

**RECENZJA ROZPRAWY DOKTORSKIEJ PT. „PRZETWARZANIE DANYCH
OSOBOWYCH W PROCESIE DOBORU SPERSONALIZOWANEJ REKLAMY
INTERNETOWEJ” NAPISANEJ PRZEZ MGR INŻ. SYLWIĘ GIZĘ**

pod kierunkiem naukowym dr. hab. Mariusza Jagielskiego, prof. UŚ oraz wsparciem promotora pomocniczego dr. inż. Adriana Kapczyńskiego.

1. PODSTAWA PRAWNA I KRYTERIA OCENY

W niniejszej recenzji oceniam, czy rozprawa doktorska mgr inż. Sylwii Gizy spełnia wymagania art. 187 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 20 lipca 2020 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. 2024, poz. 1571 t.j.), w świetle którego rozprawa doktorska powinna:

- 1) prezentować ogólną wiedzę teoretyczną Doktorantki w dyscyplinie nauki prawne,
- 2) wykazywać jej umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej i
- 3) stanowić oryginalne rozwiązanie problemu naukowego.

Oceniając pracę, brałem pod uwagę wybór tematu, trafność, oryginalność ujęcia, poziom merytoryczny oraz elementy warsztatu naukowego. Aspekty te często zachodzą na siebie, więc ich przyporządkowanie do części recenzji jest umowne.

2. OCENA WYBORU TEMATYKI, TEMATU I PROBLEMU BADAWCZEGO

Tematyka pracy, skupiająca się na przetwarzaniu danych osobowych w procesie doboru spersonalizowanej reklamy internetowej, jest wyjątkowo trafna, aktualna i niezwykle doniosła społecznie oraz gospodarczo. Wybór ten sytuuje rozprawę w centrum najważniejszych współczesnych wyzwań prawnych związanych z rozwojem gospodarki cyfrowej, ochroną prywatności jednostki oraz równowagą między interesami podmiotów gospodarczych a prawami człowieka. Problematyka reklamy behawioralnej i profilowania użytkowników w czasie rzeczywistym stanowi jeden z najbardziej kontrowersyjnych i dynamicznie rozwijających się obszarów prawa ochrony danych osobowych, co czyni jej dogłębną analizę szczególnie pożądaną zarówno z perspektywy naukowej, jak i praktycznej.

Doktorantka wybrała temat o dużej złożoności technicznej i prawnej, wymagający interdyscyplinarnego podejścia łączącego wiedzę z zakresu prawa ochrony danych osobowych, prawa nowych technologii, informatyki oraz ekonomii cyfrowej. Szczególnie cenne jest skoncentrowanie uwagi na mechanizmach giełdy reklam (ad exchange), które mimo swojej centralnej roli w ekosystemie reklamy internetowej, pozostają stosunkowo rzadko analizowane w polskiej literaturze prawniczej. Wybierając ten obszar badawczy, mgr inż. Sylwia Giza wykazała się nie tylko doskonałą orientacją we współczesnych problemach prawnych, ale również odwagą w podejmowaniu tematyki o wysokim stopniu skomplikowania technicznego.

Tytuł rozprawy jest precyzyjny i trafnie oddaje zakres badań. Jasno wskazuje on na główny przedmiot analizy – przetwarzanie danych osobowych – oraz kontekst technologiczny i biznesowy, w jakim to przetwarzanie się odbywa, czyli proces doboru spersonalizowanej reklamy internetowej. Tytuł wykazuje się również merytoryczną poprawnością, adekwatnie wskazując na charakter pracy jako dogmatyczno-analitycznej w obszarze prawa ochrony danych osobowych.

