

АКТУАЛНИ ПРОБЛЕМИ В РЕДАКЦИОННИТЕ И ИЗВЪНРЕДАКЦИОННИТЕ СЪДЪРЖАНИЯ НА БЪЛГАРСКИТЕ МЕДИИ В КОНТЕКСТА НА GDPR

Радостина Михайлова

CURRENT PROBLEMS IN THE EDITORIAL AND NON-EDITORIAL CONTENT OF THE
BULGARIAN MEDIA IN THE CONTEXT OF GDPR

Radostina Mihaylova

Abstract: *The paper analyzes current problems in the handling of personal data in the media and the attempt of the Bulgarian legislation to synchronize the requirements under Regulation (EU) 2016/679 for the handling of personal data with the constitutional framework of the communication rights for freedom of expression and information, provided in Art. 39, 40 and 41, which also affect the freedom of media. Emphasis is placed on the latest amendment to the Bulgarian Personal Data Protection Act of 2019, which, among others, covers the requirements for the processing of personal data in journalistic content. In this regard, in relation to the Bulgarian media environment, several particularly broad problem areas which await their solution are commented on.*

Key words: *GDPR, media, CDMSI, Regulation (EU)2016/679, editorial contents, non-editorial contents*

DOI: <https://doi.org/10.46687/SJYF4791>

За целите на моето изложение ще се съсредоточа върху чл. 85 от Общия регламент за защита на личните данни (ОРЗД) (Reglament ES), познат и като Регламент (ЕС) 2016/679, който изисква от държавите членки на Европейския съюз да съгласуват със закон основното право за защита на личните данни с друго знаково право – това на свобода на изразяване и информация, което включва и обработването на данни за журналистически цели.

Според чл. 4, т. 1 от Общия регламент с *лични данни*, включително и когато става дума за работата на журналистите в медийните редакции, се означава всяка информация, свързана с идентифицирано физическо лице или физическо лице, което може да бъде идентифицирано пряко или непряко чрез име, ЕГН, данни за местонахождение, онлайн идентификатор или по един или повече признаци, специфични за физическата, физиологичната, генетичната, психическата, умствената, икономическата, културната или социалната идентичност на това физическо лице (субект на данни). Следва, че всяка информация от редакционно съдържание, която се отнася за личния и семейния живот на отразяваното от медиите лице, или пък е свързана с дейности, предприети от него, може да представлява лични данни, като изобщо не е задължително тази информация да е непременно вярна или доказана, за да се приема като лични данни. Тогава за целите на медийната практика можем да направим извода, че личните данни са информация, когато са обвързани с конкретно физическо лице, което е попаднало в обсега на внимание на медия или ресорен журналист по повод на някакво събитие.

Чл. 29 уточнява, че има свързаност на лицето с данните, когато те се отнасят до:

- ✓ неговата самоличност;
 - ✓ характеристиките или поведението на лицето
- или
- ✓ ако тази информация се използва, за да се определи или да се въздейства върху начина, по който това лице е третирано.

Общият регламент продължава европейската правна традиция, като очертава *специални категории лични данни*, които са особено чувствителни или оценени като такива (вж. по-подробно Toshkova-Nikolova, Feti 2019: 497-505). Тази връзка винаги има три елемента – съдържание, цел и резултат, които са независими един от друг и не се разглеждат в тяхната съвкупност.

Под *съдържание* се имат предвид ефектите от тази обработка и огласяването на биометрични данни, както и такива, които засягат здравния статус, сексуалния живот, имат отношение към расовия и/или етническия произход на лицето, политическите му възгледи, неговите религиозни или философски убеждения, членството му в синдикални организации, всякакви негови генетични и биометрични данни.

Под *резултат* от информацията може да се разбира въздействието ѝ върху интересите и правата на определеното лице, на което е посветен журналистическият материал. Резултатът е особено важен за журналистическата практика и изобщо за „шлейфа от ефекти”, който винаги – макар и в различна степен – предизвиква обществената комуникация по отношение на своите аудиторни сегменти.

