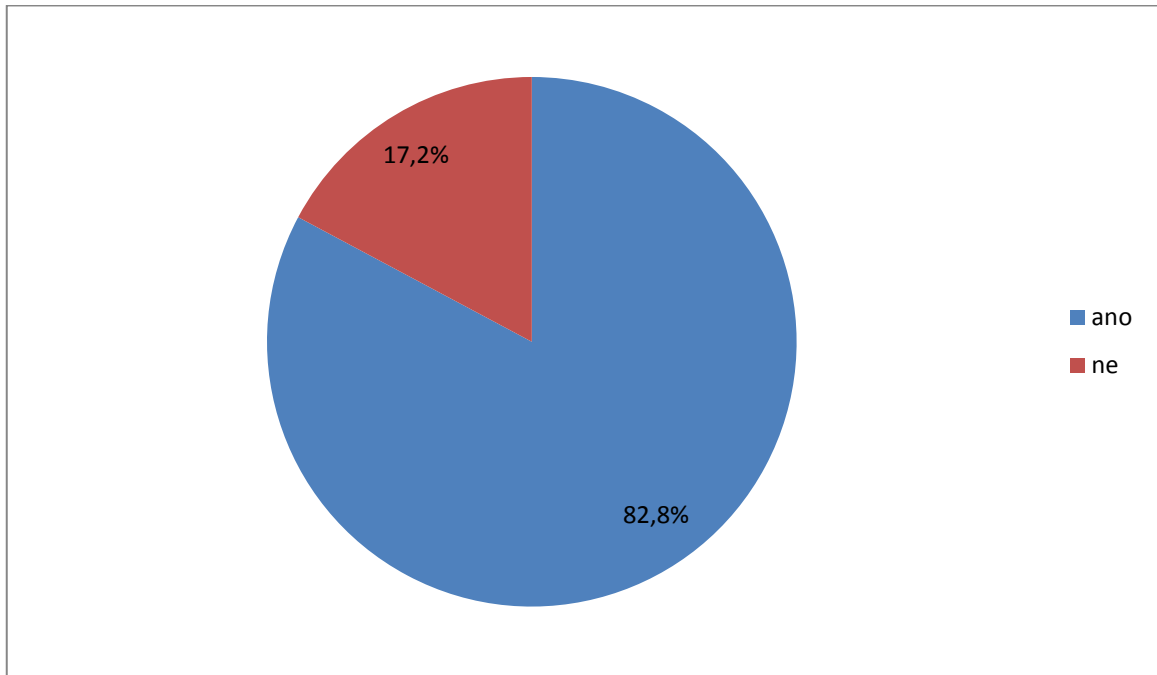
zdroj: vlastní zpracování

Jak vyplývá z výsledků dotazníkového šetření, nadpoloviční většina respondentů Zásady používání dat nikdy nečetla a 44,1% dotazovaných se s nimi pak seznámilo zběžně. Z faktu, že se pouhých 3,2% respondentů seznámilo s těmito zásadami detailně, vypovídá o nízkém zájmu o tuto problematiku.

Otázka č. 8 – Víte o tom, že od 1. 1. 2015 vejdou v účinnost nové Zásady používání dat Facebookem?

Tato otázka plní úlohu především ve spojení s otázkou č. 9, proto bude její význam interpretován právě až společně s touto otázkou.

Graf č. 9 - Informovanost ohledně změn zásad užívání dat



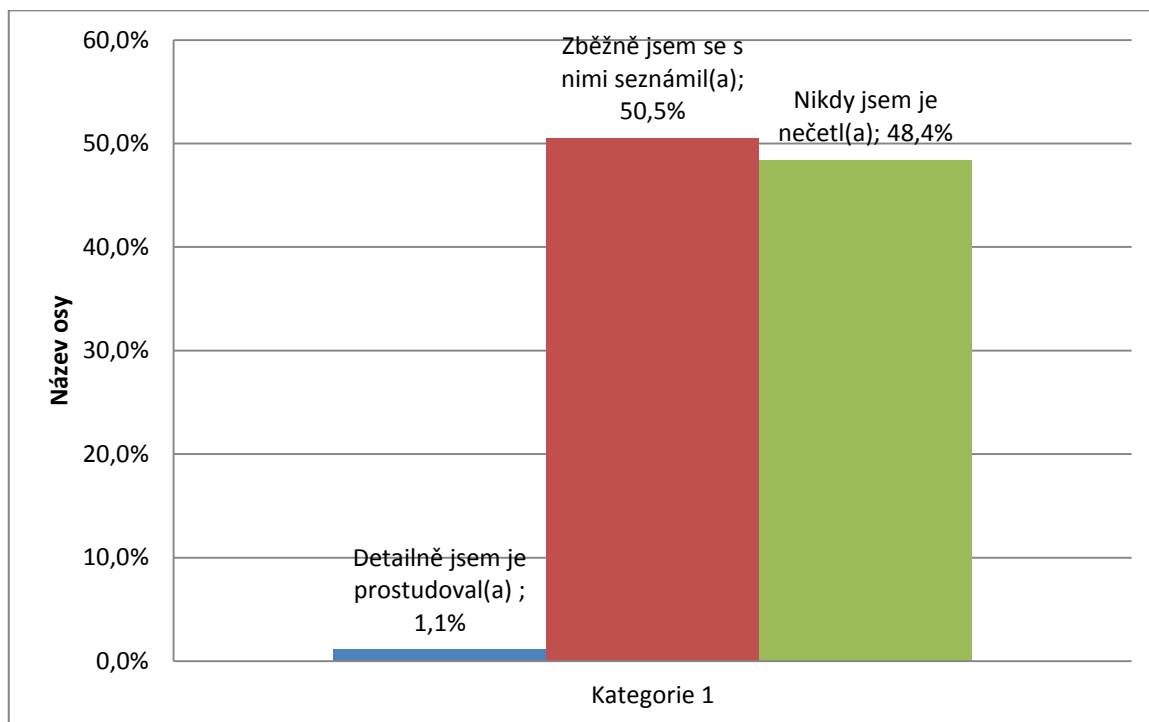
zdroj: vlastní zpracování

Jak vyplynulo z dotazníkového šetření, 82,8% dotazovaných o chystané změně ví. Informovanost uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol je v tomto směru dobrá.

Otázka č. 9 - Do jaké míry jste se seznámil(a) se Zásadami používání dat Facebookem účinnými od 1. 1. 2015?

Stejně jako u otázky sedmé sleduje tato otázka zájem uživatelů Facebooku o způsob, jakým je nakládáno s daty, která o nich sociální síť získává. Zvláštností u této otázky je fakt, že se jedná o aktuální změny, o kterých, jak bylo zjištěno na základě otázky č. 8, je zkoumaný vzorek dobře informován.

Graf č. 10 - Seznámení se se Zásadami používání dat účinnými od 1. 1. 2015



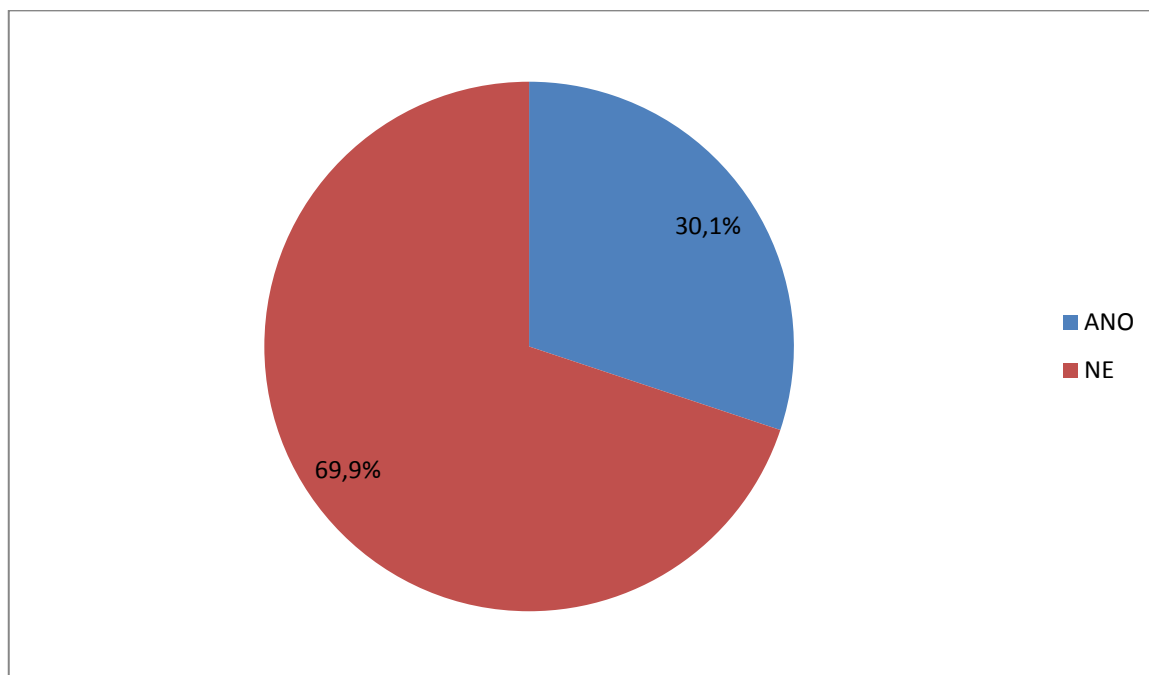
zdroj: vlastní zpracování

I přes vysokou informovanost respondentů ohledně změn v Zásadách používání dat je míra jejich obeznámenosti s novými Zásadami relativně nízká. Respondentů, kteří si nové Zásady detailně prostudovali je dokonce méně o 2,1% v porovnání se situací ohledně Zásad původních. Dotazovaných, kteří se s nimi seznámili zběžně, pak je oproti původním Zásadám o 6,4% více, celkový počet těchto respondentů však překročil hranici 50% jen o půl procenta. Procento dotazovaných, kteří nové Zásady používání dat nikdy nečetli, je stejně jako u těch původních relativně vysoké. V tomto případě dosahuje hodnoty 48,4%.

Otázka č. 10 - Udělili jste vědomě společnosti Facebook Inc. souhlas, aby společností, jejichž Facebookovou stránku označíte jako „to se mi líbí,“ umožnili použít váš profilový obrázek pro propagaci jejich stránky a produktů?

Podle ustanovení o reklamách na Facebooku může být fotografie uživatele, ale i jeho jméno, spárováno s reklamou stránek, které daný uživatel sleduje, nebo je označil jako „to se mi líbí“ (Facebook, 2015 <online>). Všichni uživatelé Facebooku tedy s tímto způsobem užívání jejich dat souhlasili.

Graf č. 11 - Užívání profilových fotografií uživatelů v reklamách



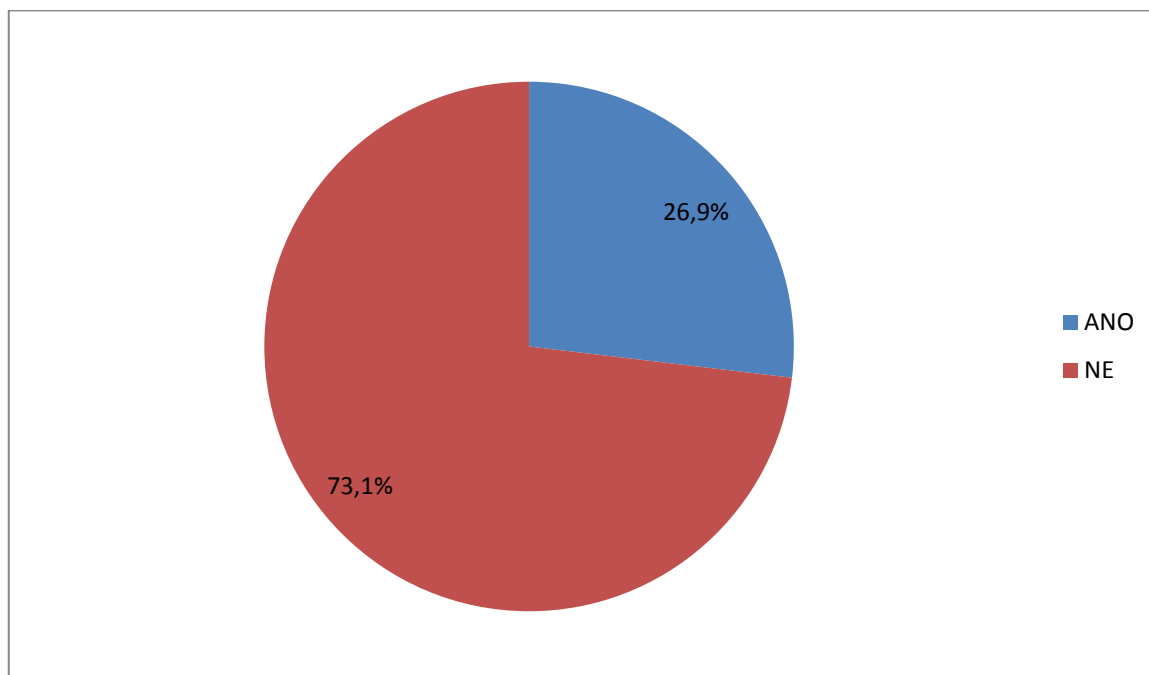
zdroj: vlastní zpracování

Jak vyplývá z grafu č. 11, vědomě tento souhlas udělilo pouhých 30,1%, což znamená, že celých 69,9% respondentů si není vědomo, že k takovému nakládání s jejich profilovými obrázky udělili souhlas.

