



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
**ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ**

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ:

Μελέτη των κοινωνικών δικτύων facebook, messenger και instagram, τα οποία ανήκουν στον όμιλο εταιριών 'Facebook', σε ο,τι αφορά τους όρους χρήσης τους, τη μεταξύ τους σύγκριση και την εναρμόνιση τους με τα όσα ορίζει ο «Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων» [Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679]

Διπλωματική Εργασία

της

Τυροβούζη Χριστίνας

Θεσσαλονίκη, Ιούνιος 2018

ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ:

Μελέτη των κοινωνικών δικτύων facebook, messenger και instagram, τα οποία ανήκουν στον όμιλο εταιριών 'Facebook', σε ο,τι αφορά τους όρους χρήσης τους, τη μεταξύ τους σύγκριση και την εναρμόνιση τους με τα όσα ορίζει ο «Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων» [Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679]

SOCIAL NETWORKS AND PERSONAL DATA PROTECTION:

Study of the Facebook group company (Facebook/Instagram/Messenger), regarding to the conditions of use, comparison with each other, and their harmonization with the provisions of the general data protection regulations of the 'General Data Protection Regulation [Regulation (EU) 2016/679]

Τυροβούζη Χριστίνα

Πτυχίο Οικονομικών Επιστημών, ΑΠΘ, 2012

Διπλωματική Εργασία

υποβαλλόμενη για τη μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων του

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ ΤΙΤΛΟΥ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ  
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Αλεξανδροπούλου - Αιγυπτιάδου Ευγενία

## Περίληψη

Η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη έφερε μια νέα εποχή στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι επικοινωνούν, ανταλλάσσουν πληροφορίες και τις επεξεργάζονται. Τα νέα αυτά δεδομένα έκαναν επιτακτική την ανάγκη για νέα νομοθετήματα που θα διέπουν την επεξεργασία αλλά και την προστασία των προσωπικών δεδομένων του ατόμου.

Η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία, με γνώμονα τα όσα ορίζει ο Γενικός Κανονισμός για την Προστασία των Δεδομένων, ερευνά και εστιάζει στο κατά πόσο τα κοινωνικά δίκτυα, κυρίως όσα ανήκουν στον όμιλο εταιριών “Facebook”, έκαναν τις απαραίτητες προσαρμογές στην πολιτική απορρήτου αλλά και στους όρους χρήσης τους ώστε να προσφέρουν στο χρήστη ολοκληρωμένη πληροφόρηση για το είδος των πληροφοριών που συλλέγουν, πώς τις επεξεργάζονται, που τις κοινοποιούν κλπ.

Η εργασία χωρίζεται σε επτά (7) κεφάλαια. Αρχικά γίνεται αναφορά στην ιστορική εξέλιξη των κοινωνικών δικτύων και στους λόγους εξάπλωσής τους, παρουσιάζεται συνοπτικά η Ελληνική και Ευρωπαϊκή νομοθεσία περί προστασίας των προσωπικών δεδομένων και αναλύεται η πολιτική δεδομένων του ομίλου εταιριών “Facebook”. Στη συνέχεια αναφέρονται περιπτώσεις παραβίασης των προσωπικών δεδομένων χρηστών και τέλος δίνονται τα συμπεράσματα.

Λέξεις Κλειδιά: προσωπικά δεδομένα, Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679, κοινωνικά δίκτυα, Facebook, Instagram.

## Abstract

The radical technological evolution has led to a new era regarding the way people communicate, exchange information and how those info is processed. As a result of this evolution it has been imperative for new legislation to govern the processing and protection of the person's personal data.

This postgraduate thesis, in the light of the provisions of the General Data Protection Regulation, analyses and focuses on whether social networks, and especially those belonging to the Facebook Group of Companies, have made, have made the necessary adjustments to their privacy policy and their terms of use, in order to provide the user with comprehensive information about the type of information they collect, how they process them, communicating them, etc.

The thesis is divided into seven (7) chapters. Initially, reference is made to the historical evolution of social networks and the reasons for their spread, then follows a short reference to the Greek and European legislation on data protection and the data policy of the Facebook group, to continue with a list of cases of user personal data violation, and complete this analysis with final conclusions.

Keywords: personal data, Regulation (EU) 2016/679, social networks, Facebook, Instagram.

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ θερμά την καθηγήτρια μου κα. Αλεξανδροπούλου – Αιγυπτιάδου Ευγενία, για την καθοδήγηση της, την εμπιστοσύνη και την κατανόηση που μου έδειξε στις όποιες δυσκολίες αντιμετώπισα το διάστημα εκπόνησης αυτής της εργασίας.

## Περιεχόμενα

### 1. Κοινωνικά Δίκτυα

- 1.1 Εισαγωγή
- 1.2 Η παγκόσμια διάδοση του διαδικτύου
- 1.3 Κυβερνοχώρος
- 1.4 Ορισμός για τα κοινωνικά δίκτυα
- 1.5 Ιστορική εξέλιξη των κοινωνικών ιστοσελίδων
- 1.6 Λόγοι επιτυχίας των κοινωνικών δικτύων
- 1.7 Στατιστικά χρήσης

### 2. Ιδιωτικότητα

- 2.1 Πληροφοριακή Ιδιωτικότητα
- 2.2 Ορισμός των προσωπικών δεδομένων
- 2.3 Η διαδικτυακή ιδιωτικότητα και τα προσωπικά δεδομένα

### 3. Ευρωπαϊκή και Ελληνική νομοθεσία περί προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα

- 3.1 Το δίκαιο στην Ευρώπη και διεθνώς
  - 3.1.1 Η Σύμβαση για την προστασία του ατόμου από την αυτοματοποιημένη επεξεργασία προσωπικών δεδομένων (Σύμβαση 108).
  - 3.1.2 Η οδηγία 95/46/EK
  - 3.1.3 Ο Χάρτης Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης
  - 3.1.4 Ομάδα εργασίας του άρθρο 29
  - 3.1.5 Ο Γενικός κανονισμός 2016/679
  - 3.1.6 Τα διεθνή νομοθετικά κείμενα
- 3.2 Το δίκαιο στην Ελλάδα
  - 3.2.1 Ο Γενικός κανονισμός και η προετοιμασία για εφαρμογή στην Ελλάδα

### 3.3 Αρμόδιες εποπτικές αρχές

#### 3.3.1 Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα

#### 3.3.2 Αρχή Διασφάλισης Απορρήτου των Επικοινωνιών

## 4. Προβληματισμοί σχετικά με την ιδιωτικότητα στα κοινωνικά δίκτυα

### 4.1 Ο όμιλος “FACEBOOK”

#### 4.1.1 Ο ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης “Facebook”

#### 4.1.2 Ο ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης “Instagram”

### 4.2 Πολιτική δεδομένων του ομίλου “Facebook”

4.2.1 Πληροφορίες και περιεχόμενο που παρέχει ο χρήστης αλλά και τρίτοι σχετικά με αυτόν.

#### 4.2.2 Δίκτυα και συνδέσεις

#### 4.2.3 Πληροφορίες σχετικά με συναλλαγές

#### 4.2.4 Πληροφορίες συσκευής

#### 4.2.5 Πληροφορίες από συνεργάτες (ιστότοποι, εφαρμογές, εταιρίες Facebook κλπ)

#### 4.2.6 Διαφημίσεις

#### 4.2.7 Αναγνώριση προσώπου

#### 4.2.8 Χρήση των συλλεγόμενων πληροφοριών

#### 4.2.9 Επίλυση διαφορών

#### 4.2.10 Υπεύθυνος λογαριασμού σε περίπτωση θανάτου

#### 4.2.11 Συμπεράσματα για την αναθεωρημένη πολιτική απορρήτου του Facebook.

## 5. Η γνώμη των χρηστών

6. Ανάλυση περιπτώσεων παραβίασης προσωπικών δεδομένων χρηστών στο διεθνή χώρο

## 7. Συμπεράσματα

## Βιβλιογραφία

## **Κατάλογος Εικόνων**

Εικόνα 1: Οι αόρατοι ιστοί των κοινωνικών δικτύων.

Εικόνα 2: Το διαδίκτυο αποτελείται από υπολογιστές συνδεδεμένους μεταξύ τους ανά τον κόσμο.

Εικόνα 3: Λογότυπο της ιστοσελίδας Six Degrees.

Εικόνα 4: Οθόνη εισαγωγής – εγγραφής στην ιστοσελίδα LinkedIn.

Εικόνα 5: Οθόνη εισαγωγής - εγγραφής στην ιστοσελίδα Facebook.

Εικόνα 6: Ιστορική αναδρομή της εμφάνισης των κοινωνικών δικτύων ανά έτος.

Εικόνα 7: Με «παρακολουθεί» κανείς;

Εικόνα 8: Απαιτούμενη εκχώρηση αδειας – «πρόσβασης σε», για εγκατάσταση της εφαρμογής σε κινητό τηλέφωνο.

Εικόνα 9: Σχετικά με τις διαφημίσεις στο Facebook.

Εικόνα 10: Πως χρησιμοποιεί η αναγνώριση προσώπου τα δεδομένα που συλλέγει.

Εικόνα 11: Αίτηση εναντίωσης

## **Κατάλογος Πινάκων**

Πίνακας 1: Η χρήση του διαδικτύου παγκοσμίως και πληθυσμιακά στατιστικά.

Πίνακας 2: Η αύξηση των χρηστών του διαδικτύου ανά τον κόσμο από το 2012 έως το 2017.

Πίνακας 3: Το ποσοστό των Ευρωπαίων πολιτών που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο το 2016.

Πίνακας 4: Το ποσοστό των Ευρωπαίων πολιτών που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο το 2017.

Πίνακας 5: Ενδεικτική απεικόνιση χρηστών του διαδικτύου. ορισμένων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Πίνακας 6: Το ποσοστό των Αμερικανών πολιτών που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο.



Πίνακας 7: Ανάλυση των Αμερικανών χρηστών των κοινωνικών δικτύων με κριτήρια ηλικίας, φύλου, επιπέδου εκπαίδευσης, ετήσιου εισοδήματος και περιβάλλοντος διαμονής.

Πίνακας 8: Με ποια συχνότητα χρησιμοποιούν οι Αμερικανοί πολίτες τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Πίνακας 9: Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα όπως αναφέρονται στην ευρωπαϊκή και ελληνική νομοθεσία.

Πίνακας 10: Η νομοθεσία της Ένωσης κατά το πέρασμα των χρόνων για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

Πίνακας 11: Η νομοθεσία της Ελλάδας κατά το πέρασμα των χρόνων για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

Πίνακας 12: Τα έσοδα της εταιρίας από τις διαφημίσεις για την περίοδο 2009-2017.

Πίνακας 13: Αποδοχή όρων χρήσης του Instagram.

Πίνακας 14: Τι είδους πληροφορίες συλλέγουμε;

Πίνακας 15: Οι εταιρίες του Facebook.

### **Κατάλογος Γραφημάτων**

Γράφημα 1: Το ποσοστό των ενήλικων Αμερικανών που χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα από το έτος 2012 έως το 2018.

Γράφημα 2: Έχετε ενημερωθεί για τον νέο κανονισμό της ΕΕ;

Γράφημα 3: Γνωρίζετε αν κάποιος τηρεί σε ηλεκτρονικό αρχείο προσωπικά σας δεδομένα;

Γράφημα 4: Πόσο τους εμπιστεύεστε για την προστασία των δεδομένων σας;

Γράφημα 5: Σας έχει ζητηθεί συναίνεση;

Γράφημα 6: Για ποια δεδομένα θα είχατε πρόβλημα να τηρούνται στοιχεία για εσάς;

## 1. Κοινωνικά Δίκτυα

### 1.1 Εισαγωγή

Αν έπρεπε να επιλέξουμε μια φράση για να προσδιορίσουμε τις σχέσεις των ανθρώπων στη σύγχρονη εποχή αυτή θα ήταν “we are connected” δηλαδή “είμαστε συνδεδεμένοι”. Παλαιότερα, η ίδια φράση θα σήμαινε τη σύνδεση των ανθρώπων με το οικείο περιβάλλον τους, τις διαπροσωπικές σχέσεις, τους δεσμούς αίματος κλπ. , όμως η τεχνολογική εξέλιξη και η εξάπλωση του διαδικτύου έχουν εισχωρήσει για τα καλά στην καθημερινότητα του ανθρώπου και πλέον “οι αόρατοι ιστοί των κοινωνικών δικτύων μας συνδέουν μεταξύ μας με τρόπους που μας κάνουν να αλληλεπιδρούμε διαρκώς”.<sup>1</sup>

Εικόνα 1: Οι αόρατοι ιστοί των κοινωνικών δικτύων.



Πηγή: <https://workwithengaged.com/wp-content/uploads/iStock-508346260-min-e1491834934199-1800x670.jpg>

Τόσο στην Ευρώπη, όσο στην Ασία και στην Αμερική είναι πλέον σύνηθες να βλέπεις ανθρώπους που δεν μπορούν να αποχωριστούν το κινητό τους τηλέφωνο και τους φαντάζει αδύνατο να περάσουν μια ολόκληρη μέρα χωρίς να συνδεθούν στο διαδίκτυο. Αυτή η σχέση εξάρτησης έδωσε πρόσφορο έδαφος στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να εμπλουτίσουν τις εφαρμογές τους και να εισχωρήσουν ακόμη περισσότερο στη ζωή του ανθρώπου.

Για την προστασία των χρηστών στο διαδίκτυο, έχουν θεσπιστεί νόμοι, ο οποίοι καλούνται να ελέγξουν την ασύστολη χρήση και διάδοση των δεδομένων που αναρτώνται και γίνονται αντικείμενο επεξεργασίας και συναλλαγής μέσω του διαδικτύου. Ωστόσο, η ασαφής πολιτική δεδομένων και οι όροι χρήσης, εκ μέρους

---

<sup>1</sup> Nicholas A. Christakis, *Συνδεδεμένοι*, μετάφρ. Δημήτρης Ξυγαλατάς και Νίκος Ρουμπέκας, 1η έκδ. (Κάτοπτρο, 2010).

των εταιριών και των διαφόρων φορέων, καθιστά το κάθε άτομο υπεύθυνο για το πώς διαχειρίζεται το περιεχόμενο και τις πληροφορίες του στο διαδίκτυο.

Όσο η τεχνολογία εξελίσσεται και τα προγράμματα και οι εφαρμογές καθιστούν ευκολότερη τη συλλογή προσωπικών δεδομένων και όσο οι άνθρωποι εξακολουθούν να εκθέτουν τα προσωπικά τους δεδομένα στο διαδίκτυο, το ζήτημα της προστασίας προσωπικών δεδομένων θα υπάρχει.

## 1.2 Η παγκόσμια διάδοση του διαδικτύου

Το Διαδίκτυο (Internet) αποτελεί ένα παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων υπολογιστών, οι οποίοι χρησιμοποιούν καθιερωμένη ομάδα πρωτοκόλλων, με σκοπό να εξυπηρετεί εκατομμύρια χρήστες καθημερινά σε ολόκληρο τον κόσμο. Οι διασυνδεδεμένοι ηλεκτρονικοί υπολογιστές ανά τον κόσμο, οι οποίοι βρίσκονται σε ένα κοινό δίκτυο επικοινωνίας, ανταλλάσσουν μηνύματα με τη χρήση διαφόρων πρωτοκόλλων, τα οποία υλοποιούνται σε επίπεδο υλικού<sup>2</sup> και λογισμικού<sup>3</sup>.<sup>4</sup>

Εικόνα 2: Το διαδίκτυο αποτελείται από υπολογιστές συνδεδεμένους μεταξύ τους ανά τον κόσμο.



Πηγή: [http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/58/448,1703/index4\\_1.html](http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/58/448,1703/index4_1.html)

<sup>2</sup> ‘Στην πληροφορική ως υλικό (αγγλ. hardware) ορίζεται το σύνολο των φυσικών εξαρτημάτων ενός υπολογιστή, όπως π.χ. ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά στοιχεία, μικροτσίπ κλπ. Το υλικό καθοδηγείται κατά τη λειτουργία του από το λογισμικό.’

<sup>3</sup> ‘Στην πληροφορική ως λογισμικό (αγγλ. software) ορίζεται η συλλογή από προγράμματα υπολογιστών, διαδικασίες και οδηγίες χρήσης που εκτελούν ορισμένες εργασίες σε ένα υπολογιστικό σύστημα.’

<sup>4</sup> ‘Διαδίκτυο’, *Βικιπαίδεια*,

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%BF>.

Η ιδέα του Διαδικτύου ξεκίνησε το 1969 ως ερευνητικό στρατιωτικό πρόγραμμα, με την ονομασία ARPANET, από το Υπουργείο Άμυνας των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής. Ο αρχικός σκοπός ήταν να συνδέσει το Υπουργείο Άμυνας με στρατιωτικούς ερευνητικούς οργανισμούς και να αποτελέσει ένα πείραμα για τη μελέτη της αξιόπιστης λειτουργίας των δικτύων και τη διασύνδεση απομακρυσμένων υπολογιστών μεταξύ τους. Οι υπολογιστές συνδέονταν με τέτοιο τρόπο, ώστε, αν διακοπτόταν μια σύνδεση, οι υπόλοιποι να συνέχιζαν απρόσκοπτα την επικοινωνία τους. Η τεχνολογία αυτή είναι γνωστή σαν μεταγωγή πακέτων (packet switching). Αυτή η βασική αρχή σύνδεσης ισχύει ακόμη και σήμερα.

Το ARPANET συνέχισε να μεγαλώνει με τη προσθήκη και άλλων υπολογιστών. Το 1974 σταμάτησε να είναι ερευνητικό πρόγραμμα του Υπουργείου Άμυνας και χρησιμοποιήθηκε από τα πανεπιστήμια για επιστημονικές έρευνες. Στόχος είναι η διασύνδεση πιθανώς ανόμοιων δικτύων και η ομοιόμορφη διακίνηση δεδομένων από το ένα δίκτυο στο άλλο. Από την έρευνα γεννιέται μια νέα τεχνική, το Internet Protocol (IP) (Πρωτόκολλο Διαδικτύωσης), από την οποία θα πάρει αργότερα το όνομά του το Internet. Επίσης, σχεδιάζεται μια άλλη τεχνική για τον έλεγχο της μετάδοσης των δεδομένων, το Transmission Control Protocol (TCP) (Πρωτόκολλο Ελέγχου Μετάδοσης). Ορίζονται προδιαγραφές για τη μεταφορά αρχείων μεταξύ υπολογιστών (FTP) και για το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (E-mail). Το 1985, το National Science Foundation (NSF) δημιουργεί ένα δικό του γρήγορο δίκτυο, το NSFNET χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο TCP/IP, προκειμένου να συνδέσει πέντε κέντρα υπερ-υπολογιστών μεταξύ τους και με την υπόλοιπη επιστημονική κοινότητα. Χιλιάδες πανεπιστήμια και οργανισμοί δημιουργούν τα δικά τους δίκτυα και τα συνδέουν πάνω στο παγκόσμιο αυτό δίκτυο, το οποίο το 1990 μετονομάστηκε σε Internet και άρχισε να εξαπλώνεται με τρομερούς ρυθμούς σε ολόκληρο τον κόσμο. Σε αυτή τη δεκαετία, όλο και περισσότερες χώρες συνδέονται στο NSFNET, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα το 1990. Στα ελληνικά ο όρος Internet αποδόθηκε ως Διαδίκτυο. Η εμφάνιση του World Wide Web (WWW) (Παγκόσμιος Ιστός), δηλαδή ενός συστήματος διασύνδεσης πληροφοριών σε μορφή πολυμέσων (multimedia), έκανε την εξερεύνηση του Internet προσιτή στον απλό χρήστη.

Σήμερα το Διαδίκτυο «αγκαλιάζει» κάθε γωνιά του πλανήτη. Δισεκατομμύρια άνθρωποι το χρησιμοποιούν καθημερινά, για να επικοινωνούν και να αντλούν πληροφορίες. Η μεγάλη απήχηση του Διαδικτύου οφείλεται κυρίως:

- Στις τεράστιες δυνατότητες για πληροφόρηση και επικοινωνία.
- Στον εύκολο τρόπο χρήσης των υπηρεσιών του.
- Στο ότι οποιοσδήποτε υπολογιστής μπορεί να συνδεθεί εύκολα και γρήγορα στο Διαδίκτυο με ελάχιστο κόστος.<sup>5</sup>

Σημαντικό ρόλο στη διάδοση του Internet παγκοσμίως, επιτέλεσε χωρίς αμφιβολία και η μεγάλη απήχηση των φορητών συσκευών, όπως τα tablets και smart phones, που μπορούν να συνδεθούν πλέον στον Ιστό μέσω mobile broadband υπηρεσιών.

Σε ολόκληρη την υφήλιο σήμερα συνδέονται στο διαδίκτυο περισσότεροι από 4 δισεκατομμύρια χρήστες.

Πίνακας 1: Η χρήση του διαδικτύου παγκοσμίως και πληθυσμιακά στατιστικά.

<b>WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS DEC 31, 2017 - Update</b>						
<b>World Regions</b>	<b>Population ( 2018 Est.)</b>	<b>Population % of World</b>	<b>Internet Users 31 Dec 2017</b>	<b>Penetration Rate (% Pop.)</b>	<b>Growth 2000-2018</b>	<b>Internet Users %</b>
<a href="#">Africa</a>	1,287,914,329	16.9 %	453,329,534	35.2 %	9,941 %	10.9 %
<a href="#">Asia</a>	4,207,588,157	55.1 %	2,023,630,194	48.1 %	1,670 %	48.7 %
<a href="#">Europe</a>	827,650,849	10.8 %	704,833,752	85.2 %	570 %	17.0 %
<a href="#">Latin America / Caribbean</a>	652,047,996	8.5 %	437,001,277	67.0 %	2,318 %	10.5 %
<a href="#">Middle East</a>	254,438,981	3.3 %	164,037,259	64.5 %	4,893 %	3.9 %
<a href="#">North America</a>	363,844,662	4.8 %	345,660,847	95.0 %	219 %	8.3 %
<a href="#">Oceania / Australia</a>	41,273,454	0.6 %	28,439,277	68.9 %	273 %	0.7 %
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>7,634,758,428</b>	<b>100.0 %</b>	<b>4,156,932,140</b>	<b>54.4 %</b>	<b>1,052 %</b>	<b>100.0 %</b>

Πηγή: Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> , last view 31/12/2017

### 1.3 Κυβερνοχώρος

Με τον όρο ‘κυβερνοχώρος’ δηλώνεται το περιβάλλον που έχει δημιουργηθεί από δίκτυα επικοινωνιών που χρησιμοποιούν ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Όταν χρησιμοποιείς έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή βρίσκεσαι μέσα στον κυβερνοχώρο. Το

<sup>5</sup> ‘Γνωριμία με το Διαδίκτυο, Κεφάλαιο 11’, ημερομηνία πρόσβασης 19 Μάιος 2018, [http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/58/448,1703/index4\\_1.html](http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/58/448,1703/index4_1.html).

Internet δεν έχει κανένα τρωτό κεντρικό σημείο ελέγχου και υπάρχουν πολλές διαδρομές που μπορούν να κάνουν οι πληροφορίες μεταξύ των κόμβων.

Ο κυβερνοχώρος θεωρείται πως υπάρχει ανάμεσα στο πραγματικό και το εικονικό (virtual) περιβάλλον. Ενσωματώνει τις δραστηριότητες των τηλεφωνικών συνδιαλέξεων, της μεταφοράς δεδομένων, του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, των οικονομικών συνδιαλλαγών μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, των υπηρεσιών που προσφέρουν πληροφορίες μέσω του δικτύου, των διασκέψεων μέσω video, των νέων μέσων μαζικής ενημέρωσης, της εικονικής (virtual) πραγματικότητας και ούτω καθ' εξής.

Σύμφωνα με τη Λενιώ Μυριβήλη<sup>6</sup>, λέκτορα στο Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας του Πανεπιστημίου Αιγαίου, μερικές φορές ο κυβερνοχώρος παρουσιάζεται ως χώρος διαφυγής από την «πραγματικότητα», αφού σε αυτόν μπορούμε να μεταμορφωνόμαστε κατά βούληση.

Τα έτη 1992-93 η εταιρία id κυκλοφορεί τα πρώτα βιντεοπαιχνίδια για υπολογιστή των οποίων η δράση εκτυλίσσεται σε ένα σχετικά ρεαλιστικό τρισδιάστατο περιβάλλον. Οι μηχανές γραφικών που αναπτύχθηκαν για τα παιχνίδια αυτά αποτέλεσαν σημείο έναρξης για την καθιέρωση των τρισδιάστατων κόσμων στα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Τα διαδικτυακά παιχνίδια ρόλων, στα οποία μπορούν να συμμετέχουν έως και χιλιάδες χρήστες σε πραγματικό χρόνο, αρχίζουν και γίνονται εξαιρετικά δημοφιλή.

Σε αυτή τη σφαίρα της εικονικής πια πραγματικότητας, οι ανθρώπινες υπάρξεις αλληλεπιδρούν μεταξύ τους με τρόπους που μπορούν να περιοριστούν μόνο από τις δυνατότητες της φαντασίας τους, αφού δίνεται η δυνατότητα στο άτομο να εμφανίζεται ως άτομο του αντίθετου φύλου, ως φανταστική ύπαρξη κ.λπ. και αυτή η δυνατότητα έχει γίνει κεντρικό χαρακτηριστικό γνώρισμα της ανάπτυξης ρόλων στο Διαδίκτυο.

---

<sup>6</sup> Μυριβήλη Λενιώ, 'Περιγραφή μαθήματος 'Κουλτούρα και Κυβερνοχώρος' στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου, τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας.', 30 Οκτώβριος 2004, <http://web.archive.org/web/20041030194259/www.aegean.gr/culturaltec/myrivili/cyberculture/default.htm>.

Η νέα αυτή εικονική πραγματικότητα με το πέρασμα των χρόνων έχει εναρμονιστεί με την πραγματική ζωή (real life), με αποτέλεσμα ο μέσος σύγχρονος άνθρωπος να μοιράζει, σχεδόν καθημερινά, των χρόνο του ανάμεσα στους δύο αυτούς κόσμους.

Πίνακας 2: Η αύξηση των χρηστών του διαδικτύου ανά τον κόσμο από το 2012 έως το 2017.

DATE	NUMBER OF USERS	% WORLD POPULATION	INFORMATION SOURCE
Dec, 2012	2,497 millions	35.7 %	I.T.U.
Dec, 2013	2.802 millions	39.0 %	Internet World Stats
Dec, 2014	3.079 millions	42.4 %	Internet World Stats
Dec, 2015	3.366 millions	46.4 %	Internet World Stats
Dec, 2016	3.696 millions	49.5 %	Internet World Stats
Dec, 2017	4.175 millions	54.4 %	Internet World Stats

Πηγή: Internet World Stats, <https://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>

#### 1.4 Ορισμός για τα κοινωνικά δίκτυα

Τα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα σύνολο αλληλεπιδράσεων και διαπροσωπικών σχέσεων.

Ένα κοινωνικό δίκτυο σήμερα είναι μια κοινωνική δομή που αποτελείται από ένα σύνολο παραγόντων, όπως άτομα ή οργανισμούς. Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν εικονικές κοινότητες όπου οι χρήστες, που συνήθως αποτελούν ενεργά μέλη του κοινωνικού δικτύου, με κοινά ενδιαφέροντα ή δραστηριότητες, μπορούν να επικοινωνούν και να αναπτύσσουν επαφές μέσα από αυτές. Οι ιστοσελίδες αυτές επιτρέπουν την αλληλεπίδραση των χρηστών, με τρόπους όπως: με σχόλια, φωτογραφίες, ανταλλαγή πληροφοριών, μηνυμάτων κ.λπ. Οι πιο γνωστές από αυτές τις ιστοσελίδες είναι Facebook, Twitter, Instagram και Linkedin.

### 1.5 Ιστορική εξέλιξη των κοινωνικών ιστοσελίδων

Ο όρος κοινωνικά δίκτυα πρόκειται για μια φυσική εξέλιξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας, δηλαδή τα μέσα για την επικοινωνία και την ενημέρωση σε ένα ευρύ κοινό σε έντυπη, ακουστική ή οπτική μορφή. Τέτοια μέσα αποτελούν η εφημερίδα, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο αλλά ακόμα και οι ταχυδρομικές υπηρεσίες. Το Internet με την έλευση του Web 2.0, εισήγαγε το στοιχείο της διαδραστικότητας και της αλληλεπίδρασης στα μέσα επικοινωνίας, επιτρέποντας έτσι την ενεργή συμμετοχή των χρηστών . Έφερε την επανάσταση στον μέχρι πρότινος παραδοσιακό τρόπο ενημέρωσης αφού η επικοινωνία ήταν μονής κατεύθυνσης, καθιστώντας το χρήστη απλό δέκτη της πληροφορίας. Το ίδιο το Internet ίσως προσέθεσε μια επιπλέον διάσταση στον όρο κοινωνικό δίκτυο από μόνο του αφού ένωσε ανθρώπους από όλο τον κόσμο.

Από το 1985 άρχισαν να εμφανίζονται οι πρώτες online κοινότητες με μορφή chat rooms. (THE WELL(1985), Theglobe.com(1994), Geocities(1994) και Tripod(1995) )

Το 1995 εμφανίζεται το Classmates, το οποίο, εστίαζε στην επικοινωνία μεταξύ παλιών συμμαθητών.

Το Six Degrees ήταν η πρώτη σελίδα που τα συνδύαζε όλα για αυτό και από πολλούς θεωρείται ως η πρώτη ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης. Έδινε τη δυνατότητα δημιουργίας προφίλ, αποστολής μηνυμάτων σε φίλους και την αναζήτηση ατόμων με συναφή ενδιαφέροντα. Ξεκίνησε το 1997, το 2001 πωλήθηκε προς 125 εκατομμύρια δολάρια αλλά την επόμενη χρονιά κατέρρευσε.

Εικόνα 3: Λογότυπο της ιστοσελίδας Six Degrees.



Πηγή: <https://bestebbooks2017.files.wordpress.com/2018/01/sixdegrees.png?w=1100>



Η υπηρεσία AOL (1997) έδωσε για πρώτη φορά τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας μεταξύ χρηστών με γραπτά μηνύματα, δηλαδή αποστολή και παραλαβή σε πραγματικό χρόνο ενώ από το 2012 συνεργάζεται και με το Facebook.

Την ίδια χρονιά κάνει την εμφάνιση της και η Asian Avene, μια ιστοσελίδα ασιατικής κοινωνικής δικτύωσης που απευθύνεται στην ασιατική αμερικανική κοινότητα.

