

Jelen tananyag a Szegedi Tudományegyetemen készült az Európai Unió támogatásával. A tananyag elkészítését az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE



ADATVÉDELMI JOG A MUNKAERŐPIACON

11. OLVASÓLECKE - KÖZÖSSÉGI MÉDIA ÉS ADATVÉDELEM A MUNKAERŐ FELVÉTELI ELJÁRÁSBAN

dr. Lukács Adrienn

Olvadási idő: kb. 30 perc

A közösségi média napjainkban igen nagy népszerűségnek örvend. Világszerte felhasználók milliói osztanak meg magunkról személyes adatokat soha nem látott mennyiségben és minőségben. A felhasználók között a munkavállalók és a leendő munkavállalók is jelen vannak: szükséges megvizsgálni, hogy milyen munkajogi és adatvédelmi jogi vonatkozásai lehetnek a közösségi média használatának. Az olvasólecke a közösségi média által felvetett legfőbb adatvédelmi kihívásokat tekinti át a munkaerő felvétel során.

TILTOTT KERESÉSEK? AZ ADATVÉDELMI SZABÁLYOK ALKALMAZHATÓSÁGA

A közösségi oldalak igen nagy népszerűségnek örvendenek a munkáltatók körében is: a ugyanis gyorsan, egyszerűen és ingyenesen biztosítanak hozzáférést személyes adatok tömegéhez, amelyből a munkáltató következtetéseket tud levonni a jelölt alkalmasságát illetően.¹

ÉRDEKESÉG – A MUNKÁLTATÓ ÉRDEKE

Egy [2010-es tanulmány](#) szerint többek között az alábbi, a közösségi oldalakon fellelt információk vezettek (a jelentkező számára) kedvezőtlen döntéshez a munkaerő felvételi eljárásban:

- meggondolatlan posztok és kommentek, amelyeket vagy a jelentkező, vagy az ismerősei (!), vagy a munkatársai (!) írtak,
 - nem megfelelő fotók és videók,
- a munkáltatót vagy ügyfeleket bíráló bejegyzések,
 - tagság bizonyos csoportokban,
 - hamis információ megosztása,
 - gyenge kommunikációs készség.

Sok munkáltató és felhasználó részéről kérdésként merül fel, hogy egyáltalán felhasználhatja-e a munkáltató a közösségi médiában található személyes adatokat? Kell-e rá alkalmazni az adatvédelmi szabályokat? A [NAIH](#) kimondta, hogy annak ellenére, hogy a közösségi médiában fellelhető információkat gyakran maguk a felhasználók (a jelentkezők) teszik elérhetővé a nyilvánosság számára, ez nem jelenti azt, hogy ne lennének rá alkalmazandók az adatvédelmi követelmények – amennyiben annak feltételei fennállnak. A NAIH szerint ugyanakkor az nem lenne életszerű, ha ezeket a kereséseket betiltanák, mivel a tiltás ellenőrzése nagyfokú nehézségekbe ütközne. Viszont az ilyen keresések során is tiszteletben kell tartani az adatvédelmi követelményeket.

A közösségi médiában folytatott háttérvizsgálat **jogalapjaként** három lehetséges jogalap alkalmazása merül fel: hozzájárulás, szerződéses jogalap, valamint az érdekmérlegelés jogalapja. A hozzájárulás kapcsán azonban annak önkéntessége megkérdőjeleződik, a

¹ Suder, Seili: Pre-Employment Background Checks on Social Networking Sites - May Your Boss Be Watching? *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 8(1), 2014, 124. p.

jelentkező és a munkáltató között fennálló hierarchikus kapcsolat miatt. A szerződéses jogalap szintén nem alkalmas arra, hogy részletes háttérvizsgálat lefolytatását megalapozza.² Ami leginkább alkalmazandó, az az *érdekmérlegelési jogalap*. Ez viszont azt jelenti, hogy a közösségi médiában folytatott háttérvizsgálat nem automatikusan folytatható le, hanem amennyiben megfelel az érdekmérlegelési teszt által támasztott szigorú követelményeknek.

