

**A Budapesti Békéltető Testület
2/2017. számú ajánlása
az internet használata körében tanúsítandó körültekintő fogyasztói
magatartásról**

1. Vegyék figyelembe a fogyasztók, hogy a különböző közösségi oldalak (Facebook, Twitter, stb.) és az internetes keresők használata is ugyanolyan megkötött szerződésnek minősül, mintha a való életben írtak volna alá egy jogi dokumentumot a másik féllel. Ebből pedig ugyanúgy jogok és kötelezettségek származnak a fogyasztóra, és az oldalt üzemeltető vállalkozásra nézve is! Ne sajnálják a fáradságot és ismerjék meg a közzétett és nyilvános általános szerződési feltételeket – sokan nem is gondolnák, hogy mibe mennek bele az ÁSZF-ek elfogadásával.

2. Annak tudatában járjanak el a fogyasztók a közösségi oldalak és a keresők használatakor, hogy azok folyamatosan összesítik és gyűjtik az adatokat a felhasználókról, legyen szó például életkorukról, nemükről, tartózkodási helyükről, a közösségi oldalon az adatlapjukon megadott adatokról, bármilyen bejegyzés kedveléséről vagy megosztásáról, és az egyéb internetezési szokásaikról, így például arról, hogy milyen weboldalakat néznek meg! Ezek alapján a fogyasztókat különböző típusokba sorolják a szerint, hogy feltehetően milyen terület iránt érdeklődnek, tehát melyek az érdeklődési köreik. Erre hirdetési célokkal vagy a szolgáltatások fejlesztése érdekében kerül sor általában, ezekről bárki tájékozódhat a közösségi- és az internetes kereső oldalakon közzétett adatvédelmi szabályzatokban.

3. Ne feledjék, még a bejelentkezés előtt és a kijelentkezés után sem marad feltétlenül rejtve, hogy mely internetes oldalakat keresték fel és akkor is folyhat az adatgyűjtés! Már évek óta léteznek olyan informatikai megoldások, amelyek szabad szemmel nem láthatóak vagy érzékelhetőek, és beépítik őket az adott weblapba. Ha ilyen címekre kattintanak a fogyasztók, akkor olyan, mintha például magát a közösségi oldalt keresték volna fel! A számítógépeken ugyanis kisméretű fájlok (az úgynevezett cookie-k: „süti”) gyűjtik ezeket az adatokat és ez által is mód nyílik az internet-használati szokások feltérképezésére. Lehetőség van ugyanakkor az egyes böngészőkben ennek letiltására, éljenek ezzel a fogyasztók!

4. Mellőzzék a fogyasztók a közösségi oldalakon megjelenő hirdetésekre történő közvetlen válaszadást vagy ehhez hasonló kapcsolatfelvételt! A válaszüzenetekben a hirdetésre való hivatkozással, annak kedvelésével, megosztásával vagy akár a hozzászólással adott esetben olyan különleges és bizalmas adatokat adhatnak át akaratukon és tudtukon kívül a hirdető vállalkozásnak, amelyeket egyáltalán nem osztanának meg egy idegennel! Ilyen információ lehet például saját vagy családjuk, rokonaik, barátaik anyagi helyzetére, egészségi állapotára vonatkozó adat vagy az arra nézve levonható következtetés.

A hirdető vállalkozások ugyanis akár több ezer, előre megadott kulcsszó közül válogathatnak akkor, amikor megadják a hirdetések célcsoportját, azaz, hogy milyen érdeklődési területtel rendelkező fogyasztókat keresnek. A cégek hirdetőfelületein nem látszik az, hogy kik előtt jelent meg a hirdetés pontosan, viszont, **ha a fogyasztó arra reagál közvetlenül (kedveli, hozzászól, megosztja, a hirdetésre hivatkozva üzenetet küld, stb.), akkor már adott esetben név szerint is értesülhetnek a vállalkozások arról, kinél jelent meg a hirdetés, azt pedig tudják, hogy a feladásnál korábban milyen érdeklődési köröket adtak meg pontosan. A**

különböző kulcsszavak között pedig több ezer, például az egyes fontosabb életeseményekre, családi állapotra, de akár a betegségekre, anyagi helyzetre vonatkozó kulcsszó szerepel, amelyből már akár információ vagy következtetés vonható le a fogyasztókra nézve.