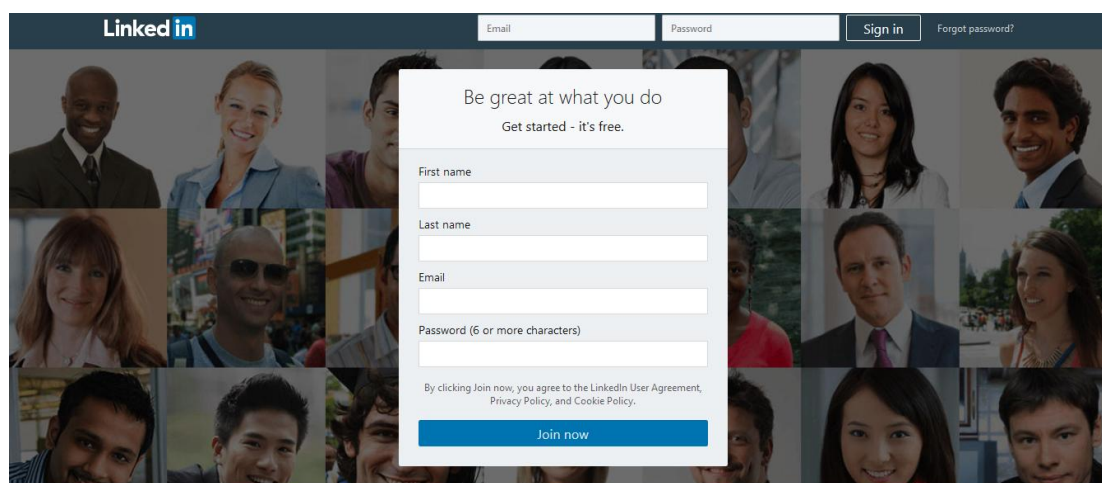
Παράλληλα το 2001, εμφανίζεται και η Blackplanet, μια αφρικανική αμερικανική υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης.

Στις αρχές του 2000, το πρώτο μοντέρνο κοινωνικό δίκτυο, μπορούμε να πούμε πως ήταν το Friendster. Κατά βάση είναι ιστοσελίδα «ραντεβού», αλλά όχι μόνο. Τους πρώτους τρεις μήνες λειτουργίας του συγκέντρωσε πάνω από τρία εκατομμύρια χρήστες.

Σύντομα ακολούθησε το MySpace το οποίο και κλόνησε το Friendster και σύντομα έγινε δημοφιλέστερο. Η δημοτικότητα του οφειλόταν στο ότι προσέφερε μεγαλύτερη ελευθερία και περισσότερες δυνατότητες στους χρήστες. Παρότι δεν είχε την απήχηση που έχουν σήμερα οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, αποτέλεσε την έμπνευση για τη δημιουργία των μεταγενέστερων σελίδων όπως το Facebook.

Μια ακόμη ιστοσελίδα που έκανε την εμφάνιση της το 2003 και υπάρχει μέχρι και σήμερα είναι το LinkedIn. Ένας ιστοχώρος επαγγελματικής κοινωνικής δικτύωσης.

Εικόνα 4: Οθόνη εισαγωγής – εγγραφής στην ιστοσελίδα LinkedIn.



Πηγή: <https://www.linkedin.com>

Το 2004, ο Mark Zuckerberg, δημιούργησε τη TheFacebook.com για τους σπουδαστές του Harvard, γρήγορα όμως είδε τις προοπτικές εξέλιξης αυτής της σελίδας και την έκανε διαθέσιμη για το ευρύ κοινό με την ιστοσελίδα facebook.com. Με τη δημιουργία του Facebook ξεκίνησε ένα κολοσσιαίο κοινωνικό δίκτυο που σήμερα απαριθμεί δισεκατομμύρια χρήστες ανά τον κόσμο.

Εικόνα 5: Οθόνη εισαγωγής - εγγραφής στην ιστοσελίδα Facebook.



Πηγή : <https://web.facebook.com>

Το 2006, η δημοτικότητα της αποστολής γραπτών μηνυμάτων ενέπνευσε τους Jack Dorsey, Biz Stone, Noah Glass and Evan Williams να δημιουργήσουν το Twitter, μια υπηρεσία όπου η μόνη δυνατότητα που παρέχετε στο χρήστη είναι η αποστολή “tweets” το πολύ 140 χαρακτήρων. Σήμερα το Twitter απαριθμεί εκατομμύρια χρήστες.

Κοντά στο 2010 ξεπροβάλουν πολλές ιστοσελίδες που παρέχουν υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης με κάποιο τρόπο. Από τα πιο δημοφιλή για το διαμοιρασμό φωτογραφιών αρχικά ήταν το Flickr και στη συνέχεια το διαδέχτηκε το Instagram, το οποίο σήμερα θεωρείται ένα από τα κορυφαία κοινωνικά δίκτυα.

Εικόνα 6: Ιστορική αναδρομή της εμφάνισης των κοινωνικών δικτύων ανά έτος.



Πηγή : <https://sites.google.com/site/koinonikidiktyosi/istorike-anadrome>

Με το πέρασμα των χρόνων, τα κοινωνικά δίκτυα έκτος από πλατφόρμες επικοινωνίας για την κοινωνικοποίηση του ατόμου, άρχισαν να εξαπλώνονται και στο επιχειρηματικό κομμάτι. Οι επιχειρήσεις αρχίζουν να προβάλλουν σε συνδυασμό με τις ιστοσελίδες τους και τις διαφημίσεις σε τηλεόραση , περιοδικά, κ.λπ. και τις σελίδες τους στα κοινωνικά δίκτυα, όπως το Facebook και το Twitter.

Το σήμα (logo) ορισμένων κοινωνικών δικτύων έχει γίνει τόσο γνωστό που είναι πλέον ασυνήθιστο να συναντάς επιχείρηση που να μην το χρησιμοποιεί.



Τα οφέλη των επιχειρήσεων από το μάρκετινγκ των κοινωνικών δικτύων αρχίζουν να γίνονται εμφανή, με αποτέλεσμα να γίνονται όλο και πιο δημοφιλή τόσο στις μεγάλες όσο και στις μικρότερες επιχειρήσεις.

Τα κοινωνικά δίκτυα εξελίσσονται και αναβαθμίζονται μέρα με τη μέρα για να καλύψουν τις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις των χρηστών.

Παρ' ότι είναι δύσκολο να προβλέψουμε τι μας επιφυλάσσει το μέλλον των κοινωνικών δικτύων, είναι βέβαιο ότι θα συνεχιστεί η εξάπλωση τους. Η φύση του ανθρώπου που τον καθιστά ως κοινωνικό ον με ανάγκη για επικοινωνία, σε συνδυασμό με την εξέλιξη της τεχνολογίας, δείχνουν ότι τα κοινωνικά δίκτυα θα αποκτούν όλο και μεγαλύτερο ενδιαφέρον.<sup>7</sup>

#### 1.6 Λόγοι επιτυχίας των κοινωνικών δικτύων

Με την εμφάνιση των κοινωνικών δικτύων γενάτε το ερώτημα εάν είναι απλά μια μόδα της εποχής που οι περισσότεροι από εμάς ακολουθούμε ή εάν αποτελεί την εξέλιξη του τρόπου επικοινωνίας.

---

<sup>7</sup> 'Social Networking Service', *Wikipedia*, 18 Μάιος 2018, [https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social\\_networking\\_service&oldid=841867277](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_networking_service&oldid=841867277); 'History Of Social Networking: How It All Began', *IstWebDesigner* (blog), 13 Φεβρουάριος 2016, <https://Istwebdesigner.com/history-of-social-networking/>; 'The History of Social Media: Social Networking Evolution!', *History Cooperative* (blog), 16 Ιούνιος 2015, <http://historycooperative.org/the-history-of-social-media/>; 'Ιστορική αναδρομή - Κοινωνική δικτύωση', ημερομηνία πρόσβασης 19 Μάιος 2018, <https://sites.google.com/site/koinonikidiktyosi/istorike-anadrome>; 'Γνωριμία με το Διαδίκτυο, Κεφάλαιο 11'.

Οι λόγοι που κάνουν έναν χρήστη να συμμετέχει σε ένα τέτοιο κοινωνικό δίκτυο ποικίλλουν.

Αρχικά ο βασικότερος λόγος ήταν η επικοινωνία με φίλους, η αναζήτηση παλαιών (που πιθανότητα είχαν χάσει επαφή) και η απόκτηση νέων (με κοινά ενδιαφέροντα). Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να σχολιάζουν διάφορα κοινωνικά θέματα, ανταλλάσσουν απόψεις και εμπειρίες. Τέτοιου είδους κοινωνικά δίκτυα είναι το Facebook και το Twitter, όπου οι χρήστες συνήθως χρησιμοποιούν τα πραγματικά τους στοιχεία.

Επίσης, τα κοινωνικά δίκτυα έφεραν κοντά άτομα που ανήκουν στον ίδιο επαγγελματικό τομέα. Υπάρχουν δίκτυα, όπως το LinkedIn, στα οποία οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν εργασία, να αναζητήσουν συνεργάτες και να παρουσιάσουν το προφίλ τους σαν ένα βιογραφικό.

Υπάρχουν και κοινωνικά δίκτυα, κυρίως εικονικά παιχνίδια, όπως το Second Life, το Twinity, το Active Worlds κ.ά., στα οποία οι χρήστες δε χρειάζεται να δώσουν τα πραγματικά τους στοιχεία. Έτσι, μπορούν να δημιουργούν έναν «άλλο εαυτό» και να ζήσουν σε μια παράλληλη «εικονική πραγματικότητα».

Το παράδειγμα του τέως Προέδρου των ΗΠΑ, Μπάρακ Ομπάμα, ο οποίος έστησε διαδικτυακά την προεκλογική του καμπάνια, στην ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης myBarackObama.com και, η οποία στο αποκορύφωμα της έφτασε τα 1,5 εκατομμύρια μέλη, αλλά και η πρόσφατη αποκάλυψη πως η εταιρία Cambridge Analytica συνέλεγε μέσω μιας εφαρμογής “quiz” πληθώρα δεδομένων χρηστών του Facebook ώστε να κατευθύνει την προεκλογική εκστρατεία του σημερινού προέδρου των Η.Π.Α Ντόναλντ Τραμπ, μας δείχνει πως σε πολλές περιπτώσεις οι λόγοι μπορεί να είναι και πολιτικοί.

Τέλος, είναι δεδομένο πως ένα από τα κίνητρα της κατασκευής των είναι το οικονομικό όφελος, καθώς τα κέρδη από την διαφήμιση, την κατασκευή σελίδων κοινωνικής δικτύωσης και του social media marketing, είναι τεράστια.

### 1.7 Στατιστικά χρήσης

Την επιτυχία των κοινωνικών δικτύων και τη ραγδαία εξάπλωσή τους, έρχονται να επιβεβαιώσουν τα αποτελέσματα πολλών στατιστικών ερευνών.

Σύμφωνα με το Internet World Stats, στις 30 Ιουνίου 2016 οι χρήστες του διαδικτύου παγκοσμίως ξεπέρασαν τα 3,6 δισεκατομμύρια και σε ένα μόλις έτος οι χρήστες αυξήθηκαν περίπου κατά 210 εκατομμύρια.

Η Ευρώπη αποτελεί σχεδόν το επτά τοις εκατό (6,7%) του παγκόσμιου πληθυσμού αλλά το έντεκα τοις εκατό (11,3%) των χρηστών του διαδικτύου παγκοσμίως.

Εντύπωση προκαλεί και το γεγονός πως εντός ενός έτους οι λογαριασμοί στο Facebook αυξήθηκαν παγκοσμίως κατά 300 εκατομμύρια.

Πίνακας 3: Το ποσοστό των Ευρωπαίων πολιτών που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο το 2016.

<b>Internet Usage in the European Union - 2016</b>						
WORLD REGION	Population (2016 Est.)	% Pop. of World	Internet Users, 30-June-2016	Penetration (% Population)	Internet % Users	FACEBOOK 30-June-2016
<a href="#">European Union</a>	515,167,446	7.0 %	412,466,679	80.1 %	11.2 %	247,070,000
<a href="#">Rest of World</a>	6,824,992,046	93.0 %	3,263,358,134	47.8 %	88.8 %	1,432,363,530
<b>TOTAL WORLD</b>	7,340,159,492	100.0 %	3,675,824,813	50.1 %	100.0 %	1,679,433,530

NOTES: (1) The European Union Internet Statistics were updated in June 30, 2016. (2) Facebook subscribers are also for June 30, 2016. (3) Population estimates are from [Eurostats](#). (4) Internet Usage numbers come from [Nielsen Online](#), [ITU](#), [GfK](#), local agencies, and other trustworthy sources. (5) Data may be cited, giving the due credit and creating an active link back to [Internet World Stats](#). © Copyright 2016, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Πηγή : <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm>

Πίνακας 4: Το ποσοστό των Ευρωπαίων πολιτών που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο το 2017.

<b>Internet Usage in the European Union - 2017</b>						
WORLD REGION	Population (2017 Est.)	% Pop. of World	Internet Users, 30-June-2017	Penetration (% Population)	Internet % Users	FACEBOOK 30-June-2017
<a href="#">European Union</a>	506,279,458	6.7 %	433,651,012	85.7 %	11.3 %	252,070,000
<a href="#">Rest of World</a>	7,012,749,512	93.3 %	3,451,916,607	49.2 %	88.8 %	1,727,633,530
<b>TOTAL WORLD</b>	7,519,028,970	100.0 %	3,885,567,619	51.7 %	100.0 %	1,979,703,530

NOTES: (1) The European Union Internet Statistics were updated in June 30, 2017. (2) Facebook subscribers are also for June 30, 2017. (3) Population estimates are from the [United Nations Population Division](#). (4) Internet Usage numbers come from [Nielsen Online](#), [ITU](#), [GfK](#), local agencies, and other trustworthy sources. (5) Data may be cited, giving the due credit and creating an active link back to [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com). © Copyright 2017, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Πηγή : <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm>

Ενδεικτικά στην Ευρώπη:

Η Γερμανία φαίνεται να έχει το μεγαλύτερο αριθμό χρηστών του διαδικτύου απαριθμώντας 72.290.285 χρήστες, εκ των οποίων 31.000.000 έχουν ενεργό λογαριασμό στο Facebook.

Στην Ελλάδα από τους 7.525.926 χρήστες του διαδικτύου, 5.000.000 έχουν ενεργό λογαριασμό στο Facebook.

Το Ηνωμένο Βασίλειο φαίνεται να έχει τους περισσότερους ενεργούς λογαριασμούς στο Facebook σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, έχοντας 44.000.000 λογαριασμούς.

Πίνακας 5: Ενδεικτική απεικόνιση χρηστών του διαδικτύου. ορισμένων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

<b>Internet Users in the European Union - 2017</b>					
<b>EUROPEAN UNION</b>	<b>Population (2017 Est.)</b>	<b>Internet Users, 30-June-2017</b>	<b>Penetration (% Population)</b>	<b>Users % Table</b>	<b>FACEBOOK 30-June-2017</b>
France	64,938,716	56,367,330	86.8 %	13.0 %	33,000,000
Germany	80,636,124	72,290,285	89.6 %	16.7 %	31,000,000
Greece	10,892,931	7,525,926	69.1 %	1.7 %	5,000,000
Italy	59,797,978	51,836,798	86.7 %	12.0 %	30,000,000
Luxembourg	584,103	569,442	97.5 %	0.1 %	310,000
Sweden	9,920,624	9,216,226	92.9 %	2.1 %	6,200,000
United Kingdom	65,511,098	62,091,419	94.8 %	14.3 %	44,000,000
<b>Total European Union</b>	<b>506,279,458</b>	<b>433,651,012</b>	<b>85.7 %</b>	<b>100.0 %</b>	<b>252,070,000</b>

NOTES: (1) The European Union Internet Statistics were updated in June 30, 2017. (2) Population is based mainly on data from the [United Nations Population Division](#). (3) The Internet usage numbers come from various sources, mainly from data published by [Nielsen Online](#), [ITU](#), [GfK](#), local agencies and other trustworthy sources. (4) Data may be cited, giving due credit and establishing an active link to [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com). Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Πηγή : <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm>

Η Αμερική αποτελεί περίπου το δεκατρία τοις εκατό (13,4%) του παγκόσμιου πληθυσμού αλλά σχεδόν το δεκαεννέα τοις εκατό (18.6%) των χρηστών του διαδικτύου παγκοσμίως. Με 724.328.531 χρήστες του διαδικτύου και 634.056.540 ενεργούς λογαριασμούς στο Facebook αγγίζοντας το 32% των χρηστών του Facebook παγκοσμίως.

Πίνακας 6: Το ποσοστό των Αμερικανών πολιτών που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο.

INTERNET USERS AND 2017 POPULATION STATS FOR THE AMERICAS						
REGIONS	Population (2017 Est.)	% Pop. America	Internet Users Latest	% Population (Penetration)	% Users America	Facebook 30-June-2017
<b>TOTAL THE AMERICAS</b>	1,010,828,651	100.0 %	724,328,531	71.7 %	100.0 %	634,056,540
<a href="#">Rest of the World</a>	6,508,200,319	86.6 %	3,161,239,088	48.6 %	81.4 %	1,345,646,990
<b>TOTAL WORLD</b>	7,519,028,970	100.0 %	3,885,567,619	51.7 %	100.0 %	1,979,703,530

NOTES: (1) Internet Usage and Population Statistics for the Americas were updated in June 30, 2017. (2) The Facebook subscribers data are for June 30, 2017. (3) CLICK on each region to see detailed data for the individual regions and countries. (4) Population numbers are 2017 mid-year estimates based on data from the [United Nations Population Division](#) and local country sources. (5) Internet usage stats come mainly from data published by [Nielsen Online](#), [ITU](#), [Facebook](#) and other local sources. (6) For methodology, definitions and navigation help, see the [site surfing guide](#). (7) Data on this site may be cited, giving the due credit and establishing a link back to [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com). Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Πηγή : <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm#all>

Σύμφωνα δε με το PEW RESEARCH CENTER από το 2012 έως και το 2018 το Facebook διατηρεί σταθερά την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των ενήλικων Αμερικανών πολιτών με ποσοστό που αγγίζει το εξήντα οκτώ τοις εκατό (68%) το 2018, ενώ ακολουθούν Instagram (35%), Pinterest (29%), LinkedIn (25%) και Twitter (24%).

Παρότι το Facebook διατηρεί την πρωτιά των τελευταίων ετών παρατηρούμε ότι το ποσοστό του παραμένει σταθερό τα τελευταία χρόνια ενώ το Instagram φαίνεται να κερδίζει συνεχώς έδαφος αυξάνοντας το ποσοστό του κατά επτά τοις εκατό (7%) μέσα στα τελευταία δύο έτη.



Γράφημα 1: Το ποσοστό των ενήλικων Αμερικανών που χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα από το έτος 2012 έως το 2018.

*% of U.S. adults who use ...*

	Facebook	Pinterest	Instagram	LinkedIn	Twitter	Snapchat	YouTube	WhatsApp
8/5/2012	54%	10%	9%	16%	13%			
8/7/2012					14%			
12/9/2012		13%	11%		13%			
12/16/2012	57%							
5/19/2013					15%			
7/14/2013					16%			
9/16/2013	57%	17%	14%	17%	14%			
9/30/2013					16%			
1/26/2014					16%			
9/21/2014	58%	22%	21%	23%	19%			
4/12/2015	62%	26%	24%	22%	20%			
4/4/2016	68%	26%	28%	25%	21%			
1/10/2018	68%	29%	35%	25%	24%	27%	73%	22%

Source: Surveys conducted 2012-2018.

Πηγή : <http://www.pewinternet.org/fact-sheet/social-media/>

Όπως μπορούμε να συμπεράνουμε από τον πίνακα που ακολουθεί, το Facebook κατέχει τα υψηλότερα ποσοστά προτίμησης, του Αμερικανικού κοινού, σε σχέση με τα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, επιπέδου εκπαίδευσης και περιβάλλοντος διαμονής.

Το Instagram και το Twitter φαίνεται να έχουν απήχηση στο νεανικότερο κοινό (ηλικίας 18-29) ενώ μόνο το 10% και 8% αντίστοιχα των ατόμων με ηλικία άνω των 65 τα χρησιμοποιούν.

Το LinkedIn, ως κοινωνικό δίκτυο επαγγελματικής δικτύωσης, προτιμάται από όλες τις ηλικίες και κυρίως από άτομα που είναι απόφοιτοι κολεγίου, κάτοικοι αστικών περιοχών.

Το γενικό συμπέρασμα είναι πως τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούνται σε υψηλά ποσοστά από το σύνολο των Αμερικανών πολιτών ανεξαρτήτως κριτηρίων κατηγοριοποίησης.

Πίνακας 7: Ανάλυση των Αμερικανών χρηστών των κοινωνικών δικτύων με κριτήρια ηλικίας, φύλου, επιπέδου εκπαίδευσης, ετήσιου εισοδήματος και περιβάλλοντος διαμονής.

*% of U.S. adults who use each social media platform*

	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>LinkedIn</b>	<b>Twitter</b>
Total	68%	35%	25%	24%
Men	62%	30%	25%	23%
Women	74%	39%	25%	24%
Ages 18-29	81%	64%	29%	40%
30-49	78%	40%	33%	27%
50-64	65%	21%	24%	19%
65+	41%	10%	9%	8%
White	67%	32%	26%	24%
Black	70%	43%	28%	26%
Hispanic	73%	38%	13%	20%
High school or less	60%	29%	9%	18%
Some college	71%	36%	22%	25%
College graduate	77%	42%	50%	32%
Urban	75%	42%	30%	29%
Suburban	67%	34%	27%	23%
Rural	58%	25%	13%	17%

Source: Source: Survey conducted Jan. 3-10, 2018.

Πηγή : PEW RESEARCH CENTER <http://www.pewinternet.org/fact-sheet/social-media/>

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και το γεγονός πως το Facebook το επισκέπτονται καθημερινά σε ποσοστό 74% και μόνο το 10% δηλώνει πως δεν το χρησιμοποιεί και τόσο συχνά. Όσον αφορά το Twitter, παρ' ότι δεν κατέχει υψηλά ποσοστά χρηστών, σε σχέση με τα υπόλοιπα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το 46% αυτών δηλώνει πως το χρησιμοποιεί καθημερινά και το 25% σε εβδομαδιαία βάση. Το δε Instagram έχει

πιστούς ακόλουθους τόσο σε καθημερινή βάση σε ποσοστό 60%, όσο και σε εβδομαδιαία , 21%.

Πίνακας 8: Με ποια συχνότητα χρησιμοποιούν οι Αμερικανοί πολίτες τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

*Among the users of each social media site, the % who use that site with the following frequencies*

<b>Platform</b>	<b>Less often</b>	<b>Weekly</b>	<b>Daily</b>
Facebook	10%	17%	74%
Instagram	18%	21%	60%
Twitter	29%	25%	46%
YouTube	21%	34%	45%

Πηγή : PEW RESEARCH CENTER, <http://www.pewinternet.org/fact-sheet/social-media/>

Με την ύπαρξη αυτής της νέας διάστασης, αυτομάτως εγείρονται ποικίλα ερωτήματα όπως:

Τα άτομα που χρησιμοποιούν σε τόσο υψηλά ποσοστά τα κοινωνικά δίκτυα και σε καθημερινή ή εβδομαδιαία βάση γνωρίζουν τι ακριβώς συμβαίνει και πως λειτουργούν αυτές οι πλατφόρμες;

Πώς μπορεί ο χρήστης να είναι σίγουρος πως το άτομο με το οποίο επικοινωνεί είναι όντως αυτό που δηλώνει και δεν υποδύεται κεκαλυμμένο από το δίκτυο κάποιο ρόλο;

Πώς μπορεί ο χρήστης να είναι βέβαιος πως οι πληροφορίες και το περιεχόμενο που ανεβάζει στο διαδίκτυο δεν θα κλαπούν ή δεν θα χρησιμοποιηθούν προς όφελος συμφερόντων τρίτων;

Από τη στιγμή που το διαδίκτυο είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο που ξεπερνά τα γεωγραφικά σύνορα, ποιός είναι υπεύθυνος για τη διακίνηση όλου αυτού του όγκου πληροφοριών;

Μια συναλλαγή , μια επικοινωνία, μια ανταλλαγή πληροφορίας μέσω διαδικτύου από ποιούς νόμους διέπεται, και ποιό δίκαιο είναι δυνατόν να εφαρμοστεί;

## **2. Ιδιωτικότητα**

### 2.1 Πληροφοριακή Ιδιωτικότητα

Η ιδιωτικότητα δεν αποτελεί μια σταθερή έννοια. Προσδιορίζεται σε σχέση με τον κοινωνικό περίγυρο, τις αντιλήψεις και τα ήθη μιας εποχής, την κοινωνική οργάνωση, τις αλλαγές του αστικού χώρου, του περιβάλλοντος και τις νέες τεχνολογίες επικοινωνίας, τα οποία υπόκεινται σε διαρκή αλλαγή μεταλλάσσοντας την αντίληψη σχετικά με το τι είναι «ιδιωτικό και τι δημόσιο». <sup>8</sup>

Διανύουμε την Εποχή της Πληροφορίας, δηλαδή η διακίνηση των πληροφοριών είναι ελεύθερη σε παγκόσμιο επίπεδο, γεγονός που καθιστά δύσκολο τον προσδιορισμό του τι θεωρείται «ιδιωτικό και τι δημόσιο», αφού οι παράγοντες προσδιορισμού διαφέρουν ανά τον κόσμο. Για αυτό και η πληροφοριακή ιδιωτικότητα βρίσκεται σε περίοδο αμφισβήτησης.

«Η ιδιωτικότητα στην περίπτωση των κοινωνικών δικτύσεων βασίζεται στο βαθμό προσδοκίας του ατόμου να παραμένουν οι σχετιζόμενες με αυτόν πληροφορίες εμπιστευτικές.»<sup>9</sup>

Η προστασία της ιδιωτικότητας και των προσωπικών δεδομένων αποτελούσε και αποτελεί βασικό δομικό στοιχείο μια δημοκρατικής κοινωνίας, γι' αυτό και είναι επιτακτική η ανάγκη για την προάσπισή τους.

Η ιδιωτικότητα έχει αναγνωριστεί ως βασικό πανανθρώπινο δικαίωμα στη Διακήρυξη Ανθρώπινων Δικαιωμάτων των Ηνωμένων Εθνών, στη Συνθήκη για τα Αστικά και Πολιτικά Δικαιώματα και σε διάφορες άλλες εθνικές και διεθνείς συμβάσεις.

### 2.2 Ορισμός των προσωπικών δεδομένων

Προσωπικά δεδομένα είναι κάθε πληροφορία που αναφέρεται σε και περιγράφει ένα άτομο, όπως: στοιχεία αναγνώρισης (ονοματεπώνυμο, ηλικία, κατοικία, επάγγελμα,

---

<sup>8</sup> Μήτρου Λίλιαν, *Η προστασία της ιδιωτικότητας και τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών* (Αθήνα: Παπασωτηρίου, 2010).

<sup>9</sup> Φερενίκη Παναγοπούλου - Κουτνατζή, *Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης* (Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Σάκουλας, 2010).

οικογενειακή κατάσταση κ.λπ.), φυσικά χαρακτηριστικά, εκπαίδευση, εργασία (προϋπηρεσία, εργασιακή συμπεριφορά κ.λπ.), οικονομική κατάσταση (έσοδα, περιουσιακά στοιχεία, οικονομική συμπεριφορά), ενδιαφέροντα, δραστηριότητες, συνήθειες. Το άτομο (φυσικό πρόσωπο) στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα ονομάζεται *υποκείμενο των δεδομένων*.<sup>10</sup>

Δε θεωρούνται προσωπικά δεδομένα πληροφορίες από τις οποίες δε δύναται να ταυτοποιηθεί ένα συγκεκριμένο άτομο. «Κάθε μεμονωμένο δεδομένο καθίσταται προσωπικό, όταν συνδέεται προς ένα στοιχείο προσδιορισμού του προσώπου στο οποίο αναφέρεται. Απαραίτητα κάθε φορά είναι τουλάχιστον δύο στοιχεία: το δεδομένο αναφοράς (πληροφορία) και το δεδομένο προσδιορισμού του υποκειμένου (εξατομίκευση).»<sup>11</sup>

Από τα προσωπικά δεδομένα, αυτά που έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα για το σχηματισμό της εικόνας της προσωπικότητας του ατόμου, ονομάζονται ευαίσθητα. Αποτελούν τον πυρήνα της ιδιωτικής ζωής και σύμφωνα με το νόμο 2472/1997 αφορούν (1) φυλετική ή εθνική προέλευση, (2) τα πολιτικά φρονήματα, (3) τις θρησκευτικές ή φιλοσοφικές πεποιθήσεις, (4) τη συμμετοχή σε συνδικαλιστική οργάνωση, (5) την υγεία, (6) την κοινωνική πρόνοια, (7) την ερωτική ζωή, (8) τα σχετικά με ποινικές διώξεις ή καταδίκες και (9) τη συμμετοχή σε συναφείς με τα ανωτέρω ενώσεις προσώπων.<sup>12</sup>

Τα ευαίσθητα δεδομένα προστατεύονται από το Νόμο με αυστηρότερες ρυθμίσεις από ότι τα απλά προσωπικά δεδομένα.

---

<sup>10</sup> 'Τι είναι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα (ή αλλιώς προσωπικά δεδομένα)',  
[http://www.dpa.gr/portal/page?\\_pageid=33,18990&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.dpa.gr/portal/page?_pageid=33,18990&_dad=portal&_schema=PORTAL).

<sup>11</sup> Παναγιώτης Δ Αρμαμέντος και Βασίλης Α Σωτηρόπουλος, *Προσωπικά δεδομένα: ερμηνεία Ν. 2472/1997* (Αθήνα ; Θεσσαλονίκη: Σάκκουλας, 2005).

<sup>12</sup> Ευγενία Αλεξανδροπούλου-Αιγυπτιάδου, *Προσωπικά δεδομένα* (Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη, 2016).

Πίνακας 9: Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα όπως αναφέρονται στην ευρωπαϊκή και ελληνική νομοθεσία.

Δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα «Ειδικών κατηγοριών» ή «Ευαίσθητα» προσωπικά δεδομένα: αυτά που παρέχουν πληροφορίες για		
Οδηγία 95/46/ΕΚ (άρθρο 8)	Νόμος 2472/1997 (άρθρο 2)	Κανονισμός 2016/679 (άρθρο 9)
φυλετική ή εθνική καταγωγή	φυλετική ή εθνική προέλευση	φυλετική ή εθνοτική καταγωγή
πολιτικά φρονήματα	πολιτικά φρονήματα	πολιτικά φρονήματα
θρησκευτικές ή φιλοσοφικές πεποιθήσεις	θρησκευτικές ή φιλοσοφικές πεποιθήσεις	θρησκευτικές ή φιλοσοφικές πεποιθήσεις
συμμετοχή σε συνδικαλιστικές οργανώσεις	συμμετοχή σε συνδικαλιστική οργάνωση	συμμετοχή σε συνδικαλιστική οργάνωση
υγεία	υγεία	υγεία
σεξουαλική ζωή	ερωτική ζωή	σεξουαλική ζωή
	κοινωνική πρόνοια	
	ποινικές διώξεις ή καταδίκες	
	συμμετοχή σε συναφείς με τα ανωτέρω ενώσεις	
		γενετικά δεδομένα
		βιομετρικά δεδομένα
		γενετήσιο προσανατολισμό

Πηγή: Θεμιστοκλής Μαυρόπουλος, 'Πληροφορικά συστήματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και προσωπικά δεδομένα: μεταξύ παλαιάς και νέας νομικής ρύθμισης', 2017, <http://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/20971>.

### 2.3 Η διαδικτυακή ιδιωτικότητα και τα προσωπικά δεδομένα

Η διαδικτυακή ιδιωτικότητα αναφέρεται στο δικαίωμα της διατήρησης της ιδιωτικότητας ενός ατόμου, σε σχέση με την αποθήκευση, μετατροπή, διάθεση σε τρίτους και επίδειξη πληροφοριών οι οποίες το αφορούν, μέσω του διαδικτύου.