AZ ADATTAKARÉKOSSÁG ÉS A PONTOSSÁG ELVÉNEK ÉRVÉNYESÜLÉSE

Az *adattakarékosság elve* értelmében a személyes adatoknak az adatkezelés célja szempontjából megfelelőnek és *relevánsak* kell lenniük és a *szükségesre* kell korlátozódnuk. Az adatminőség elvének (vagy *pontoság elvének*) értelmében a személyes adatoknak *pontosnak* és szükség esetén *naprakésznek* kell lenniük. Azonban, amennyiben a munkáltató a közösségi médiából kíván informálódni a jelentkezőről, megkérdőjeleződik ezen elveknek az érvényre jutása.

A személyes adatok **relevanciája** azt a problémát veti fel, hogy bár a közösségi média profilok valóban tartalmaznak olyan személyes adatokat, melyek a jelentkező alkalmasságára utalnak, ugyanakkor gyakran olyan adatokat is tartalmaznak, melyek a munkaviszony szempontjából nem minősülnek lényegesnek, ezáltal a kezelésük sem jogszerű. A felmerülő probléma az, hogy bár valóban vannak olyan adatok, melyek lényegesek a munkaviszony létesítése szempontjából, a közösségi médiában ezek **elválaszthatatlanok** azoktól az adatoktól, melyeket a munkáltató nem kezelhet jogszerűen. A relevancia követelményét segítheti elő, ha – mint ahogy az orvosi alkalmassági vizsgálat esetében - a munkáltató egy harmadik független fél bevonása által csak a vizsgálat eredményét ismerhetné meg, annak részleteit nem.

PÉLDA

A közösségi médiában a felhasználók gyakran osztanak meg a családi állapotukra vonatkozó információt, vagy az általuk megosztott cikkekből akár kitalálhatók a jelentkező politikai vagy vallási nézetei is, a posztjai pedig esetleg egy egészségügyi problémára is rávilágíthatnak.

² Kajtár Edit – Brno Mestre: Közösségi hálózatok és a munkavállalók magánélethez való joga munkaviszony létesítése előtt: összehasonlító elemzés és megjegyzések. Magyar Munkajog E-folyóirat 2016/1, 21-22. pp.; Kajtár Edit: Till Facebook Do Us Part? Social Networking Sites and the Employment Relationship. Acta Juridica Hungarica, 56(4), 2015, 271. p.

A **szükségesség** elve előírja, hogy az adatkezelésnek arányosnak kell lennie az elért céllal és a lehető legkisebb beavatkozást kell megvalósítania.³ Ezzel összefüggésben felmerül annak a kérdése, hogy a munkáltató más eszközök által tudja-e érvényesíteni az érdekeit? Például a közösségi média profilok vizsgálata helyett elképzelhető, hogy egy állásinterjú vagy próbaidő kikötése által is meg tud győződni a jelentkező alkalmasságáról. Ha pedig mindenképp szükséges az online jelenlét vizsgálata, akkor akár az is megoldást jelenthet, ha a munkáltató a jelentkező professzionális (pl.: LinkedIn) profilját tekinti meg és nem a Facebook-ját vagy Instagram-ját.

Azt, hogy mikor szükséges közösségi média háttérvizsgálatot végezni, nagyban befolyásolja a betöltendő munkakör jellege is. Az is a szükségesség követelményéhez kapcsolódhat, hogy mikor végzi el a munkáltató a vizsgálatot: a munkaerőfelvétel kezdeti szakaszában, vagy amikor már leredukálták a jelentkezők létszámát.