Otázka č. 11 - Udělili jste vědomě společnosti Facebook Inc. svolení, aby třetím stranám, které využívají jejich služeb inzerce, analýzy a měření poskytovala data o Vás včetně údajů, na základě kterých jste jednoznačně identifikovatelný(á)?

V Zásadách používání dat je problematice předávání dat o uživateli třetím stranám za účelem efektivnější inzerce věnována celá kapitola. Jak již bylo popsáno v teoretické části této práce, Facebook si v Zásadách vyhrazuje právo předávat informace o svých uživateli třetím stranám za tímto účelem, avšak pouze za podmínky, že tato data nebudou spojena s žádnými identifikátory konkrétní osoby, a poskytovaná data tedy nejsou spojitelná s konkrétními uživateli. Souhlas s předáváním dat třetím osobám, tak jak je popsán v otázce č. 11, tedy užíváním Facebooku jeho uživatelé neudělují.

Graf č. 12 - Předávání dat třetím stranám včetně identifikačních údajů



zdroj: vlastní zpracování

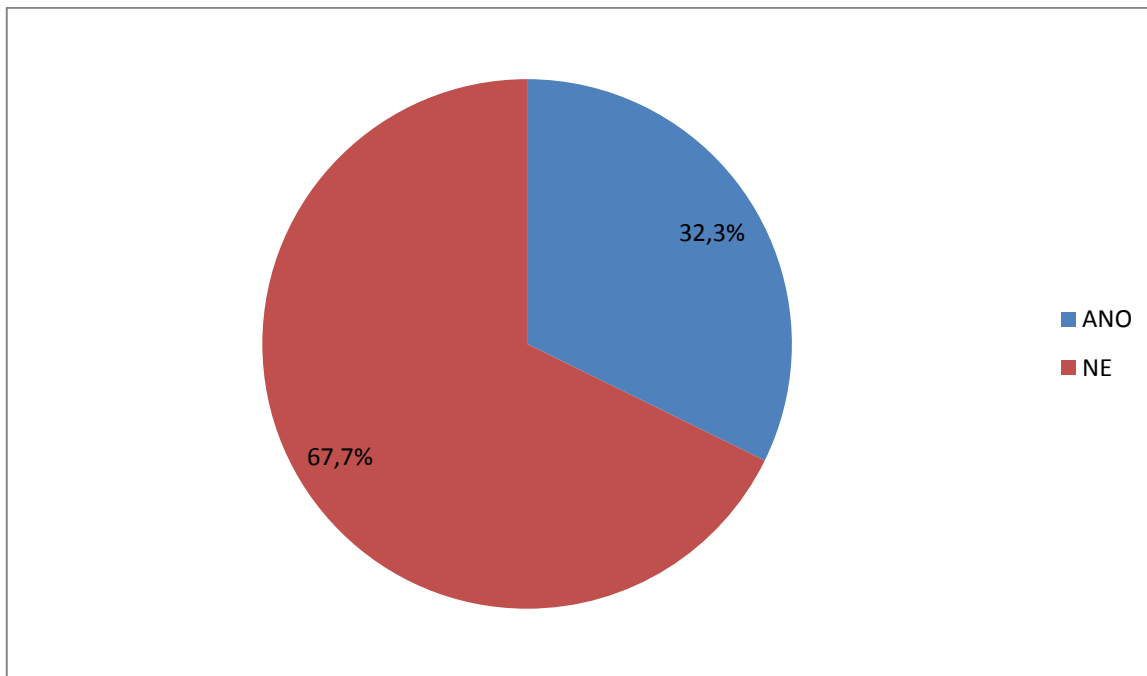
Výsledky dotazníkového šetření ukazují, že téměř 27% respondentů se mylně domnívá, že takový souhlas Facebooku opravdu udělilo. V praxi by to znamenalo, že by Facebook mohl předávat kompletní soubory dat o svých uživateliích včetně data narození, telefonního čísla, geografických záznamů o jeho pohybu a podobně v podstatě bez omezení. Takové nakládání s osobními údaji by bylo velmi rizikové a kontrola ochrany osobních údajů by byla téměř nemožná. Pro Facebook by to, jak bylo popsáno v teoretické části této práce, mělo nežádoucí efekt v podobě ztráty důvěry jeho uživatelů.

Otázka č. 12 - Udělili jste vědomě společnosti Facebook Inc. svolení, aby uchovávala data o Vás sdílená jinými uživateli, i pokud se rozhodnete svůj profil trvale odstranit?

Toto svolení opravdu Facebooku jeho uživatelé udělují a to podle kapitoly Zásad používání dat nazvané „Jak mohu spravovat nebo odstranit informace o své osobě?“, ve které je zdůrazněno, že pokud se uživatel rozhodne trvale odstranit svůj profil na Facebooku, budou smazána všechna jeho data, ale že informace, které o něm sdílí ostatní uživatelé Facebooku, nejsou součástí jeho účtu, a tudíž spolu s ním nebudou odstraněna.

Jinými slovy, pokud chce uživatel Facebooku, aby byly odstraněny informace o něm, sdílené jiným uživatelem, musí se tohoto odstranění domáhat přímo u dotyčného uživatele.

Graf č. 13 - Uchovávání dat sdílených jinými uživateli po odstranění profilu



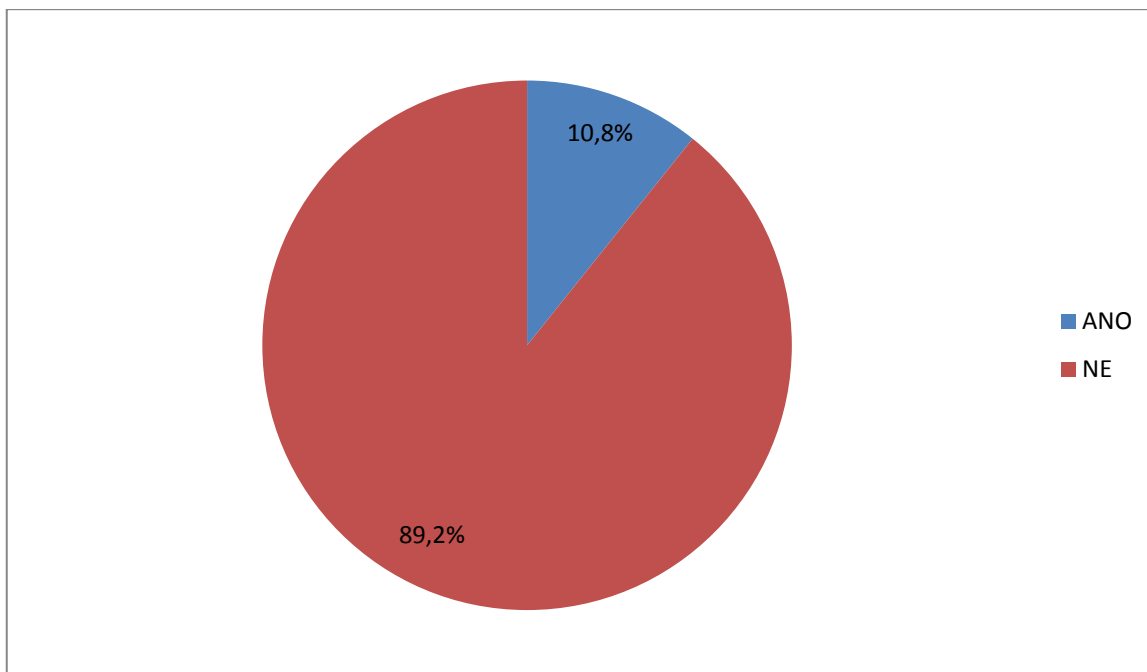
zdroj: vlastní zpracování

Z odpovědí respondentů vyplývá, že pouhých 32,3% z nich si je vědomo toho, že tento souhlas Facebooku opravdu udělila. Více než dvě třetiny dotazovaných tedy přesto, že tento souhlas společnosti Facebook Inc. udělili, si toho vědomy nejsou.

Otázka č. 13 - Udělili jste vědomě společnosti Facebook Inc. svolení, aby mohl zjistit a uchovávat Vaše telefonní číslo, aniž byste je kdekoli uváděli, na základě informací získaných při používání služby Facebook přes mobilní telefon?

Číslo mobilního telefonu je jednou z informací o zařízení, která je v Zásadách používání dat výslovně uvedena jako informace, kterou je Facebook oprávněn zjišťovat a uchovávat o zařízeních, ze kterých se jeho uživatelé k sociální síti připojují.

Graf č. 14 - Získání a uchování čísla telefonu, ze kterého se uživatel připojuje k Facebooku



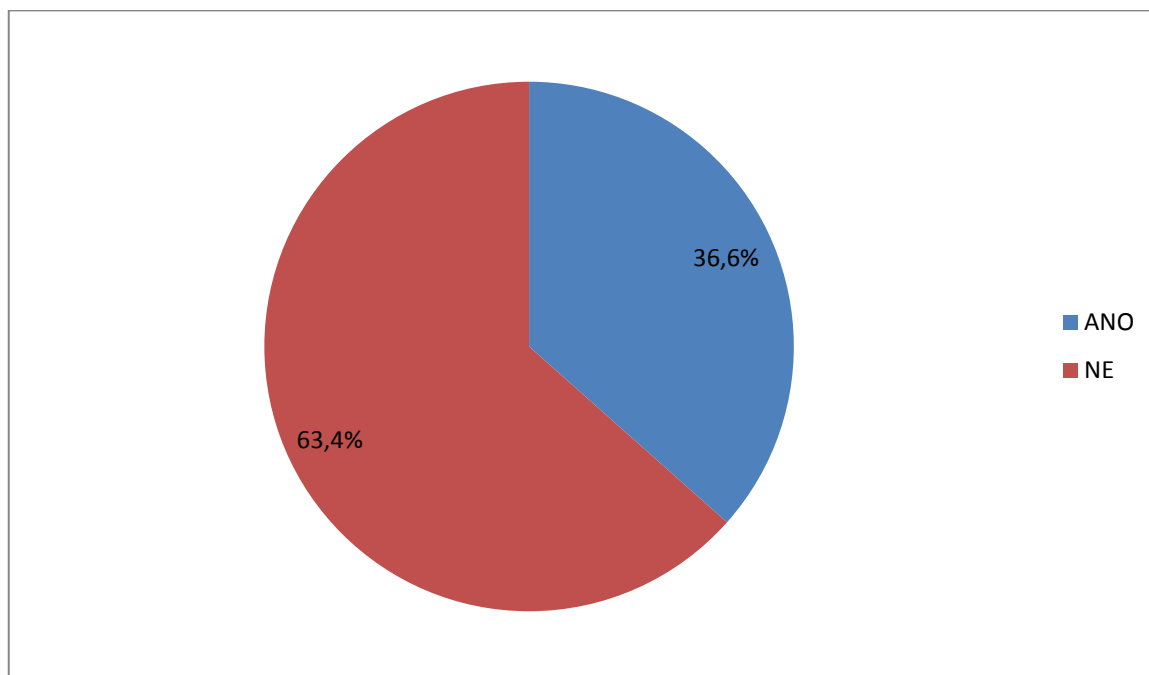
zdroj: vlastní zpracování

Jak ukázaly výsledky dotazníkového šetření, 89,2% dotazovaných si není vědomo, že tento souhlas společnosti Facebook Inc. udělilo.

Otázka č. 14 - Udělili jste vědomě společnosti Facebook Inc. svolení, aby předala Vaše data třetí straně na základě právně podložené žádosti (například soudní příkaz)?