5. Használják felelősségteljesen a fogyasztók a közösségi- és az internetes keresőoldalakat és figyeljenek oda személyes, bizalmas adataik védelmére! A világhálón azokat bárki megismerheti, ha nem kellően elővigyázatosak. Módosítsák adatlapjaikon a hirdetési beállításokat, ennek érdekében állítsák be minimálisra a róluk gyűjthető adatok körét, távolítsák el az automatikusan beállított érdeklődési köröket, tiltsák le a szolgáltatói helymeghatározás lehetőségét! Használjanak olyan úgynevezett „adblocker” alkalmazást, amely meggátolja, hogy adatokat gyűjtsenek róluk, akár a közösségi oldalról történt kijelentkezést követően is. Tiltsák le emellett a sütitket az általuk használt internetes böngészőben!

6. Legyenek tisztában azzal, hogy az egyes hirdető vállalkozások bármikor feltölthetik saját ügyfélkörük adatait a közösségi oldalakra, amelyek ezeket egybevetik és megfeleltetik a regisztrációval rendelkező fogyasztók körének. Ennek lehetősége már régen adott. Azonban ez a magatartás akár jogszabálysértő is lehet akkor, ha a fogyasztók nem adták hozzájárulásukat adataik ilyen célból történő kezeléséhez!

7. Ne mulasszák el a fogyasztók a kellő körültekintést akkor sem, ha a közösségi oldalakon vásárolnak egy hirdető személytől! Ez ugyanolyan rendelésnek számít, mintha külön egy erre szakosodott weboldalt keresnének fel, épp ezért nem lehet eltekinteni annak az elvárható tudatosságnak a tanúsításától, mint amikor egy webáruházból vásárolnak!

8. Győződjenek meg a fogyasztók arról, mielőtt egy közösségi adatlapról rendelnének, hogy az eladó magánszemély vagy pedig egy vállalkozás, hiszen csak utóbbi esetben lehet például – bizonyos kivételekkel – visszaküldeni az árut tizennégy napon belül! Ellenőrizték ezért, hogy tényleg kereskedőként jár-e el, mielőtt bármilyen pénzt átutálnak egy ismeretlennek! Ha nem biztosak ebben, nyugodtan kérdezzenek erre rá egy üzenetben, mivel, ha komoly az eladási szándék és megbízható az eladó, úgy nem marad a kérdésük válasz nélkül!

9. Ha az eladó fél a közösségi oldalon tényleg egy kereskedő, ellenőrizték a fogyasztók azt is, hogy milyen adatokat ad meg magáról! Ne kössenek szerződést, ha még egy cégnév, postacím sem áll rendelkezésre és például csak egy e-mail cím szerepel megadott elérhetőségként! A vállalkozásoknak ugyanis már előzetesen tájékoztatást kell adni a fogyasztók számára nevükről, székhelyük postacíméről, és – ha azzal rendelkeznek – a telefonszámukról, a telefaxszámukról és az elektronikus levelezési címükről is.

10. Az előreutalással történő fizetés különösen a közösségi oldalakon való vásárláskor nagy kockázatot hordoz, ezért lehetőleg mellőzzék ezt a fizetési formát! Az utánvétes fizetési mód biztonságos, hiszen ezzel akkor fizetnek csak, amikor a terméket már kézhez kapták!

11. Járjanak utána annak is a fogyasztók, hogy a közösségi oldalon hirdető kereskedő rendelkezik-e külön internetes honlappal, ahol értékesítési céllal szerepeltet több terméket! Ez ugyanis komolyabb értékesítési szándéokra enged következtetni. Tartsák észben viszont azt is, hogy ma már bárki készíthet pár ezer forintért webáruházat, akár

néhány kattintással. Használják ki ezért az internet nyújtotta lehetőséget és ellenőrizték ezt le!

12. A későbbi kellemetlen meglepetések elkerülése érdekében ne mulasszák el megismerni a vállalkozás közösségi oldalán közzétett általános szerződési feltételeket! Sokszor például az ígért kiszállítási idő akár több tíz munkanapot is igénybe vehet!