A **pontosság** elve akkor nem érvényesül, ha a kezelt adatok nem felelnek meg a valóságnak, ha nem teljesek, vagy ha rossz kontextusban értelmezik őket.⁴ Ezen elv kapcsán több kihívás is felmerül. Például szerepet játszhat a jelentkező azonosításakor: amennyiben több azonos nevű felhasználó (pl.: Kovács Péter) is megtalálható ezen platformokon, felmerülhet annak esélye, hogy összetéveszti őket a munkáltató. Ha a munkáltató egy másik felhasználó online jelenlétét a jelentkezőnek tulajdonítja, az egyértelműen sérti a pontosság elvét. A másik felmerülő probléma, hogy a közösségi médiából nyert adatok könnyen félreértelmezhetők, nem egyértelmű, hogy azokból milyen következtetést lehet levonni.

PÉLDA

Nem egyértelmű, hogy a munkáltató milyen következtetést von le abból, hogy egy jelentkező jelen van-e a közösségi médiában, vagy sem. Értelmezheti ezt úgy, hogy az illető nem rendelkezik a megfelelő technológiai tudással ahhoz, hogy ezeket az oldalakat használja, vagy értelmezhető fokozott körültekintés jeleként, miszerint éppen azért nem használja ezeket az oldalakat, mert tudatosan figyel a magánszférájára.⁵

³ WP29 (2001) *Opinion 8/2001 on the processing of personal data in the employment context*. 5062/01/EN/Final WP 48. 4. p., 21. p., 25. p.; WP29 (2017) *Opinion 2/2017 on data processing at work*. 17/EN WP 249., 7. p.

⁴ Rücker, Daniel – Kugler, Tobias (szerk.): *New European General Data Protection Regulation. A Practitioner's Guide*. C.H. Beck, Hart, Nomos, München, Oxford, Baden-Baden, 2018, 68. P.

⁵ Moreira, Teresa Coelho: *The Digital To Be or Not To Be: Privacy of Employees and the Use of Online Social Networks in the Recruitment Process*. *GSTF International Journal of Law and Social Sciences (JLSS)* 2 (2), 2013, 77. p.

Emellett szintén a pontosság elvét sértheti, hogy gyakran a tartalmat eredetileg egy másik közönségnek szánták a felhasználók. Ilyen esetnek minősül, amikor a felhasználó téved az adatvédelmi beállítások használatát illetően és nyilvánosan közzétesz egy tartalmat, amiről úgy gondolja, hogy csak az ismerősei számára elérhető. De ide tartoznak a barátok közötti „inside joke”-ok, melyek kívülálló (a munkáltató) általi (félre)értelmezése rossz színben tüntetheti fel a jelentkezőt.

ÉRDEKESÉG

Szélsőséges esetben az is előfordulhat, hogy más felhasználók hamis profilokat hoznak létre a jelentkezőről, annak érdekében, hogy csökkentsék az illető munkavállalási esélyeit. Erről számolt be egy tanulmány,⁶ felhívva a figyelmet arra a jelenségre, miszerint főiskolai hallgatók körében fordult elő az, hogy szándékosan hamis profilt hoztak létre azon évfolyamtársaik számára, akikre konkurenciaként tekintettek az álláskeresés során. Ezekre a profilokra pedig kompromittáló információt töltöttek fel, hogy rontsák az illetőnek az esélyét az állás betöltésére – így növelve a saját esélyeiket. Amennyiben egy ilyen hamis profilra alapítja a munkáltató a döntését, akkor sérülnek az adatvédelmi alapelvek.

A **naprakészség** a munkaerő felvételi eljárásban azt jelenti, hogy a döntés nem alapítható elavult információra. Ugyanakkor sok esetben a felhasználók évek óta használják a közösségi médiát – ami akár évekre visszamenően tartalmazhat személyes adatokat a tevékenységükről, amely nem áll összefüggésben a jelenben való alkalmasságukról a pályázott állás vonatkozásában. Szélsőséges esetben ez azt is jelentheti, hogy egy egyébként tökéletes jelentkezőt egy illuminált állapotot megörökítő egyetemi party fotó miatt nem vesznek fel évekkel később a vágyott állásra.