Τα προσωπικά δεδομένα στο διαδίκτυο ορίζονται ως οποιαδήποτε πληροφορία σχετίζεται με την ταυτοποίηση ενός ατόμου.

Η ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο ταυτίζεται με τη δυνατότητα της ανωνυμίας.

Από τη μια πλευρά η ανωνυμία αυτή δρα απελευθερωτικά, προστατεύει την ιδιωτικότητα καθώς καθιστά εφικτή την προσωπική απελευθέρωση χωρίς να υπάρχει ο φόβος να στιγματιστεί το άτομο που εξωτερικεύει τις απόψεις του. Ειδικά σε χώρες με απολυταρχικό καθεστώς, όπου η μοναδική πηγή ειδήσεων είναι το διαδίκτυο, αποτελεί θα λέγαμε μια δημοκρατική επανάσταση.

Από τη άλλη η ανωνυμία διευκολύνει ίσως και παραβατικές ή ανάρμοστες συμπεριφορές, όπως τη συκοφαντία, το διαδικτυακό κουτσομπολιό, τις απειλές και τις ύβρεις, την παραβίαση απόρρητων κωδικών από χάκερς, κλοπές τραπεζικών λογαριασμών, καθώς και την ενίσχυση της παιδοφιλίας, της τρομοκρατίας κ.λπ.

Βέβαια η ανωνυμία αυτή παραμένει μια σχετική έννοια αφού κάθε φορά που συνδεόμαστε στο διαδίκτυο «κάποιος» συλλέγει πληροφορίες από τις δραστηριότητες μας.

Κάθε πάροχος υπηρεσιών Διαδικτύου δεσμεύεται από το νόμο να προστατεύει αυτά τα απόρρητα προσωπικά δεδομένα και να μην τα δημοσιοποιεί, αλλά με εισαγγελική εντολή μπορεί να αποκαλυφθούν.

Εικόνα 7: Με «παρακολουθεί» κανείς;

7:15	<b>Διαβάζεις το e-mail σου</b> – ο πάροχος ηλεκτρονικών επικοινωνιών καταγράφει την ώρα που μπήκες στο λογαριασμό σου, τον αποστολέα του μηνύματός σου, καθώς και την ώρα που σου έστειλε το μήνυμα.
7:30	<b>«Κατεβάζεις» ένα τραγούδι στο iPod</b> – η εταιρεία που σου πουλάει το τραγούδι καταγράφει το e-mail σου και τις μουσικές σου προτιμήσεις.
7:50	<b>Η μητέρα σου σε πάει με το αυτοκίνητο στο σχολείο</b> – το αυτοκίνητο διαθέτει συσκευή GPS που καταγράφει τη διαδρομή σας από το σπίτι στο σχολείο. Σε κάποια σημεία της διαδρομής υπάρχουν κάμερες ρύθμισης της κυκλοφορίας και ελέγχου παραβάσεων του Κώδικα Οδικής Κυκλοφορίας.
10:10	<b>Μπαίνεις στην τάξη</b> – στο απουσιολόγιο του τμήματός σου καταγράφονται οι απόντες για κάθε διδακτική ώρα. Ο σχολικός σου φάκελος περιλαμβάνει τους βαθμούς και τις αξιολογήσεις που σε αφορούν.
12:00	<b>Ο κολλητός σου σε τραβάει μια φωτογραφία με το κινητό</b> – η φωτογραφία είναι αστεία και λέει πως μπορεί αργότερα να την ανεβάσει στο facebook.
15:00	<b>Σερφάρεις στο διαδίκτυο από το σπίτι</b> – ο browser που χρησιμοποιείς καταγράφει τις σελίδες που επισκέπτεσαι. Κάποιες σελίδες εγκαθιστούν στον υπολογιστή σου μικρά αρχεία (cookies) ώστε να μπορούν να σε αναγνωρίζουν όταν θα τις ξαναεπισκεπτείς. Μάθε περισσότερα.
15:15	<b>Κλικάρεις μια διαφήμιση που έχει ενδιαφέρον</b> – η διαφημιστική εταιρεία καταγράφει τις προτιμήσεις σου ώστε να μπορεί να σου στέλνει προσφορές για προϊόντα που σε ενδιαφέρουν.
15:30	<b>Στέλνεις μια ηλεκτρονική κάρτα σε έναν φίλο που έχει γενέθλια</b> – για την αποστολή της κάρτας πρέπει να συμπληρώσεις μια φόρμα με διάφορα προσωπικά σου στοιχεία και το email σου.
16:00	<b>Ψάχνεις στοιχεία για την έκθεση που πρέπει να παραδώσεις αύριο</b> – στο google καταγράφονται όλες οι αναζητήσεις που πραγματοποιείς, μαζί με την χρονική στιγμή της αναζήτησης και τη διεύθυνση δικτύου (IP) με την οποία ο υπολογιστής σου συνδέεται, μέσω του Παρόχου, στο διαδίκτυο.
18:00	<b>Πηγαίνεις στο γυμναστήριο</b> – στην είσοδο υπάρχει κάμερα που καταγράφει όσους μπαίνουν και βγαίνουν. Στην υποδοχή «περνάς» την κάρτα μέλους σου από το ειδικό μηχάνημα που την σκανάρει και εμφανίζει τα στοιχεία σου στην οθόνη.
19:00	<b>Ακούς τα φωνητικά σου μηνύματα στο κινητό</b> – το τηλέφωνο σου καταγράφει όλους όσους σε κάλεσαν, τους αριθμούς τηλεφώνου τους και τις ώρες κλήσης.
22:00	<b>Μπαίνεις στο Facebook</b> – διαβάζεις τι έκαναν σήμερα οι φίλοι σου και γράφεις τα δικά σου νέα. Βλέπεις ότι έχεις γίνει tagged στην σημερινή φωτογραφία που ήδη ανέβασε ο κολλητός σου και κάποιοι έχουν ήδη βάλει σχόλια. Αποδέχεσαι τα friend requests για δύο νέους φίλους, παρόλο που τον έναν δεν το ξέρεις πολύ καλά.

Πηγή :

[http://www.dpa.gr/pls/portal/docs/PAGE/APDPX/YOUTH/YOUTH\\_INTRO/YOUTH\\_BOO KLET.PDF](http://www.dpa.gr/pls/portal/docs/PAGE/APDPX/YOUTH/YOUTH_INTRO/YOUTH_BOO KLET.PDF)

### **3. Ευρωπαϊκή και Ελληνική νομοθεσία περί προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα**

Η ραγδαία τεχνολογική πρόοδος, από το 1960 και μετά, έχει ως αποτέλεσμα η πληροφορική να εισχωρεί όλο και περισσότερο στη ζωή των ανθρώπων φέρνοντας αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται τα προσωπικά δεδομένα.

Η εξέλιξη αυτή εντείνει την αναγκαιότητα θέσπισης λεπτομερέστερων κανόνων για την προάσπιση των δικαιωμάτων του ατόμου μέσω της προστασίας των προσωπικών δεδομένων του.



### 3.1 Το δίκαιο στην Ευρώπη και διεθνώς

Πίνακας 10: Η νομοθεσία της Ένωσης κατά το πέρασμα των χρόνων για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

<b>Ευρωπαϊκή Ένωση</b>	Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση (Άρθρο 6) Ευρωπαϊκή Σύμβαση των δικαιωμάτων του Ανθρώπου (Άρθρο 8) Χάρτης των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Άρθρο 8)
<b>Οδηγία 95/46/EK</b>	Για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών.
<b>Οδηγία 2002/58/EK</b>	Για την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών, τροποποίηση της, δια της Οδηγίας 2009/136/EK
<b>Οδηγία 2006/24/EK</b>	Για τη διατήρηση δεδομένων που παράγονται ή υποβάλλονται σε επεξεργασία σε συνάρτηση με την παροχή διαθεσίμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή δημοσίων δικτύων επικοινωνιών και για την τροποποίηση της οδηγίας 2002/58/EK
<b>Οδηγία 2009/136/EK</b>	Για τροποποίηση της οδηγίας 2002/22/EK για την καθολική υπηρεσία και τα δικαιώματα των χρηστών όσον αφορά δίκτυα και υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, της οδηγίας 2002/58/EK σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 2006/2004 για τη συνεργασία μεταξύ των εθνικών αρχών που είναι αρμόδιες για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών
<b>Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679</b>	Για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της οδηγίας 95/46/EK (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων)
<b>Οδηγία (ΕΕ) 2016/680</b>	Για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από αρμόδιες αρχές για τους σκοπούς της πρόληψης, διερεύνησης, ανίχνευσης

	ή δίωξης ποινικών αδικημάτων ή της εκτέλεσης ποινικών κυρώσεων και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών και την κατάργηση της απόφασης-πλαίσιο 2008/977/ΔΕΥ του Συμβουλίου
<b>Οδηγία (ΕΕ) 2016/681</b>	Σχετικά με τη χρήση των δεδομένων που περιέχονται στις καταστάσεις ονομάτων επιβατών (PNR) για την πρόληψη, ανίχνευση, διερεύνηση και δίωξη τρομοκρατικών και σοβαρών εγκλημάτων

Πηγή: [http://www.dpa.gr/portal/page?\\_pageid=33,123482&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.dpa.gr/portal/page?_pageid=33,123482&_dad=portal&_schema=PORTAL)

3.1.1 Η Σύμβαση για την προστασία του ατόμου από την αυτοματοποιημένη επεξεργασία προσωπικών δεδομένων (Σύμβαση 108).<sup>13</sup>

Το 1981 άνοιξε προς υπογραφή η Σύμβαση 108 για την προστασία του ατόμου από την αυτοματοποιημένη επεξεργασία προσωπικών δεδομένων, ήταν η μόνη νομικά διεθνής δεσμευτική πράξη στον τομέα της προστασίας των προσωπικών δεδομένων.

Η Σύμβαση 108 εφαρμόζεται σε κάθε επεξεργασία προσωπικών δεδομένων που διενεργείται τόσο από τον ιδιωτικό όσο και από το δημόσιο τομέα και προστατεύει το άτομο από ενδεχόμενες καταχρηστικές ενέργειες κατά τη συλλογή και επεξεργασία προσωπικών δεδομένων και, ταυτόχρονα, επιδιώκει να ρυθμίσει τη διασυνοριακή ροή<sup>14</sup> προσωπικών δεδομένων. Όλα τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) έχουν κυρώσει τη Σύμβαση 108, το ελληνικό κοινοβούλιο κύρωσε τη σύμβαση με το Ν.2068/1998. Το 2001 υιοθετήθηκε πρόσθετο πρωτόκολλο στη Σύμβαση 108, το οποίο θεσπίζει διατάξεις σχετικά με τη διασυνοριακή ροή δεδομένων προς μη

<sup>13</sup> Οργανισμός Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συμβούλιο της Ευρώπης., 'Εγχειρίδιο σχετικά με την ευρωπαϊκή νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων', 2014, fra-2014-handbook-data-protection-law-2nd-ed\_el.pdf.

<sup>14</sup> 'Διασυνοριακή ροή δεδομένων είναι η διαβίβαση προσωπικών δεδομένων σε αποδέκτη ο οποίος υπάγεται σε αλλοδαπή δικαιοδοσία. Η αρχή ότι η απλή δημοσίευση προσωπικών δεδομένων δεν πρέπει να θεωρείται διασυνοριακή ροή δεδομένων εφαρμόζεται επίσης στα διαδικτυακά δημόσια μητρώα ή στα μέσα ενημέρωσης, όπως οι (ηλεκτρονικές) εφημερίδες και η τηλεόραση. Μόνον οι επικοινωνιές που απευθύνονται σε συγκεκριμένους αποδέκτες εμπίπτουν στην έννοια της διασυνοριακής ροής προσωπικών δεδομένων.', Οργανισμός Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συμβούλιο της Ευρώπης, 'Εγχειρίδιο σχετικά με την ευρωπαϊκή νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων'.

συμβαλλόμενα μέρη, τις αποκαλούμενες «τρίτες χώρες», και σχετικά με την υποχρεωτική σύσταση εθνικών εποπτικών αρχών προστασίας των δεδομένων.

Η Σύμβαση 108 είναι ανοικτή στην προσχώρηση και μη κρατών μελών του Συμβουλίου της Ευρώπης (ΣτΕ), όπως και μη ευρωπαϊκών χωρών. Η ελεύθερη ροή δεδομένων επεκτάθηκε με τη συμφωνία για τον ευρωπαϊκό οικονομικό χώρο (ΕΟΧ), εντάσσοντας στην εσωτερική αγορά και την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία, καθώς όλα τα μέλη της ΕΟΧ είναι επίσης συμβαλλόμενα μέρη στη Σύμβαση 108.

Η δυνατότητα της Σύμβασης να λειτουργήσει ως οικουμενικό πρότυπο και ο μη περιοριστικός χαρακτήρας της θα μπορούσαμε να πούμε ότι αποτέλεσαν τη βάση για την προώθηση της προστασίας των δεδομένων σε παγκόσμιο επίπεδο. Το ενωσιακό δίκαιο αφορά πρωτίστως την προστασία των φυσικών προσώπων, πλην όμως τα συμβαλλόμενα μέρη δύνανται να παράσχουν προστασία και σε νομικά πρόσωπα.

### 3.1.2 Οδηγία 95/46/ΕΚ.<sup>15</sup>

Η κύρια νομική πράξη της ΕΕ στον τομέα της προστασίας των δεδομένων είναι η Οδηγία 95/46/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 24ης Οκτωβρίου 1995 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών.

Δεδομένου ότι η Οδηγία για την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα εκδόθηκε με σκοπό την εναρμόνιση της εθνικής νομοθεσίας των κρατών μελών για την προστασία των δεδομένων, συγκεκριμενοποιείται σε βαθμό αντίστοιχο με αυτόν των υφιστάμενων εθνικών νομοθεσιών. Η Οδηγία αποσκοπεί στην υλοποίηση - και στη διεύρυνση- των αρχών που διέπουν το δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή και διατυπώνονται ήδη στη Σύμβαση 108.

«Αποτέλεσε το πιο αναλυτικό, συγκροτημένο και συγκεφαλαιωτικό –των ως τότε- εθνικών νομοθεσιών δεσμευτικό νομικό κείμενο για την προστασία των προσωπικών δεδομένων».<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Οργανισμός Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συμβούλιο της Ευρώπης, 'Εγχειρίδιο σχετικά με την ευρωπαϊκή νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων'.

Το εδαφικό πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας για την προστασία των προσωπικών δεδομένων εκτείνεται πέραν των κρατών μελών της ΕΕ και περιλαμβάνει και τα μη κράτη μέλη της ΕΕ που συναποτελούν τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (ΕΟΧ).

Η διαβίβαση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα προς τρίτες χώρες επιτρέπεται εφόσον ο αποδέκτης (κράτος ή οργανισμός) διασφαλίζει την επάρκεια προστασίας της προβλεπόμενης διαβίβασης δεδομένων.

«Ίκανοποιητικό επίπεδο προστασίας των προσωπικών δεδομένων σε τρίτη χώρα σημαίνει ουσιαστική εφαρμογή των βασικών αρχών της προστασίας των δεδομένων στο εθνικό δίκαιο της χώρας αυτής. Βάσει του δικαίου της ΕΕ, η απαίτηση για επάρκεια και όχι για ισοδυναμία καθιστά δυνατή τη συνεκτίμηση των διάφορων τρόπων εφαρμογής της προστασίας των προσωπικών δεδομένων. Αρμόδια να εκτιμά το επίπεδο προστασίας των προσωπικών δεδομένων σε ξένες χώρες είναι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, διαβουλεύεται δε για την εκτίμησή της με την ομάδα εργασίας του άρθρου 29.»<sup>17</sup>

Η διαβίβαση προσωπικών δεδομένων σε τρίτες χώρες οι οποίες δεν παρέχουν επαρκή προστασία των δεδομένων επιτρέπεται κατ' εξαίρεση εφόσον το υποκείμενο των δεδομένων έχει δώσει τη σαφή συγκατάθεσή του και η διαβίβαση προβλέπεται από το εσωτερικό δίκαιο και είναι αναγκαία για τη διασφάλιση ειδικών συμφερόντων του υποκειμένου των δεδομένων ή υπέρτερων νόμιμων συμφερόντων των άλλων, ιδίως σημαντικού δημοσίου συμφέροντος.

Αρμόδιο να διασφαλίζει την ουσιαστική και ενιαία εφαρμογή της Οδηγίας σε όλα τα κράτη μέλη είναι το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΔΕΕ). Εξετάζει κατά πόσο τα κράτη μέλη τηρούν τις υποχρεώσεις τους για την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και εκδίδει αποφάσεις επί προδικαστικών ερωτημάτων σχετικά με την εγκυρότητα και την ερμηνεία της Οδηγίας.

Ο Κανονισμός 45/2001/ΕΚ, ήρθε να συμπληρώσει το κενό της Οδηγίας, σχετικά με την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων

---

<sup>16</sup> Βασίλης Α Σωτηρόπουλος, *Η συνταγματική προστασία των προσωπικών δεδομένων* (Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Σάκκουλας, 2006).

<sup>17</sup> Οργανισμός Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συμβούλιο της Ευρώπης, 'Εγχειρίδιο σχετικά με την ευρωπαϊκή νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων'.

προσωπικού χαρακτήρα από τα όργανα και τους οργανισμούς της Κοινότητας και σχετικά με την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών.

Πέραν αυτών, ακόμη και σε πεδία τα οποία καλύπτονται από την Οδηγία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων συχνά χρειάζονται λεπτομερέστερες διατάξεις προκειμένου να επιτυγχάνεται η αναγκαία σαφήνεια κατά τη στάθμιση άλλων έννομων συμφερόντων. Δύο σχετικά παραδείγματα, η Οδηγία 2002/58/EK για την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και η Οδηγία 2006/24/EK για τη διατήρηση δεδομένων που παράγονται ή υποβάλλονται σε επεξεργασία σε συνάρτηση με την παροχή διαθεσίμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή δημοσίων δικτύων επικοινωνιών και για την τροποποίηση της Οδηγίας 2002/58/EK.

### 3.1.3 Ο Χάρτης Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.<sup>18</sup>

Οι αρχικές συνθήκες των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων δεν περιείχαν καμία αναφορά στα ανθρώπινα δικαιώματα ή στην προστασία τους. Το 2000 η ΕΕ σε μια προσπάθεια να κάνει τους πολίτες να αισθανθούν «πιο κοντά» στην ΕΕ, προέβη σε διακήρυξη του Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης («Χάρτη»). Ο Χάρτης ενσωματώνει το πλήρες φάσμα των ατομικών, πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών δικαιωμάτων των ευρωπαίων πολιτών, σε μία σύνθεση των κοινών συνταγματικών παραδόσεων και των κοινών διεθνών υποχρεώσεων των κρατών μελών. Τα δικαιώματα που κατοχυρώνονται στο Χάρτη διαιρούνται σε έξι κεφάλαια: αξιοπρέπεια, ελευθερίες, ισότητα, αλληλεγγύη, δικαιώματα των πολιτών και δικαιοσύνη.

Παρότι αρχικά ο Χάρτης ήταν μόνον πολιτικό έγγραφο, κατέστη νομικά δεσμευτικός ως πρωτογενές ενωσιακό δίκαιο με την έναρξη ισχύος της Συνθήκης της Λισαβόνας την 1η Δεκεμβρίου 2009.

Ο Χάρτης δεν εγγυάται μόνο το σεβασμό της ιδιωτικής και οικογενειακής ζωής, αλλά κατοχυρώνει και το δικαίωμα στην προστασία των δεδομένων, αναβαθμίζοντας ρητά την παρεχόμενη προστασία σε επίπεδο θεμελιώδους δικαιώματος στο ενωσιακό δίκαιο. Τα θεσμικά όργανα της ΕΕ και τα κράτη μέλη οφείλουν να σέβονται και να

---

<sup>18</sup> 'Χάρτης των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης', <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=celex%3A12012P%2FTXT>.

εγγυώνται το εν λόγω δικαίωμα. Το άρθρο 8 του Χάρτη, το οποίο συντάχθηκε αρκετά χρόνια μετά την Οδηγία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων, πρέπει να νοείται ως ενσωμάτωση του προϋπάρχοντος ενωσιακού δικαίου στον τομέα αυτό.

Ο Χάρτης περιέχει σαφή αναφορά στο δικαίωμα προστασίας των δεδομένων στο άρθρο 8 «Παράγραφος 1. κάθε πρόσωπο έχει δικαίωμα στην προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν. Παράγραφος 2. η επεξεργασία αυτών των δεδομένων πρέπει να γίνεται νομίμως, για καθορισμένους σκοπούς και με βάση τη συγκατάθεση του ενδιαφερομένου ή για άλλους θεμιτούς λόγους που προβλέπονται από το νόμο. Κάθε πρόσωπο δικαιούται να έχει πρόσβαση στα συλλεγμένα δεδομένα που το αφορούν και να επιτυγχάνει τη διόρθωσή τους. Παράγραφος 3. ο σεβασμός των κανόνων αυτών υπόκειται στον έλεγχο ανεξάρτητης αρχής.»

#### 3.1.4 Ομάδα εργασίας του άρθρου 29

Η ομάδα εργασίας συστάθηκε βάσει του άρθρου 29 της Οδηγίας 95/46/EK. Είναι ανεξάρτητο ευρωπαϊκό συμβουλευτικό όργανο για την προστασία των δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής. Τα καθήκοντά της περιγράφονται στο άρθρο 30 της Οδηγίας 95/46/EK και στο άρθρο 15 της Οδηγίας 2002/58/EK.

Η ομάδα προστασίας των προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα απαρτίζεται από έναν αντιπρόσωπο της αρχής ελέγχου που έχει ορίσει κάθε κράτος μέλος, έναν αντιπρόσωπο της αρχής ή των αρχών που έχουν συσταθεί για τα όργανα και τους οργανισμούς της Κοινότητας καθώς και έναν αντιπρόσωπο της Επιτροπής. Κάθε μέλος της ομάδας ορίζεται από το θεσμικό όργανο, την αρχή ή τις αρχές που εκπροσωπεί.

Η ομάδα λαμβάνει τις αποφάσεις της με απλή πλειοψηφία των αντιπροσώπων των αρχών ελέγχου.

Εκλέγει τον πρόεδρό της, με διετή διάρκεια θητείας με δυνατότητα ανανέωσης. Τη γραμματεία της ομάδας αναλαμβάνει η Επιτροπή.

Η ομάδα καταρτίζει τον εσωτερικό της κανονισμό, εξετάζει τα θέματα που εγγράφονται στην ημερήσια διάταξη από τον πρόεδρό της, είτε κατόπιν πρωτοβουλίας του είτε κατόπιν αιτήσεως αντιπροσώπου των αρχών ελέγχου ή της Επιτροπής.

Η ομάδα έχει ως αποστολή:

α) να εξετάζει οποιοδήποτε θέμα σχετικό με την εφαρμογή των εθνικών διατάξεων που έχουν θεσπισθεί κατ' εφαρμογή της παρούσας οδηγίας, ώστε να συμβάλλει στην ομοιόμορφη εφαρμογή τους

β) να παρέχει στην Επιτροπή τη γνώμη της σχετικά με το επίπεδο προστασίας στην Κοινότητα και στις τρίτες χώρες

γ) να συμβουλεύει την Επιτροπή για κάθε σχέδιο τροποποίησης της παρούσας οδηγίας, κάθε σχέδιο συμπληρωματικών ή ειδικών μέτρων που πρέπει να ληφθούν για τη διασφάλιση των δικαιωμάτων και ελευθεριών των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, καθώς και για κάθε άλλο σχέδιο κοινοτικών μέτρων που έχουν επιπτώσεις επί αυτών των δικαιωμάτων και ελευθεριών

δ) να γνωμοδοτεί επί των κωδίκων δεοντολογίας που εκπονούνται σε κοινοτικό επίπεδο.

Αν η ομάδα διαπιστώσει αποκλίσεις μεταξύ της νομοθεσίας ή της πρακτικής των κρατών μελών, οι οποίες μπορεί ενδεχομένως να αποβούν επιζήμιες για την ισοδύναμη προστασία των προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στην Κοινότητα, εκδίδει με δική της πρωτοβουλία συστάσεις, οι οποίες διαβιβάζονται στην Επιτροπή και στη συμβουλευτική επιτροπή του άρθρου 31.

Η Επιτροπή με τη σειρά της ενημερώνει την ομάδα σχετικά με τη συνέχεια που δίδεται στις γνώμες και συστάσεις.

Η ομάδα συντάσσει ετήσια έκθεση σχετικά με την κατάσταση όσον αφορά την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στην Κοινότητα και στις τρίτες χώρες, την οποία κοινοποιεί στην Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο. Η έκθεση αυτή δημοσιεύεται.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> 'Νομοθεσία για τα προσωπικά δεδομένα - Ευρώπη',

[http://www.dpa.gr/portal/page?\\_pageid=33,123482&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.dpa.gr/portal/page?_pageid=33,123482&_dad=portal&_schema=PORTAL).

### 3.1.5 Ο Γενικός Κανονισμός 2016/679

Τον Ιανουάριο του 2012, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε δέσμη μέτρων για τη μεταρρύθμιση της προστασίας των προσωπικών δεδομένων, δηλώνοντας ότι οι ισχύοντες κανόνες είναι ανάγκη να εκσυγχρονιστούν υπό το πρίσμα των ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων και της παγκοσμιοποίησης.

Την 27<sup>η</sup> Απριλίου 2016 εξέδωσαν τον Κανονισμό 2016/679 (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων - GDPR) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών. Τέθηκε σε εφαρμογή στις 25 Μαΐου 2018. Έχει καθολική και άμεση εφαρμογή και καταργεί ουσιαστικά τις αντίστοιχες εθνικές νομοθεσίες.

Όπως αναφέρεται στην αιτιολογική σκέψη 13 του κανονισμού είναι πλέον εφικτό «να διασφαλιστεί ένα συνεκτικό επίπεδο προστασίας των φυσικών προσώπων σε ολόκληρη την Ένωση και προς αποφυγή αποκλίσεων που εμποδίζουν την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στην εσωτερική αγορά.»

Ωστόσο, σύμφωνα με την αιτιολογική σκέψη 10 «παρέχει περιθώρια χειρισμού στα κράτη – μέλη , ώστε να εξειδικεύσουν τους κανόνες τους, συμπεριλαμβανομένων αυτών που αφορούν την επεξεργασία ειδικών κατηγοριών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.»

Ο Κανονισμός θεσπίζει κανόνες που αφορούν την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και κανόνες που αφορούν την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Προστατεύει θεμελιώδη δικαιώματα και ελευθερίες των φυσικών προσώπων και ειδικότερα το δικαίωμά τους στην προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.<sup>20</sup> Δεδομένου ότι η σύγχρονη κοινωνία και οικονομία βασίζονται ολοένα και περισσότερο στην πληροφορία – μέσω της ανάλυσης δεδομένων, ο Γενικός Κανονισμός βρίσκει εφαρμογή άμεσα ή έμμεσα, στο σύνολο των πολιτών, των επιχειρήσεων αλλά και των φορέων του δημοσίου.

---

<sup>20</sup> ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 2016/ 679 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων)', 2016, 88.



Όπως αναγράφεται στην παράγραφο 1 του άρθρου 2 του κανονισμού οι διατάξεις του εφαρμόζονται «εν όλω ή εν μέρει, αυτοματοποιημένη επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, καθώς και στη μη αυτοματοποιημένη επεξεργασία τέτοιων δεδομένων τα οποία περιλαμβάνονται ή πρόκειται να περιληφθούν σε σύστημα αρχειοθέτησης». Η επεξεργασία αυτή μπορεί να γίνεται από ιδιώτη, εταιρία, ιδιωτικό ή δημόσιο οργανισμό και φορείς του δημοσίου.

Ενώ δε βρίσκει εφαρμογή σε περιπτώσεις επεξεργασίας δεδομένων θανάτων ή νομικών οντοτήτων, επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα αποκλειστικά προσωπικής ή οικιακής δραστηριότητας ή από δημόσιες αρχές για σκοπούς της πρόληψης, της διερεύνησης, της ανίχνευσης ή της δίωξης ποινικών αδικημάτων ή της εκτέλεσης ποινικών κυρώσεων ή στο πλαίσιο δραστηριότητας η οποία δεν εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του δικαίου της Ένωσης.<sup>21</sup>

Στο άρθρο 3 του κανονισμού ορίζεται το εδαφικό πεδίο εφαρμογής του. Έχοντας ως γνώμονα την πιο αποτελεσματική προστασία των πολιτών της ΕΕ, ο Γενικός Κανονισμός έχει ως στόχο την όσο το δυνατόν πιο ευρεία εφαρμογή του. Εφαρμόζεται τόσο στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων μιας εγκατάστασης ενός υπευθύνου επεξεργασίας ή εκτελούντος την επεξεργασία στην Ένωση, ανεξάρτητα από το κατά πόσο η επεξεργασία πραγματοποιείται εντός της Ένωσης, όσο και στην επεξεργασία δεδομένων υποκειμένων που βρίσκονται στην Ένωση από υπεύθυνο επεξεργασίας ή εκτελούντα την επεξεργασία μη εγκατεστημένο στην Ένωση, υπό την προϋπόθεση σύμφωνα με το άρθρο 27 του κανονισμού, να ορίζει γραπτώς εκπρόσωπο ο οποίος είναι εγκατεστημένος σε ένα από τα κράτη μέλη της Ένωσης, λαμβάνει εντολές από αυτούς και σε αυτόν απευθύνονται οι εποπτικές αρχές και τα υποκείμενα των δεδομένων, επίσης εφαρμόζεται για την επεξεργασία δεδομένων από υπεύθυνο επεξεργασίας μη εγκατεστημένο στην Ένωση, αλλά σε τόπο όπου εφαρμόζεται το δίκαιο κράτους μέλους δυνάμει του δημόσιου διεθνούς δικαίου.

Ο Γενικός Κανονισμός εισήγαγε βασικές αλλαγές τόσα στα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων όσο και στις υποχρεώσεις των υπευθύνων επεξεργασίας.

---

<sup>21</sup> ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 2016/ 679 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων)'.

Ο υπεύθυνος επεξεργασίας μπορεί να κλιθεί να αποδείξει τη συμμόρφωση του με τα όσα ορίζει η παράγραφος 1 του άρθρου 5 αναφορικά με τις αρχές που διέπουν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. («λογοδοσία»). Έχει την υποχρέωση να ορίσει υπεύθυνο προστασίας δεδομένων (DPO) και να λαμβάνει τα απαιτούμενα τεχνικά μέτρα τόσο για την προστασία των προσωπικών δεδομένων αλλά και για την ενίσχυση του δικαιώματος στη λήθη. Κάθε υπεύθυνος επεξεργασίας και, κατά περίπτωση, ο εκπρόσωπός του, οφείλει να τηρεί αρχείο των δραστηριοτήτων επεξεργασίας για τις οποίες είναι υπεύθυνος και να διενεργεί εκτίμηση αντικτύπου, δηλαδή εκτίμηση των επιπτώσεων των σχεδιαζόμενων πράξεων επεξεργασίας στην προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, πριν από την επεξεργασία δεδομένων, σε περίπτωση που ένα είδος επεξεργασίας, ιδίως με χρήση νέων τεχνολογιών ενδέχεται να επιφέρει υψηλό κίνδυνο για τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των φυσικών προσώπων. Σε περίπτωση παραβίασης δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ο υπεύθυνος επεξεργασίας έχει υποχρέωση γνωστοποίησης των παραβιάσεων εντός 72 ωρών από τη στιγμή που αποκτά γνώση του γεγονότος.