Toto oprávnění je taktéž zakotveno v Zásadách používání dat. Nicméně můžeme konstatovat, že vzhledem k povaze právně podložené žádosti, je toto ustanovení do jisté míry nadbytečné. Jeho hlavní smysl tkví v ochraně společnosti Facebook Inc., pro případ, kdy by se ukázalo, že právně podložená žádost nebyla oprávněná, nebo že při předávání dat nebylo postupováno správně. Ustanovení týkající se této problematiky totiž stanoví, že je společnost oprávněna údaje svých uživatelů uchovávat, zobrazovat a sdílet, bude-li k tomu vyzvána právně podloženou žádostí a bude-li se v dobré víře domnívat, že je takový postup vyžadován zákonem. Celé toto ustanovení je tudíž založeno na dobré víře společnosti v to, že při předávání dat jedná v souladu se zákonem, nikoli na reálném stavu skutečností.

Graf č. 15 - Předávání dat třetím stranám na základě právně podložené výzvy



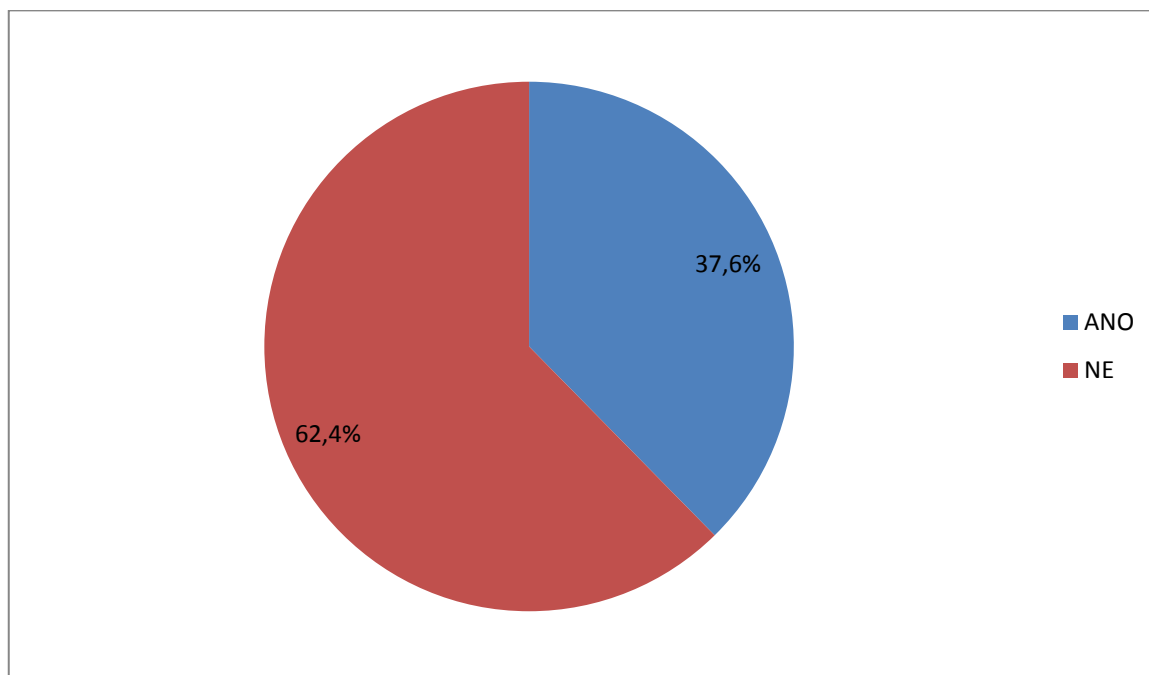
zdroj: vlastní zpracování

Celých 63,4% respondentů neví o tom, že udělili společnosti Facebook Inc. takové oprávnění.

Otázka č. 15 - Udělili jste vědomě společnosti Facebook Inc. svolení, aby zjišťovala a ukládala informace o Vaší geografické poloze pokaždé, když používáte jeho služby?

Stejně jako informace o čísle mobilního telefonu, patří informace o geografické poloze zařízení, z nichž se uživatelé k Facebooku přihlašují, mezi ty, k jejichž získávání uchovávání a zpracovávání dávají uživatelé Facebooku výslovný souhlas přijetím Zásad používání dat. Facebook si navíc explicitně vyhrazuje i právo na sdružování takových informací z různých zařízení pro získání komplexnějších informací.

Graf č. 16 - Zjišťování a ukládání geografické polohy



zdroj: vlastní zpracování

O faktu, že udělilo souhlas ke zjišťování a ukládání své geografické polohy při každém použití služeb sociální sítě Facebook, nevědělo 62,4% respondentů.

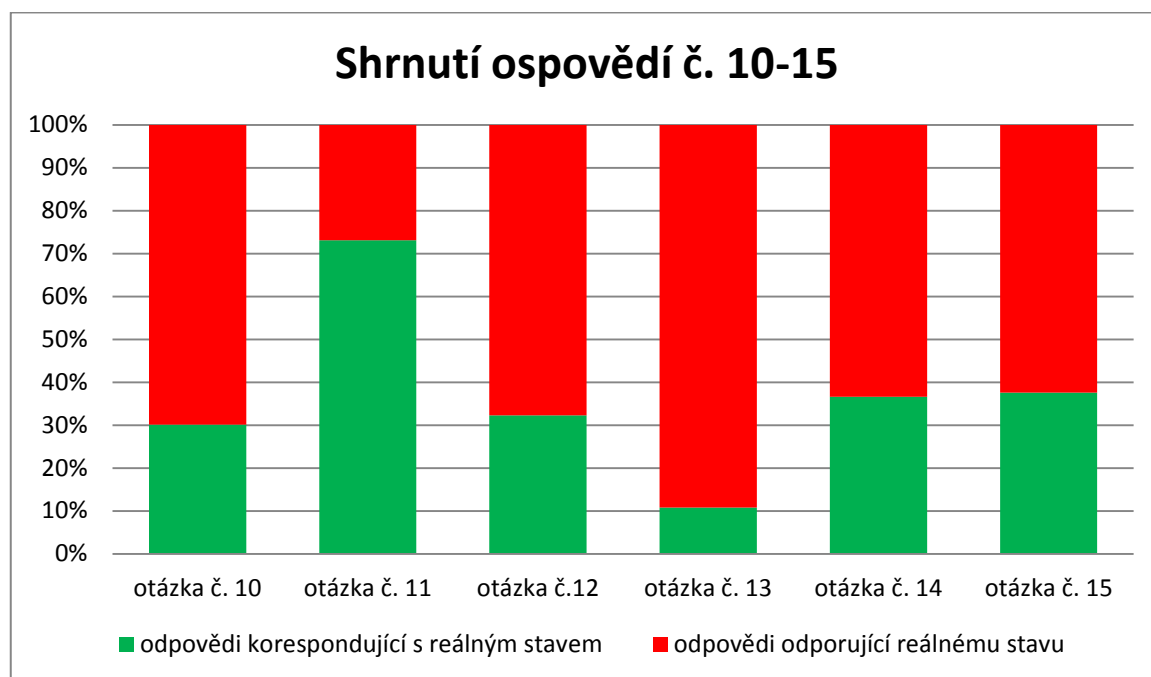
6.3.1 Zhodnocení druhé části dotazníku

Cílem prvních tří otázek této části dotazníku bylo zjistit míru zájmu uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol o seznámení se se Zásadami používání dat. V případě Zásad platných do 31. 12. 2014 tvořila skupina respondentů, kteří tyto Zásady nikdy nečetli, nadpoloviční většinu. Co se týče Zásad používání dat platných od 1. 1. 2015, vysoké procento dotazovaných bylo seznámeno s tím, že na přelomu roku dojde ke změně těchto Zásad, ovšem z 93 respondentů se s nimi pouze jeden detailně seznámil. Skupina těch respondentů, kteří se s novými Zásadami seznámili pouze zběžně, tvořila 50,5%. Lze tedy konstatovat, že míra zájmu uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol o seznámení se se Zásadami používání dat je nízká.

Na základě otázek č. 10 -15 Můžeme zhodnotit míru informovanosti uživatelů Facebooku, vysokých škol ohledně Zásad používání dat, se kterými užíváním služeb Facebooku vyjadřují svůj souhlas.

Ve všech otázkách, které byly mířeny na svolení, která respondenti, jsou-li uživateli Facebooku, reálně udělili, převládala odpověď, že si nejsou vědomi toho, že by takové svolení udělili. V jedné otázce, která popisovala svolení, které Facebooku přijetím Zásad používání dat není uděleno, se dokonce 26,9% respondentů domnívalo, že takový souhlas udělili.

Graf č. 17 - Shrnutí odpovědí č. 10-15



zdroj: vlastní zpracování

Jak je vidět z grafu č. 17, na pět otázek ze šesti, tedy 83,3% z otázek č. 10 -15, odpověděla výrazně nadpoloviční většina dotazovaných v rozporu s reálným stavem

Z těchto výsledků naprosto jednoznačně vyplývá, že informovanost uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol je velmi nízká.

Na základě získaných odpovědí a jejich vyhodnocení můžeme říct, že hypotéza H_02 , která zní: „Většina uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol není dostatečně seznámena se Zásadami používání dat Facebookem.“ je potvrzena.

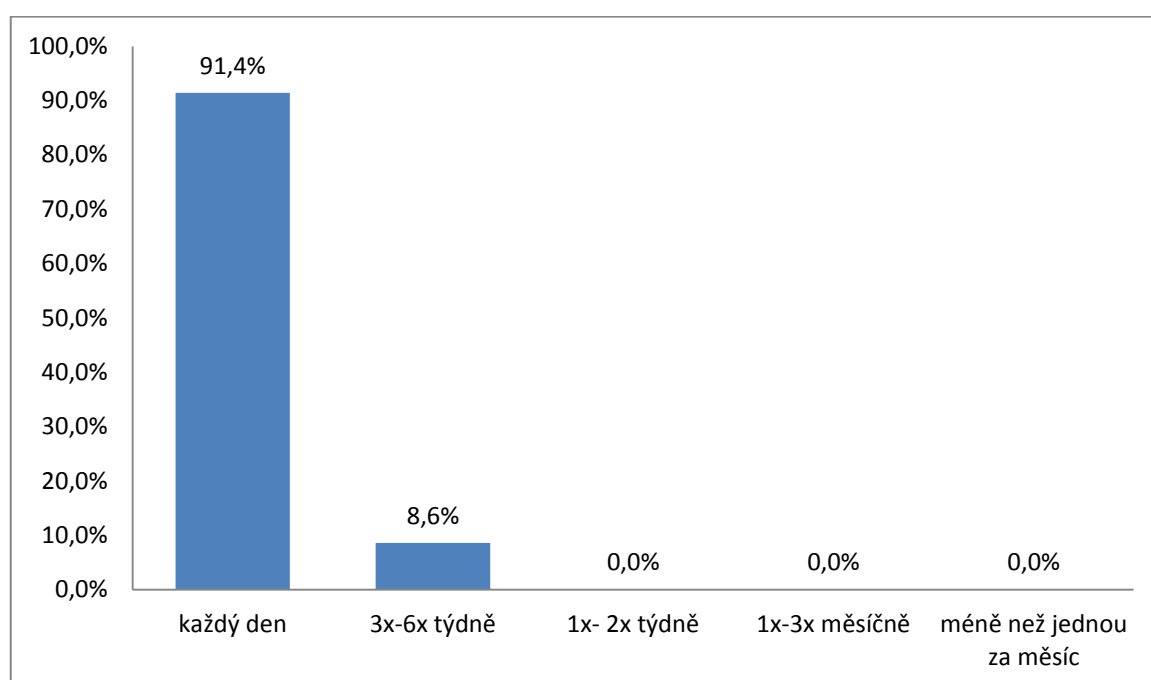
6.4 3. Část dotazníku – ověření hypotézy H_03

Cílem poslední části dotazníku bylo zjistit vztah respondentů k sociální síti, její důležitost a role v jejich sociálním životě. Tato část dotazníků obsahuje 7 uzavřených otázek, na základě kterých bude potvrzena nebo vyvrácena hypotéza H_03 , která zní „Pro

většinu uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol je užívání služeb sociální sítě Facebook důležitější, než subjektivní pocit nepřiměřenosti rozsahu shromažďování dat Facebookem.“ Hypotéza H_03 tak v sobě spojuje dvě podhypotézy - „Užívání Facebooku je pro respondenty důležité.“ a „Respondenti mají subjektivní pocit, že rozsah v jakém jsou Facebookem shromažďována jejich data, je nepřiměřený.“

Otázka č. 16 – Jak často se přihlašujete na sociální síť Facebook?