ÁTLÁTHATÓSÁG ELVE ÉS AZ ÉRINTETTI JOGOSULTSÁGOK: A LÁTHATATLAN KERESÉSEK PROBLEMATIKÁJA

Az átláthatóság elvének érvényesülése és az érintetti jogok gyakorlásának terén kiemelő, hogy az esetek többségében a munkáltató által végzett közösségi média háttérvizsgálatok láthatatlanok maradnak. Ez azt jelenti, hogy a munkáltató megtekinti a jelentkezőről a közösségi médiában nyilvánosan elérhető adatokat – mely vizsgálat ténye a jelentkező számára ismeretlen marad. Ebben az esetben sérül az **átláthatóság**

⁶ Byrnside, Ian: Six Clicks of Separation: The Legal Ramifications of Employers Using Social Networking Sites to Research Applicants. *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law*, 10(2), 2008, 471. p.

követelménye, mivel a jelentkező nem tud arról, hogy személyes adatait kezelik-e és pontosan miként.

ÉRDEKESSÉG

A munkáltató nem csak úgy tud hozzáférni a jelentkező közösségi média profiljához, hogy megtekinti a számára is nyilvánosan elérhető adatokat. A gyakorlatban előfordul egyéb módszerek alkalmazása is: ide tartozik a profil feltörése, a jelszó elkérése, a jelentkező utasítása arra, hogy változtassa meg az adatvédelmi beállításokat, a jelentkező utasítása arra, hogy fogadja el a munkáltató ismerősnek jelölését.⁷

A jelentkező által választott adatvédelmi beállítások használatának a kijátszása azonban nem összeegyeztethető az adatvédelmi követelményekkel.

A NAIH szerint önmagában nem minősül jogszerűtlennek, ha a munkáltató ezeket a nyilvánosan elérhető információt megtekinti. Ugyanakkor tekintettel kell lennie az egyéb adatvédelmi követelmények teljesülésére. Különösen fontos az érintettek tájékoztatása az adatkezelésről. Ugyanis, ha a jelentkezőnek nincs tudomása arról, hogy adatkezelés történik, akkor az **érintetti jogosultságait** sem tudja gyakorolni – melyek így szükségképpen sérülnek. Ebben az esetben a jelentkező nem tud sem tájékoztatást kérni a személyes adatai kezeléséről, de nem tudja gyakorolni a helyesbítés jogát sem – mely különösen fontos lenne annak tükrében, hogy az adatok pontosságának elve gyakran megkérdőjeleződik a közösségi médiában.

E-REPUTÁCIÓ ÉS INFORMÁCIÓS ÖNRENDELKEZÉSI JOG

Bár a munkáltatót kötik az adatvédelmi rendelkezések, a keresések láthatatlansága miatt azonban különösen fontos, hogy a jelentkező is aktívan formálja az internetes jelenlétét. Az információs önrendelkezési jog ugyanis aktív szerepet biztosít az érintettnek az adatkezelések terén, és ezt egészítheti ki az, ha az érintett aktívan tesz azért, hogy a róla a közösségi médiában (interneten) fellelhető adatok azt a képet tükrözzék róla, amit ő szeretne (e-hírnév vagy e-reputáció).

⁷ Engler, Peter – Tanoury, Peter: Employers Use of Facebook in Recruiting. in: McIntosh, Dan (szerk.) – DRABIC, Ralph (szerk.) – HUBER, Kristina (szerk.) – VINOGRADOV, Igor (szerk.)– BASSICK, Michael (szerk.): *The Ethical Imperative in the Context of Evolving Technologies*. University of Colorado Leeds School of Business. Elérhető: <http://www.ethicapublishing.com/ethicalimperative.pdf> (Letöltés ideje: 2020. 09. 01.) 65-66. pp.; Park, Susan: Employee Internet Privacy: A Proposed Act that Balances Legitimate Employer Rights and Employee Privacy. *American Business Law Journal*, 51(4), 2014, 790. p.