13. Közösségi oldalon történő vásárlás előtt ellenőrizték le azt is a fogyasztók, hogy a többi felhasználó milyen bejegyzéseket tett ott közzé, és nézzék meg szintén, hogy az egyes megosztásokhoz milyen tartalmú hozzászólások érkeztek! Akik már korábban pórul jártak vagy más negatív tapasztalatuk volt, beszámolnak rendszeresen ezekről, így például arról, ha nem kapták meg a megrendelt és kifizetett terméket.

14. Az internet világában emellett is sokféle veszély leselkedik a fogyasztókra, így számtalan csalás, átverés áldozatává válhatnak, ha óvatlanok! Egészséges gyanakvással kezeljék a hihetetlennek tűnő állításokkal történő marketinget és weboldalakat, de akkor is legyenek körültekintőek, ha első látásra az adott e-mail üzenet a mobilszolgáltatójuktól vagy éppen a bankjuktól érkezett és adategyeztetésre felhívásról szól! Csalók sokszor ezt a módszert vetik be annak érdekében, hogy a személyes, például a bankszámlára vonatkozó adatokat megszerezzék és így okozzanak kárt a fogyasztóknak! **A tört magyarsággal megfogalmazott, adategyeztetésre hívó e-mailek és ennek érdekében egy adott internetes link szerepeltetése esetén szinte biztos, hogy veszélyes üzenetről van szó!**

15. Az online aukciós piacterek, árverési és apróhirdetési oldalak esetében is járjanak el a fogyasztók a kellő körültekintéssel! Annak tudatában használják ezeket, hogy bizonyos hirdetési szolgáltatások igénybe vétele már fizetős lehet és nem feltétlenül díjmentes minden, az adott oldal által a fogyasztók számára biztosított lehetőség! Az általános szerződési feltételek ismerete elengedhetetlen ez esetben is, ezért ismerjék meg azt a használat előtt!

Ne hagyják figyelmen kívül, hogy ezek az oldalak kikötik rendszerint azt a lehetőséget, hogy kitiltják a fogyasztót akkor, ha a rendeltetésellenes használatra vagy éppen a biztonsági kockázatra utaló magatartással találkozunk. Ilyen lehet például adott esetben az, ha a fogyasztó egy olyan gépről próbál regisztrálni, ahonnan korábban már egy másik felhasználót kitiltottak!

Mindezek mellett ne menjenek bele egy vásárlásba anélkül itt sem, hogy tudnák, magánszemélyről vagy kereskedőről van-e szó, hiszen az utóbbi esetében sokkal több fogyasztóvédelmi lehetőségük van! Lehetőleg fizessenek utánvéttel. Tartsák észben, hogy ha szánt szándékkal megtévesztették őket, és így okozott anyagi kárt a másik fél az eladás során, például a fizetés ellenére nem küldte el a terméket, akkor az akár bűncselekménynek is minősülhet, amely miatt feljelentést lehet tenni!

16. Ne feledjék a fogyasztók, hogy az Európai Unióban, így Magyarországon is rendkívül szigorú adatvédelmi követelmények vannak érvényben! Ha úgy vélik, hogy személyes adataikat (az emberi arckép is ennek minősül) megsértette valamelyik vállalkozás az interneten, különleges jogaik vannak, így például kérhetik az adat törlését, helyesbítését vagy tiltakozhatnak az adatkezelés ellen! Amennyiben írásos bejelentést követően sem orvosolják a problémát, bírósághoz vagy a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatósághoz fordulhatnak jogorvoslatért! 2018. május 25-től

pedig még szigorúbb adatvédelmi előírások érvényesülnek az új európai uniós rendeletben, amely már megoldást jelenthet arra a problémára is például, hogy egyes közösségi oldalakat, internetes keresőket az Európai Unión kívül üzemeltetnek bizonyos vállalkozások. **Az ilyen közösségi oldalak, keresők esetében szintén lehet jelezni közvetlenül, már most is, ha az adataikkal kapcsolatban visszaélést tapasztaltak, így például kérhetik a fogyasztók, hogy a nevüket tartalmazó keresési találatot távolítsák el!**

Ugyanakkor a fogyasztók a közösségi oldalak használatakor maguk is legyenek tisztában azzal, hogy **a más felhasználókat ábrázoló képeknek a jogosulatlan felhasználása, vagy akár a sértő tartalmú hozzászólások jogszabályba ütközhetnek, és adott esetben büncselekményt valósíthatnak meg! Tartsák tiszteletben a fogyasztók egymás jogait a közösségi oldalakon is,** egy-egy ott tett megnyilvánulás olyannak számít, mintha azt a való életben közölték volna a címzettel, amelyről viszont a világhálón és a közösségi oldalon akár bárki értesülhet!