Problem badawczy został sformułowany w sposób jasny i przemyślany. Doktorantka koncentruje się na fundamentalnym pytaniu o warunki dopuszczalności przetwarzania danych osobowych w złożonym ekosystemie giełdy reklam, a w szczególności na ocenie, czy mechanizmy legalizacji przetwarzania stosowane przez uczestników tego rynku są zgodne z wymogami RODO. Tak postawiony problem badawczy jest oryginalny i nowatorski z kilku względów:

Po pierwsze, Doktorantka nie ogranicza się do teoretycznej analizy przepisów RODO, lecz konfrontuje je z rzeczywistymi praktykami technologicznymi i biznesowymi funkcjonującymi w ekosystemie reklamy programatycznej. To podejście empiryczne, rzadko spotykane w polskich pracach z zakresu prawa ochrony danych osobowych, stanowi istotną wartość dodaną rozprawy.

Po drugie, praca uwzględnia specyfikę technologiczną giełdy reklam, w tym złożoność łańcucha przetwarzania danych, mnogość zaangażowanych podmiotów oraz wykorzystanie zaawansowanych algorytmów profilowania. Ta świadomość techniczna pozwala Doktorantce na formułowanie trafnych wniosków prawnych, które nie są oderwane od praktyki technologicznej.

Po trzecie, rozprawa podejmuje próbę zaproponowania normatywnego modelu legalizacji przetwarzania danych osobowych w giełdzie reklam, opartego na koncepcji humanocentryzmu. Ten aspekt normatywny i postulatyczny nadaje pracy charakter nie tylko opisowy i analityczny, ale również konstruktywny, zmierzający do wskazania rozwiązań *de lege ferenda*.

Doktorantka formułuje również szereg pytań szczegółowych, które służą operacjonalizacji głównego problemu badawczego. Dotyczą one między innymi: kwalifikacji prawnej informacji przetwarzanych w giełdzie reklam jako danych osobowych, kategorii tych danych, stosowanych podstaw prawnych przetwarzania oraz ich zgodności z wymogami RODO. Pytania te zostały sformułowane w sposób precyzyjny i logicznie uporządkowany, co świadczy o dojrzałości metodologicznej Autorki.

Szczególnie godne podkreślenia jest połączenie przez Doktorantkę dwóch perspektyw badawczych: teoretyczno-dogmatycznej analizy przepisów RODO z empirycznym badaniem praktyk uczestników giełdy reklam. To interdyscyplinarne podejście, łączące warsztat prawniczy z umiejętnościami informatycznymi i analitycznymi Autorki (posiadającej wykształcenie inżynierskie oraz tytuł MBA), stanowi istotną wartość metodologiczną rozprawy i wyróżnia ją na tle innych prac doktorskich w tej dziedzinie.

3. OCENA POZIOMU MERYTORYCZNEGO ROZPRAWY DOKTORSKIEJ

3.1. Treść rozprawy doktorskiej

Rozprawa składa się z trzech zasadniczych rozdziałów merytorycznych, poprzedzonych wstępem i zakończonych podsumowaniem oraz bogatą bibliografią. Struktura pracy jest logiczna, przemyślana i konsekwentnie realizuje założony cel badawczy.

Rozdział I - Dane osobowe przetwarzane w giełdzie reklam

Pierwszy rozdział stanowi solidne fundamenty dla dalszych rozważań. Doktorantka w sposób szczegółowy i precyzyjny wyjaśnia mechanizmy działania giełdy reklam, co jest absolutnie kluczowe dla zrozumienia problematyki prawnej poruszanej w pracy. Szczególnie cenne jest przedstawienie złożoności technicznej tego ekosystemu, w tym roli poszczególnych uczestników (wydawców, reklamodawców, platform DSP i SSP, dostawców danych) oraz przepływu informacji w czasie rzeczywistym podczas tzw. licytacji RTB (Real-Time Bidding).