Προκειμένου να μπορεί να αποδείξει συμμόρφωση προς τον παρόντα κανονισμό, ο υπεύθυνος επεξεργασίας θα πρέπει να θεσπίζει εσωτερικές πολιτικές και να εφαρμόζει μέτρα τα οποία ανταποκρίνονται ειδικότερα στις αρχές της προστασίας των δεδομένων «ήδη από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού». Η χρήση της ψευδωνυμοποίησης στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα το συντομότερο δυνατόν και η διαφάνεια όσον αφορά τις λειτουργίες και την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, μπορεί να μειώσουν τους κινδύνους για τα υποκείμενα των δεδομένων και να διευκολύνουν τους υπευθύνους επεξεργασίας και τους εκτελούντες την επεξεργασία να τηρήσουν τις οικείες υποχρεώσεις περί προστασίας των δεδομένων.<sup>22</sup>

Αναφορικά με το άρθρο 83, σε περίπτωση που ο υπεύθυνος επεξεργασίας ή ο εκτελών την επεξεργασία, παραβιάσει τις διατάξεις του Κανονισμού, θα βρεθεί αντιμέτωπος με υψηλά διοικητικά πρόστιμα έως 10.000.000 € ή, σε περίπτωση επιχειρήσεων, έως το 2% του συνολικού παγκόσμιου ετήσιου κύκλου εργασιών του προηγούμενου οικονομικού έτους, ανάλογα με το ποιο είναι υψηλότερο ή 4% του ετήσιου παγκόσμιου κύκλου εργασιών σε περίπτωση μη συμμόρφωσης προς εντολές

---

<sup>22</sup> ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 2016/ 679 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων)'.

της Εποπτικής Αρχής. Έτσι υπογραμμίζεται η επιτακτική ανάγκη συμμόρφωσης στις επιταγές του Κανονισμού και η υψηλή σημασία της προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των πολιτών.

Οι βασικές αρχές που διέπουν την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα όπως έχουν χαραχθεί νομοθετικά μέχρι σήμερα και εν προκειμένω από τον Γενικό κανονισμό.

Νομιμότητα, αντικειμενικότητα και διαφάνεια: τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα οφείλουν να υποβάλλονται σε σύννομη και θεμιτή επεξεργασία με διαφανή τρόπο σε σχέση με το υποκείμενο των δεδομένων.

Σκοπός: Τα δεδομένα πρέπει να συλλέγονται για καθορισμένους, ρητούς και νόμιμους σκοπούς και να μην υποβάλλονται σε περαιτέρω επεξεργασία κατά τρόπο ασύμβατο προς τους σκοπούς αυτούς. Η περαιτέρω επεξεργασία για σκοπούς αρχειοθέτησης προς το δημόσιο συμφέρον ή σκοπούς επιστημονικής ή ιστορικής έρευνας ή στατιστικούς σκοπούς δε θεωρείται ασύμβατη με τους αρχικούς σκοπούς.

Ελαχιστοποίηση: πρέπει τα δεδομένα να είναι κατάλληλα, συναφή και να περιορίζονται στο αναγκαίο για τους σκοπούς για τους οποίους υποβάλλονται σε επεξεργασία.

Ακρίβεια: τα δεδομένα πρέπει να είναι ακριβή και όταν είναι αναγκαίο να επικαιροποιούνται, πρέπει να λαμβάνονται όλα τα εύλογα μέτρα για την άμεση διαγραφή ή διόρθωση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα τα οποία είναι ανακριβή, σε σχέση με τους σκοπούς της επεξεργασίας

Περιορισμός στο σκοπό της επεξεργασίας: τα δεδομένα συλλέγονται για καθορισμένους, ρητούς και νόμιμους σκοπούς και δεν υποβάλλονται σε περαιτέρω επεξεργασία κατά τρόπο ασύμβατο προς τους σκοπούς αυτούς.

Περιορισμός της περιόδου αποθήκευσης: διατηρούνται υπό μορφή που επιτρέπει την ταυτοποίηση των υποκειμένων των δεδομένων μόνο για το διάστημα που απαιτείται για τους σκοπούς της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

Ακεραιότητα και Εμπιστευτικότητα: τα δεδομένα υποβάλλονται σε επεξεργασία κατά τρόπο που εγγυάται την ενδεδειγμένη ασφάλεια των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, μεταξύ άλλων την προστασία τους από μη εξουσιοδοτημένη ή παράνομη

επεξεργασία και τυχαία απώλεια, καταστροφή ή φθορά, με τη χρησιμοποίηση κατάλληλων τεχνικών ή οργανωτικών μέτρων.<sup>23</sup>

Ο Γενικός Κανονισμός έχει ως βασικό άξονα την ουσιαστική ενίσχυση των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων, στο Κεφάλαιο 3 του Κανονισμού γίνεται αναλυτική παρουσίαση των δικαιωμάτων αυτών.

Τα δικαιώματα του υποκειμένου των δεδομένων είναι:

Δικαίωμα ενημέρωσης (άρθρο 12): Ο υπεύθυνος επεξεργασίας οφείλει να λαμβάνει τα κατάλληλα μέτρα, για να παρέχει στο υποκείμενο κάθε πληροφορία και κάθε ανακοίνωση σχετικά με την επεξεργασία σε συνοπτική, διαφανή καθώς και κατανοητή και εύκολα προσβάσιμη μορφή, χρησιμοποιώντας σαφή και απλή διατύπωση, ιδίως όταν πρόκειται για πληροφορία που απευθύνεται σε παιδιά.

Δικαίωμα πρόσβασης (άρθρο 15): Το υποκείμενο των δεδομένων έχει το δικαίωμα να λαμβάνει από τον υπεύθυνο επεξεργασίας επιβεβαίωση για το κατά πόσον ή όχι τα δεδομένα που το αφορούν υφίστανται επεξεργασία και, εάν συμβαίνει αυτό, το δικαίωμα πρόσβασης στα δεδομένα του όπως αυτά αναφέρονται στο άρθρο 15.

Δικαίωμα Διόρθωσης (άρθρο 16): Το υποκείμενο των δεδομένων έχει το δικαίωμα να απαιτήσει από τον υπεύθυνο επεξεργασίας χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση τη διόρθωση ανακριβών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν. Έχοντας υπόψη τους σκοπούς της επεξεργασίας, το υποκείμενο των δεδομένων έχει το δικαίωμα να απαιτήσει τη συμπλήρωση ελλειπών δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, μεταξύ άλλων μέσω συμπληρωματικής δήλωσης.

Δικαίωμα Διαγραφής «Δικαίωμα στη Λήθη» (άρθρο 17): Το υποκείμενο των δεδομένων έχει το δικαίωμα να ζητήσει από τον υπεύθυνο επεξεργασίας τη διαγραφή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν, χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση και ο υπεύθυνος επεξεργασίας υποχρεούται να διαγράψει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα χωρίς αδικαιολόγητη καθυστέρηση, αν τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα δεν είναι πλέον απαραίτητα ή αν το υποκείμενο ανακαλέσει τη συγκατάθεσή του ή αν δεν υπάρχει άλλη νομική βάση για την επεξεργασία ή αντιτίθεται στην επεξεργασία και δεν υπάρχουν επιτακτικοί και νόμιμοι λόγοι ή αν τα

---

<sup>23</sup> 'Ποιες είναι οι βασικές αρχές για την επεξεργασία Προσωπικών Δεδομένων';,

[https://www.lawspot.gr/gdpr/faq?lspt\\_context=gdpr#faq-5](https://www.lawspot.gr/gdpr/faq?lspt_context=gdpr#faq-5).

δεδομένα υποβλήθηκαν σε επεξεργασία παράνομα ή για να τηρηθεί νομική υποχρέωση βάσει του ενωσιακού δικαίου ή του δικαίου κράτους μέλους, στην οποία υπόκειται ο υπεύθυνος επεξεργασίας ή αν έχουν συλλεχθεί όταν το υποκείμενο ήταν παιδί.

Δικαίωμα περιορισμού της επεξεργασίας (άρθρο 18): Το υποκείμενο των δεδομένων δικαιούται να εξασφαλίζει από τον υπεύθυνο επεξεργασίας τον περιορισμό της επεξεργασίας όταν α) η ακρίβεια των δεδομένων αμφισβητείται, β) είναι παράνομη, γ) ο υπεύθυνος επεξεργασίας δε χρειάζεται πλέον τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για τους σκοπούς της επεξεργασίας, αλλά τα δεδομένα αυτά απαιτούνται από το υποκείμενο των δεδομένων για τη θεμελίωση, την άσκηση ή την υποστήριξη νομικών αξιώσεων, δ) το υποκείμενο των δεδομένων έχει αντιρρήσεις για την επεξεργασία, εν αναμονή της επαλήθευσης του κατά πόσον οι νόμιμοι λόγοι του υπεύθυνου επεξεργασίας υπερισχύουν έναντι όλων των λόγων του υποκειμένου των δεδομένων.

Δικαίωμα στην Φορητότητα των Δεδομένων (άρθρο 20): Το υποκείμενο των δεδομένων έχει το δικαίωμα να λαμβάνει τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν, και τα οποία έχει παράσχει σε υπεύθυνο επεξεργασίας, σε δομημένο, κοινώς χρησιμοποιούμενο και αναγνώσιμο από μηχανήματα μορφότυπο, καθώς και το δικαίωμα να διαβιβάζει τα εν λόγω δεδομένα σε άλλον υπεύθυνο επεξεργασίας, χωρίς αντίρρηση από τον υπεύθυνο επεξεργασίας, στον οποίο παρασχέθηκαν τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα.

Δικαίωμα Εναντίωσης (άρθρο 21): Το υποκείμενο των δεδομένων δικαιούται να αντιτάσσεται, ανά πάσα στιγμή και για λόγους που σχετίζονται με την ιδιαίτερη κατάστασή του, στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν (επεξεργασία από δημόσιες αρχές ή από ιδιώτες), περιλαμβανομένης της κατάρτισης προφίλ βάσει των εν λόγω διατάξεων. Εάν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα υποβάλλονται σε επεξεργασία για σκοπούς απευθείας εμπορικής προώθησης, το υποκείμενο των δεδομένων δικαιούται να αντιταχθεί ανά πάσα στιγμή στην επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν για την εν

λόγω εμπορική προώθηση, περιλαμβανομένης της κατάρτισης προφίλ, εάν σχετίζεται με αυτήν την απευθείας εμπορική προώθηση.<sup>24</sup>

### 3.1.6 Τα Διεθνή Νομοθετικά κείμενα.

Ήδη από το 1948 ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), στο άρθρο 12 της Οικουμενικής διακήρυξης των δικαιωμάτων του ανθρώπου αναφέρει ότι «Κανείς δεν επιτρέπεται να υποστεί αυθαίρετες επεμβάσεις στην ιδιωτική του ζωή, την οικογένεια, την κατοικία ή την αλληλογραφία του, ούτε προσβολές της τιμής και της υπόληψης του. Καθένας έχει το δικαίωμα να τον προστατεύουν οι νόμοι από επεμβάσεις και προσβολές αυτού του είδους.»<sup>25</sup>

Στη γενική συνέλευση του ΟΗΕ, το Δεκέμβριο του 1966, στο άρθρο 17 του Σύμφωνου Ατομικών και Πολιτικών Δικαιωμάτων ορίζεται ότι «Κανείς δεν υπόκειται σε αυθαίρετες ή παράνομες παρενοχλήσεις της ιδιωτικής ζωής, της οικογένειας, της κατοικίας ή της αλληλογραφίας του, ούτε σε παράνομες προσβολές της τιμής και της υπόληψης του.»<sup>26</sup>

Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), το 1980 ασχολήθηκε με την προστασία προσωπικών δεδομένων, εκδίδοντας τις λεγόμενες «Κατευθυντήριες Αρχές» που διέπουν την προστασία της ιδιωτικότητας και τις διασυννοριακές ροές προσωπικών δεδομένων. Αυτό το αρχικό και ταυτόχρονα minimum πλαίσιο γενικών αρχών στερείται δεσμευτικού χαρακτήρα και παρά – ή ακριβώς για - το λόγο αυτόν συγκέντρωσε για μεγάλο διάστημα τη συναίνεση πολλών χωρών και κυρίως εκείνων που στερούνταν (ή εξακολουθούν να στερούνται) συνολικής νομοθεσίας για την προστασία προσωπικών δεδομένων, όπως οι ΗΠΑ.<sup>27</sup> «Οι βασικότερες από τις αρχές αυτές είναι η αρχή της περιορισμένης συγκεντρώσεως και συλλογής των δεδομένων, η αρχή της ποιότητας των δεδομένων, η αρχή του

---

<sup>24</sup> 'Ποια είναι τα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων';,

[https://www.lawspot.gr/gdpr/faq?lspt\\_context=gdpr#faq-5](https://www.lawspot.gr/gdpr/faq?lspt_context=gdpr#faq-5); 'ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 2016/ 679 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων)'.

<sup>25</sup> 'ΟΙΚΟΥΜΕΝΙΚΗ ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ ΓΙΑ ΤΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ',

[https://www.unhcr.org/el/index.php?option=com\\_content&view=article&id=18&Itemid=33](https://www.unhcr.org/el/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=33).

<sup>26</sup> 'International Covenant on Civil and Political Rights' (Γενική Συνέλευση του ΟΗΕ, 1966),

<http://www.ohchr.org/Documents/ProfessionalInterest/ccpr.pdf>.

<sup>27</sup> Μήτρου Λίλιαν, *Η προστασία της ιδιωτικότητας και τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών*.

προσδιορισμένου σκοπού, η αρχή της περιορισμένης χρήσεως των προσωπικών δεδομένων, η αρχή των μέτρων ασφαλείας των προσωπικών δεδομένων, η αρχή της διαφάνειας, η αρχή της συμμετοχής του ατόμου και η αρχή της ευθύνης.»<sup>28</sup>

Διάφοροι διεθνείς οργανισμοί, όπως ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης (ISO), το Διεθνές Εμπορικό Επιμελητήριο (ICC) και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου, αναγνωρίζοντας την αξία της διασυνοριακής ροής δεδομένων στην ανάπτυξη της αγοράς και της οικονομίας των κρατών, ασχολήθηκαν ενεργά με την επίλυση του ζητήματος της προστασίας των διακινούμενων δεδομένων.<sup>29</sup>

### 3.2 Το δίκαιο στην Ελλάδα

Ο Νόμος 2472/1997 «Προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα» αποτελεί τον Ελληνικό εφαρμοστικό νόμο της Οδηγίας 95/46/ΕΚ.

Σύμφωνα με την εισηγητική έκθεση του νόμου 2472/1997 «[...] για το κοινό νομοθέτη, η θέσπιση ειδικών κανόνων για τη συλλογή και επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα δεν είναι απλή ευχέρεια. Ειδικά στην Ελλάδα, αυτό συνιστά υποχρέωση του νομοθέτη κατά τις διατάξεις του άρθρου 9 αλλά και των άρθρων 2 παρ. 1, 5 παρ. 1 και 19 του συντάγματος, οι οποίες ανάγουν την προστασία της αξίας του ανθρώπου σε πρωταρχική υποχρέωση της πολιτείας, προστατεύουν την ελεύθερη ανάπτυξη της προσωπικότητας του και διασφαλίζουν την ιδιωτική και την οικογενειακή του ζωή, καθώς και το απόρρητο των επικοινωνιών του.» Η συγκεκριμένη έκθεση αποτελεί θεμέλιο του Ελληνικού συντάγματος αναφορικά με την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα καθώς μέχρι τότε δεν προβλεπόταν ρητά η προστασία του εν λόγω έννομου αγαθού.<sup>30</sup>

Αντικείμενο του Ν.2472/1997, σύμφωνα με το άρθρο 1, είναι η θέσπιση των προϋποθέσεων για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα προς προστασία των δικαιωμάτων και των θεμελιωδών ελευθεριών των φυσικών προσώπων και ιδίως της ιδιωτικής ζωής.

---

<sup>28</sup> Φερενίκη Παναγοπούλου - Κουτνατζή, *Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης*.

<sup>29</sup> Ιωάννης Δ. Ιγγλεζάκης, *Ενσυνείδητα προσωπικά δεδομένα : η επεξεργασία ειδικών κατηγοριών προσωπικών δεδομένων και οι συνέπειές της* (Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Σάκκουλας, 2004).

<sup>30</sup> Βασίλης Α Σωτηρόπουλος, 'Μελέτη: Το άρθρο 9Α του Συντάγματος 1975/1986/2001.' (Greeklaws.com - Νομικές μελέτες, ), <http://www.greeklaws.com/pubs/uploads/596.pdf>.

Σύμφωνα με τη Λίλιαν Μήτρου ο νόμος συνιστά ένα πλαίσιο τεσσάρων κανόνων:

α) ένα σύστημα ουσιαστικών ρυθμίσεων που θέτει αφενός τις προϋποθέσεις νομιμότητας της επεξεργασίας προσδιορίζοντας δεσμευτικά το σημείο ισορροπίας μεταξύ των αντιτιθεμένων δικαιωμάτων και συμφερόντων και αφετέρου τις βασικές αρχές του νόμου με έμφαση στην αρχή του σκοπού και της αναλογικότητας,

β) απόδοση δικαιωμάτων στα πρόσωπα ώστε να προστατεύσουν τα δικαιώματα και συμφέροντά τους,

γ) εισαγωγή και οργάνωση ανεξάρτητου θεσμικού ελέγχου της προστασίας προσωπικών δεδομένων – Ανεξάρτητη αρχή για να διασφαλίζεται η εφαρμογή νομοθεσίας και

δ) σύστημα ποινικών, διοικητικών και αστικών κυρώσεων.<sup>31</sup>

Ο νόμος 3471/06 «Προστασία των προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών» αποτελεί την ενσωμάτωση της Οδηγίας 2002/58/EK στον ήδη υπάρχοντα νόμο και αποσκοπεί στην εισαγωγή ειδικών ρυθμίσεων που αφορούν τόσο το απόρρητο της επικοινωνίας και την προστασία της ιδιωτικότητας των χρηστών από πρακτικές όσο και την οργάνωση της προστασίας των δεδομένων των συνδρομητών και χρηστών έναντι των παρόχων.

Στη συνέχεια έρχεται ο νόμος 3917/2011 να ενσωματώσει στην Ελληνική νομοθεσία την Οδηγία 2006/24/EK σχετικά με τη διατήρηση δεδομένων που παράγονται ή υποβάλλονται σε επεξεργασία σε συνάρτηση με την παροχή διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή δημόσιων δικτυακών επικοινωνιών. Η Οδηγία 2006/24/EK έχει ακυρωθεί βάσει του Ανακοινωθέν Τύπου αριθ.54 του 2014, του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Μήτρου Λίλιαν, *Η προστασία της ιδιωτικότητας και τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών*.

<sup>32</sup> Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 'ΑΝΑΚΟΙΝΩΘΕΝ ΤΥΠΟΥ αριθ. 54/14 'Απόφαση στις συνεκδικασθείσες υποθέσεις C-293/12 και C-594/12 Digital Rights Ireland και Seitlinger κ.λπ'', 2014, <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2014-04/cp140054e1.pdf>.



Πίνακας 11: Η νομοθεσία της Ελλάδας κατά το πέρασμα των χρόνων για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

<b>Νόμος 2472/1997</b>	Προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
<b>Νόμος 3471/2006</b>	Προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και τροποποίηση του Ν. 2472/97.
<b>Νόμος 3783/2009</b>	Ταυτοποίηση των κατόχων και χρηστών εξοπλισμού και υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας και άλλες διατάξεις
<b>Νόμος 3917/2011</b>	Ρυθμίσεις Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, Μεταφορών, Δημοσίων Έργων και άλλες διατάξεις.
<b>Νόμος 4070/2012</b>	Ρυθμίσεις Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, Μεταφορών, Δημοσίων Έργων και άλλες διατάξεις.

Πηγή: [http://www.dpa.gr/portal/page?\\_pageid=33,123437&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.dpa.gr/portal/page?_pageid=33,123437&_dad=portal&_schema=PORTAL)

### 3.2.1. Ο Γενικός Κανονισμός και η προετοιμασία εφαρμογής στην Ελλάδα.

Η εφαρμογή του Γενικού Κανονισμού, από τις 25 Μαΐου 2018, έρχεται με τη σειρά της να καταργήσει την Οδηγία 95/46/ΕΚ και σε επίπεδο εθνικής νομοθεσίας το Νόμο 2472/1997, στο μέτρο που ο τελευταίος είναι ασύμβατος με τον Κανονισμό.

Όπως ανέφερε σε συνέντευξη του, στις 25 Μαΐου 2018, στο CNN Greece, ο κ. Κωνσταντίνος Μενουδάκος, πρόεδρος της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα και επίτιμος πρόεδρος του Συμβουλίου της Επικρατείας (ΣτΕ), «Η Ελλάδα γενικότερα, δε θα έλεγα πως είναι έτοιμη για την εφαρμογή του κανονισμού στο σύνολο, δηλαδή και στο δημόσιο και στον ιδιωτικό τομέα. Θεωρώ, και πρόκειται για μια γενική εικόνα, καθώς δεν έχω στη διάθεσή μου πιο συγκεκριμένα στοιχεία, ότι στον ιδιωτικό τομέα οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι πιο έτοιμες. Οι τράπεζες, ας πούμε, νομίζω πως ξέρουν τα προβλήματα και προετοιμάζονται. Άλλες μεγάλες επιχειρήσεις επίσης προετοιμάζονται ή μπορεί και να είναι και έτοιμες. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν νομίζω ότι είναι έτοιμες. Επισημαίνω ότι όλες οι υποχρεώσεις του νέου κανονισμού δεν αφορούν ομοιόμορφα όλους. Μερικές από τις νέες υποχρεώσεις δεν ισχύουν για τις

μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Έχω επίσης την εντύπωση ότι και από το Δημόσιο, γενικά, λίγες είναι οι υπηρεσίες, τα υπουργεία και οι οργανισμοί που θα μπορούσαν να πουν ότι, αν δεν είναι έτοιμα, είναι στο στάδιο της ολοκλήρωσης της ετοιμασίας τους.»<sup>33</sup>

Τα όσα δήλωσε ο κ. Μενουδάκος επιβεβαιώνει, σύμφωνα με δημοσιευμένο άρθρο στον ιστότοπο του, στις 24 Μαΐου 2018, ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής και Επικοινωνιών Ελλάδας (ΣΕΠΕ). «Έρευνα που πραγματοποίησε η Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ) σε συνεργασία με το Σύνδεσμο Εταιρειών Κινητών Εφαρμογών Ελλάδος (ΣΕΚΕΕ) και την Kara Research, το διάστημα από 15 έως 21 Μαΐου 2018, σε δείγμα 1.004 επιχειρήσεων μας κάνει γνωστά τα εξής:

- μία στις τρεις επιχειρήσεις δε γνωρίζει αν έχει υποχρέωση δήλωσης στην Αρχή προστασίας Προσωπικών Δεδομένων σχετικά με τα αρχεία που τηρεί για τους πελάτες,
- το 43% των επιχειρήσεων δε γνωρίζει τίποτα σχετικά με το νέο Κανονισμό προστασίας προσωπικών δεδομένων,
- μια στις τρεις απλά έχει ακούσει σχετικά,
- μόνο μία στις τέσσερις εταιρείες δηλώνει ότι γνωρίζει για το νέο Κανονισμό,
- το 47% των επιχειρήσεων δε γνωρίζει ποιες είναι οι υποχρεώσεις που απορρέουν από την τήρηση του νέου Κανονισμού,
- τέσσερις στις πέντε εταιρείες δεν έχουν προβεί σε καμιά ενέργεια για να προετοιμαστούν εσωτερικά για το νέο Κανονισμό,

Η έρευνα δείχνει ότι το 82% δε διαθέτει ένα σχέδιο έκτακτης δράσης για την παραβίαση των δεδομένων ενώ το 80% των επιχειρήσεων, που τηρούν αρχεία, τα έχουν καταχωρημένα σε ηλεκτρονική μορφή (κυρίως σε υπολογιστικές μονάδες εντός της επιχείρησης).

---

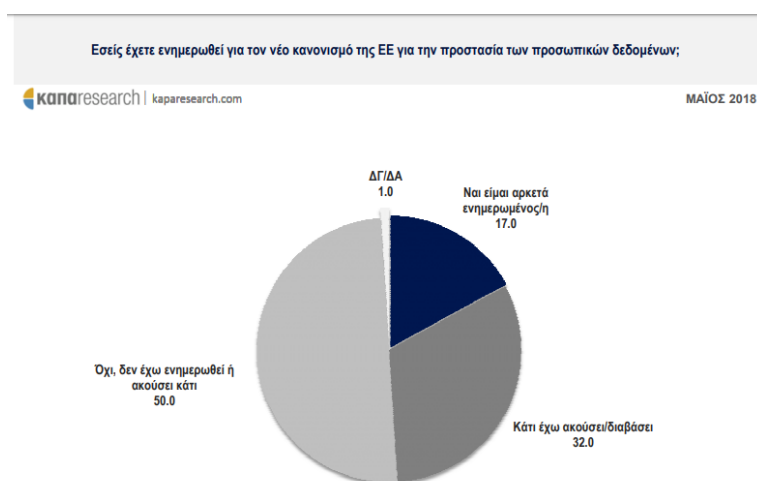
<sup>33</sup> Μενουδάκος Κων., 'Η λογική της προστασίας προσωπικών δεδομένων αλλάζει', CNN.gr, 25 Μάιος 2018, <http://www.cnn.gr/focus/story/131343/kon-menoydakos-h-logiki-tis-prostasias-prosopikon-dedomenon-allazei>.

Παρά την καταγεγραμμένη έλλειψη γνώσης και πληροφόρησης, η πλειονότητα των επιχειρήσεων ανησυχεί για την τήρηση του κανονισμού (55%) και φοβάται ότι ενδεχόμενα θα γίνει αποδέκτης κάποιας ποινής ή προστίμου (58%).

Επίσης, το 68% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι ο GDPR εξυπηρετεί τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών προστασίας δεδομένων, ενώ το 69% ότι λειτουργεί εις βάρος των μικρών επιχειρήσεων.»<sup>34</sup>

Αλλά και σε έρευνα που πραγματοποίησε και πάλι η ΓΣΕΒΕΕ σε συνεργασία με το ΣΕΚΕΕ και την Kara Research, το Μαΐου 2018, και οι πολίτες δεν φαίνεται να είναι ενημερωμένοι σε ποσοστό 50% και πάνω, σε σχέση με τα όσα ορίζει ο Γενικός Κανονισμός για την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων.<sup>35</sup>

Γράφημα 2: Έχετε ενημερωθεί για τον νέο κανονισμό της ΕΕ;



Πηγή: <https://imegsevee.gr/wp-content/uploads/2018/05/GPDR-ΓΕΝΙΚΟ-ΚΟΙΝΟ.pdf>

<sup>34</sup> sepe.gr, 'Απροετοίμαστες για τον GDPR οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις', <http://www.sepe.gr/gr/research-studies/article/11212813/aproetoimastes-gia-ton-gdpr-oi-ellinikes-mikromesaies-epiheiriseis/>.

<sup>35</sup> ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, ΣΕΚΕΕ, και ΚΑΡΑ RESEARCH, 'Πανελλαδική Έρευνα - Ο νέος κανονισμός για τα προσωπικά δεδομένα', 2018, <https://imegsevee.gr/wp-content/uploads/2018/05/GPDR-%CE%93%CE%95%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%9F-%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%9F.pdf>.

### 3.3 Αρμόδιες εποπτικές αρχές

Σύμφωνα με το Γενικό Κανονισμό, η εποπτική αρχή του κάθε υπεύθυνου ή εκτελούντος την επεξεργασία προσδιορίζεται με βάση τη χώρα δραστηριότητάς του. Συνεπώς, σε κάθε χώρα ορίζεται μια συγκεκριμένη εποπτική αρχή, η οποία παρακολουθεί τη δραστηριότητα και τη συμμόρφωση στις επιταγές του Κανονισμού.

Στην Ελλάδα, το ρόλο αυτό έχει αναλάβει η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.

Η Ομάδα Εργασίας του άρθρου 29 έχει εκδώσει κατευθυντήριες οδηγίες για περιπτώσεις όπου ο υπεύθυνος επεξεργασίας ή ο εκτελών την επεξεργασία πραγματοποιεί δραστηριότητες διασυννοριακής επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, σε διάφορες χώρες εντός της ΕΕ και είναι αναγκαίο να προσδιοριστεί ποια από τις διάφορες εποπτικές αρχές, έχει όντως τη δυνατότητα να επιληφθεί και να επιβάλει διοικητικές κυρώσεις.

Ο Ευρωπαίος Επόπτης Προστασίας Δεδομένων (EDPS) αποτελεί την Ευρωπαϊκή Ανεξάρτητη Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων. Διασφαλίζει ότι κατά την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων, τα όργανα και οι οργανισμοί της ΕΕ σέβονται το δικαίωμα των πολιτών για προστασία της ιδιωτικής ζωής. Εποπτεύει την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων που πραγματοποιούν οι υπηρεσίες της ΕΕ, ώστε να διασφαλίζει τη συμμόρφωση με τους κανόνες περί προστασίας της ιδιωτικής ζωής. Συμβουλεύει τα όργανα και τους οργανισμούς της ΕΕ για όλα τα θέματα επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων, των συναφών πολιτικών και της νομοθεσίας. Διεκπεραιώνει καταγγελίες και διενεργεί έρευνες. Συνεργάζεται με τις εθνικές αρχές των χωρών της ΕΕ με στόχο τη συνεπή προστασία των δεδομένων και παρακολουθεί νέες τεχνολογίες που θα μπορούσαν να έχουν επιπτώσεις στην προστασία των δεδομένων.<sup>36</sup>

#### 3.3.1 Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα

Είναι συνταγματικά κατοχυρωμένη ανεξάρτητη Αρχή η οποία ιδρύθηκε με το νόμο 2472/1997 αλλά επί της ουσίας θεσπίστηκε με το ψήφισμα της 6<sup>ης</sup> Απριλίου 2011, της Ζ' Αναθεωρητικής Βουλής των Ελλήνων, όπου προστέθηκε στο Σύνταγμα της

<sup>36</sup> 'Ευρωπαίος Επόπτης Προστασίας Δεδομένων (ΕΕΠΔ) - EUROPA', Text, Ευρωπαϊκή Ένωση, 16 Ιούνιος 2016, [https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-data-protection-supervisor\\_el](https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-data-protection-supervisor_el).

Ελλάδας το άρθρο 9<sup>A</sup> «Καθένας έχει δικαίωμα προστασίας από τη συλλογή, επεξεργασία και χρήση, ιδίως με ηλεκτρονικά μέσα, των προσωπικών του δεδομένων, όπως νόμος ορίζει. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων διασφαλίζεται από ανεξάρτητη αρχή, που συγκροτείται και λειτουργεί, όπως νόμος ορίζει.»