17. Az egyes vírusok, trójai- és kémprogramok komoly károkat tudnak okozni a számítógépen tárolt személyes adatokban, amelyek így akár illetéktelen kezekbe is kerülhetnek! Használjanak ezért a fogyasztók víruskeresőt és más, ezek kivédésére szolgáló biztonsági programokat, amelyek ma már nagy számban, ingyenesen érhetőek el! Ha sok, számukra értékes adatot tárolnak, **ne mulasszanak el arról biztonsági mentést készíteni, mivel probléma esetén ez nagy segítséget jelenthet az elveszett, törlődött vagy éppen a vírus által kódolt adatok visszanyerése érdekében!**

Indokolás:

I. A Budapesti Békéltető Testület (a továbbiakban: Testület) a fogyasztók és a vállalkozások közötti gyakori és jelentős problémákra vonatkozó információkat közzéteszi, és ezek mellé ajánlásokat tesz annak érdekében, hogy a jövőben az ilyen problémák elkerülhetőek vagy megoldhatóak legyenek anélkül, hogy a felek között hosszú ideig elhúzódó jogvitára kerülne sor.

Ugyanakkor az érintett fogyasztóvédelmi információk tartalma sosem állandó és az a tudomány, technika mindenkori állása szerint változhat, fejlődik. A digitális világ térnyerésével és az internet használatának a fogyasztók, vállalkozások körében való széles elterjedésével a fogyasztók és vállalkozások között olyan fogyasztóvédelmi problémák alakulnak ki, amelyek a hagyományos, bolti értékesítés keretében egyébként fel sem merülhetnek.

A fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény (Fgytv.) preambuluma értelmében továbbá a biztonságos áruhoz és szolgáltatáshoz, hatékony jogorvoslathoz való jog mellett a fogyasztóvédelem fókuszába kerül a vagyoni érdekek védelme, valamint a megfelelő tájékoztatáshoz való jog is. Ennek érdekében indokolt ezért azokra az újabb, már említett problémákra szintén kitérni és ajánlást tenni a megoldásuk érdekében, amelyek az internet használata körében merülhetnek és merülnek fel a fogyasztók és vállalkozások között.

Mind a fogyasztók, mind pedig a vállalkozások körében népszerűnek számítanak az egyes közösségi oldalak, természetesen más szempontok miatt. Míg a fogyasztók az új közösségi kapcsolatok kialakítása, egyszersmind a meglévő kapcsolatok ápolása és erősítése, ezzel együtt a számukra releváns információkhoz való hozzájutás miatt használják ezeket az oldalakat, addig a vállalkozások a már meglévő vásárlóik megtartása, illetve további,

potenciális vásárlói kör szerzése miatt használják ezeket a felületeket, és ott reklámozzák termékeiket, szolgáltatásokat, azokat hirdetik.

A közösségi oldalak tehát nem csak és kizárólag a fogyasztók közötti, szociális kapcsolattartás céljából kerültek létrehozásra, hanem az az egyes cégek szempontjából hatalmas gazdasági potenciállal bír, amelynek köszönhetően fogyasztók százezreit, sőt millióit érhetik el pusztán néhány kattintással a hirdetéseikkel.

Ugyanez igaz azokra az internetes keresőmotorokra is, amelyeket szintén különböző vállalkozások üzemeltetnek és amelyek ismét csak népszerűek a fogyasztók körében. Általuk könnyen rákereshetnek - szó szerint - minden, az éppen aktuális érdeklődésük tárgyát képező kulcsszóra, kulcsszavakra. Ez, különösen a XXI. században kiemelt jelentőséget kap, figyelemmel arra, hogy a megszerzett információk - a tájékozottság javítása mellett - javíthatják magát a fogyasztói életminőséget is, így például az egyes, a hétköznapi életben alkalmazott megoldásokat, szokásokat, gyakorlatokat az új módszerek által jelentősen leegyszerűsíthetik, megkönnyíthetik vagy éppen költséghatékonyabbá tehetik azokat.