Graf č. 18 - Jak často se přihlašujete na sociální síť Facebook?

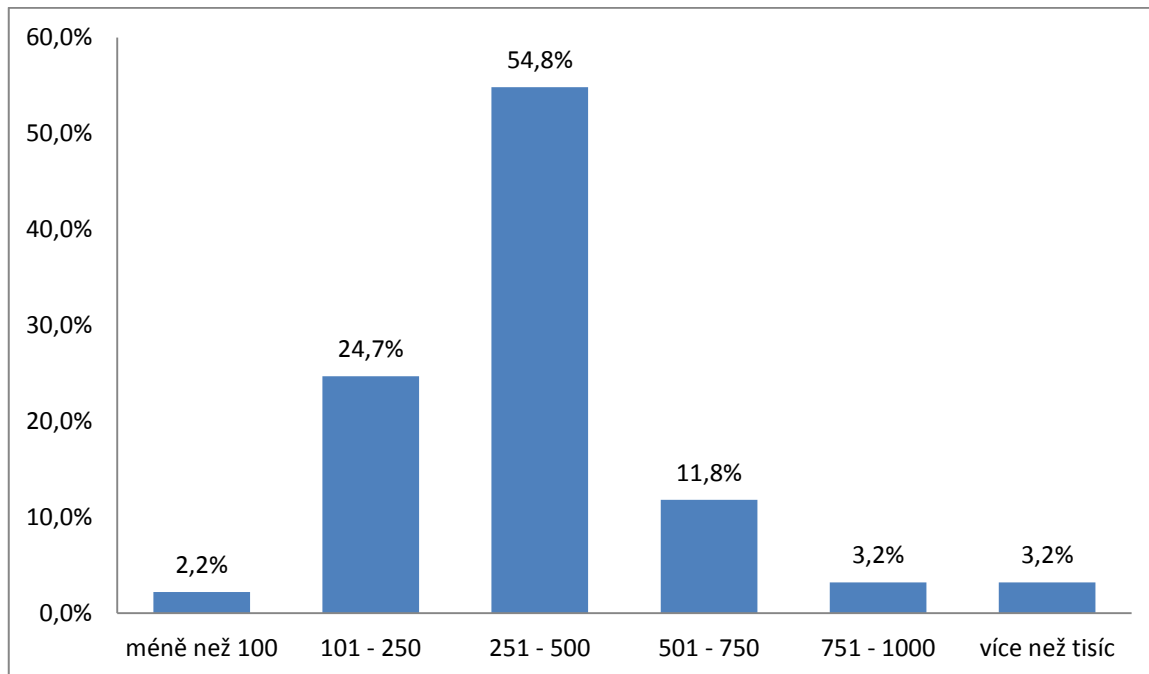


zdroj: vlastní zpracování

91,4% respondentů uvedlo, že se ke svému Facebookovému účtu přihlašují každý den, 8,6% dotazovaných pak uvedlo, že se přihlašují 3x – 6x týdně. Žádný z respondentů se k Facebooku nepřihlašuje méně často než 3x týdně. Frekvence, s jakou uživatelé Facebooku, studenti vysokých škol navštěvují sociální síť Facebook, je tedy vysoká.

Otázka č. 17 – kolik přátel máte na svém Facebookovém profilu?

Graf č. 19 - Kolik přátel máte na svém Facebookovém profilu?

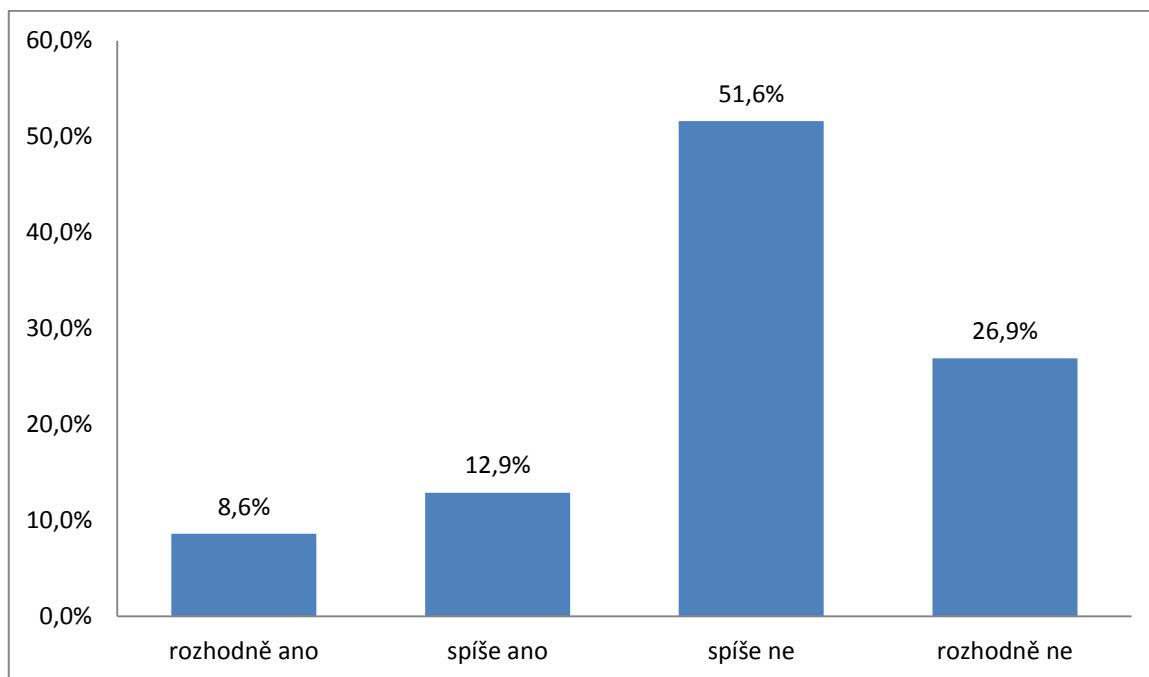


zdroj: vlastní zpracování

Jak ukázalo dotazníkové šetření, nejvyšší procento respondentů (54,8%) má na svém Facebookovém profilu mezi 251 a 500 přáteli, druhou nejpočetnější skupinou byli uživatelé, kteří se na Facebooku přátelí se sto až dvě stě padesáti jinými uživateli. Naopak nejméně respondentů - pouhá 2,2% - mají v seznamu přátel na Facebooku méně než 100 uživatelů. Nízké zastoupení měly také skupiny uživatelů, kteří mají na Facebooku přes 750 přátel. Nejvýraznější skupinu dle výsledků dotazníkového šetření tvoří respondenti, kteří se na Facebooku přátelí se 101 – 750 uživateli.

Otázka č. 18 – Je pro Vás sociální síť Facebook nahraditelná jiným druhem sociální sítě?

Graf č. 20 - Je pro Vás sociální síť Facebook nahraditelná jiným druhem sociální sítě?

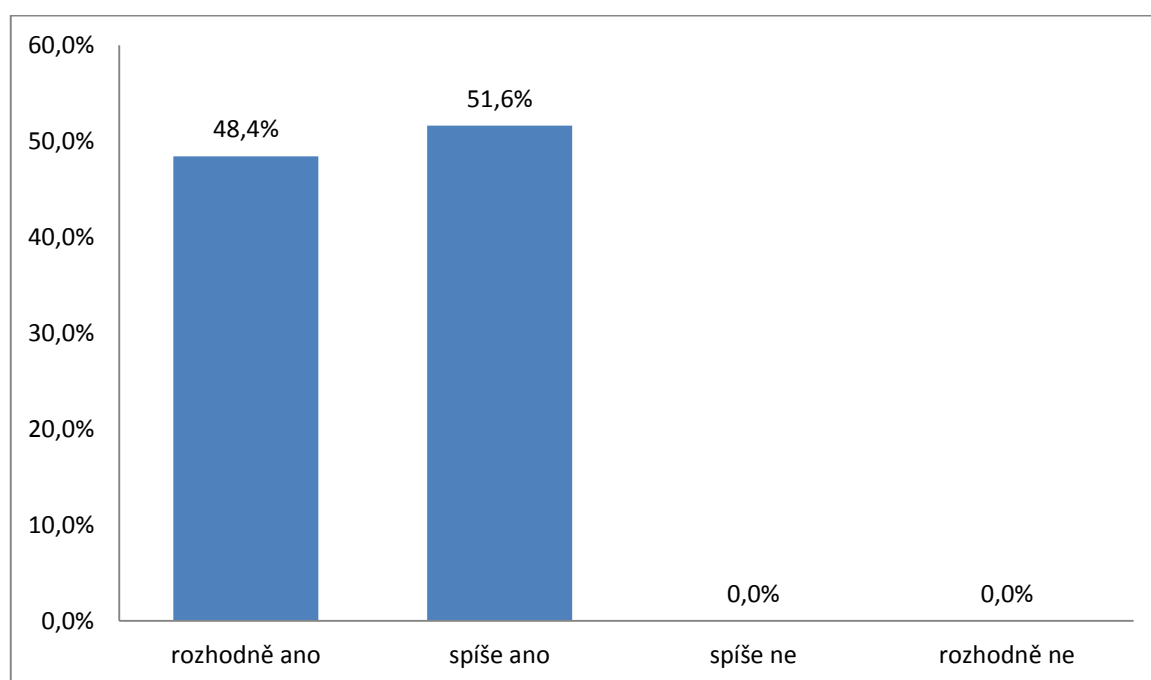


zdroj: vlastní zpracování

Jak vyplývá z výsledků dotazníkového, šetření nadpoloviční většina respondentů se přiklání spíše k tvrzení, že sociální síť Facebook pro ně není nahraditelná jiným druhem sociální sítě. Společně se skupinou dotazovaných, kteří zvolili variantu „rozhodně ne“ tak tvoří 78,5% zkoumaného vzorku. Z těchto výsledků vyplývá, že pro naprostou většinu vysokoškolských studentů, kteří Facebook užívají, je tato sociální síť nenahraditelnou.

Otázka č. 19 – Budete po 1. 1. 2015 nadále využívat služeb společnosti Facebook Inc. a udělíte jí tak souhlas s využíváním Vašich dat způsobem dle Zásad používání dat?

Graf č. 21 - Budete i po 1. 1. 2015 nadále využívat služeb společnosti Facebook Inc. a udělíte jí tak souhlas s využíváním Vašich dat způsobem de Zásad používání dat?

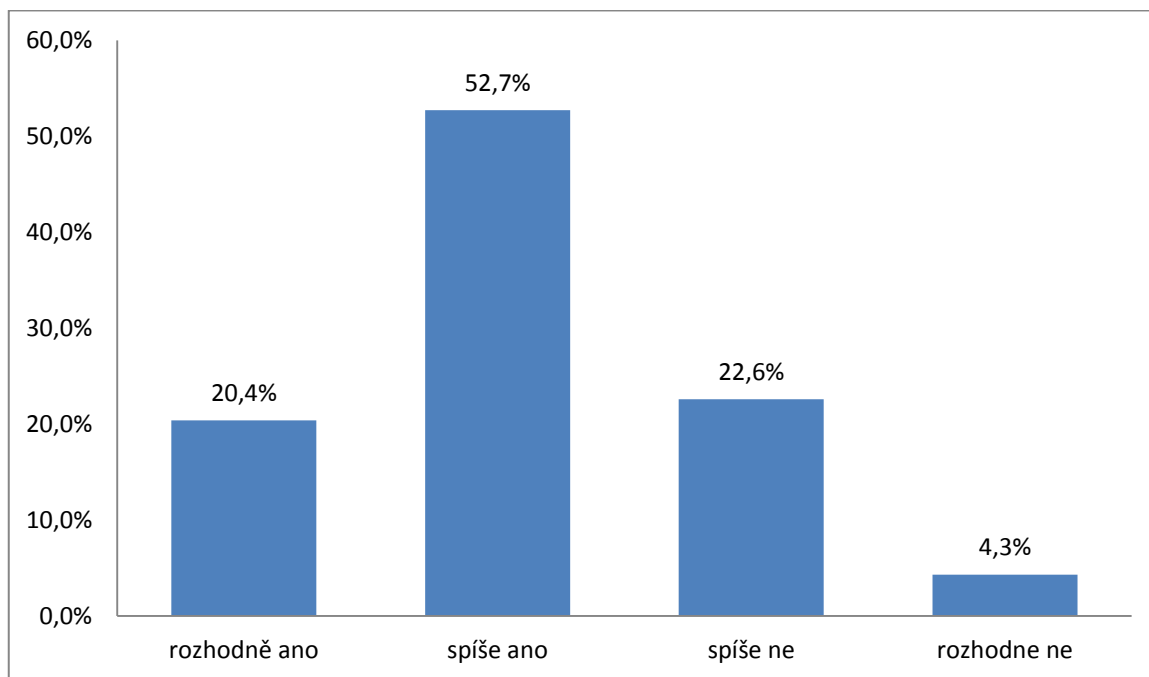


zdroj: vlastní zpracování

Žádný z respondentů se nepřiklání k možnosti, že by před účinností nových Zásad používání dat přestal užívat služeb sociální sítě Facebook. Skupina, která se spíše přiklání k variantě i nadále Facebook používat, a skupina, která je o tom pevně rozhodnuta, jsou početně velmi vyrovnané. Z toho můžeme usuzovat na to, že naprostá většina uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol nepřestane kvůli novým Zásadám používání dat využívat služeb sociální sítě Facebook.