Η Αρχή συγκροτείται από τον Πρόεδρο και έξι μέλη, οι οποίοι διορίζονται με τετραετή θητεία που μπορεί να ανανεωθεί μία μόνο φορά. Πρωταρχικός σκοπός της Αρχής είναι η προστασία του πολίτη από την παράνομη επεξεργασία των προσωπικών του δεδομένων αλλά και η συνδρομή προς αυτόν σε κάθε περίπτωση που διαπιστώνεται παραβίαση των σχετικών δικαιωμάτων του σε κάθε επιχειρησιακό τομέα (χρηματοπιστωτικά, υγεία, ασφάλιση, εκπαίδευση, δημόσια διοίκηση, μεταφορές, ΜΜΕ, κ.ο.κ). Επίσης, σκοπός της Αρχής είναι η υποστήριξη και καθοδήγηση των υπεύθυνων επεξεργασίας στην εκπλήρωση των υποχρεώσεών τους απέναντι στο νόμο, λαμβάνοντας υπόψη τις νέες ανάγκες υπηρεσιών της ελληνικής κοινωνίας, καθώς και τη διείσδυση των σύγχρονων ψηφιακών επικοινωνιών και δικτύων. Ως εκ τούτου, η Αρχή στρέφει ιδιαίτερα την προσοχή της μεταξύ άλλων στην παρατήρηση και αντιμετώπιση ζητημάτων που προκύπτουν με την εξέλιξη των νέων τεχνολογιών και εφαρμογών.<sup>37</sup>

Η Αρχή διαθέτει δική της διαδικτυακή πύλη ώστε να προσφέρει τις υπηρεσίες της τόσο στους πολίτες όσο και στους υπεύθυνους επεξεργασίας.

Ο πολίτης μπορεί να ενημερώνεται για τα δικαιώματά του όπως αυτά προκύπτουν από την εκάστοτε νομοθεσία, να υποβάλει καταγγελίες για πιθανές παραβιάσεις της νομοθεσίας για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα καθώς και για να αιτείται πρόσβαση στα δεδομένα που τον αφορούν αλλά και για να υπαχθεί στο άρθρο 13 ώστε να μην περιλαμβάνεται σε καταλόγους τηλεφωνικών πωλήσεων και προωθητικών ενεργειών.

Ο υπεύθυνος επεξεργασίας ενημερώνεται από την Αρχή για το σύνολο των υποθέσεων στις οποίες εμπλέκεται (αρχές νόμιμης επεξεργασίας, ασφάλεια επεξεργασίας κ.λπ.).

---

<sup>37</sup> 'Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (ΑΠΔΠΧ)', [http://www.dpa.gr/portal/page?\\_pageid=33,14957&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.dpa.gr/portal/page?_pageid=33,14957&_dad=portal&_schema=PORTAL).

### 3.3.2 Αρχή Διασφάλισης Απορρήτου των Επικοινωνιών

Με το άρθρο 1 του νόμου 3115/2003 συστάθηκε, σύμφωνα με την παράγραφο 2 του άρθρου 19 του Συντάγματος, η Αρχή Διασφάλισης του Απορρήτου των Επικοινωνιών με σκοπό την προστασία του απορρήτου των επιστολών, της ελεύθερης ανταπόκρισης ή επικοινωνίας με οποιονδήποτε άλλο τρόπο καθώς και την ασφάλεια των δικτύων και πληροφοριών. Στην έννοια της προστασίας του απορρήτου των επικοινωνιών περιλαμβάνεται και ο έλεγχος της τήρησης των όρων και της διαδικασίας άρσης του απορρήτου, που προβλέπονται από το νόμο.

Η ΑΔΑΕ είναι Ανεξάρτητη Αρχή που απολαύει διοικητικής αυτοτέλειας. Έδρα της είναι η Αθήνα, μπορεί όμως με απόφασή της να εγκαθιστά και να λειτουργεί γραφεία και σε άλλες πόλεις της Ελλάδας. Οι αποφάσεις της ΑΔΑΕ κοινοποιούνται με μέριμνά της στον Υπουργό Δικαιοσύνης, ενώ στο τέλος κάθε έτους υποβάλλεται Έκθεση των πεπραγμένων της στον Πρόεδρο της Βουλής, στον Υπουργό Δικαιοσύνης και στους αρχηγούς των κομμάτων που εκπροσωπούνται στη Βουλή και στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.

Η ΑΔΑΕ υπόκειται σε κοινοβουλευτικό έλεγχο κατά τον τρόπο και τη διαδικασία που κάθε φορά προβλέπεται από τον Κανονισμό της Βουλής.<sup>38</sup>

## **4. Προβληματισμοί σχετικά με την ιδιωτικότητα στα κοινωνικά δίκτυα**

Αποτελεί γεγονός πως στη σύγχρονη εποχή ένα μεγάλο μέρος της κοινωνικοποίησης του ατόμου επέρχεται μέσω της επικοινωνίας του με τους άλλους στους διαδικτυακούς τόπους κοινωνικής δικτύωσης.

Εν γνώσει τους αλλά επί της ουσίας εν αγνοία τους – αφού το μεγαλύτερο ποσοστό των χρηστών επιλέγουν «συμφωνώ» με τους όρους χρήσης και την πολιτική προστασίας, χωρίς να τα έχουν διαβάσει – οι χρήστες διακινούν οικιοθελώς, μέσω αυτών των κοινωνικών δικτύων, πληθώρα προσωπικών δεδομένων (στοιχεία ταυτότητας, τοποθεσία, πεποιθήσεις, συσχέτιση με άλλα πρόσωπα, φωτογραφίες κλπ)

Το ερώτημα που εγείρεται είναι «Πώς τα κοινωνικά δίκτυα διαχειρίζονται αυτές τις πληροφορίες;»

---

<sup>38</sup> 'Αρχή Διασφάλισης Απορρήτου των Επικοινωνιών (Α.Δ.Α.Ε.)', <http://www.adae.gr/i-adae/paroyiasia/>.

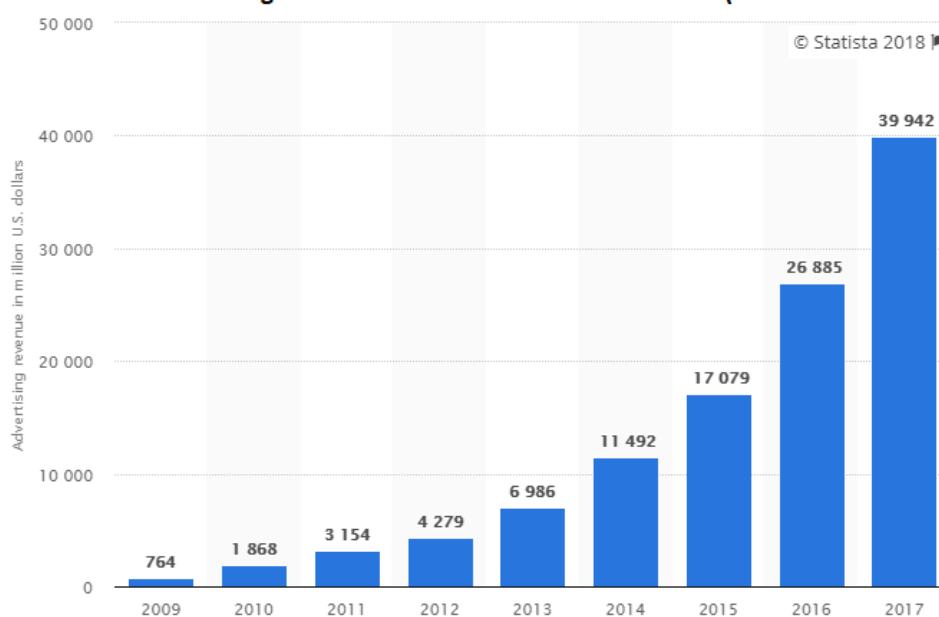
Τα δεδομένα έχουν τεράστια εμπορική αξία κι αυτό δείχνει να το γνωρίζει πολύ καλά η εταιρία Facebook.

Όπως αναφέρει και η Παναγοπούλου – Κουτνατζή Φερενίκη, δεδομένου ότι η πρόσβαση στο διαδίκτυο είναι κατά κύριο λόγο δωρεάν, οι φορείς παροχής των διαφόρων υπηρεσιών ανατρέχουν στη λύση των διαφημιστικών αγγελιών, προκειμένου να καλύψουν τα έξοδα λειτουργίας των ιστοσελίδων τους [...] Οι χρήστες που δημοσιεύουν στο προφίλ τους πολλές πληροφορίες για τα ενδιαφέροντα τους αποτελούν μια εξειδικευμένη αγορά για τους διαφημιστές, οι οποίοι επιθυμούν να του παρέχουν στοχευμένες διαφημίσεις βάσει των πληροφοριών αυτών.<sup>39</sup>

Όπως φαίνεται και στον πίνακα που ακολουθεί τα έσοδα της εταιρίας από τις διαφημίσεις το 2017 ανήλθαν σε 39.942 εκατομμύρια δολάρια Αμερικής.

Πίνακας 12: Τα έσοδα της εταιρίας από τις διαφημίσεις για την περίοδο 2009-2017.

**Facebook's advertising revenue worldwide from 2009 to 2017 (in million U.S. dollars)**



Πηγή: <https://www.statista.com/statistics/271258/facebooks-advertising-revenue-worldwide/>

<sup>39</sup> Φερενίκη Παναγοπούλου - Κουτνατζή, *Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης*.

#### 4.1 Ο όμιλος “FACEBOOK”

Το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που κατέχει την πρώτη θέση σε σχέση με τον αριθμό χρηστών που το χρησιμοποιούν, αδιαμφισβήτητα είναι το Facebook. Αν σκεφτεί κανείς ότι ο ίδιος όμιλος διαχειρίζεται και τα δίκτυα Instagram και Messenger και συνεργάζεται με δεκάδες εξωτερικούς συνεργάτες, αναμφίβολα μιλάμε για έναν παγκόσμιο κολοσσό.

##### 4.1.1 Ο ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης “Facebook”

Το Facebook είναι ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης που ξεκίνησε στις 4 Φεβρουαρίου του 2004. Ιδρυτής του, ως μέλος του Πανεπιστημίου Χάρβαρντ, ο Μαρκ Ζάκερμπεργκ. Αρχικά δικαίωμα συμμετοχής είχαν μόνο οι φοιτητές του Χάρβαρντ, ενώ το 2006 η υπηρεσία έγινε προσβάσιμη σε κάθε άνθρωπο του πλανήτη.

Τον Απρίλιο του 2011, το Facebook προσέφερε την ευκαιρία σε εμπόρους και εταιρείες να προωθηθούν μέσω αυτού. Στόχος του Facebook είναι να δημιουργήσει έναν πιο ανοιχτό και διάφανο κόσμο, όπου θα υπάρχει μεγαλύτερη κατανόηση και σύνδεση.

Κάθε χρήστης μπορεί να εγγραφεί στο Facebook δημιουργώντας ένα προφίλ. Κατά την εγγραφή ζητείται το ονοματεπώνυμο του χρήστη, μια έγκυρη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή αριθμός τηλεφώνου, το φύλο, η ηλικία και ένας κωδικός πρόσβασης.

Η σελίδα ενημερώνει το χρήστη πως αν πατήσει «εγγραφή», δηλώνει ότι συμφωνεί με τους Όρους χρήσης του Facebook και ότι έχει διαβάσει την Πολιτική δεδομένων, καθώς και τη δήλωση σχετικά με τη χρήση των cookies.

Κάθε χρήστης άνω των 13 ετών μπορεί να δημιουργήσει το δικό του προφίλ, στο οποίο μπορεί να αναρτά φωτογραφίες προφίλ, φωτογραφίες εξωφύλλου, να δημιουργεί άλμπουμ φωτογραφιών, να εισάγει πληροφορίες σχετικά με το από ποια πόλη κατάγεται, που δουλεύει, σε ποια σχολεία φοίτησε ή σε ποιο πανεπιστήμιο, να αναφέρει τις επαγγελματικές του δεξιότητες, τα μέρη όπου έχει ζήσει, τα στοιχεία επικοινωνίας του (κινητό τηλέφωνο, διεύθυνση κατοικίας, email), την ημερομηνία γέννησης, το φύλο, την ονομαστική του εορτή, εάν ενδιαφέρεται για γυναίκες ή άνδρες, ποιες γλώσσες μιλάει, ποιες είναι οι θρησκευτικές του πεποιθήσεις, οι πολιτικές απόψεις και άλλα. Επιπλέον μπορεί να αναφέρει την προσωπική του



κατάσταση (ελεύθερος, σε σχέση, αρραβωνιασμένος, παντρεμένος κ.λπ), ποιοι άλλοι χρήστες είναι μέλη της οικογένειας του (αδέρφια, γονείς, ξαδέρφια κ.λπ) καθώς και να αναφέρει σημαντικές προσωπικές στιγμές, αγαπημένες φράσεις, ταινίες, μουσική ή κάτι σχετικά με τον ίδιο.

Στην πολιτική δεδομένων για πρώτη φορά και προς συμμόρφωση με τα όσα ορίζει ο Γενικός Κανονισμός γίνεται αναφορά σε δεδομένα με ειδική προστασία «Πληροφορίες όπως οι θρησκευτικές πεποιθήσεις, οι πολιτικές απόψεις, ποιο φύλο σας ενδιαφέρει ή για την υγεία σας αλλά και άλλες όπως η φυλετική ή εθνοτική καταγωγή, οι φιλοσοφικές πεποιθήσεις ή η συμμετοχή σε συνδικαλιστικές οργανώσεις υπόκεινται σε ειδικές προστατευτικές διατάξεις στο πλαίσιο της νομοθεσίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης.»<sup>40</sup>

Αυτές οι πληροφορίες αποτελούν το προφίλ του κάθε χρήστη και βοηθούν τους άλλους χρήστες να σκιαγραφήσουν την προσωπικότητά του. Δεν είναι υποχρεωτικό να συμπληρωθούν οι παραπάνω πληροφορίες, μπορεί κάποιος να τις παραβλέψει ή να τις τροποποιήσει, να τις διαγράψει ή να επιλέξει ποιοι μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτές.

Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να στέλνει αιτήματα φιλίας σε άλλους χρήστες, οι οποίοι θα πρέπει να τον αποδεχτούν ή να τον απορρίψουν. Από τη στιγμή που ο χρήστης αποκτά «φίλους», μπορεί να βλέπει το περιεχόμενο του προφίλ τους αλλά και τις δημοσιεύσεις τους. Ο χρήστης μπορεί επίσης να συμμετέχει σε «ομάδες», να ακολουθεί «αγαπημένες» σελίδες ή να παίζει παιχνίδια. Του παρέχεται η δυνατότητα να δημοσιεύει τι σκέφτεται ή μια κατάσταση, φωτογραφίες και βίντεο, να μεταδίδει ζωντανά, να κοινοποιεί την παρουσία του, να αναφέρει πως νιώθει/ τι κάνει, και να προσθέτει με ετικέτες τους «φίλους» του.

Πέρα από το ατομικό προφίλ (χρονολόγιο) υπάρχει και η αρχική σελίδα του κάθε χρήστη, στην οποία μπορεί να παρακολουθεί τις δημοσιεύσεις των φίλων του, των ομάδων που ακολουθεί, των αγαπημένων σελίδων του ή των παιχνιδιών. Στη σελίδα αυτή εμφανίζονται επίσης διαφημίσεις και προτάσεις του Facebook. Όλοι οι χρήστες στις αναρτήσεις των χρηστών με τους οποίους αλληλεπιδρούν μπορούν να γράφουν

---

<sup>40</sup> 'Πολιτική δεδομένων', Facebook, ημερομηνία πρόσβασης 11 Ιούνιος 2018, <https://www.facebook.com/privacy/explanation>.

σχόλια, να κάνουν «Μου αρέσει» (like) , να προσθέτουν emoticons <sup>41</sup> ή αυτοκόλλητα ή ακόμα και να τις κοινοποιούν (δημόσια ή με περιορισμούς ) προσθέτοντας σχόλια ή επιπλέον πληροφορίες, στο προφίλ τους, ή στο προφίλ κάποιου φίλου τους (ακόμα κι αν δεν είναι φίλος με το χρήστη που έκανε αρχικά τη δημοσίευση) ή να τις στέλνουν ως προσωπικό μήνυμα.

Το Facebook δεν παρέχει τη δυνατότητα στους χρήστες να ανταλλάσουν μηνύματα από τα κινητά τους τηλέφωνα για αυτό και τα μετέφερε στην εφαρμογή Messenger. Οι χρήστες καλούνται να κατεβάσουν δωρεάν αυτή την εφαρμογή αν επιθυμούν να στέλνουν μηνύματα, να κάνουν φωνητικές κλήσεις ή βιντεοκλήσεις με άλλους χρήστες.

Προσφέρει μεγάλη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών. Πολλά από αυτά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, αποτελούν μέρος της εμπειρίας χρήσης του Facebook, ενώ άλλες υπηρεσίες, προσφέρουν μια πιο ανεξάρτητη εμπειρία. Ορισμένες υπηρεσίες, όπως η Διαχείριση Σελίδων και τα Στατιστικά στοιχεία κοινού, είναι προϊόντα που παρέχονται στους επαγγελματικούς συνεργάτες, π.χ. στους διαφημιζόμενους.

Διέπεται από κάποιες «αρχές λειτουργίας» και με βάση τις αρχές αυτές έχουν δημιουργηθεί και οι όροι χρήσης, δηλαδή τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις των χρηστών καθώς και οι όροι που διέπουν τη σχέση της εταιρίας με τους χρήστες και όσους αλληλεπιδρούν με το Facebook.

Χρησιμοποιώντας ή αποκτώντας πρόσβαση στις Υπηρεσίες του Facebook συμφωνείτε τόσο με τις αρχές και τους όρους χρήσης, όσο και με την πολιτική δεδομένων.

Σύμφωνα με την εταιρία, οι αρχές που διέπουν το Facebook συμβάλλουν ώστε να καταργεί τα γεωγραφικά και εθνικά όρια δηλαδή να είναι διαθέσιμη σε κάθε άνθρωπο σε ολόκληρο τον κόσμο και να υπάρχει μεγαλύτερη κατανόηση και σύνδεση μεταξύ αυτών.

---

<sup>41</sup> «\*Emoticons είναι τα γνωστά smileys και η συντομογραφία των λέξεων emotion icons. Συνδυασμοί χαρακτήρων και σημείων στίξης διαμορφώνουν μικρές εικόνες (που συνήθως φαίνονται καλύτερα πλαγίως) που οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να διαμορφώσουν πρόσωπα ανάλογα με τα συναισθήματα τους. Το ευρέως χρησιμοποιούμενο Emoticon είναι το :-)', [https://www.ip.gr/el/dictionary/180-Emoticons\\_.php](https://www.ip.gr/el/dictionary/180-Emoticons_.php).

Οι αρχές <sup>42</sup> αυτές είναι οι εξής :

1. Ελεύθερη ανταλλαγή και σύνδεση
2. Κατοχή και έλεγχος των πληροφοριών
3. Ελεύθερη ροή πληροφοριών
4. Θεμελιώδης ισότητα
5. Κοινωνική αξία
6. Ανοιχτές πλατφόρμες και ανοιχτά πρότυπα
7. Θεμελιώδης υπηρεσία
8. Το κοινό καλό
9. Διάφανη διαδικασία
10. Ένας κόσμος χωρίς σύνορα

Αξίζει να αναφέρουμε πως, με βάση τις αρχές αυτές, καθένας θεωρείται κάτοχος των δεδομένων του και για αυτό πρέπει να είναι ελεύθερος να μοιράζεται όποιες πληροφορίες θέλει, με οποιοδήποτε μέσο και σε οποιαδήποτε μορφή και να ρυθμίζει το απόρρητό του ώστε να προστατεύει αυτές τις επιλογές του. Ωστόσο, η εταιρία επισημαίνει ότι αυτές οι ρυθμίσεις δε μπορούν να περιορίσουν το πώς θα χρησιμοποιούν τα δεδομένα του χρήστη όσοι τα λαμβάνουν, ειδικά εκτός της υπηρεσίας Facebook.

Τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις του Facebook και των χρηστών του περιγράφονται στους όρους χρήσης, παλιότερα έφεραν την ονομασία "Δήλωση δικαιωμάτων και υποχρεώσεων" και, αποτελούν το σύνολο της συμφωνίας των με τη Facebook Ireland Limited αναφορικά με τη χρήση των Προϊόντων της. Οι όροι αυτοί υπερισχύουν έναντι κάθε προηγούμενης συμφωνίας.

Η εταιρία έχει τη δυνατότητα να τροποποιεί τους όρους χρήσης ή την πολιτική της με την υποχρέωση να ενημερώνει τους χρήστες για όποιες αλλαγές. Ενόσω ενημερωθεί ο χρήστης συνεχίσει να χρησιμοποιεί τις Υπηρεσίες του Facebook, αποδέχεται αυτόματα τους τροποποιημένους όρους ή τις τροποποιημένες πολιτικές αντίστοιχα.

Σύμφωνα με τους όρους χρήσης του Facebook, όπως διαμορφώθηκαν και ισχύουν μετά την τελευταία ημερομηνία αναθεώρησης, στις 19 Απριλίου 2018 - ώστε να εναρμονιστούν με τα όσα ορίζει ο Γενικός Κανονισμός, οι χρήστες έχουν τον έλεγχο

---

<sup>42</sup> 'Οι αρχές του Facebook', <https://www.facebook.com/principles.php>.

των πληροφοριών που τους αφορούν και είναι υπεύθυνοι για το πώς διαχειρίζονται τις δικές τους πληροφορίες, αλλά και τις πληροφορίες που συλλέγουν από τους φίλους τους ή από τις σελίδες και τις ομάδες στις οποίες συμμετέχουν. Η εταιρία αναφέρει αναλυτικά όλες τις υποχρεώσεις που έχει κάθε χρήστης ατομικά αλλά και συλλογικά, τις οποίες δεσμεύεται να τηρεί εφόσον αποφασίσει να γίνει μέλος του Facebook . Η εταιρία δηλώνει πως καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια προκειμένου να διατηρήσει το Facebook ασφαλές, ωστόσο δε μπορεί να παρέχει καμία σχετική εγγύηση για αυτό βασίζεται στην καλή θέληση και πρόθεση όλων των χρηστών να συμμορφωθούν με τους όρους αυτούς.

«Μπορεί να ισχύουν και άλλοι όροι και πολιτικές κατά περίπτωση, όπως:

Όροι της κοινότητας: Οι οδηγίες αυτές περιγράφουν συνοπτικά τα πρότυπα σχετικά με το περιεχόμενο που δημοσιεύεται τις δραστηριότητές και τα υπόλοιπα Προϊόντα του Facebook.

Όροι εμπορικής χρήσης: Οι όροι αυτοί ισχύουν για όσους έχουν πρόσβαση ή χρησιμοποιούν τα Προϊόντα για εμπορικούς ή επαγγελματικούς σκοπούς, συμπεριλαμβανομένης της προβολής διαφημίσεων, της λειτουργίας εφαρμογής στην πλατφόρμα, της χρήσης των υπηρεσιών μέτρησης, της διαχείρισης μιας ομάδας ή Σελίδας για μια επιχείρηση, ή της πώλησης αγαθών ή υπηρεσιών.

Πολιτικές διαφήμισης: Οι πολιτικές αυτές προσδιορίζουν τα επιτρεπόμενα είδη διαφημιστικού περιεχομένου για τους συνεργάτες που διαφημίζονται στα Προϊόντα του Facebook.

Όροι διαφήμισης από τους ίδιους τους χρήστες: Οι όροι αυτοί αφορούν τη δημιουργία, υποβολή ή προβολή διαφημιστικών, ή άλλων εμπορικών ή χορηγούμενων, δραστηριοτήτων ή περιεχομένου μέσω των περιβαλλόντων δημιουργίας διαφημίσεων από τους ίδιους τους χρήστες.

Πολιτική για τις Σελίδες, τις ομάδες και τις εκδηλώσεις: Οι οδηγίες αυτές ισχύουν για όσους δημιουργούν ή διαχειρίζονται Σελίδες, ομάδες ή εκδηλώσεις στο Facebook, και για όσους χρησιμοποιούν το Facebook για την προβολή ή τη διαχείριση προωθητικών ενεργειών.

Πολιτική για την πλατφόρμα του Facebook: Οι οδηγίες αυτές παραθέτουν τις πολιτικές που ισχύουν για τη χρήση της πλατφόρμας (π.χ. για τους προγραμματιστές

ή τους διαχειριστές μιας εφαρμογής στην πλατφόρμα ή ενός ιστότοπου, ή για όσους χρησιμοποιούν κοινωνικά πρόσθετα).

Όροι πληρωμών για προγραμματιστές: Οι όροι αυτοί ισχύουν για τους προγραμματιστές εφαρμογών που χρησιμοποιούν τις πληρωμές Facebook.

Όροι πληρωμών για την κοινότητα: Οι όροι αυτοί ισχύουν για όλες τις πληρωμές που γίνονται στο Facebook ή μέσω αυτού.

Πολιτικές για τις πωλήσεις: Αυτές οι οδηγίες παραθέτουν τις πολιτικές που ισχύουν για όσους παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες προς πώληση στο Facebook.

Πηγές ενημέρωσης για τα στοιχεία επωνυμίας του Facebook: Οι συγκεκριμένες οδηγίες περιγράφουν συνοπτικά τις πολιτικές που ισχύουν για τη χρήση των εμπορικών σημάτων, των λογότυπων και των στιγμιότυπων οθόνης του Facebook.

Οδηγίες για τη μουσική: Οι οδηγίες αυτές παραθέτουν τις πολιτικές που ισχύουν για όσους δημοσιεύουν ή κοινοποιούν περιεχόμενο που περιλαμβάνει μουσική στο Facebook.»<sup>43</sup>

#### 4.1.2 Ο ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης “Instagram”

Το Instagram είναι μια δωρεάν εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης που ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2010. Δημιουργοί του είναι δύο απόφοιτοι του Πανεπιστημίου του Στάντφορντ, ο Κέβιν Σίστρομ και ο Μάικ Κρίγκερ. Το 2012 η εφαρμογή αγοράστηκε από το Facebook, προς ένα 1 δισεκατομμύριο δολάρια Η.Π.Α.

Το Instagram επιτρέπει το διαμοιρασμό και τη λήψη φωτογραφιών και βίντεο. Είναι κυρίως μια εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα, μπορεί όμως κάποιος να συνδεθεί και μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή από το [instagram.com](https://www.instagram.com), έχοντας περιορισμένες λειτουργίες.

Για να εγγραφεί κάποιος στο Instagram έχει δύο επιλογές. Είτε να συνδεθεί μέσω του λογαριασμού που διαθέτει στο Facebook είτε να δημιουργήσει νέο λογαριασμό εισάγοντας αριθμό κινητού ή διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ονοματεπώνυμο, όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης.

Κάθε χρήστης άνω των 13 ετών μπορεί να δημιουργήσει το δικό του προφίλ και να ακολουθεί ή να ακολουθείται από άλλους χρήστες τους λεγόμενους «followers». Η

---

<sup>43</sup> ‘Όροι χρήσης - Facebook’, Facebook, <https://www.facebook.com/legal/terms>.

βασική λειτουργία της εφαρμογής είναι η ανάρτηση φωτογραφιών και βίντεο. Για το λόγο αυτό, η εφαρμογή παρέχει στους χρήστες διάφορα φίλτρα και εργαλεία επεξεργασίας φωτογραφιών και βίντεο. Μέσω των hashtags, δηλαδή τις λέξεις που χρησιμοποιούν οι χρήστες για να περιγράψουν κάθε φωτογραφία ή βίντεο που ανεβάζουν, η εφαρμογή τις/τα ομαδοποιεί γύρω από συγκεκριμένα θέματα. Επίσης, οι χρήστες μπορούν να κάνουν tag, δηλαδή να προσθέσουν με ετικέτα άλλους χρήστες. Κάθε φωτογραφία ή βίντεο που έχει αναρτηθεί από κάποιο χρήστη, δέχεται “Μου αρέσει” και σχόλια από άλλους χρήστες, χωρίς όμως να παρέχεται η δυνατότητα κοινοποίησης ή κατεβάσματος. Η αρχική καρτέλα δείχνει τη ροή των φωτογραφιών που δημοσιεύει ο χρήστης αλλά και οι φίλοι του. Τέλος η εφαρμογή υποστηρίζει και τη λειτουργία προσωπικών μηνυμάτων.

Στόχος του Instagram είναι να παραμείνει ένα αυθεντικό και ασφαλές μέσο έκφρασης και έμπνευσης. Οι Κανόνες της κοινότητας αναφέρουν τις υποχρεώσεις των χρηστών ώστε να συμβάλουν και οι ίδιοι στην προστασία αυτής της πολυποίκιλης κοινότητας. Οι χρήστες δεσμεύονται να δημοσιεύουν μόνο τις δικές τους φωτογραφίες και τα δικά τους βίντεο, και να σέβονται πάντα, τόσο τη νομοθεσία, όσο και τους όλους χρήστες του Instagram.<sup>44</sup>

Κατά την εγγραφή του κανείς πρέπει να συμφωνεί με του κανόνες της κοινότητας του Instagram και τους όρους χρήσης.

Πίνακας 13: Αποδοχή όρων χρήσης του Instagram.

#### **Όροι χρήσης στις 19 Ιανουαρίου 2013**

Η εφαρμογή προειδοποιεί πως με την εγγραφή, συμφωνείτε με τους Όρους και την Πολιτική απορρήτου της εφαρμογής. “Οι παρόντες Όροι χρήσης επηρεάζουν τα νομικά δικαιώματα και τις υποχρεώσεις σας. Αν δεν συμφωνείτε σε ό,τι αφορά τη

<sup>44</sup> ‘Κανόνες της κοινότητας | Κέντρο βοήθειας του Instagram’,

[https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119/?helpref=hc\\_fnav&bc\[0\]=368390626577968&bc\[1\]=285881641526716](https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119/?helpref=hc_fnav&bc[0]=368390626577968&bc[1]=285881641526716).

δέσμευσή σας από όλους τους Όρους χρήσης, μην συνδεθείτε στην Υπηρεσία και μην τη χρησιμοποιήσετε.»<sup>45</sup>

### **Όροι χρήσης στις 19 Απριλίου 2018**

«Οι παρόντες Όροι χρήσης διέπουν τη χρήση του Instagram και παρέχουν πληροφορίες για την Υπηρεσία του Instagram, οι οποίες παρατίθενται κατωτέρω. Όταν δημιουργείτε ένα λογαριασμό στο Instagram ή χρησιμοποιείτε το Instagram, αποδέχεστε τους παρόντες Όρους χρήσης.»<sup>46</sup>

Πηγή: <https://www.facebook.com/help/instagram>

Εντοπίζονται αρκετές διαφορές μεταξύ των αναθεωρημένων όρων χρήσης και των προγενέστερων, καθώς η υπηρεσία του Instagram αποτελεί ένα από τα Προϊόντα του Facebook και οι αναθεωρημένοι όροι χρήσης αποτελούν τη συμφωνία των χρηστών με τη Facebook Ireland Limited, ενώ οι προγενέστεροι Όροι χρήσης ορίζονταν από την Instagram, LLC.