A Budapesti Békéltető Testülethez érkező kérelmekből az is kitűnik, hogy a fogyasztók ténylegesen használják is ezeket az új megoldásokat. Így, ma már a közösségi oldalak olyan közismert csatornák a körükben, amelyeket felhasználnak vásárlásra és ezáltal arra, hogy személyes szükségleteiket így elégítsék ki. Ennek folytán pedig a közösségi oldalak használata új értelmet nyer esetükben, és az is látszik, hogy nem számolnak az ezekből eredő esetleges kockázatokkal.

II. Ha a fogyasztók a fentiek szerint a közösségi oldalakat vásárlásra használják fel, nem lehet eltekinteni attól a tudatosságtól, mint amelyet alapesetben egy webáruházból történő rendelésnél sem lehet mellőzni a későbbi, kellemetlen meglepetések elkerülése érdekében.

A fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet (a továbbiakban: Korm. rendelet) 4. § 10. pontja értelmében az ilyen értékesítési mód keretében megkötésre kerülő fogyasztói szerződés (fogyasztó és vállalkozás közötti szerződés) ugyanúgy távollévők között kötött szerződésnek minősül, mintha a fogyasztó egy vállalkozás webshopjából vásárolt volna. Következésképp, ez esetben is széleskörű, előzetes tájékoztatási kötelezettség érvényesül a Korm. rendelet 11. §-a értelmében, ide tartozik többek között a vállalkozás nevééről, székhelyének postai címéről, és – ha azzal rendelkezik – a telefonszámáról, a telefaxszámáról és az elektronikus levelezési címéről szóló tájékoztatás.

Ennek ellenére a fogyasztók a közösségi oldalokról történő vásárláskor, ha a megrendelés egy ott található adatlapról, például a közösségi oldalon váltott üzenetek útján történik, rendszerint nem tanúsítanak kellően körültekintő magatartást. Így például nem néznek utána annak, hogy az eladó másik fél magánszemélyként hirdeti termékét vagy épp vállalkozásként jár el. Ugyanakkor ez épp azért bír nagy jelentőséggel, mert utóbbi esetben sokkalta szélesebb körű fogyasztóvédelmi jogok és lehetőségek illetik meg a fogyasztót, így például, ha a kézhez kapott termék hibás, akkor vállalkozástól történt vásárlás esetében, a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény (a továbbiakban: Ptk.) 6:158. §-a értelmében az ellenkező bizonyításáig vélelmezni kell, hogy a teljesítést követő hat hónapon belül a fogyasztó által felismert hiba már a teljesítés (azaz a kézhezvétel) időpontjában megvolt (kivéve, ha e vélelem a dolog természetével vagy a hiba jellegével összeegyeztethetetlen. A Korm. rendelet 20. § (1)-(2) bekezdései értelmében pedig távollévők között kötött szerződés

esetén a fogyasztó az átvételtől számított tizennégy napon belül - bizonyos kivételekkel - meggondolhatja magát és visszaküldheti a terméket, azaz elállhat indokolás nélkül a szerződéstől. Ez esetben a kereskedőnek kötelessége a fogyasztó által kifizetett teljes összeget megtéríteni, a fogyasztó pedig a visszaküldés költségét állja.

Ugyanakkor a fenti lehetőségek egyáltalán nem illetik meg a fogyasztókat akkor, ha csupán egy magánszemélytől (másik fogyasztótól) vásárolnak, azaz a Ptk. 8:1. § 3. pontja alapján egy olyan természetes személytől, aki a szakmája, önálló foglalkozása vagy üzleti tevékenysége körén kívül jár el.

A Budapesti Békéltető Testület tapasztalatai szerint amellett, hogy a fogyasztók a közösségi oldalakról történő vásárláskor nem győződnek meg kellőképpen az eladó másik fél személyéről és arról, miszerint az magánszemélyként vagy vállalkozásként jár-e el, utóbbi esetben annak általános szerződési feltételeit sem ismerik meg kellőképpen. A fogyasztói beadványokban többször előfordult például, hogy csak később derült ki a kérelmező számára, hogy a közösségi oldalon az adatlapon elhelyezett tájékoztatás szerint akár negyven-hatvan munkanapot is várnia kell a megrendelt termékekre, mivel ennyi volt az ott feltüntetett kiszállítási idő. Ez igaz volt arra az esetre is, ha csupán néhány ezer forintos tételről volt szó.