Otázka č. 20 - Tvoří sociální síť Facebook nedílnou součástí Vašeho sociálního života?

Graf č. 22 - Tvoří sociální síť Facebook nedílnou součástí Vašeho sociálního života?

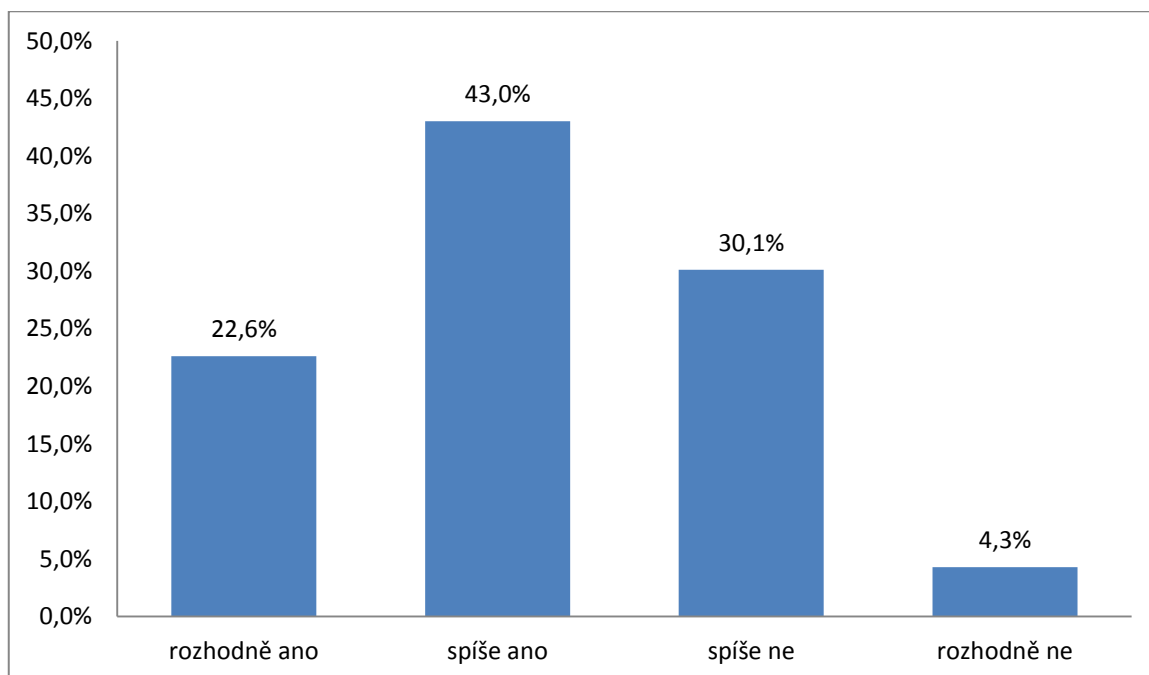


zdroj: vlastní zpracování

Jak je vidět na grafu 22, nadpoloviční většina respondentů považuje sociální síť Facebook do značné míry za nedílnou součást svého sociálního života. Společně s respondenty, kteří zvolili odpověď „rozhodně ano“ pak tvoří více než sedmdesátiprocentní většinu. Na základě tohoto zjištění lze uzavřít, že pro většinu vysokoškolských studentů, kteří jsou uživateli Facebooku, tvoří tato sociální síť velmi důležitou součástí jejich sociálního života.

Otázka č. 21 – Představovalo by pro Vás rozhodnutí přestat využívat služeb Facebooku komplikace v běžném životě?

Graf č. 23 - Představovalo by pro Vás rozhodnutí přestat využívat služeb Facebooku komplikace v běžném životě?

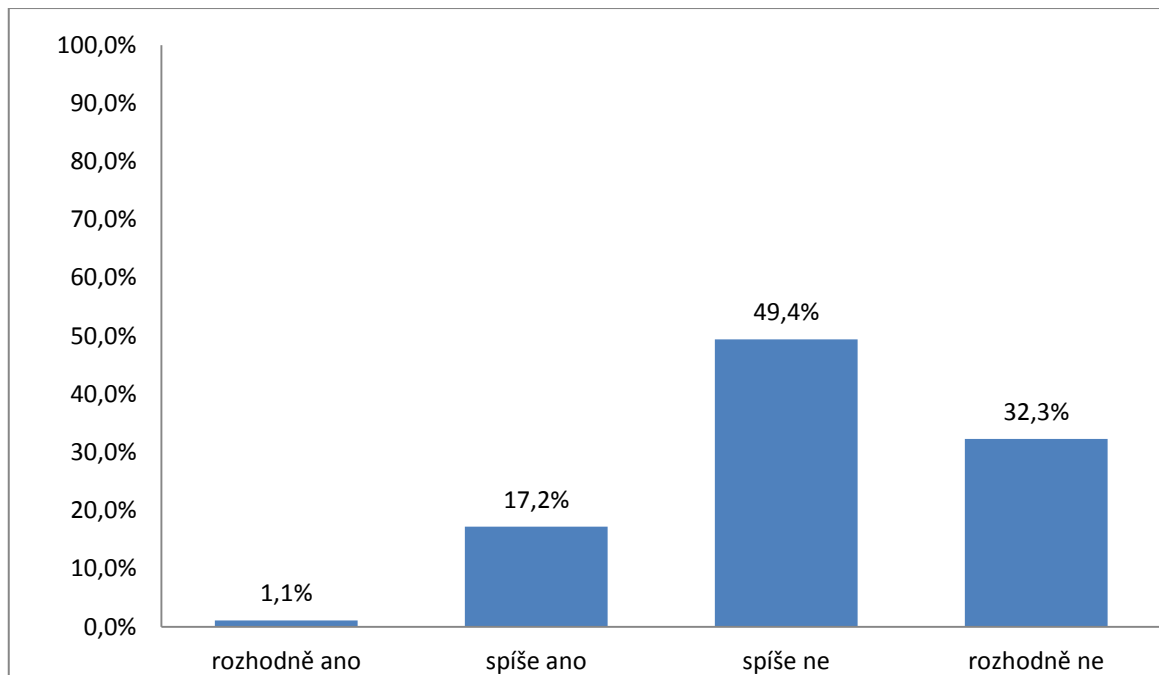


zdroj: vlastní zpracování

Podle výsledků dotazníkového šetření by pro 22,6% vysokoškoláků využívajících Facebook takové rozhodnutí rozhodně znamenalo komplikace v běžném životě. Pro 43% dotazovaných by taková změna s sebou také nejspíš nesla komplikace, 30,1% dotazovaných se domnívá, že by se ukončení jejich aktivity na Facebooku obešlo spíše bez problémů zasahujících jejich běžný život a 4,3% respondentů pak je toho názoru, že pokud by Facebook přestali používat, rozhodně by to neznamenal žádné komplikace v jejich běžném životě. V celku by tedy pro většinu respondentů rozhodnutí přestat využívat služeb Facebooku znamenalo jisté komplikace v jejich běžném životě.

Otázka č. 22 – Připadá Vám subjektivně rozsah, v jakém shromažďuje Facebook data o Vás, přiměřený?

Graf č. 24 - Připadá Vám subjektivně rozsah, v jakém shromažďuje Facebook data o Vás, přiměřený?



zdroj: vlastní zpracování

Na tuto otázku odpověděl pouze jediný dotazovaný, že dle jeho názoru je rozsah, v jakém Facebook data shromažďuje, přiměřený. 17,2% respondentů se domnívá, že je tento rozsah spíše přiměřený. Téměř polovina všech účastníků dotazníkového šetření má subjektivní pocit, že míra, v jaké jsou data o uživatelích Facebookem shromažďována, je nepřiměřená. Zbýlých 32,3% respondentů má za to, že míra shromažďování těchto dat je rozhodně nepřiměřená. V souhrnu se tedy k názoru, že Facebook shromažďuje data o svých uživatelích v nepřiměřené míře, přiklání 81,7% všech dotazovaných uživatelů Facebooku studujících vysokou školu.

6.4.1 Zhodnocení třetí části dotazníku

Studenti vysokých škol, kteří využívají služeb sociální sítě Facebook, se ke svým Facebookovým profilům přihlašují velmi často, v naprosté většině případů každý den. Většina z nich se na Facebooku přátelí s vysokým počtem dalších uživatelů, nejčastěji jejich okruh přátel tvoří 251 – 500 uživatelů. Pro většinu uživatelů z řad vysokoškoláků není Facebook nahraditelný jinou sociální sítí a tvoří významnou součást jejich sociálního života. Pro většinu z nich by také rozhodnutí přestat využívat služeb Facebooku znamenalo komplikace v jejich běžném životě. Přestože většina těchto uživatelů má subjektivní pocit, že rozsah, ve kterém Facebook shromažďuje data o svých uživatelích, je nepřiměřený, nikdo z nich neuvažuje o tom, že by služby Facebooku přestal od 1. 1. 2015 využívat.

Na základě těchto zjištění můžeme říci, že hypotéza H_03 , která zní „Pro většinu uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol je užívání služeb sociální sítě Facebook důležitější, než subjektivní pocit nepřiměřenosti rozsahu shromažďování dat Facebookem.“ je validní.

7 Závěry šetření praktické části práce

Výsledky dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo 93 vysokoškolských studentů z řad uživatelů sociální sítě Facebook, potvrdily všechny tři stanovené nulové hypotézy.

První částí dotazníku byla potvrzena hypotéza H_01 , která zní „Většina uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol dokáže v praxi správně posoudit, zda je určitým jednáním zasahováno do osobnostního práva fyzické osoby.“ Tato část dotazníku testovala znalosti respondentů v oblasti osobnostního práva a jejich schopnosti tyto znalosti aplikovat v běžné praxi. Jak průzkum ukázal, povědomí o osobnostních právech a aplikační schopnost jsou u uživatelů Facebooku, kteří studují vysokou školu, dobré.

Druhá část dotazníku byla zaměřena na zájem vysokoškolských uživatelů Facebooku o Zásady používání dat a jejich znalost. Na základě získaných odpovědí bylo zjištěno, že zájem respondentů o seznámení se se Zásadami používání dat je nízký a povědomí o konkrétních svoleních, která Facebooku jeho uživatelé udělují, je velmi nízké. Tím pádem se i hypotéza H_02 , která zní: „Většina uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol není dostatečně seznámena se Zásadami používání dat Facebookem.“ ukázala být pravdivou.