Na pochwałę zasługuje dogłębna analiza kwestii kwalifikacji informacji przetwarzanych w giełdzie reklam jako danych osobowych w rozumieniu RODO. Doktorantka nie poprzestaje na powierzchownej analizie definicji danych osobowych, lecz przeprowadza szczegółową weryfikację różnych typów identyfikatorów internetowych (cookies, identyfikatory urządzeń, adresy IP, identyfikatory reklamowe) pod kątem ich możliwości identyfikacji lub identyfikowalności podmiotu danych. Szczególnie wartościowa jest propozycja autorskiego testu weryfikacji, czy dany identyfikator stanowi dane osobowe, uwzględniającego zarówno perspektywę administratora danych, jak i podmiotów trzecich mogących mieć dostęp do danych.

Doktorantka wykazuje się również doskonałą orientacją w praktykach rynkowych, analizując różne kategorie danych wykorzystywane w spersonalizowanej reklamie internetowej, w tym profile behawioralne, profile look-alike oraz dane wywnioskowane. Ta analiza pokazuje nie tylko teoretyczną wiedzę, ale również głębokie zrozumienie rzeczywistych mechanizmów działania branży AdTech.

Niezwykłe trafnie został również poruszony problem profilowania i zautomatyzowanego podejmowania decyzji w kontekście giełdy reklam. Doktorantka precyzyjnie rozróżnia te dwa

pojęcia i wskazuje na praktyczne konsekwencje ich zastosowania dla systemu ochrony danych osobowych, w tym na dodatkowe wymogi wynikające z art. 22 RODO.

Rozdział II - Warunki dopuszczalności przetwarzania danych osobowych w ramach giełdy reklam

Drugi rozdział stanowi sedno merytoryczne rozprawy i prezentuje wysoki poziom analityczny. Doktorantka przeprowadza tutaj szczegółowe badanie empiryczne praktyk uczestników giełdy reklam w zakresie legalizacji przetwarzania danych osobowych. Analiza obejmuje zarówno badanie standardu technicznego TCF (Transparency and Consent Framework) opracowanego przez IAB Europe, jak i zbadanie polityk prywatności oraz mechanizmów uzyskiwania zgód stosowanych przez wybranych uczestników rynku.

Szczególnie wartościowa jest krytyczna ocena trzech głównych podstaw prawnych przetwarzania, na które powołują się uczestnicy giełdy reklam:

Zgoda (art. 6 ust. 1 lit. a RODO) - Doktorantka przeprowadza wnikliwą analizę mechanizmów zbierania zgód, w tym interfejsów consent box oraz platform CMP. Trafnie wskazuje na liczne uchybienia w praktyce zbierania zgód, w tym problemy z dobrowolnością (praktyki cookie wall, warstwy dark patterns), konkretnością (zbyt szerokie formuły zgód), świadomością (nieczytelne interfejsy, nadmiar informacji) oraz jednoznacznością zgód. Analiza ta jest niezwykle wartościowa z perspektywy praktycznej i pokazuje istotny rozdźwięk między wymogami RODO a rzeczywistymi praktykami rynkowymi.

Prawnie uzasadniony interes (art. 6 ust. 1 lit. f RODO) - Autorka w sposób szczegółowy analizuje warunki stosowania tej podstawy prawnej, w tym wymogi trójetapowego testu równowagi. Trafnie wskazuje na nadużywanie przez uczestników giełdy reklam tej przesłanki, szczególnie w kontekście przetwarzania danych na potrzeby reklamy behawioralnej.

Wykonanie umowy (art. 6 ust. 1 lit. b RODO) - Analiza tej podstawy prawnej również jest bardzo trafna. Doktorantka słusznie podnosi, że świadczenie usługi cyfrowej (np. dostęp do treści na stronie internetowej) nie wymaga profilowania użytkownika do celów reklamy behawioralnej, co oznacza, że art. 6 ust. 1 lit. b RODO nie może stanowić podstawy prawnej dla takich działań.

Przeprowadzona analiza empiryczna, poparta badaniem rzeczywistych praktyk uczestników giełdy reklam, stanowi istotny wkład w rozwój wiedzy o prawie ochrony danych osobowych w kontekście gospodarki cyfrowej. Doktorantka nie poprzestaje na teoretycznych rozważaniach, lecz konkretnie wskazuje na praktyczne problemy i niezgodności z RODO.