За журналистическата практика е важно и самото *идентифициране* на отразяваните в медийния материал чрез лични данни персони, особено когато става дума за публични личности, защото отделни данни, когато умишлено се съберат заедно, също могат да доведат до идентифициране на конкретно публично (и не само публично) лице и в този смисъл също представляват лични данни (Nikolova 2016: 180-109), но тогава има опции правилата на списване на самото редакционно съдържание и неговото последващо публикуване да се нарушават.

Българското законодателство се опита да синхронизира изискванията по Регламент (ЕС) 2016/679 за боравене с лични данни с конституционната уредба на комуникационните права за свобода на изразяване и информация, залегнали в чл. 39, 40 и 41, които засягат и свободата на медиите (вж. по-подробно Mateeva 2020; Topchiyska 2017: 202-2013).

В отговор на това изискване е последната поправка в българския Закон за защита на личните данни (ЗЗЛД). Неговите промени от 2019 г. (ZZLD) отразяват новата правна рамка на ЕС чрез създаването на Глава IV „а“ – *Общи правила при обработване на лични данни. Особени случаи на обработване на лични данни*, в която са урегулирани сферите, по които ОРЗД изисква или дава възможност за допълнителна национална уредба. В нея са описани и критериите и изискванията при обработката на лични данни за целите на журналистическата дейност (Ognyanova 2014: 432-435).

В чл. 25з, ал.1 е постановено, че обработката на лични данни за журналистически цели е законосъобразна само когато е зачетена неприкосновеността на личния живот, като винаги се отчита балансът между правото на защита на личния живот и конституционното право на свобода на изразяване и информация.

В ал. 2 (след дълъг дебат, който в крайна сметка доведе до вето от страна на президента, което трябваше допълнително да бъде преодоляно) са добавени и конкретни критерии за преценка на този баланс с уточнението, че те не се прилагат кумулативно, а съотнесено към конкретния случай:

- ✓ администраторът (вкл. журналистът, медията) да отчита дали обработването засяга „обикновени“ или специални лични данни;
- ✓ какво влияние (въздействие) върху личността ще окаже тяхното разкриване;
- ✓ при какви условия и обстоятелства са събрани конкретните лични данни от страна на ресорния журналист;
- ✓ доколко личните данни биха представлявали обществен интерес;
- ✓ дали лицето, което журналистът отразява, е със занижена (каквито са публичните личности) или повишена (каквито са някои уязвими групи) правна защита на личната си неприкосновеност;
- ✓ дали отразяваната в журналистическия материал личност сама ги е предоставила;
- ✓ каква е целта, съдържанието, формата и последиците на изявлението, с което се упражнява свободата на изразяване и правото на информация;
- ✓ дали това изявление не накърнява дори и в минимална степен човешкото достойнство и др.

Факт е, че съгласно с чл. 4, ал. 2 и чл. 32, ал. 1, изр. 2 от Конституцията на Република България остава законовата възможност за ограничаването на правото на свободно изразяване на мнение, когато то се използва за накърняването на доброто име на другото и тази възможност е най-голяма, защото така се охранява честта и достойнството на личността и се избягват съставите на действащия Наказателен кодекс.

Освен това обаче българската правна уредба допуска и някои отклонения от Общия регламент (чл. 6, 9, 10), когато става дума за боравене с лични данни за целите на журналистическата дейност (вж. по-подробно *Ukazaniya*)¹.

По силата на чл. 25з, ал. 3 от ЗЗЛД журналистът може да не прилага в работата си условията по законосъобразност на обработването за обикновени и специализирани категории лични данни, свързани например с присъди и нарушения на конкретни лица, които са обект на негово разследване или отразяване в друго по вид редакционно съдържание, предназначено за публиките на медията.

Тук ще отбележа, че поради сравнително новата законова уредба, не твърде големия обем литература по посочената тема (извън много тясно специализираната, предназначена предимно за юристи), както и фактическото непознаване на материята, доста български журналисти „прекращават“ границите и допускат – волно или неволно – нарушения в пряката си професионална дейност. Всичко това би могло да се избегне, ако правилата за работа с лични данни се

¹ Codes of Ethics: International – Accountable Journalism <<https://accountablejournalism.org/ethics-codes> (status 12.09.2023)>.

огласят сред професионалната общност по-обстойно от специалисти, които познават детайлно изискванията на Европейския съюз в тази посока и могат да „преведат“ юридическата терминология на разбираем за журналистическата практика език.