KÖZÖSSÉGI MÉDIA ÉS ADATVÉDELEM A MUNKAERŐ FELVÉTELI ELJÁRÁSBAN

Bár tökéletes védelmet ez sem nyújt, a jelentkezőknek/felhasználóknak ajánlott rendszeresen *felülvizsgálni az adatvédelmi beállításait*, hogy biztos csak az a felhasználói kör férjen hozzá a tartalomhoz, akit ő szeretne. Emellett érdemes beírniuk *saját nevüket* a közösségi oldal (vagy az internetes keresőmotor) keresőjébe, hogy tisztában legyenek azzal, hogy milyen online adatok érhetők el róluk. Amennyiben pedig olyan tartalmat találnak, amelyről úgy gondolják, hogy nem a legjobb színben tünteti fel őket a munkaerő felvételi eljárásban, akkor érdemes gondoskodni az adott tartalom *törléséről, törltetéséről*.

ÉRDEKESSÉG

Az e-hírnév terén a felhasználók már cégekhez is fordulhatnak, akik az ügyfél internetes jelenlétével foglalkoznak. Az általuk nyújtott szolgáltatások között szerepel tipikusan a közösségi média tevékenység áttekintése, tartalom létrehozása, tartalom eltávolíttatása, a keresőmotorok találatainak az optimalizálása és a krízismenedzsment.

TANANYAG



- Kajtár Edit – Brno Mestre: Közösségi hálózatok és a munkavállalók magánélethez való joga munkaviszony létesítése előtt: összehasonlító elemzés és megjegyzések. *Magyar Munkajog E-folyóirat* 2016/1, 10-28. pp. Elérhető: http://hllj.hu/letolt/2016_1/M_02_Kajtar_Mestre_hllj_2016_1.pdf

AJÁNLOTT IRODALOM/FORRÁSOK



- Lukács Adrienn: Pre-employment and Data Protection in Hungary: the Main Issues Regarding Social Networking Sites and Hiring. In: Ljubomir, Stajid (szerk.) *Harmonizacija srpskog i mađarskog prava sa pravom Evropske unije = A szerb és a magyar jog harmonizációja az Európai Unió jogával = Harmonisation of Serbian and Hungarian Law with the European Union Law* Újvidék, Szerbia: Újvidéki Jogtudományi Kar, Kiadói Központ, (2016) 543-558. pp.
- Byrnside, Ian: Six Clicks of Separation: The Legal Ramifications of Employers Using Social Networking Sites to Research Applicants. *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law* 10, sz. 2, 2008, 445–477. pp.

ELLENŐRZŐ KÉRDÉSEK



1. Miért lehet érdekelt a munkáltató a jelentkező közösségi profiljainak megtekintésében? Milyen információhoz juthat hozzá ily módon?
2. Hogyan mosódik össze a munka és magánélet a jelentkező közösségi média profilján?
3. Mely jogalapok alkalmazása merülhet fel?
4. Mely adatvédelmi jogosultságok sérülhetnek és milyen módon, ha a munkáltató a közösségi médiához folyamodik a munkaerőfelvételi eljárásban?
5. Milyen kihívásokat vethetnek fel a „láthatatlan keresések”?
6. Kell-e alkalmazni az adatvédelmi követelményeket a közösségi médiára? Mit mind ki a NAIH a közösségi média munkaerő-felvételi eljárásban történő alkalmazásáról? Milyen feltételeknek kell megfelelnie?

FELADATOK



1. Milyen lépéseket tehet meg a felhasználó, ha olyan tartalom érhető el róla a világhálón, ami szerinte kedvezőtlenül hat a munkavállalási esélyeire és szeretné azt eltávolítani? Mire érdemes figyelnie a jövőben?