Pewien niedosyt pozostaje w odniesieniu do ograniczonej analizy przepisów dyrektywy 2002/58/WE, zwłaszcza jej relacji do RODO i wpływu tej relacji na rozważania autorki.

Rozdział III - Model prawny legalizacji przetwarzania danych osobowych w procesie doboru spersonalizowanej reklamy internetowej w giełdzie reklam

Trzeci rozdział ma charakter postulatywny i normatywny. Doktorantka prezentuje tutaj własną koncepcję modelu legalizacji przetwarzania danych osobowych w giełdzie reklam, opartego na idei humanocentryzmu. Odwołanie do humanocentryzmu jako podstawy aksjologicznej prawa UE, w tym RODO, jest trafne i dobrze osadzone w aktualnym dyskursie prawnym i politycznym Unii Europejskiej.

Doktorantka argumentuje, że właściwym modelem legalizacji przetwarzania danych w giełdzie reklam powinna być wyraźna zgoda użytkownika (explicit consent), co znajduje uzasadnienie zarówno w charakterze przetwarzania (profilowanie, często z wykorzystaniem szczególnych kategorii danych), jak i w wymogach wynikających z koncepcji humanocentrycznej, stawiającej człowieka i jego autonomię w centrum systemu prawnego. Podkreślenia wymaga, że choć dla danych osobowych zwykłych wydaje się, że określone wymogi humanocentrycznego podejścia są również możliwe do spełnienia z zastosowaniem przesłanki prawnie uzasadnionego interesu (art. 6 ust. 1 lit. f RODO), to jednak z uwagi na specyfikę działania giełd reklam i immanentną nierozzerwalność wykorzystywania danych osobowych zwykłych i szczególnych kategorii, konstatacje autorki zasługuje na aprobatę, zwłaszcza uwzględniając podkreślane przez nią przesłanki konstrukcyjne zgody i podkreślaną jej cechę, tj. że stanowi ona rzeczywisty akt samostanowienia podmiotu danych.

Propozycja ta jest dobrze uzasadniona merytorycznie i stanowi oryginalny wkład Doktorantki w dyskusję nad kształtem regulacji prawnych w obszarze AdTech. Szczególnie cenne jest wskazanie konkretnych wymogów, jakie powinien spełniać system zbierania zgód w giełdzie reklam, aby był zgodny z RODO i z koncepcją humanocentrycznej regulacji unijnej w odniesieniu do technologii.

Warto jednak odnotować, że rozdział ten mógłby zostać wzbogacony o głębszą analizę potencjalnych implikacji ekonomicznych zaproponowanego modelu oraz rozważenie możliwych alternatywnych rozwiązań regulacyjnych. Niemniej, prezentowana koncepcja stanowi spójny i przekonujący punkt wyjścia do dalszej dyskusji naukowej i legislacyjnej.

3.2. Podsumowanie oceny strony merytorycznej

Recenzowana rozprawa doktorska stanowi dojrzałe, wszechstronne i oryginalne opracowanie naukowe, które podejmuje niezwykle aktualny i złożony problem legalizacji przetwarzania danych osobowych w ekosystemie reklamy programatycznej. Doktorantka wykazała się bardzo dobrą znajomością teorii prawa ochrony danych osobowych, dogłębnym zrozumieniem technicznych aspektów giełdy reklam oraz umiejętnością łączenia perspektywy prawnej z empirycznym badaniem praktyk rynkowych.