Το νέο κείμενο είναι περίπου επτά (7) σελίδες έναντι των δεκατεσσάρων (14) που ήταν το προγενέστερο. Έχει απλουστευτεί κατά πολύ και έχουν αφαιρεθεί από αυτό σημειώσεις και δηλώσεις όπως «ΕΞΑΙΡΟΥΜΕΝΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΠΟΥ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΝΑ ΕΞΑΙΡΕΘΕΙΤΕ, ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΕΝΩΝ ΤΥΠΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΠΟΥ ΠΕΡΙΓΡΑΦΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΠΑΡΑΓΡΑΦΟ ΠΕΡΙ ΔΙΑΙΤΗΣΙΑΣ, ΑΠΟΔΕΧΕΣΤΕ ΟΤΙ Η ΕΠΙΛΥΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΕ ΕΣΑΣ ΚΑΙ ΤΗΝ INSTAGRAM ΘΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΜΕΣΩ ΔΕΣΜΕΥΤΙΚΗΣ, ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΗΣ ΔΙΑΙΤΗΣΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΛΩΝΕΤΕ ΟΤΙ ΠΑΡΑΙΤΕΙΣΤΕ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΑΓΩΓΗ Ή ΔΙΑΙΤΗΣΙΑ.» καθώς και «Η ΥΠΗΡΕΣΙΑ, ΠΑΡΕΧΕΤΑΙ "ΩΣ ΕΧΕΙ", "ΟΠΩΣ ΔΙΑΤΙΘΕΤΑΙ" ΚΑΙ "ΜΕ ΟΛΑ ΤΑ ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΑ". ΣΤΟΝ ΜΕΓΙΣΤΟ ΒΑΘΜΟ ΠΟΥ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ, [...] ΤΑ ΜΕΡΗ ΤΗΣ INSTAGRAM ΑΠΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΔΙΑ ΤΟΥ ΠΑΡΟΝΤΟΣ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΕΓΓΥΗΣΕΩΝ, ΡΗΤΩΝ Ή ΣΙΩΠΗΡΩΝ, ΣΥΜΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΩΝ, ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ, ΤΩΝ ΕΓΓΥΗΣΕΩΝ

<sup>45</sup> 'Όροι χρήσης - Instagram 2013',

[https://www.facebook.com/help/instagram/478745558852511/?helpref=hc\\_fnav&bc\[0\]=368390626577968&bc\[1\]=285881641526716](https://www.facebook.com/help/instagram/478745558852511/?helpref=hc_fnav&bc[0]=368390626577968&bc[1]=285881641526716).

<sup>46</sup> 'Όροι χρήσης - Instagram 2018', <https://help.instagram.com/581066165581870>.

ΕΜΠΟΡΕΥΣΙΜΟΤΗΤΑΣ, ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟ ΣΚΟΠΟ, ΜΗ ΠΑΡΑΒΙΑΣΗΣ, ΤΙΤΛΟΥ, ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ, ΕΜΠΟΡΙΑΣ, ΣΙΩΠΗΡΑΣ ΑΠΟΛΑΥΣΗΣ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ, ΕΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΑΠΟΥΣΙΑΣ ΙΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ. [...] ΤΑ ΜΕΡΗ ΤΗΣ INSTAGRAM ΔΕΝ ΕΓΓΥΩΝΤΑΙ ΤΗ ΝΟΜΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΑΠΟ ΜΕΡΟΥΣ ΣΑΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΣΕ ΟΠΟΙΑΔΗΠΟΤΕ ΔΙΚΑΙΟΔΟΣΙΑ, ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΤΑ ΜΕΡΗ ΤΗΣ INSTAGRAM ΑΠΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΑΥΤΩΝ ΤΩΝ ΕΓΓΥΗΣΕΩΝ. ΣΕ ΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΔΙΚΑΙΟΔΟΣΙΕΣ ΠΕΡΙΟΡΙΖΕΤΑΙ Ή ΔΕΝ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ Η ΑΠΟΠΟΙΗΣΗ ΣΙΩΠΗΡΩΝ Ή ΑΛΛΩΝ ΕΓΓΥΗΣΕΩΝ. [...] ΤΑ ΜΕΡΗ ΤΗΣ INSTAGRAM ΔΕΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΟΥΝ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΚΑΙ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΑΠΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΟΠΟΙΑΣΔΗΠΟΤΕ ΕΥΘΥΝΗΣ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΕ ΟΠΟΙΟΔΗΠΟΤΕ ΦΥΣΙΚΟ Ή ΝΟΜΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΓΙΑ ΤΥΧΟΝ ΑΠΩΛΕΙΑ, ΖΗΜΙΑ (ΘΕΤΙΚΗ, ΑΠΟΘΕΤΙΚΗ, ΠΟΙΝΙΚΗ Ή ΑΛΛΗ), ΤΡΑΥΜΑΤΙΣΜΟ, ΑΞΙΩΣΗ, ΥΠΑΙΤΙΟΤΗΤΑ Ή ΑΛΛΟ ΛΟΓΟ ΟΠΟΙΟΥΔΗΠΟΤΕ ΕΙΔΟΥΣ Ή ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ ΒΑΣΕΙ ΟΠΟΙΟΥΔΗΠΟΤΕ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ Ή ΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΑΥΤΟΥ.»<sup>47</sup> και έχει περιοριστεί στο «Θα επιδείξουμε εύλογη δεξιότητα και επιμέλεια κατά την παροχή της Υπηρεσίας μας σε εσάς και τη διατήρηση ενός προστατευμένου, ασφαλούς χωρίς σφάλματα περιβάλλοντος, ωστόσο, δεν μπορούμε να εγγυηθούμε ότι η Υπηρεσία μας θα λειτουργεί πάντοτε χωρίς διακοπές, καθυστερήσεις ή ατέλειες. Υπό την προϋπόθεση ότι έχουμε ενεργήσει με εύλογη δεξιότητα και επιμέλεια, δεν αποδεχόμαστε ευθύνη για: απώλειες που δεν οφείλονται στην εκ μέρους μας αθέτηση των παρόντων Όρων χρήσης ή άλλως από ενέργειές μας, απώλειες που δεν μπορούν εύλογα να προβλεφθούν από εσάς και από εμάς κατά το χρόνο αποδοχής των παρόντων Όρων χρήσης, οποιοδήποτε προσβλητικό, ακατάλληλο, άσεμνο, παράνομο ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο απαράδεκτο περιεχόμενο που έχει δημοσιευτεί από τρίτους και το οποίο ενδέχεται να συναντήσετε στην Υπηρεσία μας, και περιστατικά πέραν του εύλογου ελέγχου μας.»<sup>48</sup>

Με την από 19 Απριλίου 2018 αναθεώρηση<sup>49</sup> η Υπηρεσία του Instagram αποτελείται από τις ακόλουθες πτυχές:

---

<sup>47</sup> Όροι χρήσης - Instagram 2013'.

<sup>48</sup> Όροι χρήσης - Instagram 2018'.

<sup>49</sup> Όροι χρήσης - Instagram 2018'.



- Προσφορά εξατομικευμένων ευκαιριών για τη δημιουργία, σύνδεση, επικοινωνία, ανακάλυψη και κοινοποίηση.
- Προώθηση ενός θετικού, χωρίς περιορισμούς και ασφαλούς περιβάλλοντος. Ανάπτυξη και χρήση τεχνολογιών που μας βοηθάνε να εξυπηρετούμε με συνέπεια την αναπτυσσόμενη κοινότητά μας.
- Παροχή σταθερών και απρόσκοπτων εμπειριών στους χρήστες όλων των Προϊόντων των εταιρειών Facebook.
- Διασφάλιση σταθερής παγκόσμιας υποδομής για την Υπηρεσία μας. Σύνδεσή σας με επωνυμίες, προϊόντα και υπηρεσίες με τρόπους που σας ενδιαφέρουν.
- Έρευνα και καινοτομία.

Ο χρήστης δεν επιτρέπεται να :

- χρησιμοποιεί τα στοιχεία άλλων προσώπων ή να παρέχει ανακριβείς πληροφορίες,
- κάνει οτιδήποτε παράνομο, παραπλανητικό ή δόλιο, ή για παράνομο ή μη εξουσιοδοτημένο σκοπό,
- παραβιάζει τους παρόντες Όρους χρήσης ή τις πολιτικές,
- κάνει οτιδήποτε για να παρέμβει ή να εμποδίσει την προβλεπόμενη λειτουργία της Υπηρεσίας,
- επιχειρήσει να δημιουργήσει λογαριασμούς ή να προσπελάσει ή να συλλέξει πληροφορίες με μη εξουσιοδοτημένους τρόπους,
- επιχειρήσει να αγοράσει, να πουλήσει ή να μεταβιβάσει οποιοδήποτε στοιχείο του λογαριασμού του ή να ζητάει, να συλλέγει ή να χρησιμοποιεί στοιχεία σύνδεσης ή σήματα άλλων χρηστών,
- δημοσιεύει απόρρητες ή εμπιστευτικές πληροφορίες ή να κάνει οτιδήποτε παραβιάζει τα δικαιώματα άλλου προσώπου, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.
- χρησιμοποιεί ονόματα τομέων ή διευθύνσεις URL στο όνομα χρήστη του, χωρίς την προηγούμενη γραπτή συγκατάθεσή του Instagram.

Όπως στο Facebook, έτσι κι εδώ ο χρήστης όταν κοινοποιεί, δημοσιεύει ή ανεβάζει περιεχόμενο που προστατεύεται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (π.χ. φωτογραφίες ή βίντεο) στην Υπηρεσία του Instagram ή σε σχέση με αυτήν, «της παραχωρεί μια μη αποκλειστική, χωρίς υποχρέωση καταβολής δικαιωμάτων εκμετάλλευσης (royalties), μεταβιβάσιμη, εκχωρήσιμη και παγκόσμια άδεια για τη

φιλοξενία, χρήση, διανομή, τροποποίηση, εκτέλεση, αντιγραφή, δημόσια εκτέλεση ή προβολή, μετάφραση και δημιουργία παράγωγων έργων του περιεχομένου του (σύμφωνα με τις ρυθμίσεις που έχετε ορίσει για το απόρρητο και τις εφαρμογές).»<sup>50</sup>

Ο χρήστης παραχωρεί στο Instagram το δικαίωμα, να δείχνει το όνομα χρήστη, την εικόνα προφίλ του και πληροφορίες σχετικά με τις ενέργειές του ή τις σχέσεις του δίπλα σε ή αναφορικά με λογαριασμούς, διαφημίσεις, προσφορές και άλλο χορηγούμενο περιεχόμενο το οποίο ακολουθεί ή με το οποίο αλληλεπιδρά και το οποίο προβάλλεται στα Προϊόντα του Facebook, χωρίς να του καταβάλλει καμία αποζημίωση γι' αυτό το σκοπό.

Στους αναθεωρημένους όρους αλλάζει ο τρόπος διαχείρισης των διαφορών. Στους προγενέστερους ο χρήστης καλούνταν να συμφωνήσει ότι όλες οι διαφορές του θα επιλύονταν μέσω δεσμευτικής, ανεξάρτητης διαιτησίας σύμφωνα με τους κανόνες της Αμερικανικής Ένωσης Διαιτησίας (American Arbitration Association - AAA) ή μπορούσε να υποβάλει την αξίωσή του ενώπιον του τοπικού Ειρηνοδικείου. Δεν είχε το δικαίωμα να συμμετέχει σε συλλογική αγωγή ή διαιτησία, μπορούσε να υποβάλει αξιώσεις μόνο για λογαριασμό του. Τώρα, σε περίπτωση οποιασδήποτε αξίωσης, βάση αγωγής ή διαφωνίας σε βάρος του Instagram, η οποία πηγάζει από ή σχετίζεται με τους Όρους χρήσης, για χρήστες που κατοικούν σε κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, θα εφαρμόζεται η νομοθεσία αυτού του κράτους-μέλους και θα μπορεί να επιλύετε ενώπιον οποιουδήποτε αρμόδιου δικαστηρίου του εν λόγω κράτους-μέλους που έχει δικαιοδοσία επί της αξίωσής του χρήστη. Για τις υπόλοιπες περιπτώσεις αρμόδιο είναι το δικαστήριο της Δημοκρατίας της Ιρλανδίας .

Εφόσον το Instagram ανήκει στον όμιλο εταιριών “Facebook” διέπεται από τη ίδια Πολιτική δεδομένων.

#### 4.2 Πολιτική δεδομένων του ομίλου “Facebook”

Οι χρήστες που διαθέτουν προσωπικό προφίλ, μέσω της Πολιτικής δεδομένων - όπως αυτή ισχύει τροποποιημένη κάθε φορά, μπορούν να ενημερώνονται για τις πληροφορίες που συλλέγει η εταιρία από και σχετικά με αυτούς, οι οποίες εξαρτώνται κυρίως από το πώς χρησιμοποιούν οι χρήστες τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της.

Με την τελευταία αναθεώρηση, γίνεται σαφής αναφορά στο δικαίωμα του χρήστη να αποκτήσει πρόσβαση στις πληροφορίες του και να τις διαγράψει.

---

<sup>50</sup> Όροι χρήσης - Instagram 2018'.

Πίνακας 14: Τι είδους πληροφορίες συλλέγουμε;

**Πολιτική δεδομένων στις 29 Σεπτεμβρίου 2016**

«Οι πληροφορίες που συλλέγουμε από εσάς, ή σχετικά με εσάς, διαφέρουν ανάλογα με τις Υπηρεσίες που χρησιμοποιείτε.»

**Πολιτική δεδομένων στις 19 Απριλίου 2018**

«Για την παροχή των Προϊόντων του Facebook, πρέπει να επεξεργαζόμαστε ορισμένες πληροφορίες σχετικά με εσάς. Οι κατηγορίες των πληροφοριών που συλλέγουμε εξαρτώνται από το πώς χρησιμοποιείτε τα Προϊόντα μας. Μπορείτε να μάθετε πώς μπορείτε να αποκτήσετε πρόσβαση στις πληροφορίες που συλλέγουμε και να τις διαγράψετε, ανατρέχοντας στις Ρυθμίσεις του Facebook ή του Instagram.»

Πηγή: <https://www.facebook.com/privacy/explanation>

Η αναθεωρημένη Πολιτική απορρήτου είναι ένα κείμενο περίπου δεκατριών (13) σελίδων έναντι επτά (7) της προηγούμενης αναθεώρησης.

Στη συνέχεια ακολουθεί αναφορά στα όσα ορίζει η Πολιτική δεδομένων αλλά και τα σημεία διαφοροποίησης σε σχέση με την προηγούμενη αναθεώρηση.

Η συλλογή δεδομένων προέρχεται από τις εξής ενέργειες:

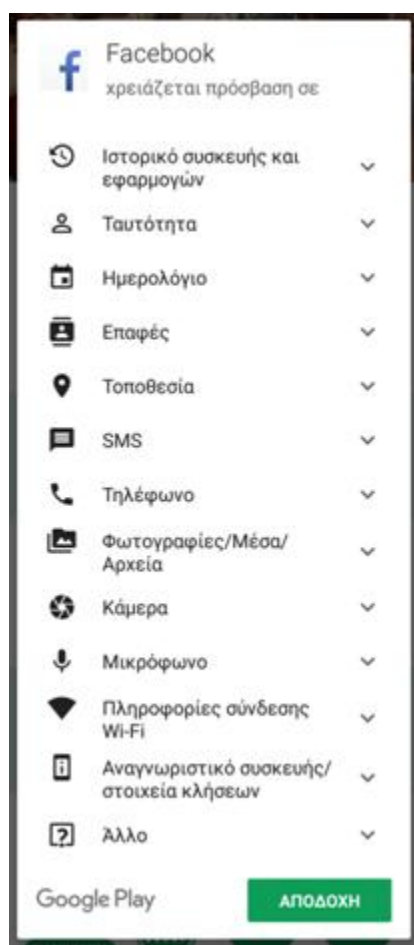
4.2.1. Πληροφορίες και περιεχόμενο που παρέχει ο χρήστης αλλά και τρίτοι σχετικά με αυτόν

Συλλέγουν περιεχόμενο, επικοινωνίες και λοιπές πληροφορίες που παρέχει ο χρήστης χρησιμοποιώντας τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του Facebook π.χ. δημιουργία λογαριασμού, κοινοποίηση περιεχόμενου, μηνύματα ή επικοινωνία με άλλους, η τοποθεσία μιας φωτογραφίας, η ημερομηνία δημιουργίας ενός αρχείου κ.λπ. καθώς και την ώρα, τη συχνότητα και τη διάρκεια των δραστηριοτήτων. Μετά την τελευταία αναθεώρηση γίνεται αναφορά και στο περιεχόμενο που παρέχει ο χρήστης σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιεί λειτουργίες όπως η κάμερα. Επίσης, λαμβάνουν και αναλύουν περιεχόμενο που παρέχουν άλλα άτομα όπως π.χ. τότε άλλοι κοινοποιούν ή σχολιάζουν μια φωτογραφία του, του στέλνουν μήνυμα ή ανεβάζουν, συγχρονίζουν ή εισάγουν τα στοιχεία επικοινωνίας του.

#### 4.2.2. Δίκτυα και συνδέσεις

Γίνεται αναφορά στις πληροφορίες που συλλέγονται για το σύνολο των συνδέσεων και αλληλεπιδράσεων του χρήστη με άλλα άτομα, σελίδες, λογαριασμούς, hashtag και ομάδες αλλά και στη συλλογή των στοιχείων επικοινωνίας του χρήστη (π.χ. κατάλογο επαφών, ιστορικό κλήσεων ή ιστορικό SMS), αν επιλέξει να τα ανεβάσει, να τα συγχρονίσει ή να τα εισαγάγει από κάποια συσκευή.

Εικόνα 8: Απαιτούμενη εκχώρηση αδείας – «πρόσβασης σε», για εγκατάσταση της εφαρμογής σε κινητό τηλέφωνο.



Πηγή: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.katana>

#### 4.2.3. Πληροφορίες σχετικά με συναλλαγές

Στο κομμάτι αυτό οι όροι παρέμειναν ως είχαν. Αν ο χρήστης διενεργεί αγορές ή άλλες οικονομικές συναλλαγές (π.χ. αγορά σε ένα παιχνίδι), μέσω της εφαρμογής

συλλέγονται στοιχεία σχετικά με την πληρωμή, π.χ. ο αριθμός της πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας και άλλες πληροφορίες για την κάρτα, άλλες πληροφορίες σχετικές με το λογαριασμό και την επαλήθευση της ταυτότητάς, οι πληροφορίες τιμολόγησης, η διεύθυνση αποστολής και τα στοιχεία επικοινωνίας του χρήστη.

Η συλλογή πληροφοριών δεν περιορίζεται στο περιβάλλον της εφαρμογής αλλά εκτείνεται και σε περεταίρω πεδία όπως :

#### 4.2.4. Πληροφορίες συσκευής

Πληροφορίες από και σχετικά με τους υπολογιστές, τα κινητά, τις συνδεδεμένες τηλεοράσεις και άλλες συσκευές με δυνατότητα σύνδεσης στο διαδίκτυο που χρησιμοποιεί ο χρήστης για να συνδέεται με τα Προϊόντα της εταιρίας.

«Οι πληροφορίες που συλλέγονται από τις συσκευές αυτές περιλαμβάνουν τα εξής:

**Χαρακτηριστικά συσκευής:** Πληροφορίες όπως το λειτουργικό σύστημα, η έκδοση υλικού και λογισμικού, το επίπεδο της μπαταρίας, η ισχύς του σήματος, ο διαθέσιμος χώρος αποθήκευσης, ο τύπος του προγράμματος περιήγησης, τα ονόματα και οι τύποι εφαρμογών και αρχείων, καθώς και τα πρόσθετα (plugins).

**Λειτουργίες συσκευής:** Πληροφορίες για τις λειτουργίες και τις συμπεριφορές που ακολουθούνται στη συσκευή, όπως π.χ. αν ένα παράθυρο εμφανίζεται στο προσκήνιο ή στο παρασκήνιο ή πληροφορίες για τις κινήσεις του ποντικιού (που μας βοηθάνε να διακρίνουμε τους ανθρώπους από τα bot).

**Αναγνωριστικά:** Μοναδικά αναγνωριστικά, αναγνωριστικά συσκευών και άλλοι τύποι αναγνωριστικών, όπως από παιχνίδια, εφαρμογές ή λογαριασμούς που χρησιμοποιείτε, καθώς και αναγνωριστικά οικογενειακών συσκευών (ή άλλα αναγνωριστικά τα οποία είναι μοναδικά για τα Προϊόντα των εταιριών του Facebook σχετίζονται με την ίδια συσκευή ή λογαριασμό).

**Σήματα συσκευής:** Σήματα Bluetooth και πληροφορίες σχετικά με κοντινά σημεία πρόσβασης σε δίκτυα Wi-Fi, αναμεταδότες και πύργους κινητής τηλεφωνίας.

**Δεδομένα από ρυθμίσεις συσκευών:** Πληροφορίες που μας επιτρέπετε να λαμβάνουμε μέσω των ρυθμίσεων που ενεργοποιείτε στις συσκευές σας, όπως η δυνατότητα πρόσβασης στην τοποθεσία GPS, στην κάμερα ή στις φωτογραφίες σας.

**Δίκτυο και συνδέσεις:** Πληροφορίες όπως το όνομα του παρόχου κινητής τηλεφωνίας ή υπηρεσιών διαδικτύου, η γλώσσα, η ζώνη ώρας, ο αριθμός του κινητού τηλεφώνου, η διεύθυνση IP, η ταχύτητα σύνδεσης και, σε ορισμένες περιπτώσεις, πληροφορίες για άλλες συσκευές που βρίσκονται κοντά ή στο δίκτυό σας, ώστε να προβαίνουμε σε ενέργειες όπως να σας βοηθάμε να προβάλλετε ροή βίντεο από το κινητό στην τηλεόραση σας.

**Δεδομένα cookie:** Δεδομένα από cookies που αποθηκεύονται στη συσκευή σας, όπως αναγνωριστικά ταυτότητας cookie και ρυθμίσεις. Μάθετε περισσότερα σχετικά με το πώς χρησιμοποιούμε τα cookies, ανατρέχοντας στην Πολιτική του Facebook για τα cookies και την Πολιτική του Instagram για τα cookies.»<sup>51</sup>

#### 4.2.5. Πληροφορίες από συνεργάτες (ιστότοποι, εφαρμογές, εταιρίες Facebook κλπ)

Η εταιρία παρέχει στους επαγγελματίες (διαφημιζόμενοι, προγραμματιστές εφαρμογών, εκδότες) τα Εργαλεία του Facebook Business, μέσω των οποίων μπορούν να στέλνουν πληροφορίες που χρησιμοποιούν, συμπεριλαμβανομένων των πρόσθετων (plugins) κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. το «Μου αρέσει»), της Σύνδεσης μέσω Facebook, των API και SDK και του pixel του Facebook. Οι συνεργάτες αυτοί συγκεντρώνουν δεδομένα όταν το άτομο επισκέπτεται ή χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες τους, ή μέσω άλλων συνεργατών τους και παρέχουν πληροφορίες για τις δραστηριότητές του ατόμου εκτός Facebook, ανεξάρτητα από το αν έχει λογαριασμό Facebook ή αν έχει συνδεθεί στο Facebook και για ενέργειες και αγορές που κάνει εντός και εκτός διαδικτύου.

Η δήλωση «Οφείλουν να έχουν τα απαιτούμενα νόμιμα δικαιώματα για τη συλλογή, χρήση και κοινοποίηση των δεδομένων, προκειμένου να μπορούν να παρέχουν αυτά τα δεδομένα.» έχει ως σκοπό να περιορίσει το βαθμό ευθύνης του Facebook ως προς τις πολιτικές που χρησιμοποιούν οι «τρίτοι» πάροχοι δεδομένων.

Οι πληροφορίες αυτές χρησιμοποιούνται κυρίως για παροχή, εξατομίκευση και βελτίωση εντός και εκτός των Προϊόντων της εταιρίας, για την ανάπτυξη, τη δοκιμή και τη βελτίωση των Προϊόντων αυτών, συμπεριλαμβανομένης της διεξαγωγής ερευνών και μελετών, καθώς και δοκιμών για την αντιμετώπιση προβλημάτων.

---

<sup>51</sup> 'Πολιτική δεδομένων - όμιλος Facebook', Facebook, <https://www.facebook.com/privacy/explanation>.

Στα δεδομένα που συλλέγονται συμπεριλαμβάνονται και τα δεδομένα με ειδική προστασία, που παρέχει με δική του επιλογή ο χρήστης, όπου έχει δώσει τη ρητή συγκατάθεσή του.

#### 4.2.6. Διαφημίσεις

Ένα βασικό παράδειγμα χρήσης των πληροφοριών αυτών αποτελούν οι εξατομικευμένες διαφημίσεις που προβάλλονται στο χρήστη εντός αλλά και εκτός εφαρμογής.

Η ανωτέρω αναφορά στην Πολιτική δεδομένων έρχεται να δώσει απάντηση σε ερωτήματα όπως:

Οι διαφημίσεις πλέον έχουν κατακλίσει το Facebook αλλά πώς γνωρίζει ότι ψάχνουμε για καινούργια παπούτσια, ρούχα, βιβλία ή διακοπές;

Πώς ένα site που μόλις επισκεφτήκαμε «μαντεύει» τις προτιμήσεις μας;

Η εταιρία παρέχει τη δυνατότητα σε κάποιον να χρησιμοποιεί το Facebook για διαφημιστικούς σκοπούς. Επιτρέπεται σε μια επιχείρηση ή άλλο νομικό πρόσωπο να συνάπτει εμπορικές σχέσεις με την εταιρία έναντι αμοιβής. Για το λόγω αυτό είναι σύνηθες να προβάλεται διαφημιστικό ή άλλο εμπορικό ή χορηγούμενο περιεχόμενο.

Εικόνα 9: Σχετικά με τις διαφημίσεις στο Facebook.

### Σχετικά με τις διαφημίσεις του Facebook



Πηγή: <https://www.facebook.com/about/ads> - εξηγεί πως λειτουργεί το διαφημιστικό σύστημα και τα στοιχεία ελέγχου που έχει στη διάθεση του ο χρήστης.

Οι προβαλλόμενες διαφημίσεις εκτείνονται στα εξής πεδία <sup>52</sup> :

#### Διαφημίσεις που βλέπετε στο Facebook

Κάθε διαφημιζόμενος περιγράφει τα γενικά χαρακτηριστικά που θέλει να έχει η ομάδα των ατόμων στα οποία θα προβληθεί η διαφήμιση του. Το Facebook με βάση τη δραστηριότητά κάθε χρήστη στο Facebook, όπως τις Σελίδες και τις δημοσιεύσεις που του αρέσουν, τις δημοσιεύσεις και τα σχόλια που κάνει, καθώς και τη δραστηριότητά του εκτός Facebook, στις εφαρμογές που χρησιμοποιεί και τους ιστότοπους που επισκέπτεται, προσδιορίζει τα ενδιαφέροντα του και τον συμπεριλαμβάνει στην ομάδα προβολής της διαφήμισης εφόσον πληροί τα κριτήρια που έχουν οριστεί από το διαφημιζόμενο. Αυτό γίνεται χωρίς να γνωστοποιήσει το Facebook στο διαφημιζόμενο το όνομα ή τα στοιχεία επικοινωνίας του.

#### Διαφημίσεις που βλέπετε σε άλλους ιστότοπους και εφαρμογές.

Το Facebook έχει αναπτύξει ένα δίκτυο ιδιόκτητων εφαρμογών και ιστότοπων εκδοτών το λεγόμενο Audience Network <sup>53</sup>, και τους βοηθάει να δείχνουν στους επισκέπτες τους σχετικές διαφημίσεις ώστε να προσεγγίζουν περισσότερα από τα άτομα που τους ενδιαφέρουν – εκτός του περιβάλλοντος του Facebook – ενώ χρησιμοποιούν τα ίδια συστήματα στόχευσης, δημοπρασιών, προβολής και μετρήσεων με τις διαφημίσεις που προβάλλονται στο Facebook.

Η συμπεριφορά μιας διαφήμισης όταν κάποιος κάνει κλικ σε αυτήν (άνοιγμα συνδέσμου, νέο παράθυρο περιήγησης, πρόσκληση εγκατάστασης εφαρμογής, άνοιγμα υπάρχουσας εφαρμογής), εξαρτάται από τον τύπο του διαφημιστικού στόχου (απήχηση, κίνηση, αλληλεπίδραση, εγκαταστάσεις εφαρμογής, προβολές βίντεο, μετατροπές, πωλήσεις από κατάλογο προϊόντων) που έχει επιλέξει ο διαφημιζόμενος.

Οι εγγεγραμμένοι χρήστες του Facebook που δε θέλουν να βλέπουν διαφημίσεις βάσει των διαφημιστικών προτιμήσεών τους στο Facebook ή βάσει της δραστηριότητάς τους σε ιστότοπους και εφαρμογές που χρησιμοποιούν τεχνολογίες του Facebook, μπορούν να επιλέξουν να εξαιρεθούν μέσω των ρυθμίσεών.

---

<sup>52</sup> Τα βασικά για το απόρρητο στο Facebook - Διαφημίσεις', Facebook, <https://www.facebook.com/about/basics/advertising>.

<sup>53</sup> Τι είναι το Audience Network', <https://el-gr.facebook.com/business/help/788333711222886>.



Οι μη εγγεγραμμένοι χρήστες του Facebook μπορούν να αλλάξουν τις ρυθμίσεις της συσκευής τους και να εξαιρεθούν μέσω της Digital Advertising Alliance στις ΗΠΑ, της Digital Advertising Alliance of Canada στον Καναδά ή της European Digital Advertising Alliance στην Ευρώπη.

#### Διαφημίσεις από επιχειρήσεις και οργανισμούς με τους οποίους αλληλεπιδρά ο χρήστης

Το Facebook χρησιμοποιεί παραδείγματα ώστε να κάνει πιο κατανοητό τον τρόπο με τον οποίο γίνεται η συσχέτιση διαφημιστή – διαφημιζόμενου. «Αν έχετε δώσει τον αριθμό τηλεφώνου ή τη διεύθυνση email σας σε ένα κατάστημα ποδηλάτων στην περιοχή σας και το κατάστημα αποφασίσει να διαφημίσει τις προσφορές ποδηλάτων του στο Facebook, είναι πιθανό να δείτε κάποια από τις διαφημίσεις του. Ο ιδιοκτήτης του καταστήματος ποδηλάτων ανεβάζει μια λίστα με αριθμούς τηλεφώνου. Οι αριθμοί αυτοί μετατρέπονται σε κωδικούς, οπότε το Facebook δε λαμβάνει τους ίδιους τους αριθμούς τηλεφώνου. Στη συνέχεια, το σύστημά μας μετατρέπει τα στοιχεία επικοινωνίας που ήδη έχουμε σε κωδικούς, προκειμένου να δει αν ταιριάζουν με τους κωδικούς που έχει ανεβάσει ο ιδιοκτήτης του καταστήματος. Αν ταιριάζουν, προβάλλουμε τη διαφήμιση. Αν δεν ταιριάζουν, διαγράφουμε αυτούς τους κωδικούς και έτσι δεν έχουμε λάβει καμία νέα πληροφορία από τον ιδιοκτήτη του καταστήματος. Βοηθάμε τον ιδιοκτήτη του καταστήματος ποδηλάτων να κατανοήσει πώς αλληλεπίδρασαν οι χρήστες με τη διαφήμισή του. Δεν του αποκαλύπτουμε την ταυτότητά σας.»<sup>54</sup>

#### Διαφημίσεις από άλλους ιστότοπους και εφαρμογές με τις οποίες αλληλεπιδρά ο χρήστης

Ένας διαφημιζόμενος μπορεί να πληρώνει για να διαφημίζεται στο Facebook, προκειμένου να δείχνει διαφημίσεις σε άτομα που έχουν επισκεφτεί τον ιστότοπό του. Η εταιρία ισχυρίζεται πως δε χρειάζεται να αποκαλύψει στο διαφημιζόμενο το όνομα ή τα στοιχεία επικοινωνίας του. Το Facebook συλλέγει πληροφορίες σχετικά με το τι «κοιτάζει» ο χρήστης σε έναν ιστότοπο (διαφημιζόμενος) και αργότερα προβάλλει το ίδιο σε μια διαφήμιση στο Facebook.