Ugyanakkor az általános szerződési feltételek átolvasása már sokszor önmagában is segítségül lenne számukra a tudatos döntés meghozatalában, hiszen például a vállalkozások esetében korábban említett, kötelező tájékoztatás körébe eső információk hiánya esetén a szerződéskötés mellőzése javasolt, mivel az gyanúra adhat okot.

III. Többször előfordult emellett olyan eset is, hogy a fogyasztók leírták kérelmükben, miszerint szándékos csalás áldozatai lettek álláspontjuk szerint, mivel a megrendelést követően, annak ellenére, hogy sor került a termék vételárának átutalással való kiegyenlítésére, egyáltalán nem kapták meg a közösségi oldalról megrendelt árucikkeket. Sőt, miután jelezték panaszukat a közösségi oldalon írt üzenetben a másik félnek, előfordult, hogy az a közösségi oldal lehetőségeivel élve a nevét megváltoztatta, így például a korábbi női eladó helyett immár egy férfi adatlapját találták a korábbinak a helyén, amellett, hogy a panaszra válasz egyáltalán nem érkezett.

Arról viszont már csak később értesültek - például a közösségi oldalon tett bejegyzésekből, hozzászólásokból -, hogy mások is hasonlóképpen kárt szenvedtek és hasonló, negatív tapasztalatokra tettek szert.

Tehát itt sem nélkülözhető a tudatos fogyasztói magatartás, különösen, hogy az internet világában már számos olyan lehetőség rendelkezésre áll, amellyel a korábbi vásárlói tapasztalatoknak utána lehet nézni. A fogyasztók ugyanis megosztják azt, például a közösségi oldalakon tett bejegyzésekben, az oldaltól való értékelésekben, vagy más hozzászólásokban, de akár külön internetes fórumokon vagy blogokon megtett bejegyzések útján vagy ehhez hasonló csatornákon, ha félrevezetésre, megtévesztésre utaló magatartást tapasztaltak.

IV. A Budapesti Békéltető Testület előtti ügyekből az is jól látszik, hogy az online aukciós piacokkal, árverési- és apróhirdetési oldalakkal kapcsolatos fogyasztói kérelmekkel összefüggő tapasztalatok hasonlatosak az előzőekben előadottakhoz.

Így sokan nem győződnek meg itt sem arról, hogy az eladó fél magánszemélyként vagy vállalkozásként járt-e el, amely ismét abból a szempontból bír nagy jelentőséggel, miszerint a

megrendeléssel, például a termék hibájával kapcsolatos fogyasztóvédelmi probléma esetén a fogyasztó milyen jogokat érvényesíthet. Több olyan példát találni a fogyasztói kérelmek között, amely szerint elmaradt a termék kiszállítása, és a fogyasztó nem kapta meg a megrendelt árucikket vagy az, hogy megtörtént ugyan a kiszállítás, de az árucikk összetörve érkezett meg, vagy pedig, hogy nem mindegyik megrendelt termék volt benne a megkapott csomagban (annak ellenére, hogy a kialakított vételárát rendezte teljesen a fogyasztó). Az ilyen és ehhez hasonló esetekben, ha a másik fél szándékosan tévesztette meg a fogyasztót azért, hogy tőle pénzt csaljon ki és ezzel kárt okozott, akár a csalás bűncselekményének gyanúja is felmerülhet, ez büntetendő a Büntető Törvénykönyvről szóló 2012. évi C. törvény 373. § (1) bekezdése szerint.

Szintén az online aukciós piacterekkel, árverési- és apróhirdetési oldalakkal összefüggő probléma, hogy a fogyasztók az üzemeltető weboldalak általános szerződési feltételeit, a használatra vonatkozó, közzétett tájékoztatásokat sem ismerik meg kellőképpen. Így nem egy fogyasztói kérelem miatt került benyújtásra, hogy a kérelmező abban a hitben volt, miszerint az adott, eladásra szánt árucikket hirdető szolgáltatás ingyenes, holott azért már fizetni kellett az érintett oldal ÁSZF-je szerint. Ugyancsak az is előfordult, hogy a fogyasztó azért nyújtott be kérelmet, mert az érintett online aukciós piacter kizárta a szolgáltatás igénybevételének lehetőségéből. Csak később derült ki számára a békéltető testületi eljárásban, hogy az üzemeltető vállalkozás fenntartotta magának azt a lehetőséget az általános szerződési feltételekben, hogy kizárja a felhasználót, ha biztonsági kockázatra utaló magatartással találkozik. Az történt ugyanis, hogy korábban az érintett számítógépről már egy másik felhasználót kitiltottak és a fogyasztó ugyanarról a kompjúterről próbálkozott egy új regisztrációval.