Szczególnie godne podkreślenia są następujące walory merytoryczne rozprawy:

- 1) Interdyscyplinarność - łączenie kompetencji prawniczych, informatycznych i analitycznych pozwoliło na holistyczne ujęcie problematyki.
- 2) Empiryczny charakter badań - analiza rzeczywistych praktyk uczestników giełdy reklam, a nie tylko teoretyczna wykładnia przepisów.
- 3) Oryginalność ujęcia - skoncentrowanie na specyfice giełdy reklam jako szczególnego ekosystemu przetwarzania danych osobowych.
- 4) Wartość aplikacyjna - konkretne wskazanie niezgodności praktyk rynkowych z RODO oraz propozycja *de lege ferenda*.
- 5) Świadomość technologiczna - głębokie zrozumienie mechanizmów technicznych RTB, profilowania i technologii AdTech.

Nieliczne uwagi krytyczne dotyczą przede wszystkim pewnych ograniczeń w zakresie analizy komparatystycznej (porównania z innymi jurysdykcjami), poszerzonej refleksji implikacji relacji dyrektywy 2002/58/WE i RODO dla kształtu rynku w omawianym zakresie oraz głębszej analizy implikacji ekonomicznych proponowanych rozwiązań. Nie umniejsza to jednak znacząco wartości rozprawy jako całości.

4. OCENA ELEMENTÓW FORMALNYCH ROZPRAWY DOKTORSKIEJ

4.1. Struktura rozprawy

Struktura rozprawy jest logiczna, przemyślana i konsekwentnie realizuje zamierzony cel badawczy. Podział na trzy rozdziały merytoryczne odpowiada logice prowadzonego wywodu: od analizy statusu danych przetwarzanych w giełdzie reklam (rozdział I), przez krytyczną ocenę praktyk legalizacji przetwarzania (rozdział II), aż po propozycję normatywnego modelu (rozdział III).

Wstęp rozprawy spełnia wszystkie wymogi stawiane tej części pracy doktorskiej. Autorka jasno przedstawia kontekst badawczy, uzasadnia wybór tematu, precyzyjnie formułuje cel i pytania badawcze, omawia metodologię badań oraz przedstawia strukturę pracy. Szczególnie cenne jest wyraźne wskazanie luk badawczych w polskiej literaturze prawniczej oraz uzasadnienie potrzeby podjęcia badań empirycznych w tym obszarze.

Zakończenie rozprawy również spełnia swoją funkcję, syntetyzując główne wnioski z każdego rozdziału i przedstawiając spójną odpowiedź na pytania badawcze. Doktorantka nie poprzestaje na mechanicznym powtórzeniu wniosków częściowych, lecz prezentuje syntetyczny obraz wyników badań i ich znaczenia dla teorii i praktyki prawa ochrony danych osobowych.

4.2. Zastosowane metody badawcze

Doktorantka zastosowała właściwy i adekwatny do problemu badawczego zestaw metod badawczych, w tym:

- 1) Metodę dogmatyczno-prawną - w zakresie analizy przepisów RODO, wytycznych Grupy Roboczej Art. 29, EROD i orzecznictwa zwłaszcza TSUE.
- 2) Metodę empiryczną - w zakresie badania praktyk uczestników giełdy reklam, analizy interfejsów consent box, polityk prywatności oraz standardów technicznych.
- 3) Metodę funkcjonalną - w zakresie oceny skuteczności i celowości obowiązujących regulacji prawnych.

- 4) Metodę komparatystyczną - w ograniczonym zakresie, przy odwoływaniu się do stanowisk zagranicznych organów nadzorczych i doktryny.

Szczególnie cenne jest zastosowanie metody empirycznej, polegającej na bezpośrednim badaniu praktyk rynkowych. Doktorantka przeprowadziła samodzielnie badanie wybranych uczestników giełdy reklam, analizując ich polityki prywatności, mechanizmy zbierania zgód oraz deklarowane podstawy prawne przetwarzania. To podejście empiryczne, rzadko spotykane w polskich pracach doktorskich z zakresu prawa, znacząco podnosi wartość naukową rozprawy.