---

<sup>54</sup> Τα βασικά για το απόρρητο στο Facebook - Διαφημίσεις από επιχειρήσεις και οργανισμούς με τους οποίους αλληλεπιδράτε', Facebook, <https://www.facebook.com/about/basics/advertising/from-businesses-and-organizations>.

Οι πληροφορίες που κατέχει η εταιρία χρησιμοποιούνται και ώστε να βοηθούν τους διαφημιζόμενους και άλλους συνεργάτες να κάνουν μετρήσεις για την αποτελεσματικότητα και τη διανομή των διαφημίσεων και των υπηρεσιών τους, καθώς και να κατανοούν ποιες κατηγορίες ατόμων χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες τους, αλλά και πώς αλληλεπιδρούν οι χρήστες με τους ιστότοπους, τις εφαρμογές και τις υπηρεσίες αυτές.

Αν ο χρήστης δεν επιθυμεί να καθορίζει το Facebook τις διαφημίσεις που βλέπει βάσει της δραστηριότητάς του σε ιστότοπους και εφαρμογές εκτός Facebook, μπορεί να επιλέξει να εξαιρεθεί από αυτή τη διαδικασία από τις ρυθμίσεις.

Αξίζει να σημειωθεί πως ακόμη και αν προβεί ο χρήστης σε σχετικές ρυθμίσεις, μπορεί να υπάρχουν και άλλοι τρόποι με τους οποίους οι διαφημιζόμενοι μαθαίνουν ή συμπεραίνουν πράγματα για αυτόν και πως αν επιλέξει να μην βλέπει διαδικτυακές διαφημίσεις βάσει ενδιαφέροντος από το Facebook, θα συνεχίσει να βλέπει διαφημίσεις, που μπορεί όμως να μην είναι σχετικές με τα ενδιαφέροντά του.

#### 4.2.7. Αναγνώριση προσώπου <sup>55</sup>

Η αναγνώριση προσώπου, αν την ενεργοποιήσει ο χρήστης, χρησιμοποιείται για να εντοπίζεται το άτομο σε φωτογραφίες, βίντεο και εμπειρίες που περιλαμβάνουν τη χρήση κάμερας. Η τεχνολογία αυτή αναλύει τα pixels σε φωτογραφίες και βίντεο, προκειμένου να υπολογίσει έναν μοναδικό αριθμό καλούμενο ως "πρότυπο", στη συνέχεια συγκρίνει άλλες φωτογραφίες και βίντεο στο Facebook με αυτό το πρότυπο και, σε περίπτωση που βρει μια αντιστοίχιση, προβαίνει σε αναγνώριση του χρήστη.

Η τεχνολογία αυτή δεν είναι κάτι νέο που εφαρμόζει για πρώτη φορά το Facebook. Γίνεται όμως αναφορά στην αναγνώριση προσώπου και υπάρχει εκτενέστερη ανάλυση για το πώς λειτουργεί στην αναθεωρημένη Πολιτική δεδομένων διότι, βάσει του Γενικού Κανονισμού, τα πρότυπα αναγνώρισης προσώπου, αποτελούν ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα και εμπεριέχονται στην κατηγορία βιομετρικά χαρακτηριστικά.

Με τη Γνώμη 3/2012 της Ομάδας Εργασίας του Άρθρου 29, αναφορικά με την προστασία των προσωπικών δεδομένων κατά τη χρήση βιομετρικών τεχνολογιών ανάλυσης προσώπου (facial recognition) σε διαδικτυακές ή «κινητές» (mobile)

---

<sup>55</sup> 'Πώς λειτουργεί η αναγνώριση προσώπου στο Facebook',  
<https://www.facebook.com/help/218540514842030?ref=dp>.

υπηρεσίες, «Τα βιομετρικά δεδομένα αλλάζουν ανεπιστρεπτή τη σχέση μεταξύ σώματος και ταυτότητας διότι καθιστούν τα χαρακτηριστικά του ανθρώπινου σώματος “αναγνωρίσιμα από μηχανή” και υποκείμενα σε περαιτέρω χρήση». Όπως αναφέρει η κα Παναγοπούλου Φερενίκη σε σχετική μελέτη, προϋπόθεση για τη χρήση στοιχείων βιομετρίας είναι ο σαφής ορισμός του σκοπού για τον οποίο τα βιομετρικά δεδομένα συλλέγονται και υφίστανται επεξεργασία, λαμβανομένων υπόψη των κινδύνων για την προστασία των θεμελιωδών δικαιωμάτων και ελευθεριών των ατόμων. Η Ομάδα Εργασίας ήδη από το έγγραφο WP80 έχει επισημάνει την ανάγκη για αυστηρή διάκριση μεταξύ της επεξεργασίας βιομετρικών δεδομένων για δημόσιους σκοπούς, όπως είναι λ.χ. ο έλεγχος εισόδου στη χώρα, και εκείνης που γίνεται για την εκπλήρωση συμβατικών σκοπών, με τη συγκατάθεση του ενδιαφερομένου.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Φερενίκη Παναγοπούλου, Κουτνατζή, ‘Μελέτη: Βιομετρικές μέθοδοι και προστασία ιδιωτικότητας: Σκέψεις με αφορμή την απόφαση ΔΕΕ Michael Schwarz κατά κρατιδίου Bochum (C-291/2012)’ (ΔιΜΕΕ - ΔΙΚΑΙΟ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, Απρίλιος 2013), [http://www.dpa.gr/pls/portal/docs/PAGE/APDPX/EUROPEAN\\_DP\\_DAY\\_GENERAL/2014\\_DP\\_DAY/OMILIES\\_2014\\_DP\\_DAY/MELETES\\_PANAGOPOULOU.PDF](http://www.dpa.gr/pls/portal/docs/PAGE/APDPX/EUROPEAN_DP_DAY_GENERAL/2014_DP_DAY/OMILIES_2014_DP_DAY/MELETES_PANAGOPOULOU.PDF).

Εικόνα 10: Πως χρησιμοποιεί η αναγνώριση προσώπου τα δεδομένα που συλλέγει.

✓ Αναγνώριση προσώπου

**Πώς χρησιμοποιούμε τα δεδομένα**  
Επεξεργαζόμαστε αυτά τα δεδομένα προκειμένου:

- Να σας προστατεύουμε από αγνώστους που θέλουν να σας παραστήσουν χρησιμοποιώντας τη φωτογραφία σας και να προβαίνουμε σε άλλες ενέργειες που μας βοηθάνε να προστατεύουμε τους χρήστες μας, την πλατφόρμα μας και το ευρύτερο κοινό από άλλες πιθανές βλάβες ή κατάχρηση.
- Να βρίσκουμε και να σας δείχνουμε φωτογραφίες στις οποίες εμφανίζεστε αλλά δεν έχετε προστεθεί με ετικέτα
- Να σας προτείνουμε άτομα που μπορεί να θέλετε να προσθέσετε με ετικέτα

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΡΥΘΜΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

ΑΠΟΔΟΧΗ ΚΑΙ ΣΥΝΕΧΕΙΑ

✓ Αναγνώριση προσώπου

- Να βελτιώνουμε και να αναπτύσσουμε τις υπηρεσίες μας, τόσο για εσάς όσο και για τους υπόλοιπους χρήστες, π.χ. λέγοντας στα άτομα με προβλήματα όρασης ποιοι περιλαμβάνονται σε μια φωτογραφία ή σε ένα βίντεο.
- Να δείχνουμε εξατομικευμένο περιεχόμενο σε εσάς αλλά και σε άλλους, π.χ. να προτείνουμε φίλτρα κάμερας που μπορεί να αρέσουν σε εσάς ή στους φίλους σας.

Η ρύθμιση αναγνώρισης προσώπου είναι απενεργοποιημένη. Επιλέξτε "Αποδοχή και συνέχεια" αν επιτρέπετε στο Facebook να χρησιμοποιεί τα δεδομένα αναγνώρισης προσώπου και θέλετε να ενεργοποιήσετε τη ρύθμιση, ή επιλέξτε "Διαχείριση ρυθμίσεων για τα δεδομένα" για να παραμείνει απενεργοποιημένη αυτή η ρύθμιση.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΡΥΘΜΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

ΑΠΟΔΟΧΗ ΚΑΙ ΣΥΝΕΧΕΙΑ

Πηγή: Ενημέρωση τροποποίησης όρων χρήσης του Facebook.

#### 4.2.8. Χρήση των συλλεγόμενων πληροφοριών

Το Facebook αναφέρει πως χρησιμοποιεί το σύνολο των πληροφοριών που συλλέγει και για την προστασία, την ακεραιότητα αλλά και την ασφάλεια του χρήστη, επαληθεύοντας λογαριασμούς και δραστηριότητες, καταπολεμώντας επιβλαβείς συμπεριφορές, εντοπίζοντας και αποτρέποντας ανεπιθύμητη αλληλογραφία αλλά και αρνητικές εμπειρίες, καθώς επίσης για να επικοινωνεί με το χρήστη για λόγους μάρκετινγκ και να τον ενημερώνει σχετικά με τις πολιτικές και τους όρους της.

Τέλος, οι πληροφορίες αυτές χρησιμοποιούνται για λόγους έρευνας και καινοτομίας για θέματα γενικής κοινωνικής ευημερίας, τεχνολογικής εξέλιξης, δημόσιου συμφέροντος και υγείας, προς όφελος του κοινωνικού συνόλου.

Το Facebook προσφέρει τη δυνατότητα στο χρήστη – μέσω των ρυθμίσεων απορρήτου <sup>57</sup> – να επιλέγει το κοινό που θα δει αυτό που κοινοποιεί, δηλαδή σε ποιους θα είναι ορατές οι δημοσιεύσεις, οι φωτογραφίες, το προφίλ, η λίστα φίλων και οι ετικέτες του. Ως κοινό μπορεί να επιλέξει μια ομάδα, όλους τους φίλους του, το σύνολο των χρηστών ή μια προεπιλεγμένη ομάδα προσώπων. Αν ο χρήστης δημοσιεύει περιεχόμενο ή πληροφορίες και δεν έχει ορίσει το κοινό του η ρύθμιση είναι "Δημόσια", συνεπώς επιτρέπει σε όλους, συμπεριλαμβανομένων των προσώπων που δεν διαθέτουν λογαριασμό στο Facebook, την πρόσβαση και τη χρήση των εν λόγω πληροφοριών και το συσχετισμό τους με το πρόσωπό του.

Υπάρχουν και οι πληροφορίες που είναι πάντα δημόσιες ανεξαρτήτως ρυθμίσεων.

Το ονομαζόμενο "δημόσιο προφίλ" περιλαμβάνει το ονοματεπώνυμο, το γένος και το αναγνωριστικό χρήστη (αριθμός λογαριασμού), την εικόνα προφίλ, τη φωτογραφία εξωφύλλου και τα δίκτυα του χρήστη, εμπεριέχει πληροφορίες όπως είναι η ηλικιακή ομάδα του χρήστη, η γλώσσα και η χώρα του. Οι πληροφορίες αυτές είναι δημόσιες διότι όπως ισχυρίζεται η εταιρία βοηθάει το χρήστη ώστε να του παρέχουν περιεχόμενο κατάλληλο για την ηλικία του και σύμφωνα με τις εμπειρίες του και να τον αναγνωρίζουν ευκολότερα άλλοι χρήστες.

Οι δημόσιες κοινοποιήσεις άλλων χρηστών που αφορούν το χρήστη ή τα σχόλια του χρήστη σε δημόσιες αναρτήσεις άλλων χρηστών, σελίδων, ομάδων ή φόρουμ θεωρούνται δημόσιες και δεν είναι στη δικαιοδοσία του χρήστη να αλλάξει τη ρύθμιση αυτή.

Οι πληροφορίες αυτές μπορούν να είναι προσβάσιμες ή να σταλούν σε οποιονδήποτε εντός ή εκτός των Προϊόντων του Facebook, να ιδωθούν, να επανακοινοποιηθούν ή να αναμεταδοθούν μέσω υπηρεσιών τρίτων, όπως μηχανές αναζήτησης και μη διαδικτυακά μέσα (π.χ. τηλεόραση), και μέσω εφαρμογών, ιστότοπων και άλλων υπηρεσιών.

Με την αποδοχή των όρων χρήσης εκχωρείται «μια μη αποκλειστική, μεταβιβάσιμη, περαιτέρω εκχωρητέα, παγκόσμια άδεια, χωρίς υποχρέωση καταβολής δικαιωμάτων εκμετάλλευσης, για τη φιλοξενία, χρήση, διανομή, τροποποίηση, εκτέλεση, αντιγραφή, δημόσια εκτέλεση, προβολή και μετάφραση του περιεχομένου, καθώς και για τη δημιουργία παράγωγων έργων από αυτό το περιεχόμενο». Όπως αναφέρεται

---

<sup>57</sup> 'Τα βασικά για το απόρρητο στο Facebook', Facebook, <https://www.facebook.com/about/basics>.

χαρακτηριστικά στην Πολιτική δεδομένων «Αυτό σημαίνει, για παράδειγμα, ότι αν κοινοποιήσετε μια φωτογραφία στο Facebook, μας δίνετε την άδεια να αποθηκεύσουμε, να αντιγράψουμε και να κοινοποιήσουμε αυτή τη φωτογραφία σε τρίτους (σύμφωνα με τις ρυθμίσεις σας), όπως π.χ. σε παρόχους υπηρεσιών που υποστηρίζουν την υπηρεσία μας ή άλλα Προϊόντα του Facebook που χρησιμοποιείτε.»<sup>58</sup>

Τα δεδομένα αποθηκεύονται έως ότου να μην είναι πλέον απαραίτητα για την παροχή των υπηρεσιών και των Προϊόντων του Facebook ή μέχρι να διαγράψει ο χρήστης το λογαριασμό του. Το χρονικό διάστημα προσδιορίζεται κατά περίπτωση και εξαρτάται, από τη φύση των δεδομένων, την αιτία συλλογής και επεξεργασίας τους, και από τις σχετικές νομικές και λειτουργικές ανάγκες διατήρησης των δεδομένων.

Σε περίπτωση οριστικής διαγραφής<sup>59</sup> του περιεχομένου ή του λογαριασμού χρήστη, διαγράφονται και όλες οι δημοσιεύσεις, φωτογραφίες, ενημερώσεις κατάστασης και δεν υπάρχει η δυνατότητα ανάκτησης. Αν το εν λόγω περιεχόμενο έχει κοινοποιηθεί από ή σε τρίτους, οι οποίοι δεν το έχουν διαγράψει δε θα διαγραφεί. Η εταιρία ενδέχεται να διατηρεί αποθηκευμένο το περιεχόμενο αυτό σε αντίγραφα ασφαλείας, για εύλογο χρονικό διάστημα, ακόμα και μετά τη διαγραφή του (χωρίς να είναι ορατό σε άλλους χρήστες).

Όταν οι πληροφορίες κάποιου χρήστη είναι αντικείμενο νομικού αιτήματος ή υποχρέωσης, κρατικής έρευνας ή ερευνών για πιθανές παραβιάσεις των όρων χρήσης ή των πολιτικών της εταιρίας, ή οτιδήποτε έχει να κάνει με την αποτροπή βλάβης, ενδέχεται να είναι προσβάσιμες ή να διατηρηθούν για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Επίσης, όταν κάποιος λογαριασμός απενεργοποιείται για παραβιάσεις των όρων χρήσης τα δεδομένα του διατηρούνται για τουλάχιστον ένα έτος.

Εναλλακτικά ο χρήστης αν δεν επιθυμεί να διαγράψει το λογαριασμό του αλλά επιθυμεί να σταματήσει προσωρινά να τον χρησιμοποιεί, μπορεί να τον απενεργοποιήσει.

Οι πληροφορίες που συλλέγουν οι εφαρμογές, οι ιστότοποι ή άλλες υπηρεσίες τρίτων

---

<sup>58</sup> 'Πολιτική δεδομένων - όμιλος Facebook'.

<sup>59</sup> 'Πώς μπορώ να διαγράψω οριστικά το λογαριασμό μου; | Κέντρο βοήθειας του Facebook', <https://www.facebook.com/help/224562897555674>.

που κάνουν χρήση των Προϊόντων του Facebook, υπόκεινται στους δικούς τους όρους και πολιτικές, και όχι στην παρούσα πολιτική.

Το Facebook κατέχει και διαχειρίζεται και άλλες εταιρείες, οι οποίες έχουν τις δικές τους ξεχωριστές υπηρεσίες, όρους και πολιτικές. Η εταιρία, χωρίς να ζητά από τους χρήστες επιπλέον άδεια ή συναίνεση με τους εκάστοτε όρους, ενδέχεται να κοινοποιήσει τις πληροφορίες των χρηστών στις εταιρείες αυτές, με σκοπό τη διευκόλυνση, την υποστήριξη και την ενσωμάτωση των δραστηριοτήτων τους, καθώς και τη βελτίωση των υπηρεσιών της.

Πίνακας 15: Οι εταιρίες του Facebook.

Επωνυμία	Link – πολιτική απορρήτου
<b>Facebook Payments Inc.</b>	<a href="https://www.facebook.com/payments_terms/privacy">https://www.facebook.com/payments_terms/privacy</a>
<b>Atlas</b>	<a href="http://atlassolutions.com/privacy-policy">http://atlassolutions.com/privacy-policy</a>
<b>Instagram LLC</b>	<a href="http://instagram.com/about/legal/privacy/">http://instagram.com/about/legal/privacy/</a>
<b>Onavo</b>	<a href="http://www.onavo.com/privacy_policy">http://www.onavo.com/privacy_policy</a>
<b>Moves</b>	<a href="http://moves-app.com/privacy">http://moves-app.com/privacy</a>
<b>Oculus</b>	<a href="http://www.oculus.com/privacy/">http://www.oculus.com/privacy/</a>
<b>WhatsApp Inc.</b>	<a href="http://www.whatsapp.com/legal/#Privacy">http://www.whatsapp.com/legal/#Privacy</a>
<b>Masquerade</b>	<a href="https://www.facebook.com/msqrd/privacy">https://www.facebook.com/msqrd/privacy</a>
<b>CrowdTangle</b>	<a href="https://www.crowdtangle.com/privacy">https://www.crowdtangle.com/privacy</a>

Πηγή: <https://www.facebook.com/help/111814505650678>

Αναγνωρίζοντας την επιτακτική ανάγκη για την προστασία των προσωπικών δεδομένων των χρηστών από την εκμετάλλευση τρίτων, η εταιρία προβαίνει στην ακόλουθη σημείωση.

*«Σημείωση: Έχουμε ξεκινήσει μια προσπάθεια να περιορίσουμε ακόμα περισσότερο την πρόσβαση των προγραμματιστών στα δεδομένα των χρηστών, προκειμένου να αποτρέψουμε ενδεχόμενες καταχρήσεις αυτών των δεδομένων. Για παράδειγμα, πλέον*

*θα καταργούμε την πρόσβαση των προγραμματιστών στα δεδομένα σας στο Facebook και το Instagram, αν δεν έχετε χρησιμοποιήσει τις εφαρμογές τους για 3 μήνες. Επίσης, αλλάζουμε τη διαδικασία σύνδεσης μέσω του Facebook, έτσι ώστε η επόμενη έκδοσή της να επιτρέπει στις εφαρμογές που δεν έχουν ελεγχθεί να ζητάνε λιγότερα δεδομένα, και συγκεκριμένα μόνο το όνομά σας, το όνομα χρήστη και το βιογραφικό σας στο Instagram, την εικόνα προφίλ και τη διεύθυνση email σας. Για να ζητήσουν οποιαδήποτε άλλα στοιχεία, θα πρέπει να έχουν εξασφαλίσει την έγκρισή μας.»<sup>60</sup>*

Η εταιρία ισχυρίζεται πως δεν πουλάει και δε θα πουλήσει ποτέ σε κανέναν καμία από τις πληροφορίες που συλλέγει από τους χρήστες και πως επιβάλει αυστηρούς περιορισμούς στον τρόπο με τον οποίο οι συνεργάτες της μπορούν να χρησιμοποιούν και να κοινοποιούν τα δεδομένα που τους παρέχει. Σε περίπτωση όμως αλλαγής ιδιοκτησιακού καθεστώσ ενδέχεται να μεταβιβαστούν οι πληροφορίες αυτές στο νέο ιδιοκτήτη.

Συγκεντρωτικά οι πληροφορίες αυτές ή μέρος αυτών κοινοποιούνται στους διαφημιζόμενους και σε συνεργάτες που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες αναλύσεων της εταιρίας, αναλαμβάνουν σχετικές μετρήσεις και, προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες, σε προμηθευτές και παρόχους υπηρεσιών, ερευνητές και ακαδημαϊκούς όταν το επιβάλει ο νόμος.

Η νομική βάση για τη συλλογή, χρήση, κοινοποίηση και επεξεργασία των δεδομένων που έχει στη διάθεση της η εταιρία συνοψίζονται παρακάτω:

- όπως απαιτείται για την εκπλήρωση των όρων χρήσης του Facebook ή του Instagram.
- σύμφωνα με τη συναίνεση του χρήστη, για την επεξεργασία δεδομένων με ειδική προστασία, τη χρήση της τεχνολογίας αναγνώρισης προσώπου, τη χρήση δεδομένων που παρέχουν οι διαφημιζόμενοι και άλλοι συνεργάτες, την κοινοποίηση δεδομένων στους διαφημιζόμενους που ταυτοποιούν το χρήστη, τη συλλογή πληροφοριών μέσω των συσκευών (όπως πρόσβαση στη θέση GPS, στην κάμερα ή στις φωτογραφίες), την οποία μπορείτε να ανακαλέσετε ανά πάσα στιγμή μέσω των Ρυθμίσεων του Facebook ή του Instagram.
- όπως απαιτείται για τη συμμόρφωση με τις νομικές υποχρεώσεις

---

<sup>60</sup> 'Πολιτική δεδομένων - όμιλος Facebook'.



- για την προστασία των ζωτικών συμφερόντων του χρήστη, ή των συμφερόντων τρίτων
- όπως απαιτείται από το δημόσιο συμφέρον, και
- όπως απαιτείται για τα έννομα συμφέροντα της εταιρία ή τρίτων, συμπεριλαμβανομένων των συμφερόντων για την παροχή πρωτοποριακών, εξατομικευμένων, ασφαλών και κερδοφόρων υπηρεσιών στους χρήστες και τους συνεργάτες της, εκτός αν τα συμφέροντα ή θεμελιώδη δικαιώματα ή θεμελιώδεις ελευθερίες του χρήστη που υπαγορεύουν την προστασία των προσωπικών δεδομένων υπερσχύουν των εν λόγω συμφερόντων.<sup>61</sup>

Οι κάτοικοι της Ευρωπαϊκής Ένωσης σύμφωνα με το Γενικό Κανονισμό έχουν κάποια δικαιώματα, όπως το δικαίωμα πρόσβασης, διόρθωσης, μεταφοράς και διαγραφής των δεδομένων τους. Τα δικαιώματα αυτά τα αναγνωρίζει η εταιρία στην αναθεωρημένη Πολιτική δεδομένων και παρέχει στο χρήστη τη δυνατότητα να διαχειριστεί τα δεδομένα του μέσω των Ρυθμίσεων του Facebook ή του Instagram.

Επίσης έχουν το νόμιμο δικαίωμα να αντιταχθούν, οποιαδήποτε στιγμή, στην επεξεργασία των δεδομένων τους «δικαίωμα εναντίωσης» ώστε να περιορίσουν ορισμένες πράξεις επεξεργασίας.

Η χρήστης υποβάλει ένα αίτημα εναντίωσης στην πλατφόρμα του Facebook και οφείλει να παράσχει όλες τις πληροφορίες που ζητά η φόρμα ώστε να εξεταστεί σωστά το αίτημα του. Η εταιρία μετά από την εξέταση διαφόρων παραγόντων και την αξιολόγηση του εν λόγω αιτήματος, οφείλει να ενημερώσει το χρήστη σχετικά με την αποδοχή ή απόρριψη του. Αν το αίτημα γίνει δεκτό θα διακοπεί η επεξεργασία δεδομένων, όπως ζητήθηκε και επιπλέον μπορεί να ζητηθεί η διαγραφή των δεδομένων κατά το άρθρο 17(1)(γ) του κανονισμού ΓΚΠΔ.

---

<sup>61</sup> 'Πολιτική δεδομένων - όμιλος Facebook'; 'Οι νομικές βάσεις και πώς σχετίζονται με τους τρόπους με τους οποίους επεξεργάζεται το Facebook τα δεδομένα.', Facebook, [https://www.facebook.com/about/privacy/legal\\_bases](https://www.facebook.com/about/privacy/legal_bases).

Εικόνα 11: Αίτηση εναντίωσης.

facebook

Πώς μπορούμε να βοηθήσουμε;

Κέντρο βοήθειας

Δημιουργία λογαριασμού  
Φιλίες  
Η αρχική σελίδα σας  
Μηνύματα  
Φωτογραφίες  
Βίντεο  
Σελίδες  
Ομάδες  
Συμβάντα  
Πληρωμές  
Εφαρμογές και παιχνίδια  
Εφαρμογές Facebook για κινητά και υπολογιστές  
Προσβασιμότητα

**Διαχείριση των δεδομένων σας και εναντίωση**

Εσείς έχετε τον έλεγχο της εμπειρίας σας στο Facebook. Χρησιμοποιήστε αυτή τη φόρμα για να βρείτε απαντήσεις σε συνήθεις ερωτήσεις και προβληματισμούς σχετικά με το απόρρητο και τα δεδομένα χρηστών που σχετίζονται με προϊόντα του Facebook.

Για τους κατοίκους της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η φόρμα αυτή σας επιτρέπει επίσης να υποβάλετε εναντίωση για ορισμένους τύπους επεξεργασίας των δεδομένων σας προσωπικού χαρακτήρα βάσει του Γενικού Κανονισμού για την Προστασία Δεδομένων (ΓΚΠΔ).

Για να μάθετε περισσότερα σχετικά με τα δικαιώματα εναντίωσης, επισκεφτείτε το Κέντρο βοήθειας.

Επιλέξτε το προϊόν για το οποίο χρειάζεστε βοήθεια

Facebook  
 Instagram

Αποστολή

Πηγή: <https://www.facebook.com/help/contact/367438723733209>

Τόσο στην προγενέστερη Πολιτική δεδομένων όσο και στην αναθεωρημένη, όπως αυτή ισχύει, η εταιρία δηλώνει ρητά πως για την παγκόσμια λειτουργία και παροχή των Προϊόντων της, οι πληροφορίες που διαχειρίζεται η εταιρία Facebook θα διαβιβαστούν ή θα μεταδοθούν, ή θα αποθηκευτούν και θα υποβληθούν σε επεξεργασία, σε παγκόσμιο επίπεδο, τόσο εσωτερικά στις εταιρείες του Facebook όσο και εξωτερικά στους συνεργάτες της και σε εκείνους με τους οποίους συνδέεται ο χρήστης και στους οποίους κοινοποιεί περιεχόμενο σε όλο τον κόσμο, αλλά και ειδικότερα στις Ηνωμένες Πολιτείες ή σε άλλες χώρες εκτός του τόπου διαμονής του.

Για το λόγο αυτό και για να συμβαδίζει με τα όσα ορίζει η Ευρωπαϊκή νομοθεσία για τη διαβίβαση δεδομένων από τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο στις Ηνωμένες Πολιτείες και σε άλλες χώρες, χρησιμοποιεί τυποποιημένες συμβατικές ρήτρες που έχουν εγκριθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και βασίζεται στις αποφάσεις της

Ευρωπαϊκής Επιτροπής, κατά περίπτωση, σχετικά με την επάρκεια σε ορισμένες χώρες.<sup>62</sup>

#### 4.2.9. Επίλυση διαφορών

Για ερωτήσεις σχετικά με την Πολιτική δεδομένων ή την επίλυση διαφορών σε σχέση με τις πολιτικές και τις πρακτικές περί απορρήτου της εταιρίας ο χρήστης μπορεί να απευθυνθεί μέσω του ιστότοπου της, στην TrustArc, έναντι της TRUSTe όπως αναφερόταν στην προηγούμενη Πολιτική.

Στην ισχύουσα πολιτική ορίζεται και ως υπεύθυνος επεξεργασίας η Facebook Ireland, με την οποία μπορεί να επικοινωνήσει ο χρήστης μέσω διαδικτύου ή στέλνοντας επιστολή στην παρακάτω διεύθυνση:

**Facebook Ireland Ltd.**

**4 Grand Canal Square**

**Grand Canal Harbour**

**Dublin 2 Ireland**

Σπουδαία τροποποίηση στην αναθεωρημένη Πολιτική, που αφορά τους Ευρωπαίους πολίτες και οφείλεται αποκλειστικά στην υποχρέωση της εταιρίας να εφαρμόσει τα όσα ορίζει ο Γενικός Κανονισμός, αποτελεί η αλλαγή του τόπου επίλυσης των κατά περίπτωση διενέξεων.

Μέχρι πρότινος αποκλειστικά αρμόδιο ήταν το Περιφερειακό Δικαστήριο των ΗΠΑ ενώ τώρα ορίστηκε το Δικαστήριο της Δημοκρατίας της Ιρλανδίας (κράτος μέλος της ΕΕ).

#### **Πολιτική δεδομένων στις 29 Σεπτεμβρίου 2016**

«Κάθε αξίωση, βάση αγωγής ή διένεξη θα επιλύεται αποκλειστικά στο Περιφερειακό Δικαστήριο των ΗΠΑ στη Βόρεια Περιφέρεια της Καλιφόρνιας ή σε πολιτειακό δικαστήριο στην κομητεία Σαν Ματέο. Η παρούσα Δήλωση, καθώς και οποιαδήποτε αξίωση που ενδεχομένως προκύψει, διέπεται από τη νομοθεσία της Πολιτείας της Καλιφόρνιας, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη τυχόν διενέξεις με άλλες νομοθετικές διατάξεις.»

<sup>62</sup> 'Adequacy of the Protection of Personal Data in Non-EU Countries', Text, European Commission - European Commission, [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-transfers-outside-eu/adequacy-protection-personal-data-non-eu-countries\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-transfers-outside-eu/adequacy-protection-personal-data-non-eu-countries_en).

### Πολιτική δεδομένων στις 19 Απριλίου 2018

«Αν είστε καταναλωτής και ο συνήθης τόπος διαμονής σας είναι σε κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, θα εφαρμόζεται η νομοθεσία αυτού του κράτους-μέλους σε κάθε αξίωση, βάση αγωγής ή διαφωνία που έχετε κατά του Facebook, η οποία έχει προκύψει από ή σχετίζεται με τους παρόντες Όρους χρήσης ή τα Προϊόντα του Facebook ("αξίωση"), και θα μπορείτε να απευθύνεστε σε κάθε αρμόδιο δικαστήριο του εν λόγω κράτους-μέλους που έχει δικαιοδοσία για την επίλυση της αξίωσής σας. Σε όλες τις άλλες περιπτώσεις, συμφωνείτε ότι η αξίωση θα επιλύεται από αρμόδιο δικαστήριο της Δημοκρατίας της Ιρλανδίας και ότι οι παρόντες Όροι χρήσης, αλλά και οποιαδήποτε αξίωση, θα διέπονται από το ιρλανδικό δίκαιο, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη τυχόν διατάξεις σχετικά με τη σύγκρουση νόμων.»<sup>63</sup>

Επιπλέον η ηχηρή δήλωση πως «ΣΕ ΚΑΘΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟ FACEBOOK ΔΕΝ ΑΝΑΛΑΜΒΑΝΕΙ ΚΑΜΙΑ ΕΥΘΥΝΗ, ΣΤΟ ΜΕΓΙΣΤΟ ΒΑΘΜΟ ΠΟΥ ΑΥΤΟ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΣΧΥΟΥΣΑ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ» πλέον έχει αποσυρθεί εντελώς.