V. Mind a közösségi oldalak, mind pedig az egyes internetes keresők esetében rendszerint igaz az a megállapítás az üzemeltető vállalkozásokat tekintve, hogy folyamatosan adatokat gyűjtenek a fogyasztókról, legyen szó például a közösségi oldalak esetében arról, milyen bejegyzéseket osztanak meg és kedvelnek, milyen weblapokat látogatnak meg (akár a közösségi oldal vagy internetes kereső használata előtt vagy után is), de ide tartoznak ugyanúgy a közösségi profilon megadott információk, például a lakóhelyre vagy a nemükre vonatkozóan. Az így nyert információkat felhasználva a fogyasztókat a közösségi oldalak különböző érdeklődési területek szerint különböző típusokba és kategóriákba sorolják automatikusan, egy-egy előre megadott kulcsszó alapján.

A hirdető vállalkozások pedig a saját hirdetőfelületükön, amikor hirdetést adnak fel, megadhatják például, hogy a konkrét hirdetéssel milyen lakóhelyű, mely korcsoportba tartozó, milyen nemű fogyasztókat kívánnak elérni. Ugyanakkor az érintettekkel kapcsolatos további kategóriákat, azaz érdeklődési kört vagy köröket is beállíthatnak, például úgy, hogy a több ezer, előre megadott kulcsszó (érdeklődési kör vagy terület) közül kiválasztják, hogy a hirdetés pontosan milyen „érdeklődési körrel” rendelkező fogyasztók előtt jelenjenek meg. Mint arról már szó volt, ezeket az érdeklődési köröket a közösségi oldalak és internetes keresők az internet-használati szokások alapján automatikusan rendelik hozzá az egyes fogyasztók közösségi oldalon megtalálható adatlapjaihoz.

Így fordulhat elő az például, hogy adott esetben, ha a fogyasztó olyan weboldalakat látogat, amely számára érzékeny tartalommal bír, például egy betegséggel vagy nehéz anyagi helyzettel, családi életben bekövetkezett változással, életeseménnyel függ össze, a közösségi oldal nem válogat és akár ezekhez is „érdeklődési kört” rendel hozzá automatikusan. Fontos megjegyezni, hogy a vállalkozások a saját hirdetőfelületükön nem látják azt, pontosan név

szerint mely fogyasztók előtt jelent meg a hirdetésük, hanem csak arról értesülnek például, az hány fogyasztót ért el.

Akkor viszont, ha ez alapján a fogyasztó előtt (például a közösségi oldalon a hírfolyamában) megjelenik az adott hirdetés, és arra a fogyasztó közvetlenül reagál, így kedveli, megosztja, a hirdetésre hivatkozva üzenetet küld írásban a közösségi oldalon a hirdető vállalkozásnak, úgy ezzel már önkéntelenül is olyan érzékeny adatokat, vagy más, a személyére, családjára, baráti körére, ismerőseire vonatkozó, levonható következtetéseket hozhat adott esetben a vállalkozás tudomására, amelyeket egy idegennel egyébként sosem osztana meg. A hirdető cég ugyanis teljesen tisztában van azzal, hogy a hirdetési felületen milyen „érdeklődési köröket” adott meg (amely szinte bármi lehet, akár egy betegség megnevezése vagy bármilyen egyéb érzékeny témakör) és az előbb említett esetekben a fogyasztó tulajdonképpen felfedheti magát már azzal is, miszerint a hirdetésre reagál közvetlenül olyan formában, hogy neve ekkor már a vállalkozás számára észlelhető a közösségi oldalon keresztül. Jóllehet, például az egyik közösségi oldalon van olyan funkció, amellyel megtekinthető, hogy miért látja a fogyasztó az adott hirdetést, ugyanakkor az nem tartalmazza egyszerre az összes szóba jöhető okot (minden, a vállalkozás által beállított érdeklődési kört), és a fogyasztó számára érzékeny információk, érdeklődési területek rejtve maradhatnak.