Warto jedynie odnotować, że rozprawa mogłaby zostać wzbogacona o głębszą analizę komparatystyczną, szczególnie w zakresie praktyk egzekwowania RODO w różnych państwach członkowskich UE oraz stanowisk tamtejszych organów nadzorczych. Niemniej, zastosowana metodologia jest adekwatna do postawionego problemu badawczego i pozwala na osiągnięcie zamierzonych celów.

4.3. Wykorzystanie literatury i źródeł

Bibliografia rozprawy doktorskiej świadczy o bardzo dobrym przygotowaniu Autorki i jej szerokich kompetencjach badawczych. Zestawienie źródeł obejmuje:

- literaturę polską z zakresu prawa ochrony danych osobowych, prawa nowych technologii oraz prawa cywilnego i konstytucyjnego;
- literaturę zagraniczną, w tym anglojęzyczne monografie i artykuły z zakresu ochrony danych osobowych, prywatności oraz AdTech;
- akty prawne prawa polskiego, unijnego i międzynarodowego;
- orzecznictwo TSUE oraz nieliczne orzecznictwo sądów krajowych;
- wytyczne, opinie Grupy Roboczej Art. 29, a następnie EROD;
- dokumenty soft law, raporty branżowe, standardy techniczne (w tym TCF) oraz źródła internetowe.

Na szczególną pochwałę zasługuje włączenie do bibliografii dokumentów technicznych i standardów branżowych (IAB Europe TCF, dokumentacja technologiczna) oraz raportów. Pokazuje to, że Doktorantka nie ogranicza się do tradycyjnych źródeł prawniczych, lecz sięga

również po źródła techniczne i praktyczne, co jest kluczowe dla właściwego zrozumienia badanej problematyki.

Bibliografia jest rzetelnie opracowana, uporządkowana i zgodna z obowiązującymi standardami edytorskimi. Wykazuje się również aktualnością - uwzględnia najnowsze orzecznictwo TSUE, wytyczne i opinie EROD oraz najświeższą literaturę przedmiotu.

Pewien niedosyt związany jest jednak z ograniczoną literaturą przedmiotu zarówno polską, jak i międzynarodową w zakresie reklamy oraz profilowania, kosztem źródeł internetowych zazwyczaj o charakterze popularnonaukowym. W tym kontekście na uwagę zasługują prace np. prof. M. Namysłowskiej, dr A. Jabłonowskiej, a w zakresie odnoszącym się literatury zagranicznej np. J. Trzaskowskiego, E. Mik, J. Estrada-Jiménez, S. Chandra, M. Veale, F.Z. Borgesius.

4.4. Pozostałe elementy warsztatu naukowego

Rozprawa napisana jest językiem precyzyjnym, jasnym i profesjonalnym. Styl pisarski mgr inż. Sylwii Gیزی cechuje się dojrzałością i kulturą naukową. Doktorantka swobodnie posługuje się terminologią prawniczą, przy jednoczesnym zachowaniu przejrzystości wywodu. Szczególnie godne podkreślenia jest umiejętne wyjaśnianie skomplikowanych zagadnień technicznych w sposób zrozumiały dla czytelnika o wykształceniu prawniczym, co nie jest zadaniem łatwym.

Rozprawa została przygotowana z należytą starannością redakcyjną. Tekst jest zasadniczo wolny od błędów językowych, ortograficznych i interpunkcyjnych. Układ graficzny jest przejrzysty, przypisy i bibliografia zostały sporządzone w sposób spójny i rzetelny. Nieliczne drobne uchybienia edytorskie mają charakter marginalny i nie wpływają na odbiór pracy jako całości.

Szczególnie cenne jest stosowanie przez Doktorantkę różnorodnych form prezentacji materiału, w tym tabel, schematów i wykresów, które ułatwiają zrozumienie złożonych zagadnień technicznych i prawnych. Pokazuje to dbałość o komunikatywność pracy i troskę o czytelnika.