В тази връзка по отношение на българската медийна среда се оформят няколко особено широки проблемни полета. На първо място – това е не особено ясно дефинираното, но ключово за Регламента, понятие „обществен интерес“, което „отваря вратата“ за редакционни медийни съдържания, които са доста далеч от Етичния кодекс на българските медии и смисъла на този Регламент за опазване на неприкосновеността на личния живот на оповестяваните в публичното пространство чрез медийни послания, лица. Трудно е да се дефинира ясно общественият интерес поради риска да бъдат изключени някои въпроси или да бъде предложена прекалено тясна дефиниция на журналистическата гилдия, което юридически да ограничи съществено възможността да извършва качествено своята ежедневна работа. Именно поради тази причина решението дали да се разпространи чрез медиите лична информация за публично лице винаги ще зависи от обстоятелствата в конкретния случай и в конкретния контекст. Отговорност носят главните редактори на медии, особено в случаи със спорен характер.

На второ място – да, съществуват на практика Указания, одобрени съвместно през месец юни 2018 г. от Ръководния комитет по медиите и информационното общество (CDMSI) и Комитета по Конвенция 108 (Конвенция на Съвета на Европа за защита на личните данни). Проблемът е, че малките регионални и локални медии по места в страната трудно разбират, че свободата, която Конвенцията им дава, изобщо не се отнася за всичките им видове редакционни съдържания. Те просто не смятат така. „Освобождаването на медиите“ от известни отговорности по Конвенцията е необходимо, но е строго ограничено до редакционното и журналистическото съдържание. Обаче обхватът на законодателството за защита на личните данни е изключително широк и е добре журналистите в медиите винаги да имат предвид, че принципите на защита на личните данни са напълно приложими по отношение не само на редакционното, но и на извънредакционното съдържание.

Този принцип за освобождение не се прилага към други нередакционни дейности на медиите, като например когато се обработват лични данни за комерсиални или административни цели. В последния случай медиите съвсем коректно биха могли да бъдат смятани за „традиционни“ администратори на данни, защото на практика те напълно отговарят на критериите за администратори на лични данни и следователно би трябвало да съблюдават стриктно установените от ЕС изисквания за защита на личните данни. Например медиите трябва напълно да прилагат принципите за защита на личните данни, когато обработват лични данни на техните абонати, също и на партньори (например по договорите с рекламоделите им за целите на рекламата) или на техните журналистически екипи – служителите и нещатните си сътрудници. На това ниво на обработка рискът от теч на данни е напълно реален и – за съжаление, доста често на практика се и случва, което прави активните журналисти, ангажирани в съответните редакции, особено уязвими.

Въпросът е, че липсва адекватно обучение сред колегите от медиите, които администрират данните, както и на редакционните сътрудници в трети страни,

когато става дума за смесени екипи, които са постоянно ангажирани в изнесени кореспондентски бюра. Същото се отнася и за случаите, в които журналистите са временно сформирани в работен екип (обикновено международен) за отразяване на определена тема в т.нар. „десижън“ журналистика или „журналистика на данните“. Също и когато се работи по редакционните съдържания за подкасти с непрофесионални журналисти, които са изявени експерти в своята област и консултират съдържанието на съответния епизод или поредица от епизоди.

Когато се обработват лични данни в цялостната медийна система, е задължително всяка една медия да може да прави ясно разграничение между редакционните, комерсиалните и административните съдържания и дейности в своята организация.

Един трети кръг от проблеми се заформя, когато се публикуват репортажи по въпроси, свързани с неприкосновеността на личния живот, включително и на публични фигури, защото тогава журналистите могат да бъдат ограничени от съдебно разпореждане, понеже по принцип предварителното ограничаване на публикациите изобщо не е забранено. В България този казус не е често срещан, но съдебните ограничения се използват за някои видове теми, които журналистите (най-вече разследващите журналисти) отразяват, и особено когато става дума за неприключили съдебни процеси или друго. Само че подобна намеса съсипва ритъма на работа на медията, защото в журналистическия бранш времеви ритъм е свръхважен фактор. Таймингът е определящ. Невинаги обаче съдебните власти си дават сметка за това, че понякога дори и съвсем краткото стопиране или забавяне при публикуването или излъчването на новини съсипва новината, буквално я умъртвява, понеже новинарското съдържание и без това в днешно време има доволно кратък живот и бързо „умира“. Тромавите съдебни и административни процедури съвсем не кореспондират на практика с естеството на журналистическата работа и тази времева несъгласуваност на практика винаги е в ущърб на медията.