Poslední, třetí část dotazníku měla za cíl potvrdit, či vyvrátit hypotézu H_03 , která zní „Pro většinu uživatelů Facebooku, studentů vysokých škol je užívání služeb sociální sítě Facebook důležitější, než subjektivní pocit nepřiměřenosti rozsahu shromažďování dat Facebookem.“ Výsledky této části dotazníkového šetření ukázaly, že vysokoškoláci, kteří jsou uživateli Facebooku, se k této sociální síti přihlašují většinou každý den, že většina respondentů má vysoký počet přátel na Facebooku a tato sociální síť tvoří důležitou součást jejich sociálního života. Přestože většina dotazovaných je názoru, že o nich Facebook shromažďuje data v nepřiměřené míře, žádný z nich se nepřiklonil k možnosti, že by od 1. 1. 2015 Facebook přestal užívat a pro většinu respondentů by znamenalo takové rozhodnutí komplikace v běžném životě. Hypotéza H_03 byla tedy také potvrzena.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že ač jsou studenti vysokých škol, kteří využívají sociální síť Facebook, dobře informováni v oblasti osobnostních práv, nejeví příliš vysoký zájem o to, jakým způsobem je nakládáno s jejich osobními údaji na sociálních sítích. Vzhledem k citlivosti a objemu osobních údajů, které Facebook o svých uživateli shromažďuje a zpracovává, je tento stav neuspokojivý. Jak bylo zjištěno, pro většinu vysokoškoláků, kteří ho využívají, je Facebook důležitou součástí jejich životů, proto si myslím, že doporučení ukončení aktivity na něm je naprosto nevyhovující a téměř nerealizovatelné. Dle mého názoru je pro vyšší bezpečnost uživatelů na Facebooku potřebná především jejich informovanost o tom, jaká data jsou o nich zpracovávána, jakým způsobem a kdo k nim má následně přístup. Je nutno poznamenat, že i sám Facebook učinil v tomto ohledu jisté kroky. Nové Zásady používání dat jsou psány přehledněji a srozumitelnějším jazykem a na jejich změnu byli před začátkem jejich účinnosti uživatelé opakovaně upozorňováni. Dle výsledků dotazníkového šetření však tato snaha byla nedostatečná. Domnívám se, že téma bezpečnosti a ochrany dat na internetu a zejména pak na sociálních sítích by měla být častěji tématem veřejného dialogu například prostřednictvím zpravodajských portálů, webových stránek nebo samotných sociálních sítí. Pevně doufám, že i tato práce vzbudí v některých uživateli nejen Facebooku, ale sociálních sítí obecně, zájem o to, jakým způsobem je nakládáno s daty, která na těchto sítích sdílejí a která o nich zjišťují sociální sítě samy, a tím i ke zvýšení jejich informovanosti ohledně tohoto tématu a následně k vyšší bezpečnosti užívání těchto sítí.

8 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo přiblížit jejím čtenářům problematiku ochrany osobnosti a sociálních sítí a propojením těchto dvou fenoménů přispět k jejich informovanosti v tomto oboru.

Teoretická část byla vytvořena na základě studia příslušných právních předpisů, jejich jazykového, systematického i teleologického výkladu, studia relevantní literatury a zejména pak v části věnované sociálním sítím bylo čteně využíváno informací z internetových zdrojů, protože se jedná o relativně mladý fenomén, který se velmi dynamicky vyvíjí a množství klasických literárních zdrojů pojednávajících o této tématice je velmi malé.

První díl teoretické části byl věnován ochraně osobnosti. Mou snahou bylo vysvětlit základní právní pojmy a za jejich pomoci pak čtenářům představit jednotlivá dílčí osobnostní práva relevantní pro tuto práci s ohledem na její zaměření na sociální sítě. Následně jsem se věnovala rozboru situace na poli sociálních sítí jak na území České republiky, tak v celosvětovém měřítku. Čtenáři jsou představeny nejvýznamnější české i světové sociální sítě v čele s Facebookem. Poslední kapitola teoretické části této práce pak má za úkol vysvětlit podstatu fungování Facebooku, tedy shromažďování dat a jejich následné zužitkování pro komerční účely. Tato hlavní aktivita Facebooku je totiž základním propojením mezi stále výraznějším fenoménem sociálních sítí a problematikou ochrany osobnosti.

Praktická část práce je postavena na dotazníkovém šetření zaměřeného na studenty vysokých škol, které mělo zjistit, jak jsou studenti, kteří jsou uživateli Facebooku, obeznámeni s problematikou ochrany osobnosti, do jaké míry jsou informováni o způsobu, jakým jsou Facebookem shromažďována data o nich, jakou roli v jejich životech tato sociální síť hraje a jaký je jejich názor na míru, v jaké jsou Facebookem shromažďována data jeho uživatelů. Výsledky tohoto šetření ukázaly, že znalost osobnostních práv je u vysokoškoláků užívajících Facebook dobrou. Naopak jejich informovanost ohledně Zásad používání dat – dokument upravující rozsah, v jakém je Facebook oprávněn shromažďovat a využívat data svých uživatelů – je na velmi nízké úrovni. Z dotazníkového šetření také vyplynulo, že Facebook je důležitou součástí sociálních životů studentů vysokých škol a že rozhodnutí přestat jej využívat by pro většinu z nich znamenalo komplikace v běžném životě. Většina uživatelů Facebooku z řad vysokoškoláků hodnotí rozsah, v jakém tato

sociální síť shromažďuje data o svých uživateli, jako nepřiměřený. Prvním řešením tohoto problému, které se nabízí, je opuštění této sociální sítě z důvodu nepřiměřeného shromažďování dat. Jak již bylo ale uvedeno, pro většinu studentů vysokých škol, kteří Facebook využívají, by takové rozhodnutí znamenalo komplikace, a většina z nich proto Facebook nechce přestat užívat. Druhou možností, jak minimalizovat dopad tohoto problému, je zvýšit informovanost uživatelů o Zásadách používání dat. Za tímto účelem bych doporučovala rozvinout výraznější veřejnou diskusi na toto téma, jak prostřednictvím zpravodajských kanálů, webových stránek, tak i samotného Facebooku. Vzhledem k vysokému počtu uživatelů této sociální sítě a míře jejího využití nejen v osobním, ale i profesním životě velké části populace, se domnívám, že by zájem o takovou diskusi byl vysoký, a tudíž by tato diskuze mohla být zajímavá právě i pro masmédiá. Míra, v jaké se uživatelé doopravdy seznámí se zásadami používání dat, a to, jak případně změní své chování na sociálních sítích, je však na každém z nich.

Seznam použitých zdrojů

Knižní zdroje

- **Bartík, Václav a Janečková, Eva. 2010.** *Zákon o ochraně osobních údajů s komentářem.* Olomouc : Nakladatelství ANAG, 2010. 978-80-7263-613-6.
- **Bělohávek, Alexander a Černý, Filip. 2012.** *Občanský zákoník Srovnání dosavadní a nové občanskoprávní úpravy včetně předpisů souvisejících.* Plzeň : Aleš Čeněk, s.r.o., 2012. 978-80-7380-413-8.
- **Dvořák, Jan, Švestka, Jiří a Zuklínová, Michaela. 2013.** *Občanské právo hmotné.* Praha : Wolters Kluwer ČR, 2013. 978-80-7478-326-5.
- **Gerloch, Aleš. 2013.** *Teorie práva, 6. aktualizované vydání.* Plzeň : Aleš Čeněk, s.r.o., 2013. 978-80-7380-454-1.
- **Knap, Karel a Švestka, Jiří. 2004.** *Ochrana osobnosti podle občanského práva.* Praha : Linde Praha a. s., 2004. 80-7201-484-6.
- **Mates, Pavel, Janečková, Eva a Bartík, Václav. 2012.** *Ochrana osobních údajů.* Praha : Nakladatelství Leges, s. r. o., 2012. 978-80-87576-12-0.
- **Matoušková, Miroslava a Hejlík, Ladislav. 2008.** *Osobní údaje a jejich ochrana.* Praha : ASPI, Wolters Kluwer, 2008. 2. doplněné vydání. 978-80-7357-3223-5.
- **Pavlíček, Antonín. 2010.** *Nová média a sociální síť.* Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, 2010. 978-80-245-1742-1.

Právní předpisy České republiky

- Ústavní zákon č. 1/1993 Sb. ze dne 16. prosince 1992, Ústava české republiky
- Usnesení předsednictva České národní rady č. 2/1993 Sb. ze dne 16. prosince 1992, o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součástí ústavního pořádku České republiky
- Zákon č. 40/1964 Sb. ze dne 26. února 1964, občanský zákoník
- Zákon č. 89/2012 Sb. ze dne 3. února 2012, občanský zákoník
- Zákon č. 101/2000 Sb. ze dne 4. dubna 2000, o ochraně osobních údajů a změně některých zákonů

- Zákon č. 301/2000 Sb. ze dne 2. srpna 2000, o matrikách, jménu a příjmení a o změně některých souvisejících zákonů
- Vyhláška ministra zahraničních věcí č. 120/1967 ze dne 10. května 1967, o Mezinárodním paktu o občanských a politických právech a Mezinárodním paktu o hospodářských, sociálních a kulturních právech

Internetové zdroje

- **Čičák, Matěj. 2013.** google vs. seznam skore je 53 odhalil pruzkum. *živě.cz* . [Online] 28. 2 2013. [Citace: 15. 11 2014.] <http://www.zive.cz/clanky/google-vs-seznam-skore-je-53-odhalil-pruzkum/sc-3-a-167776/default.aspx>.
- **effectix.com. 2014.** V českém vyhledávání opět posílil google nad Seznamem 2. *effectix.com*. [Online] 25. 7 2014. [Citace: 15. 11 2014.] <http://www.effectix.com/cz/pro-media/241-v-ceskem-vyhledavani-opet-posilil-google-nad-seznamem-2>.
- **Facebook. 2015.** about ads. *facebook.com*. [Online] 2015. [Citace: 22. 2 2015.] <https://www.facebook.com/about/ads/>.
- **Instagram. 2014.** Press. *Instagram*. [Online] 10. 12 2014. [Citace: 12. 12 2014.] <http://instagram.com/press/>.
- **LinkedIn. 2014.** about us. *LinkedIn*. [Online] 2014. [Citace: 12. 13 2014.] https://www.linkedin.com/about-us?trk=hb_ft_about.
- **Polesný, David. 2014.** Instagram už je větší než Twitter, má přes 300 milionů užinstagram uz je vetsi nez twitter ma pres 300 milionu uzivatelu. *Živě.cz*. [Online] 12. 12 2014. [Citace: 12. 12 2014.] <http://www.zive.cz/bleskovky/instagram-uz-je-vetsi-nez-twitter-ma-pres-300-milionu-uzivatelu/sc-4-a-176475/default.aspx>.
- **Statisticbrain.com. 2014.** facebook-statistic. *statisticbrain.com*. [Online] 2014. [Citace: 20. prosinec 2014.] <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/>.
- **statisticbrain.com. 2014.** LinkedIn Company Profile and Statistics. *statisticbrain.com*. [Online] 18. 10 2014. [Citace: 13. 12 2014.] <http://www.statisticbrain.com/linkedin-company-profile-and-statistics/>.
- **Twitter. 2014.** About Twitter. *Twitter*. [Online] 2014. [Citace: 12. 12 2014.] <https://www.about.twitter.com/>

Přílohy

Příloha 1 Dotazník

Ochrana osobních údajů na Facebooku

Dobrý den,
velmi Vám děkuji, že jste si našli čas na vyplnění krátkého dotazníku, který se týká ochrany osobnostních práv ve spojitosti se sociální sítí Facebook. Vyplnění dotazníku by Vám nemělo zabrat více jak 10 minut. Tento dotazník je anonymní a není vědomostním testem, klade si za cíl zjistit, jaké mají o dané problematice povědomí uživatelé této sociální sítě, proto, prosím, odpovídejte na otázky pravdivě.

1. **Jste:** žena muž

Uveďte, prosím, u každé z následujících modelových situací, zda si myslíte, že je jednání v nich popsané v pořádku (po právu) či, že je takové jednání protiprávní.

2. Po dohodě s profesionálním fotografem se osoba A nechá nafotit v jeho studiu za účelem rozšíření fotografova portfolia. O několik měsíců později fotograf tyto fotografie vystaví na své vernisáži.

po právu protiprávní

3. Restaurace na svých internetových stránkách uvádí jména hostů, kteří si u ní toho dne rezervovali místa se záměrem nalákání dalších zákazníků.

po právu protiprávní

4. Osoba A pošle v obálce dopis své babičce, ve kterém jí popisuje svou dovolenou. Babička se chce pochlubit své kamarádce, jaké má zcestovalé vnuče a dopis jí ukáže.

po právu protiprávní

5. Osoba A poskytne novináři rozhovor pro zítřejší výtisk novin. Druhý den se přepis tohoto rozhovoru objeví jak v tištěných novinách, tak v jejich internetové verzi.

po právu protiprávní

6. Osoba A věnuje své dobré kamarádce, svou pasovou fotografii, aby ji mohla nosit v peněženke, ta ji ovšem připne na nástěnku na chodbě školy

po právu protiprávní

Vyberte, prosím, z uvedených možností, do jaké míry jste obeznámeni s následujícím:

7. Současné zásady užívání dat Facebookem

Detailně jsem je prostudoval(a).
Zběžně jsem se s nimi seznámil(a).