4.5. Podsumowanie oceny formalnej

Rozprawa mgr inż. Sylwii Gیزی została przygotowana z dużą starannością warsztatową i spełnia wszystkie wymogi stawiane pracom doktorskim w dyscyplinie nauki prawne. Autorka wykazuje się doskonałą znajomością literatury przedmiotu, umiejętnością stosowania właściwych metod badawczych oraz wysoką kulturą językową i edytorską.

Struktura pracy jest logiczna i przejrzysta, bibliografia imponująca pod względem zakresu i aktualności, a język precyzyjny i profesjonalny. Nieliczne uwagi natury redakcyjnej mają charakter marginalny i nie umniejszają ogólnie bardzo wysokiej oceny warsztatu naukowego Doktorantki.

5. OCENA SPEŁNIENIA WYMOGÓW FORMALNYCH I MERYTORYCZNYCH

Po szczegółowej analizie rozprawy doktorskiej mgr inż. Sylwii Gیزی pt. “Przetwarzanie danych osobowych w procesie doboru spersonalizowanej reklamy internetowej” stwierdzam, że praca spełnia wszystkie wymogi określone w art. 187 ust. 1 i 2 ustawy - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.

Rozprawa prezentuje ogólną wiedzę teoretyczną Doktorantki w dyscyplinie nauki prawne, w szczególności w zakresie prawa ochrony danych osobowych oraz prawa nowych technologii. Autorka wykazała się bardzo dobrą znajomością RODO, orzecznictwa TSUE, stanowisk Grupy Roboczej Art. 29 i EROD oraz analizowanej literatury przedmiotu.

Rozprawa wykazuje umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej. Doktorantka samodzielnie sformułowała oryginalny problem badawczy, przeprowadziła empiryczne badanie praktyk uczestników giełdy reklam, dokonała krytycznej analizy istniejących rozwiązań oraz zaproponowała autorską koncepcję normatywnego modelu legalizacji przetwarzania danych. Wszystko to świadczy o wysokich kompetencjach badawczych i dojrzałości naukowej Autorki.

Rozprawa stanowi oryginalne rozwiązanie problemu naukowego. Doktorantka w sposób nowatorski połączyła perspektywę prawną z empirycznym badaniem praktyk technologicznych, wypełniając istotną lukę w polskiej literaturze prawniczej. Zaproponowany humanocentryczny model legalizacji przetwarzania danych w giełdzie reklam stanowi oryginalny wkład w rozwój nauki prawa ochrony danych osobowych.

6. KONKLUZJA

Rozprawa doktorska mgr inż. Sylwii Gizy pt. „Przetwarzanie danych osobowych w procesie doboru spersonalizowanej reklamy internetowej” stanowi dojrzałe, interdyscyplinarne i oryginalne opracowanie naukowe o wysokiej wartości poznawczej. Praca podejmuje niezwykle aktualny i złożony problem prawny, który dotyczy fundamentalnych kwestii ochrony prywatności w erze gospodarki cyfrowej.

Doktorantka wykazała się doskonałą znajomością prawa ochrony danych osobowych, głębokim zrozumieniem technicznych aspektów ekosystemu reklamy programatycznej oraz umiejętnością prowadzenia oryginalnych badań empirycznych. Interdyscyplinarne kompetencje Autorki, łączące wykształcenie prawnicze, informatyczne oraz wiedzę z zakresu zarządzania i analizy danych (MBA), pozwoliły na holistyczne ujęcie problematyki i sformułowanie wartościowych wniosków naukowych oraz propozycji de lege ferenda.

Biorąc pod uwagę powyższe, z pełnym przekonaniem wnoszę o dopuszczenie mgr inż. Sylwii Gizy do publicznej obrony rozprawy doktorskiej.

Jednocześnie zachęcam Doktorantkę do przygotowania rozprawy do publikacji w formie monografii, co pozwoliłoby na szersze upowszechnienie wyników badań w środowisku naukowym i praktycznym.

dr hab. Dominik Lubasz