В допълнение журналистите би трябвало да бъдат особено внимателни, когато отразяват в редакционните си съдържания уязвими групи или групи със специфични потребности. Обикновено се внимава с групите със специални потребности, най-вече когато става дума за физически, но и психически проблеми, които са достатъчно видими и за неспециалисти. Но се пропускат други големи групи. Например децата и младежите трябва да бъдат защитени по силата на Регламента поради присъщата уязвимост на тяхната възраст. Впрочем това правило се отнася и до контекста на журналистическото отразяване в редакционното съдържание.

В библиографията, посветена на въпросите на обществената комуникация и медиите, обикновено се коментира с приоритет влиянието на медийните съдържания върху детската психика и начините, по които би трябвало да се поднася контентът с чувствително съдържание на децата от различни възрастови групи (Otgovornata zhurnalistika). Тук обаче стои въпросът за самото отразяване на детето, което е главната персона в новината, в журналистическия материал. Данните, които се отнасят за него, и стиловете и способите за тяхното оповестяване или премълчаване в редакционното съдържание – особено когато се отнася за електронните медии и дигиталните медийни платформи, са невралгични зони, които крият съществен риск от нарушения на правилата.

Българските журналисти в електронните и печатните медии са добре подготвени дотолкова, доколкото да поискат разрешение от родителите или настойниците на малолетни и непълнолетни лица, за да ги отразят в новина, независимо дали с позитивен или с негативен съдържателен характер. Използването на снимки и видеоизображения в медийните редакции също е внимателно в общия случай. Но в случаите, когато името на детето не е споменато и лицето му не е показано, често пъти журналистите забравят (или умишлено не искат) да избегнат информация, която индиректно идентифицира детето (като например фотографии или видеозаснемане на родителите му, точното местонахождение (постоянен адрес) на семейството му, училището му или детската му градина, приятелчета от мястото на живеене, съпътстващи интервюта на реалните му съседи т.н.). По този начин, заобикаляйки правилата на Регламента, детската самоличност всъщност е разкрита именно заради неправомерно зле филтрирания контекст в самото медийно съдържание. Така формалните разпоредби не водят до реална защита и отключват последващи непредвидими ефекти за отразяваното дете и неговите близки, които в повечето случаи са нежелани, но трудно наказуеми по буквата на закона.

Поради факта, че всяка една медия по същество е бизнес и като такъв се развива по всички обичайни закони на пазара, за съжаление доста често тя разглежда личните данни, както и всяка една друга информация, с която редакцията разполага (дори в архива си), като вид стока, с която може да търгува по един или друг начин. Това, че определен обем рестриктирани лични данни не фигурират в официално публикуваното или излъчено медийно съдържание, изобщо не означава, че на практика не е уязвимо и не се купува и продава за някакви не особено законови употреби. С тѣга трябва да подчертая, че най-честият теч на данни нерегламентирано се използва като инструмент – „бухалка“ за натиск върху определени лица или обществени кръгове под заплахата от публично огласяване. Всички знаем, че основната власт на медиите идва именно от публичността – от реалната възможност публично да бъдат огласени детайли, данни, факти, които никак не са подходящи за такова огласяване или са твърде подходящи за генериране на високи рейтинги и тиражи.

Към изброеното дотук бих добавила и проблемите, свързани с облачното съхраняване на чувствителни данни в медиите. То очертава едно отделно проблемно поле, доколкото е също само по себе си достатъчно рисково поради ниското ниво на обучение на самите журналисти за софтуерна защита както на информацията, която циркулира на сървърите в редакциите им, така и тази, която се получава през каналите и източниците им на информация, които по правило би трябвало да бъдат надлежно защитавани. И без целенасочено да се търгуват, данни биха могли да изтекат по невнимание, но последствията да са с непредвидимо големи мащаби. В този смисъл протекцията на данни е един особено актуален въпрос за работата на журналистите днес.