Nikdy jsem je nečetl(a).

8. Od 1. 1. 2015 vejdou v účinnost nové zásady užívání dat Facebookem.

Vím o nich.
 Nevím o nich.

9. Zásady užívání dat Facebookem účinné od 1. 1. 2015

Detailně jsem je prostudoval(a).
 Zběžně jsem se s nimi seznámil(a).
 Nikdy jsem je nečetl(a).

Uveďte, prosím, jestli jste vědomě udělili společnosti Facebook Inc. souhlas s nakládáním s Vašimi daty následujícími způsoby. Berte, prosím, na vědomí, že otázka je směřována na to, zda víte o tom, že jste takový souhlas udělili, ne zda se na základě položené otázky domníváte, že je k takovému jednání Facebook oprávněn, ne všechna následující jednání jsou v souladu se zásadami, které Facebook uplatňuje.

10. Aby společností, jejichž Facebookovou stránku označíte jako „to se mi líbí,“ umožnili použít Váš profilový obrázek pro propagaci jejich stránky a produktů.

ano ne

11. Aby třetím stranám, které využívají jejich služeb inzerce, analýzy a měření poskytovala data o Vás včetně údajů, na základě kterých jste jednoznačně identifikovatelný(á).

ano ne

12. Aby Facebook uchovával data o Vás sdílená jinými uživateli i pokud se rozhodnete svůj profil trvale odstranit.

ano ne

13. Aby Facebook mohl zjistit a uchovávat Vaše telefonní číslo, aniž byste je kdekoli uváděli, na základě informací získaných při používání služby Facebook přes mobilní telefon.

ano ne

14. Aby Facebook předal Vaše data třetí straně na základě právně podložené žádosti (například soudní příkaz).

ano ne

15. Aby Facebook zjišťoval a ukládal informace o vaší geografické poloze pokaždé, když používáte jeho služby.

ano ne

U následujících otázek, prosím, zvolte právě jednu odpověď.

16. Jak často se přihlašujete na sociální síť Facebook?

každý den
3x-6x týdně
1x-2x týdně
1x-3x měsíčně
méně než jednou za měsíc

17. Kolik přátel máte na svém Facebookovém profilu?

méně než 100
101-250
251-500
501-750
751-1000
více než 1000

18. Je pro Vás sociální síť Facebook nahraditelná jiným druhem sociální sítě?

rozhodně ano
spíše ano
spíše ne
rozhodně ne

19. Budete i po 1. 1. 2015 nadále využívat služeb společnosti Facebook a udělíte jí tak souhlas s využíváním Vašich dat způsobem dle zásad užívání dat?

rozhodně ano
spíše ano
spíše ne
rozhodně ne

20. Tvoří sociální síť Facebook nedílnou součást Vašeho sociálního života?

rozhodně ano
spíše ano
spíše ne
rozhodně ne

21. Představovalo by pro Vás rozhodnutí přestat využívat služeb Facebooku komplikace v běžném životě?

- rozhodně ano
- spíše ano
- spíše ne
- rozhodně ne

22. Připadá Vám subjektivně rozsah, v jakém shromažďuje Facebook data o Vás, přiměřený?

- rozhodně ano
- spíše ano
- spíše ne
- rozhodně ne

Velmi Vám děkuji za vyplnění tohoto dotazníku.

Příloha 2 Zásady používání dat

27. 2. 2015

Zásady používání dat

Hledat osoby, místa a obsah



> Jaké druhy informací shromažďujeme?



> Jak tyto informace používáme?



> Jak se tyto informace sdílí?



> Jak mohu spravovat nebo odstranit informace o své osobě?



> Jak reagujeme na právně podložené žádosti a jak předcházíme újmě?



> Jak fungují naše globální služby



> Jak vám oznámíme změnu těchto zásad?



> Jak kontaktovat Facebook, máte-li dotazy

Ovládací prvky pro Facebook reklamy

Základy soukromí

Zásady používání souborů cookie

Podmínky

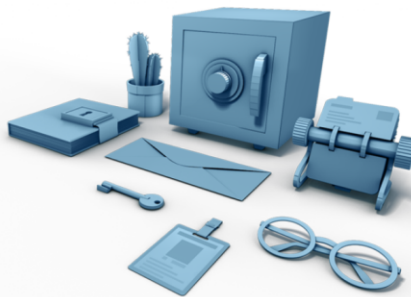
Další zdroje

- Interaktivní nástroje
- Nezletilí uživatelé a bezpečnost
- Stránka Soukromí na Facebooku
- Stránka Bezpečnost na Facebooku
- Stránka Facebook Site Governance (Správa služby Facebook)

Zásady používání dat

Snažíme se, aby byl svět otevřenější a propojenější, a proto vám do rukou vkládáme moc sdílet. Tyto zásady popisují, jaké informace shromažďujeme a jak je používáme a sdílíme. Další nástroje a informace najdete v tématu Základy soukromí.

Při čtení těchto zásad mějte na paměti, že platí pro všechny značky, produkty a služby Facebooku, jejichž použití není upraveno samostatnými zásadami ochrany osobních údajů nebo které odkazují na tyto zásady. Těmto značkám, produktům a službám souhrnně říkáme „Facebook Služby“ nebo „Služby“.



Jake druhy informací shromažďujeme?

V závislosti na Službách, kterých využíváte, od vás nebo o vás shromažďujeme různé druhy informací.

Akce, které provádíte, a informace, které poskytujete.

Shromažďujeme obsah a další informace, které poskytujete při používání našich Služeb, včetně informací uvedených při registraci účtu, při vytváření nebo sdílení a posílání zpráv či jiné komunikaci s ostatními uživateli. Patří sem informace o vámi poskytovaném obsahu a informace v něm uvedené, například místo pořízení fotky nebo datum vytvoření souboru. Shromažďujeme také informace o tom, jak využíváte naše Služby, například informace o typech obsahu, který si prohlížíte nebo se kterým jste nějakým způsobem propojeni, frekvenci a době trvání vašich aktivit.

Akce, které provádí ostatní uživatelé, a informace, které poskytují.

Shromažďujeme také obsah a informace, které lidé poskytují při

Zásady používání dat

používání našich Služeb, včetně informací o vás, například když sdílíte fotku s vámi, pošlou vám zprávu nebo nahrají, synchronizují či importují vaše kontaktní informace.

Vaše sítě a spojení.

Shromažďujeme informace o lidech a skupinách, s nimiž jste ve spojení, a o způsobu vaší interakce s nimi, například o lidech, se kterými nejčastěji komunikujete, nebo o skupinách, se kterými rádi sdílíte obsah. Shromažďujeme také kontaktní údaje, které poskytujete při nahrávání, synchronizaci nebo importu těchto informací (například adresáře) ze zařízení.

Informace o platbách.

Pokud používáte naše Služby k nákupu nebo finančním transakcím (například něco kupujete na Facebooku, ve hře nebo přispějete na charitu), shromažďujeme informace o nákupu či transakci. Patří sem informace o platbě, například číslo kreditní nebo debetní karty a další informace o kartě, další informace o účtu a ověření a také podrobnosti o fakturaci, dopravě a kontaktních údajích.

Informace o zařízeních.

Podle oprávnění, která jste udělili, shromažďujeme informace z počítačů, telefonů a dalších zařízení, na která instalujete nebo v nichž používáte naše Služby, a také informace o těchto zařízeních. Informace získané z různých zařízení můžeme sdružovat, abychom mohli snadněji poskytovat konzistentní Služby ve všech zařízeních. Zde je několik příkladů informací, které o zařízeních shromažďujeme:

- Atributy, jako je operační systém, verze hardwaru, nastavení zařízení, názvy a typy souborů a softwaru, výkon baterie, síla signálu, identifikátory zařízení.
- Umístění zařízení, včetně konkrétních zeměpisných umístění, například prostřednictvím GPS, Bluetooth nebo signálů Wi-Fi.
- Informace o připojení, například název mobilního operátora nebo poskytovatele internetových služeb, typ prohlížeče, jazyk a časové pásmo, číslo mobilního telefonu, IP adresa.

Informace z webů a aplikací, které využívají naše Služby.

Shromažďujeme informace získané při vaší návštěvě nebo použití webů a aplikací třetích stran, které využívají naše Služby (například když nabízí naše tlačítko To se mi líbí či možnost přihlášení přes Facebook nebo když používají naše služby měření a inzerce). Patří sem informace o webech a aplikacích, které navštěvujete, vašem použití našich Služeb na těchto webech a v těchto aplikacích, ale i informace, které vám či nám poskytuje vývojář nebo vydavatel aplikace či webu.

Informace od externích partnerů.

Od externích partnerů získáváme informace o vás a vašich aktivitách na Facebooku i mimo něj. Jedná se například o informace, které nám poskytne partner, když společně nabízíme služby, nebo inzerent o vašich aktivitách či interakci s ním.

Společnosti Facebooku.

V souladu se svými podmínkami a zásadami nám informace o vás poskytují společnosti, jejichž vlastníkem nebo provozovatelem je Facebook. Přečtěte si [další informace](#) o těchto společnostech a jejich zásadách ochrany osobních údajů.

Nahoru

Jak tyto informace používáme?

Vynakládáme velké úsilí, abychom lidem poskytovali poutavé a individuální zážitky. Veškeré získané informace využíváme k tomu, abychom mohli snadněji poskytovat a podporovat naše Služby. Zde je postup:

Poskytování, vylepšování a vývoj Služeb.

Díky tomu, že na základě získaných informací jsme schopni porozumět tomu, jak využíváte a komunikujete s našimi Službami a uživateli nebo subjekty, se kterými jste spojeni a které vás zajímají jak v rámci našich Služeb, tak i mimo ně, jsme schopni poskytovat naše služby, personalizovat obsah a vytvářet pro vás návrhy.

Prostřednictvím získaných informací vám také můžeme poskytovat zástupce a návrhy. Díky tomu, že srovnáváme fotky vašich přátel s informacemi, které jsme shromáždili z profilových obrázků nebo dalších fotek, na kterých jste označeni, můžeme například navrhnout, aby vás přítel označil na obrázku. Pokud máte tuto službu k dispozici, prostřednictvím nastavení „Timeline a označování“ můžete nastavit, zda můžeme navrhnout, aby vás jiný uživatel označil na fotce.

Pokud máme k dispozici informace o poloze, použijeme je k tomu, abychom vám a ostatním přizpůsobili Služby na míru, například vám umožnili oznámit svoji polohu, vyhledat místní události nebo nabídky ve vaší oblasti či sdělit vašim přátelům, že jste v okolí.

Provádíme průzkumy a [výzkum](#), testujeme vyvíjené funkce a analyzujeme získané informace, abychom mohli vyhodnotit a vylepšit produkty a služby, vyvíjet nové produkty a funkce, provádět audity a řešit potíže.

Komunikace s vámi.

Vaše informace využíváme k tomu, abychom vám posílali marketingové nabídky, komunikovali s vámi o našich Službách a informovali vás o našich zásadách a podmínkách. Vaše informace také využíváme k tomu, abychom vám odpověděli, když nás kontaktujete.

Zobrazování a měření reklam a služeb.

[Získané informace](#) využíváme ke zlepšení našich systémů pro inzerci a měření, takže vám můžeme zobrazovat relevantní reklamy jak v rámci našich Služeb, tak i mimo ně, a měřit efektivitu a dosah reklam a služeb. Přečtěte si [další informace](#) o inzerci v našich Službách a o tom, jak můžete [nastavit](#), jaké informace o vaší osobě jsou využívány k individuálnímu přizpůsobení reklam, které se vám zobrazují.

Propagace bezpečnosti a zabezpečení.

Získané informace nám pomáhají ověřovat účty a aktivitu a propagovat bezpečnost a zabezpečení v rámci našich Služeb i mimo ně, například prošetřováním podezřelé aktivity nebo porušování našich podmínek a zásad. Tvrdě pracujeme na ochraně vašeho účtu. K tomu využíváme týmy techniků, automatické systémy a pokročilé technologie, jako je šifrování a počítačové vyhodnocování. Nabízíme také snadno použitelné nástroje pro zabezpečení, které k vašemu účtu přidávají další úroveň zabezpečení. Další informace o propagaci bezpečnosti na

Pro více informací o bezpečnosti a ochraně soukromí na Facebooku najdete v [Centru nápovědy týkající se zabezpečení na Facebooku](#).

Používáme soubory cookie a podobné technologie, abychom poskytovali a podporovali naše Služby. Jednotlivé způsoby použití informací jsou uvedeny a popsány v této části zásad. Přečtěte si naše zásady týkající souborů cookie, kde naleznete [další informace](#).