Épp ezért nem nélkülözhető a közösségi oldalak és internetes keresők használata esetében sem a körültekintő magatartás, és ha a fogyasztók az ilyen és hasonló eseteket meg szeretnék előzni, indokolt a minimálisra korlátozni az üzemeltető vállalkozások által gyűjthető adatok körét az adatvédelmi vagy hirdetési beállítások között.

Meg kell jegyezni azt is ennek kapcsán, hogy e vállalkozások internetes honlapjain megtalálhatóak azok az információk (a szerződési feltételekben vagy adatkezelési szabályzatokban), miszerint hogyan és pontosan milyen irányelvek mentén kerül sor az adatgyűjtésre, milyen adatokat gyűjtenek, azokat hogyan kezelik, és a fogyasztóknak módjukban áll mindezekről előzetesen tájékozódniuk, ahogy arról is, hogyan emelhetnek kifogást az érintett üzemeltető vállalkozásnál az adatkezelést illetően. Érdemes ezért venni a fáradságot arra, hogy ezeket a szabályzatokat a felhasználók megismerjék.

VI. Mindezek mellett is, az internethasználat körében további számtalan veszély, így például vírusok, úgynevezett trójai falovak, más kémprogramok teremtik meg annak lehetőségét más, ártó szándékú felhasználók számára, hogy kárt tegyenek a fogyasztók számítógépében, korlátozzák az adataikhoz való hozzáférést vagy egyéb jogtalan hátrányt okozzanak számukra. Ezért érdemes az ennek kivédésére szolgáló biztonsági programokat telepíteni és használni, amelyek mostanság már bárki számára, ingyenesen hozzáférhetőek. Ugyanúgy érdemes az egyes e-mail címekre érkező elektronikus üzeneteket is egészséges gyanakvással kezelni, mivel előfordul, hogy például az adategyeztetésre hívó „álüzeneteket” alkalmaznak, amelyeket úgy állítanak be, mintha a fogyasztó bankjától vagy éppen hírközlési szolgáltatójától érkezett volna. Így próbálják meg kicsalni a fogyasztók személyes adatait, sokszor annak érdekében, hogy jogtalan haszonszerzésre tegyenek szert.

Ezeken túlmenően, a személyes adataikat (az érintettel kapcsolatba hozható adat – különösen az érintett neve, azonosító jele, valamint egy vagy több fizikai, fiziológiai, mentális, gazdasági, kulturális vagy szociális azonosságára jellemző ismeret –, valamint az adatból levonható, az érintettre vonatkozó következtetés) illetően szintén a kellő tudatossággal kell eljárniuk a fogyasztóknak, legyen szó akár a saját adataikról, akár pedig más felhasználók adatairól, amikor azokat más felhasználókkal osztják meg, a közösségi oldalakon általában

nyilvánosan. Személyes adatnak minősülhet például egy a felhasználót ábrázoló kép is, amelyen az felismerhető, és ennek pedig a jogosulatlan, például hozzájárulás nélkül történő felhasználása akár bűncselekményt is megvalósíthat adott esetben.

Ha azzal szembesülnek a fogyasztók, hogy adataikkal bármilyen módon visszaélt egy vállalkozás, engedély nélkül - kivéve a jogszabályon alapuló adatkezelést -, vagy pedig a hozzájárulásban engedélyezett céltól eltérően kezelik adataikat, az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról szóló 2011. évi CXII. törvény alapján kérhetik például adataik törlését, helyesbítését vagy az adatkezelés ellen tiltakozhatnak az adatkezelőnél. Ha erre nem kerül sor még az írásos bejelentést követően sem, akkor jogorvoslatért bírósághoz vagy a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatósághoz lehet fordulni.

Fontos egyúttal tudni azt is, hogy 2018. május 25-től már új európai uniós, kötelező adatvédelmi rendelet lesz alkalmazandó, amelyben még a jelenleginél is szigorúbb előírások fognak érvényesülni.

VII. A Budapesti Békéltető Testület a fentiek szerint azt javasolja a fogyasztóknak, hogy a 2/2017. számú ajánlásban foglaltaknak megfelelően körültekintően járjanak el az internet használata során.

Budapest, 2017. augusztus 10.



Dr. Baranovszky György
elnök
Budapesti Békéltető Testület