И последно – но не по важност – често се оказва на ръба на закона и употребата на данни при персонализиране на таргет групите в онлайн медиите, най-вече от новинарските сайтове, чиято регулация и без това е достатъчно проблематична у нас. Този аспект напоследък се коментира особено усилено, когато става дума за онлайн търговия, която е със забележителен ръст в

последните две-три години, но не и в контекста на журналистическата дейност в дигиталното пространство.

Така или иначе виждаме, че прекрасно формулираните на хартия постановки в този Регламент на практика изобщо не са толкова добре работещи, когато става дума за коректното им прилагане в журналистическата практика. Затова ми се струва уместна идеята бучението по GDPR да не е приоритет само на юридическата наука, а да се разшири към научното направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки и да обхване и студентите от университетските специалности по журналистика и връзки с обществеността, които още в университета да придобиват така необходимите компетенции в тази област за бъдещата им ежедневна пряка професионална работа.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

Codes of Ethics: Codes of Ethics: International – Accountable Journalism <<https://accountablejournalism.org/ethics-codes>> (status 21.05.2023).

Mateeva 2020: Mateeva, Zh. Zashchita na subektite na lichni dannii pred natsionalniya nadzoren organ. // Eastern Academic Journal, issue 3, pp. 39-49 [Матеева, Ж. Защита на субектите на лични данни пред националния надзорен орган. // Eastern Academic Journal, 3, с. 39-49].

Nikolova 2016: Nikolova, R. Publichnoopravni problemi na pechatnite medii. Sofia: Drujestvo „Evropeysko pravo“ [Николова, Р. Публичноправни проблеми на печатните медии. София, Дружество „Европейско право“].

Ognyanova 2014: Ognyanova, N. Mediynna politika i pravo na ES. Sofia: UI „Sv. Kliment Ohridski“ [Огнянова, Н. Медийна политика и право на ЕС. София, УИ „Св. Климент Охридски“].

Otgovornata zhurnalistika: Otgovornata zhurnalistika <<https://accountablejournalism.org/ethics-codes>> (status 21.05.2023) [Отговорната журналистика].

Reglament ES: Obsht reglament na ES odnosno zashtitata na lichnite dannii <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/BG/TXT/?uri=CELEX%3A_32016R0679> (status 21.05.2023)> [Общ регламент на ЕС относно защитата на личните данни].

Regulation (EU) 2016/679: Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation) (Text with EEA relevance) <<https://eur-lex.europa.eu/search.html?scope=EURLEX&text=GDPR&lang=bg&type=quick&qid=1619117768172>>(status23.04.2023).

Topchiyska 2017: Topchiyska, D. Balansat na prava i legitimni interesi kato osnovanie za obrabotvane na lichni dannii saglasno Obshtiya reglament na ES za zashtita na lichnite dannii. // Godishnik na department “Pravo”, issue 7, pp. 202-213 [Топчийска, Д. Балансът на права и легитимни интереси като основание за обработване на лични данни съгласно Общия регламент на ЕС за защита на личните данни. // Годишник на департамент „Право“, issue 7, с. 202-213].

Toshkova-Nikolova, Feti 2019: Toshkova-Nikolova, D., N. Feti. Zashchita na lichnite dannii. Sofia: IK Trud i pravo [Тощкова-Николова, Д., Невин Фети. Защита на личните данни. София: ИК Труд и право].

Ukazaniya: Ukazaniya za zapazvane na neprikosnovenostta na lichniya zhivot v mediite <<https://www.cpdp.bg/index.php?p=element&aid=1196>> (status 21.05.2023)> [Указания за запазване на неприкосновеността на личния живот в медиите].

Van Dayk 2000: Van Dayk, P. (eds.). Evropeyskata konventsiya za pravata na choveka – teoriya i praktika. Veliko Tarnovo: Fondatsiya „Balgarski advokati za pravata na choveka”,

Радостина Михайлова. Актуални проблеми в редакционните...

Абагар [Ван Дайк, П. и кол. Европейската конвенция за правата на човека – теория и практика. Велико Търново: Фондация „Български адвокати за правата на човека“, Абагар].

ZZLD: Zakon za zashtita na lichnite dannii <<https://www.cpdp.bg/?p=element&aid=1194>> (status 20.05.2023) [Закон за защита на личните данни].