[Nahoru](#)

Jak se tyto informace sdílí?

Sdílení v našich Službách

Lidé se prostřednictvím našich Služeb spojují s ostatními uživateli a sdílejí s nimi obsah. To je možné díky tomu, že následujícími způsoby sdílíme vaše informace:

Lidé, s nimiž sdílíte obsah a komunikujete s nimi.

Při sdílení a komunikaci prostřednictvím našich Služeb si vybíráte okruh uživatelů, kteří mohou vidět vámi sdílený obsah. Při přidávání příspěvku na Facebook například vybíráte okruh uživatelů pro daný příspěvek, například se může jednat o přizpůsobenou skupinu jednotlivců, všechny vaše přátele nebo členy nějaké skupiny. Stejně tak když používáte Messenger, také si vybíráte lidi, kterým pošlete fotky nebo zprávu.

[Veřejné informace](#) jsou všechny informace, které sdílíte s veřejným okruhem uživatelů, stejně tak i informace na vašem [veřejném profilu](#) nebo obsah, který sdílíte na Facebook stránce nebo v jiném veřejném fóru. Veřejné informace jsou dostupné všem v rámci našich Služeb i mimo ně a lze je zobrazit nebo se k nim dostat prostřednictvím online vyhledávačů, rozhraní API nebo offline médií, jako je televize.

V některých případech si lidé, se kterými sdílíte obsah a komunikujete, mohou tento obsah stáhnout nebo ho dále sdílet s ostatními nejen v našich Službách, ale i mimo ně. Když na Facebooku okomentujete příspěvek jiného uživatele nebo označíte jeho obsah jako To se mi líbí, daná osoba rozhoduje o okruhu uživatelů, který může zobrazit váš komentář nebo vaše označení To se mi líbí. Pokud je okruh uživatelů veřejný, bude se i váš komentář zobrazovat veřejně.

Lidé, kteří vidí obsah o vás sdílený ostatními.

Jiní lidé mohou využívat naše Služby k tomu, aby obsah, jež se vás týká, sdíleli s okruhem uživatelů, který si vyberou. Lidé mohou například sdílet fotku, na které jste, zmínit nebo označit vás v umístění v příspěvku nebo sdílet informace o vás, které jste vy sdíleli s nimi. Pokud máte obavy z příspěvku někoho jiného, prostřednictvím sociálního hlášení je možné snadno a rychle požádat o pomoc důvěryhodnou osobu. [Další informace](#)

Aplikace, weby a externí integrace v našich Službách nebo jejich prostřednictvím.

Při používání externích aplikací, webů nebo jiných služeb, které využívají našich Služeb nebo jsou s nimi integrovány, mohou tyto externí aplikace, weby a služby získávat informace o tom, co zveřejňujete nebo sdílíte. Pokud třeba hrajete hru s vašimi Facebook přáteli nebo použijete tlačítko pro vložení komentáře nebo sdílení na nějakém webu, pak o vašich aktivitách ve hře může získat informace

Zásady používání dat

daný vývojář hry nebo zástupce webu v případě zveřejnění komentáře či odkazu, který na Facebooku sdílíte prostřednictvím daného webu. Kromě toho, když stáhnete nebo použijete takové externí služby, mohou tyto služby získat přístup k vašemu veřejnému profilu, který zahrnuje vaše uživatelské jméno nebo ID uživatele, vaše věkové rozmezí, zemi a jazyk, seznam vašich přátel, ale i veškeré informace, které s nimi sdílíte. Informace shromažďované těmito aplikacemi, weby nebo integrovanými službami podléhají podmínkám a zásadám stanoveným příslušnými subjekty.

Přečtěte si další informace o tom, jak můžete určit, jaké informace o sobě sdílíte s těmito aplikacemi a weby vy nebo ostatní uživatelé.

Sdílení v rámci společností Facebooku.

Informace, které o vás získáme, sdílíme v rámci skupiny společností, jež jsou součástí Facebooku. Další informace o našich společnostech

Nový vlastník.

Pokud dojde ke změně vlastnictví nebo kontroly nad všemi nebo některými našimi Službami či jejich částmi, můžeme informace o vás převést na nového vlastníka.

Sdílení s externími partnery a zákazníky

Spolupracujeme s externími společnostmi, které nám pomáhají poskytovat a zlepšovat naše Služby nebo které využívají inzerci či související produkty, abychom mohli provozovat naše společnosti a poskytovat bezplatné služby lidem na celém světě.

Zde jsou typy třetích stran, se kterými můžeme informace o vás sdílet:

Služby inzerce, měření a analýzy (pouze informace, které neidentifikují konkrétní osobu).

Chceme, aby naše inzerce byla stejně relevantní a zajímavá jako ostatní informace, které najdete v našich Službách. Tento závazek máme neustále na paměti, a proto využíváme veškeré informace, které o vás máme, abychom vám zobrazovali relevantní reklamy. Pokud nám k tomu nedáte oprávnění, s partnery pro inzerci, měření a analýzy nesdílíme žádné informace, které vás identifikují jako konkrétní osobu (informace identifikující konkrétní osobu, jsou například jméno nebo e-mailová adresa, které mohou být samy o sobě využity k tomu, aby vás někdo kontaktoval nebo zjistil, kdo jste). Těmto partnerům můžeme poskytnout informace o dosahu a efektivitě jejich inzerce, aniž bychom jim však poskytovali informace, které prozrazují vaši totožnost, nebo pokud jsme agregovali informace, aby z nich nebylo možné zjistit, kdo jste. Inzerentovi můžeme například sdělit, jak si vedou jeho reklamy, kolik lidí jeho reklamy vidělo nebo si po zobrazení jeho reklamy nainstalovalo jeho aplikaci. Těmto partnerům můžeme poskytnout demografické údaje, které však nevedou k identifikaci konkrétních osob (například 25letá žena z Madridu, které se líbí softwarové inženýrství), abychom jim pomohli porozumět charakteristice a povaze jejich okruhu uživatelů nebo zákazníků, a to až poté, co se zavážou dodržovat naše pravidla pro reklamu.

Projděte si svoje předvolby inzerce, abyste pochopili, proč se vám na Facebooku zobrazuje určitá reklama. Pokud chcete nastavit a spravovat svoje prostředí pro reklamy na Facebooku, můžete si upravit předvolby pro reklamy.

Dodavatelé, poskytovatelé služeb a další partneři.

Informace předáme dodavatelům, poskytovatelům služeb a jiným

Zásady používání dat

partnerům, kteří globálně podporují naše podnikání, například nám poskytují služby spojené s technickou infrastrukturou, analyzují způsoby využívání našich Služeb, měří efektivitu reklam a služeb, poskytují služby zákazníkům, provozují platby nebo provádějí akademický výzkum a průzkumy. Tito partneři musí jednat v souladu s přísnými závazky týkajícími se důvěrnosti, a to způsobem, který vyhovuje zásadám používání dat a smlouvám, které s nimi uzavřeme.

[Nahoru](#)

Jak mohu spravovat nebo odstranit informace o své osobě?

Obsah a informace, které sdílíte při použití Facebooku, můžete spravovat prostřednictvím [nástroje Záznamy o aktivitách](#). Prostřednictvím našeho [nástroje Stahování informací](#) si můžete také stáhnout informace přidružené k vašemu účtu na Facebooku.

Údaje ukládáme na dobu, která je nezbytná pro poskytování produktů a služeb vám a jiným osobám, včetně osob uvedených výše. Dokud budeme tato data potřebovat k poskytování produktů a služeb, budou informace přidružené k vašemu účtu uchovávány až do doby, než účet odstraníte.

Svůj účet můžete kdykoli odstranit. Jakmile svůj účet odstraníte, smažeme všechny obsah, který jste zveřejnili, například fotky a aktualizace stavu. Pokud svůj účet odstranit nechcete, ale rádi byste Facebook na nějakou dobu přestali používat, můžete ho místo toho deaktivovat. Další informace o deaktivaci nebo odstranění účtu získáte [zde](#). Mějte na paměti, že informace, které o vás sdílí ostatní uživatelé, nejsou součástí vašeho účtu a nebudou tedy odstraněny spolu s vaším účtem.

[Nahoru](#)

Jak reagujeme na právně podložené žádosti a jak předcházíme újmě?

Vaše údaje jsme oprávněni zobrazovat, uchovávat a sdílet, budeme-li k tomu vyzváni právně podloženou žádostí (například na základě povolení k odtajnění uloženého obsahu nebo soudního příkazu) a budeme-li se v dobré víře domnívat, že je takový postup vyžadován zákonem. Sem mohou spadat právně podložené žádosti z jurisdikcí mimo Spojené státy, kde se v dobré víře domníváme, že je takový postup vyžadován zákonem dané jurisdikce, ovlivní uživatele v dané jurisdikci nebo je v souladu s mezinárodně uznávanými standardy. Údaje také můžeme zobrazovat, uchovávat a sdílet v případech, kdy se v dobré víře domníváme, že je takový postup nutný k následujícím akcím: zjištění, zabránění a řešení podvodů a jiné protiprávní činnosti, ochráně nás i vás i ostatních před porušováním podmínek uvedených v našem dokumentu nebo k zabránění úmrtí nebo akutního ohrožení lidského zdraví. Externím partnerům můžeme například poskytnout informace o spolehlivosti vašeho účtu, abychom předešli podvodu a zneužití v rámci našich Služeb i mimo ně. Informace, které

Zásady používání dat

o vás obdržíme, včetně dat finančních transakcí souvisejících s nákupy provedenými prostřednictvím Facebooku, můžeme zobrazovat a uchovávat delší dobu v případě, že jsou předmětem právně podložené žádosti či povinnosti, oficiálního policejního vyšetřování nebo vyšetřování v souvislosti s možným porušením našich podmínek a zásad, nebo je nutné takové údaje uchovat, abychom zabránili jiné újmě. Můžeme si rovněž ponechat informace z účtů deaktivovaných z důvodu porušení našich podmínek za poslední rok, abychom zabránili opakování zneužití či jiných porušení těchto podmínek.

[Nahoru](#)

Jak fungují naše globální služby

V souvislosti se shromažďováním, využitím a uchováváním dat z Evropské unie postupuje Facebook, Inc. v souladu s předpisy US-EU a US-Swiss Safe Harbor, jak jsou stanoveny Ministerstvem obchodu. Naši certifikaci si můžete ověřit na [webu Safe Harbor](#).

V rámci účasti v programu Safe Harbor řešíme spory, které mohou nastat mezi námi a vámi v souvislosti s našimi zásadami a postupy, prostřednictvím organizace TRUSTe. Organizaci TRUSTe můžete kontaktovat prostřednictvím [jejího webu](#).

Facebook může sdílet informace interně v rámci své skupiny společností nebo s třetími stranami pro účely popsané v těchto zásadách. Informace shromážděné v rámci Evropského hospodářského prostoru („EHP“) mohou být například přeneseny do zemí mimo prostor EHP za účelem popsaným v těchto zásadách.

[Nahoru](#)

Jak vám oznámíme změnu těchto zásad?

Na chystané změny těchto zásad vás upozorníme předem, abychom vám dali možnost si revidované zásady přečíst a vyjádřit se k nim dříve, než budete pokračovat ve využívání našich Služeb.

[Nahoru](#)

Jak kontaktovat Facebook, máte-li dotazy

Další informace o tom, jak funguje ochrana soukromí na Facebooku, najdete v [základních informacích o soukromí](#). Máte-li dotazy týkající se těchto zásad, můžete nás kontaktovat tímto způsobem:

27. 2. 2015

Zásady používání dat

Pokud žijete v USA nebo Kanadě...

Kontaktujte Facebook, Inc. [online](#) nebo poštou na adrese:

Facebook, Inc.
1601 Willow Road
Menlo Park, CA 94025, USA

Pokud žijete kdekoli jinde...

Kontrolu nad daty a zodpovědnost za vaše informace má společnost Facebook Ireland Ltd., na kterou se můžete obrátit [online](#) nebo poštou na adrese:

Facebook Ireland Ltd.
4 Grand Canal Square
Grand Canal Harbour
Dublin 2, Ireland

Datum poslední revize: 30. ledna 2015

[O Facebooku](#) [Vytvořit reklamu](#) [Vytvořit stránku](#) [Vývojáři](#) [Kariéra](#) [Soukromí](#) [Soubory cookie](#) [Podmínky použití](#) [Nápověda](#)

Facebook © 2015
Čeština