Επίσης, ο χρήστης έχει το δικαίωμα να υποβάλει καταγγελία για οποιοδήποτε ζήτημα παραβίασης των προσωπικών του δεδομένων, στην επικεφαλή εποπτική αρχή της Facebook Ireland, στον Επίτροπο Προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα της Ιρλανδίας ή στην εποπτική αρχή της χώρας του.

#### 4.2.10 Υπεύθυνος λογαριασμού σε περίπτωση θανάτου

Παρότι ο Γενικός Κανονισμός δεν εφαρμόζεται στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα θανόντων το Facebook παρέχει στους χρήστες ένα νέο δικαίωμα να υποδεικνύουν εφόσον το επιθυμούν "υπεύθυνο λογαριασμού σε περίπτωση θανάτου", ο οποίος θα διαχειρίζεται το λογαριασμό του σε περίπτωση που μετατραπεί σε λογαριασμό "εις μνήμην". Μόνο ο υπεύθυνος λογαριασμού σε περίπτωση θανάτου ή το άτομο που έχει ορίσει σε έγκυρη διαθήκη, ή σε άλλο παρόμοιο έγγραφο που εκφράζει τη σαφή συγκατάθεσή του χρήστη στην κοινοποίηση του περιεχομένου του σε περίπτωση θανάτου ή ανικανότητας, θα έχει το δικαίωμα να ζητήσει την κοινοποίηση περιεχομένου από το λογαριασμό του, αφού αυτός έχει μετατραπεί σε λογαριασμό "εις μνήμην".

<sup>63</sup> 'Όροι χρήσης - Facebook'.

#### 4.2.11 Συμπεράσματα για την αναθεωρημένη πολιτική απορρήτου του Facebook.

Συμπερασματικά λοιπόν, με τα όσα αναλύθηκαν παραπάνω και αναφέρονται στην πρόσφατη αναθεώρηση της Πολιτικής απορρήτου στο Facebook, υπάρχουν κάποιοι όροι που αξίζουν την προσοχή μας.

Κάποια δεδομένα μας είναι πάντα ορατά σε όλους του χρήστες ανεξαρτήτως ρυθμίσεων (π.χ. όνομα, φωτογραφία προφίλ, φωτογραφία εξωφύλλου).

Μέσω των ρυθμίσεων απορρήτου μπορεί ο χρήστης να αποκλείσει τις μηχανές αναζήτησης, έτσι ώστε να μην εμφανίζεται π.χ. στη Google και τις άλλες σχετικές υπηρεσίες καθώς και να ρυθμίσει τις διαδικτυακές διαφημίσεις, αν θα σχετίζονται με τα ενδιαφέροντα του ή όχι.

Τα μηνύματα δεν μπορούν να σβηστούν γιατί δεν αποθηκεύονται μόνο στον προσωπικό λογαριασμό του χρήστη αλλά και στο λογαριασμό του συνομιλητή του.

Το Facebook χρησιμοποιεί τα “Μου αρέσει” και τα σχόλια για να συλλέγει πληροφορίες για τα ενδιαφέροντα του χρήστη και να του εμφανίζει διαφημίσεις.

Οι πληροφορίες αυτές μπορεί να χρησιμοποιηθούν και σε ιστότοπους εκτός Facebook.

Οι καλούμενοι «τρίτοι» (άλλοι χρήστες, διαφημιζόμενοι, εκδότες κ.λπ.) μπορεί να κρατάνε δεδομένα, ακόμα κι αν ο χρήστης διαγράψει το λογαριασμό του. Για οριστική διαγραφή θα πρέπει να απευθυνθεί στον καθένα ξεχωριστά.

### **5. Η γνώμη των χρηστών**

Ποιά είναι όμως η γνώμη των χρηστών αναφορικά με την επεξεργασία των δεδομένων τους;

Στην ίδια έρευνα, που αναφέρθηκε και προτύτερα, της ΓΣΕΒΕΕ σε συνεργασία με το ΣΕΚΕΕ και την Kara Research, το Μαΐου 2018, το 53% των ερωτηθέντων απάντησε πως γνωρίζει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τηρούν ηλεκτρονικό αρχείο με τα προσωπικά τους δεδομένα ενώ το 91% και το 89% αντίστοιχα θεωρεί δεδομένη τη χρήση αρχείου από τις τράπεζες και την εφορία.

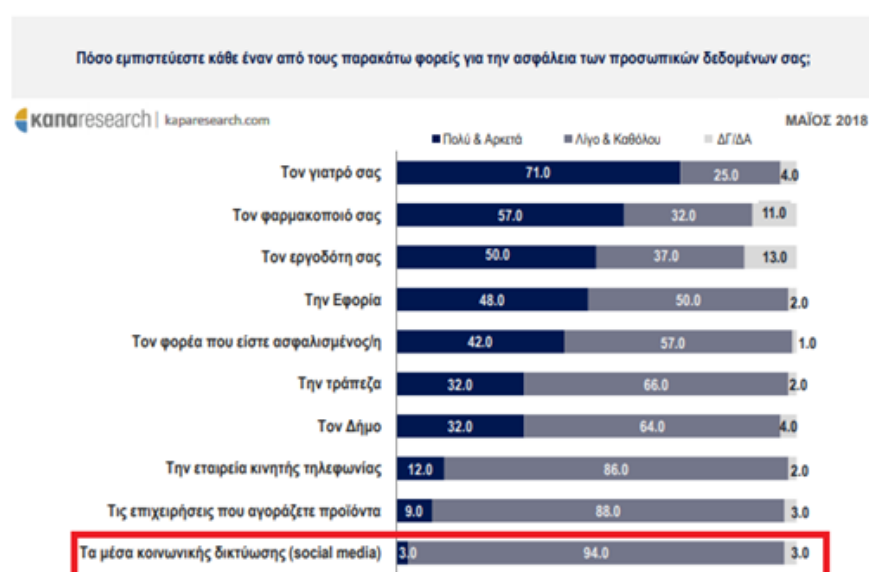
Γράφημα 3: Γνωρίζετε αν κάποιος τηρεί σε ηλεκτρονικό αρχείο προσωπικά σας δεδομένα;



Πηγή: <https://imegsevee.gr/wp-content/uploads/2018/05/GPDR-ΓΕΝΙΚΟ-ΚΟΙΝΟ.pdf>

Εμπιστοσύνη για την ασφάλεια των προσωπικών τους δεδομένων δείχνουν στον γιατρό τους με ποσοστό 71% και μόλις το 3% νιώθει ασφάλεια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

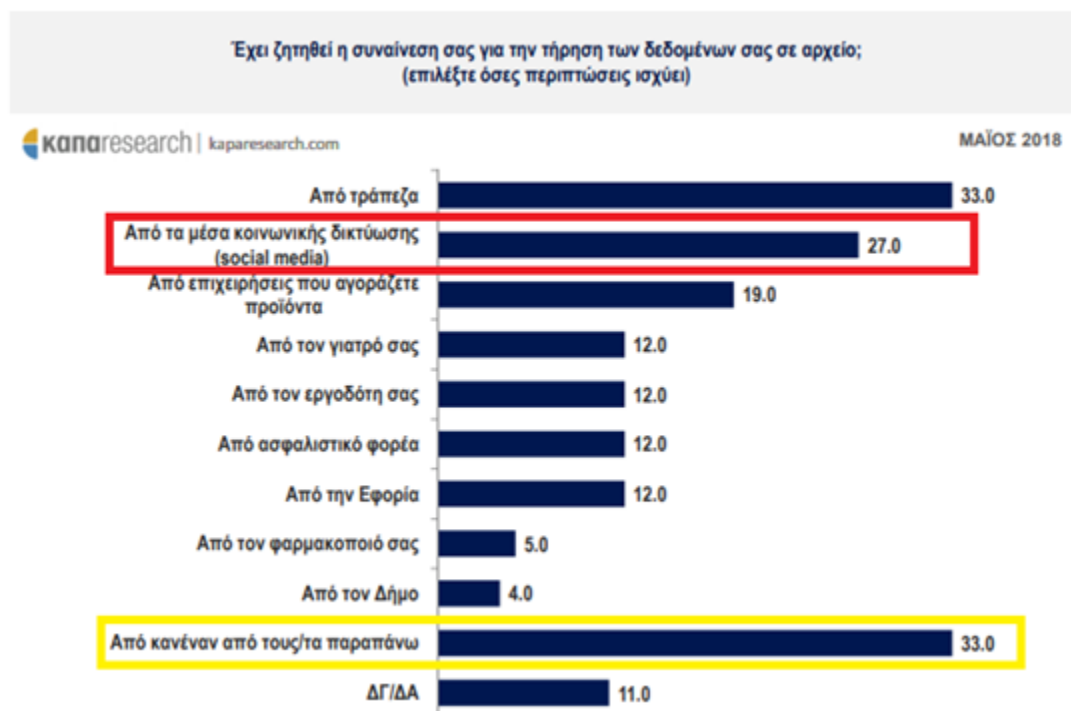
Γράφημα 4: Πόσο τους εμπιστεύεστε για την προστασία των δεδομένων σας;



Πηγή: <https://imegsevee.gr/wp-content/uploads/2018/05/GPDR-ΓΕΝΙΚΟ-ΚΟΙΝΟ.pdf>

Ανησυχία προκαλεί και η δήλωση πως μόλις στο 27% ζητήθηκε συναίνεση για την τήρηση των δεδομένων τους σε αρχείο από το κοινωνικά δίκτυα, ενώ το 33% δηλώνει πως δε του ζητήθηκε ποτέ άδεια για κανέναν από τους αναφερόμενους υπεύθυνους επεξεργασίας.

Γράφημα 5: Σας έχει ζητηθεί συναίνεση;

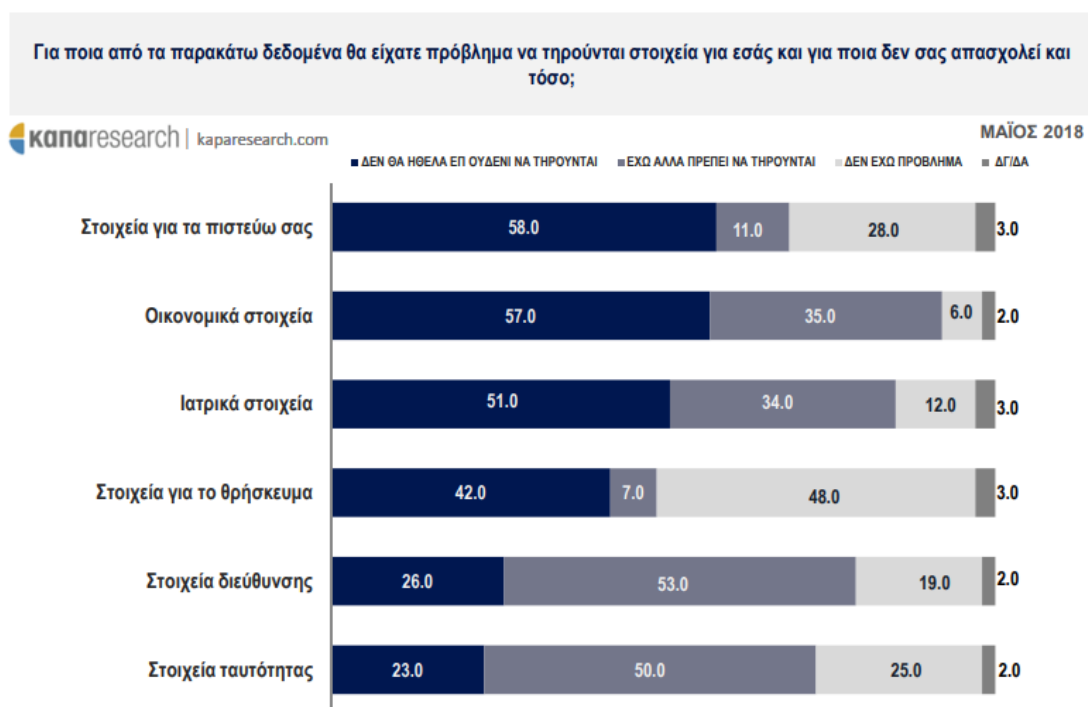


Πηγή: <https://imegseevee.gr/wp-content/uploads/2018/05/GPDR-ΓΕΝΙΚΟ-KOINO.pdf>

Ένα ακόμη στοιχείο που προκύπτει από την έρευνα αυτή είναι πως οι πολίτες, παρότι οι θρησκευτικές πεποιθήσεις αποτελούν ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα, σε ποσοστό 48% δεν ενοχλούνται από τη τήρηση τους σε αρχείο. Παράλληλα, για τα στοιχεία διεύθυνσης και ταυτότητας ενοχλούνται αλλά γνωρίζουν πως είναι αναγκαία η τήρηση τους.

Σε σύγκριση δε με τον όγκο των πληροφοριών που διαμοιράζονται οι χρήστες οικιοθελώς μέσω των κοινωνικών δικτύων, έκπληξη προκαλεί η δήλωση του 58% ότι δε θέλουν να τηρούνται σε αρχείο στοιχεία για τα πιστεύω τους.

Γράφημα 6: Για ποια δεδομένα θα είχατε πρόβλημα να τηρούνται στοιχεία για εσάς;



Πηγή: <https://imegsevee.gr/wp-content/uploads/2018/05/GPDR-ΓΕΝΙΚΟ-ΚΟΙΝΟ.pdf>

## **6. Ανάλυση περιπτώσεων παραβίασης προσωπικών δεδομένων χρηστών**

Τα τελευταία χρόνια όλο και πιο συχνά ακούμε για περιπτώσεις διαρροής ή κλοπής δεδομένων στον κυβερνοχώρο. Ορισμένες από αυτές, κυρίως λόγω του όγκου των δεδομένων που εκλάπησαν, έγιναν παγκοσμίως γνωστές και πήραν μεγάλες διαστάσεις.

Στη συνέχεια θα εξετάσουμε μερικές από αυτές τις περιπτώσεις με την ελπίδα πως η εφαρμογή του Γενικού Κανονισμού θα συμβάλει στη μείωση αυτών των διαρροών καθώς και οι πολίτες είναι πιο ενημερωμένοι και αντιλαμβάνονται καλύτερα τη σημασία της προστασίας των προσωπικών τους δεδομένων.



## Maximilian Schrems Vs Facebook Ireland Limited

Ο αυστριακής καταγωγής δικηγόρος Maximilian Schrems, κατά δήλωση του, χρησιμοποιεί το Facebook για δραστηριότητες ιδιωτικής φύσεως από το 2008, ενώ το 2011 δημιούργησε σελίδα στο Facebook, μέσω της οποίας ενημερώνει τους άλλους χρήστες για τις διαλέξεις του και τη δράση του κατά της εταιρείας του Facebook, καθώς επίσης και για τα βιβλία που εκδίδει.

Στις 25 Ιουνίου 2013 ο Schrems, υπέβαλε καταγγελία στην Ιρλανδική αρχή ελέγχου κατά του Facebook «με αίτημα να απαγορεύσει στη Facebook Ireland Ltd να διαβιβάζει τα προσωπικά δεδομένα που τον αφορούν, στη μητρική της εταιρεία Facebook, Inc. στις ΗΠΑ, ελλείψει επαρκούς επίπεδου προστασίας των προσωπικών δεδομένων στη χώρα αυτή. Υποστήριζε ότι η νομοθεσία και η ισχύουσα πρακτική στις Ηνωμένες Πολιτείες δεν εγγυώνται ικανοποιητική προστασία των προσωπικών δεδομένων που φυλάσσονται στο έδαφός τους. Ο M. j Schrems αναφέρθηκε σε έγγραφα της Εθνικής Υπηρεσίας Ασφαλείας των ΗΠΑ (NSA), δημοσιευμένα στη βρετανική εφημερίδα “The Guardian”»<sup>64</sup>. Η αρχή απέρριψε την καταγγελία, με την αιτιολογία ότι η Επιτροπή, στην από 26 Ιουλίου 2000 απόφασή της έκρινε ότι, στο πλαίσιο του καθεστώτος «ασφαλούς λιμένα» (Safe Harbor), οι Ηνωμένες Πολιτείες εξασφαλίζουν ικανοποιητικό επίπεδο προστασίας στα διαβιβαζόμενα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα.

Ο Schrems στη συνέχεια άσκησε προσφυγή ενώπιον του Ανώτατου Δικαστηρίου της Ιρλανδίας κατά της απόφασης αυτής το οποίο με τη σειρά του, εξέτασε τις κατηγορίες του Schrems, διαπίστωσε ότι η ηλεκτρονική παρακολούθηση και η υποκλοπή δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που διαβιβάζονται από την Ένωση στις Ηνωμένες Πολιτείες εξυπηρετούν αναγκαίους και απαραίτητους για το δημόσιο συμφέρον σκοπούς. Το Ανώτατο Δικαστήριο της Ιρλανδίας διαπίστωσε ότι «το ιρλανδικό δίκαιο απαγορεύει τη διαβίβαση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα εκτός της εθνικής επικράτειας, εξαιρουμένων των τρίτων χωρών που εξασφαλίζουν ικανοποιητικό επίπεδο προστασίας της ιδιωτικής ζωής και των θεμελιωδών

---

<sup>64</sup> Ευγενία Αλεξανδροπούλου-Αιγυπτιάδου, ‘Διασυννοριακή ροή προσωπικών δεδομένων από την ΕΕ στις ΗΠΑ: Η πρόσφατη απόφαση του ΔΕΕ ενόψει της σχετικής δραστηριότητας του Facebook(C-362/2014, M. Schrems κατά Ιρλανδού Επιτρόπου Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων)’, *ΔιΜΕΕ - ΔΙΚΑΙΟ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ*, 2016.

δικαιωμάτων και ελευθεριών. Η σημασία των δικαιωμάτων στο σεβασμό της ιδιωτικής ζωής και στο απαραβίαστο της κατοικίας, τα οποία κατοχυρώνει το ιρλανδικό Σύνταγμα, επιβάλλει όπως κάθε ενέργεια που θίγει τα δικαιώματα αυτά είναι σύμφωνη προς την αρχή της αναλογικότητας και τις απαιτήσεις του νόμου [...] αν η υπόθεση της κύριας δίκης επρόκειτο να εξεταστεί αποκλειστικά βάσει του ιρλανδικού δικαίου, θα έπρεπε να κριθεί ότι, δεδομένων των σοβαρών αμφιβολιών ως προς το κατά πόσον οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής διασφαλίζουν ικανοποιητικό επίπεδο προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ο επίτροπος όφειλε να προβεί σε έρευνα σχετικά με όσα καταγγέλθηκαν από τον M. Schrem και ότι κακώς απέρριψε την καταγγελία του [...] η παρούσα υπόθεση αφορά την εφαρμογή του δικαίου της Ένωσης, υπό την έννοια του άρθρου 51 του Χάρτη, με αποτέλεσμα η νομιμότητα της επίμαχης στην κύρια δίκη αποφάσεως να πρέπει να κριθεί βάσει του δικαίου της Ένωσης.<sup>65</sup>

Το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο στις 6 Οκτωβρίου 2015 (ως απάντηση στην αίτηση του Ανώτατου Δικαστηρίου της Ιρλανδίας για προδικαστική απόφαση) αναγνώρισε ότι η Απόφαση 2000/520/EK και, συνεπώς, η διεθνής συμφωνία ‘Safe Harbor’ δεν πληροί τις προϋποθέσεις, συνεπώς εξέδωσε απόφαση υπέρ του Schrems, αναγνωρίζοντας ότι το Facebook δεν προστατεύει τα προσωπικά δεδομένα των Ευρωπαίων πολιτών έναντι των αμερικανικών μυστικών υπηρεσιών.

Το 2015 ο Max Schrems ηγήθηκε της αγωγής κατά του Facebook εκπροσωπώντας τόσο τις δικές του, όσο και τις απαιτήσεις που του εκχώρησαν επτά ακόμη αντισυμβαλλόμενοι, που επίσης είναι καταναλωτές και κατοικούν στην Αυστρία, στη Γερμανία ή στην Ινδία.

Στο σύνολο δε, περισσότερα από 25.000 άτομα από όλον τον κόσμο του έχουν εκχωρήσει τις απαιτήσεις τους προκειμένου να τις προβάλλει στην υπό κρίση υπόθεση.

Επειδή ο Schrems χρησιμοποιούσε το Facebook και για επαγγελματικούς σκοπούς, δεν μπορούσε να επικαλεσθεί τη δωσιδικία του καταναλωτή, για αυτό και το

---

<sup>65</sup> ‘Απόφαση του δικαστηρίου της 6ης Οκτωβρίου 2015 Maximilian Schrems κατά Data Protection Commissioner’, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:62014CJ0362&from=EL>.

πρωτοβάθμιο περιφερειακό δικαστήριο αστικών υποθέσεων Βιέννης, χαρακτήρισε ατεκμηρίωτη την κατηγορία, και την απέρριψε.

Εν συνεχεία, άσκησε προσφυγή ενώπιον του ανώτερου περιφερειακού δικαστηρίου Βιέννης, το οποίο αναγνώρισε το δικαίωμα του να διατηρήσει την ιδιότητα του καταναλωτή αλλά απορρίφτηκε εκ νέου για τον λόγο ότι η δωσιδικία του καταναλωτή ισχύει μόνο για τον ενάγοντα που προβάλλει τις δικές του απαιτήσεις. «Ο χρήστης ιδιωτικού λογαριασμού στο Facebook δεν αποβάλλει την ιδιότητα του «καταναλωτή», όταν δημοσιεύει βιβλία, δίνει διαλέξεις, εκμεταλλεύεται ιστότοπους, συγκεντρώνει δωρεές και αναλαμβάνει την ενώπιον δικαστηρίων διεκδίκηση των απαιτήσεων πολυάριθμων καταναλωτών οι οποίες του εκχωρούνται προς τούτο. Αντιθέτως, δεν μπορεί να γίνει επίκληση της δωσιδικίας του καταναλωτή στο πλαίσιο της αγωγής καταναλωτή προκειμένου αυτός να προβάλει, ενώπιον του δικαστηρίου του τόπου της κατοικίας του, όχι μόνον τις δικές του απαιτήσεις, αλλά και τις απαιτήσεις που του έχουν εκχωρήσει άλλοι καταναλωτές.»<sup>66</sup>

Την Πέμπτη 25 Ιανουαρίου 2018 το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο απέρριψε την αγωγή του Schrems, κατά του Facebook. Σύμφωνα με την απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου, ο Schrems δεν μπορεί να εκπροσωπήσει δικαστικά και άλλους Ευρωπαίους πολίτες, αλλά μπορεί να ενάγει την εταιρεία του “Facebook” *ατομικά στη χώρα καταγωγής του.*<sup>67</sup>

Αυτή η υπόθεση κρατάει πολλά χρόνια και ο Maximilian Schrems δείχνει αποφασισμένος να υπερασπιστεί με κάθε τρόπο τα δικαιώματα των Ευρωπαίων πολιτών για την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων. Έχοντας πια τεθεί σε εφαρμογή ο Γενικός Κανονισμός περί προστασίας των προσωπικών δεδομένων οι μάχες σίγουρα θα συνεχιστούν.

---

<sup>66</sup> ‘Ανακοινωθέν Τύπου αριθ. 7/18 Ο M. Schrems μπορεί να ασκήσει ατομική αγωγή κατά της Facebook Ireland στην Αυστρία’ (Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2018), <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2018-01/cp180007e1.pdf>.

<sup>67</sup> ‘Judgment of the Court (Third Chamber) of 25 January 2018. Maximilian Schrems v Facebook Ireland Limited.’ (Eur-Lex, 2018), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:62016CJ0498&qid=1529308392619&from=EN>.

## Yahoo

Το 2016 η εταιρία ανακοίνωσε πως, το 2014 υποκλάπηκαν προσωπικά δεδομένα περίπου 500 εκατομμυρίων χρηστών ανά τον κόσμο, πιθανώς από χάκερ που έχαιρε κυβερνητικής στήριξης. Η διαδικτυακή αυτή επίθεση αποκάλυψε δεδομένα όπως ονόματα, email, ημερομηνίες γέννησης και τηλέφωνα.<sup>68</sup>

Λίγους μήνες αργότερα, η Yahoo ανακοίνωσε ότι διαπίστωσε πως και το 2013 μια άλλη ομάδα χάκερ εξασφάλισε πρόσβαση στα δεδομένα 1 δισ. χρηστών. Σε αυτή την διαδικτυακή επίθεση αποκαλύφθηκαν πέραν του ονόματος, email, ημερομηνία γέννησης και κωδικοί πρόσβασης αλλά και ερωτήσεις ασφαλείας των χρηστών με τις αντίστοιχες απαντήσεις.<sup>69</sup>

Κατά την περίοδο των αποκαλύψεων το 2016, η Yahoo, βρισκόταν εν μέσω διαπραγματεύσεων με την Verizon, η οποία προσπαθούσε να την αγοράσει.

Ο δικηγόρος της, Craig Silliman, είπε ότι η παραβίαση αυτή σαφώς έχει επιφέρει μείωση της αξίας της Yahoo και ότι θα πρέπει να συνυπολογιστεί για τον καθορισμό της τιμής πώλησης. Επίσης δήλωσε “Αν δεν το πιστεύουν αυτό, θα πρέπει να μας αποδείξουν ότι δεν ισχύει.”<sup>70</sup>

Το σκάνδαλο υπολογίζεται ότι μείωσε την αξία της Yahoo κατά 350 εκατομμύρια δολάρια.

## eBay

Σύμφωνα με άρθρα των Leo Kelion<sup>71</sup> (BBC News) και του Jose Pagliery<sup>72</sup> (CNN News), η εταιρία eBay με έδρα την Καλιφόρνια, έπεσε θύμα χάκερ το τέλος

---

<sup>68</sup> Samuel Gibbs, ‘Yahoo Fined £250,000 for Hack That Impacted 515,000 UK Accounts’, *The Guardian*, 12 Ιούνιος 2018, τμ. Technology,

<http://www.theguardian.com/technology/2018/jun/12/yahoo-fined-hack-ico-uk-accounts-russia>.

<sup>69</sup> Sam Thielman, ‘Yahoo Hack: 1bn Accounts Compromised by Biggest Data Breach in History’, *The Guardian*, 15 Δεκέμβριος 2016, τμ. Technology,

<http://www.theguardian.com/technology/2016/dec/14/yahoo-hack-security-of-one-billion-accounts-breached>.

<sup>70</sup> Thielman.

<sup>71</sup> Leo Kelion, ‘eBay Hack’, *BBC News*, 21 Μάιος 2014, τμ. Technology,

<https://www.bbc.com/news/technology-27503290>.

Φεβρουαρίου με αρχές Μαρτίου του 2014. Δεν έχει υπολογιστεί ο ακριβής αριθμός των χρηστών που επηρεάστηκαν αλλά η εταιρία απαριθμούσε 148 εκατομμύρια χρήστες.

Για να εισχωρήσουν στη βάση δεδομένων της εταιρίας, οι χάκερ χρησιμοποίησαν τα πιστοποιητικά στοιχεία μερικών υπαλλήλων. Κλάπηκαν ονόματα πελατών, κωδικοί πρόσβασης λογαριασμών, διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, φυσικές διευθύνσεις, αριθμοί τηλεφώνου και ημερομηνίες γέννησης.

Η εταιρία καθυσάχασε τους χρήστες λέγοντας πως οι πληροφορίες πληρωμών φυλάσσονται χωριστά και πως τα δεδομένα ήταν κρυπτογραφημένα με πολύπλοκο σύστημα κρυπτογράφησης.

### **JPMorgan Chase**

Σε άρθρο του Reuters <sup>73</sup>, τον Οκτώβριο του 2014, η μεγαλύτερη τράπεζα των ΗΠΑ JPMorgan Chase, δέχτηκε επίθεση στα αρχεία της.

Η επίθεση εξέθεσε πληροφορίες επικοινωνίας (ονόματα, διευθύνσεις, email και αριθμούς τηλεφώνου) για 76 εκατομμύρια νοικοκυριά και 7 εκατομμύρια μικρές επιχειρήσεις, αλλά δεν υπήρχαν στοιχεία ότι έχουν κλαπεί αριθμοί λογαριασμών, κωδικοί πρόσβασης, αναγνωριστικά χρήστη, ημερομηνίες γέννησης ή αριθμοί κοινωνικής ασφάλισης.

Το είδος των πληροφοριών που εκλάπησαν δεν είναι ευαίσθητο από μόνο του, αλλά οι απατεώνες θα προσπαθήσουν πιθανώς να χρησιμοποιήσουν τις κλεμμένες πληροφορίες για να εμπλακούν σε διάφορες μορφές απάτης.

Το 2016, το CNN News <sup>74</sup> αναφέρει πως συνελήφθησαν τρεις άντρες οι Τζέρι Σάλον, Τζόσουα Σάμιουελ Άαρον και Ζιβ Όρενσταϊν για εγκλήματα συνολικής αξίας \$100 εκατομμυρίων που σχετίζονται με την υπόθεση JPMorgan Chase.

---

<sup>72</sup> Jose Pagliery, 'All eBay customers must reset their passwords after major hack', CNNMoney, 21 Μάιος 2014, <http://money.cnn.com/2014/05/21/technology/security/eBay-passwords/index.html>.

<sup>73</sup> 'JPMorgan Hack Exposed Data of 83 Million, among Biggest Breaches In...', Reuters, 3 Οκτώβριος 2014, <https://www.reuters.com/article/us-jpmorgan-cybersecurity/jpmorgan-hack-exposed-data-of-83-million-among-biggest-breaches-in-history-idUSKCN0HR23T20141003>.

## **Facebook/Whatsup**

Τον Οκτώβριο του 2014 η αρμόδια Ευρωπαϊκή επιτροπή εξέτασε την υπόθεση M.7217, η οποία αφορούσε την εξαγορά της WhatsApp από την Facebook.

Στις 30 Ιουνίου 2016, η Facebook Inc. υπέβαλε έγγραφο στην Επιτροπή όπου αναφερόταν σε ορισμένες προγραμματισμένες βελτιώσεις προϊόντων που προσδιορίζονταν ότι βασίζονται σε «μια μορφή αντιστοίχισης χρηστών μεταξύ της Facebook και WhatsApp, η οποία δεν ήταν ευρέως διαθέσιμη το 2014».

Ανησυχίες της Επιτροπής ότι η Facebook Inc. ενδέχεται να είχε παράσχει, εκ προθέσεως ή εξ αμελείας, ανακριβή ή παραπλανητικά στοιχεία στην κοινοποίηση και στην απάντηση στην αίτηση παροχής πληροφοριών το Σεπτέμβριο του 2014, όσον αφορά τις δυνατότητες της αντιστοίχισης χρηστών μεταξύ των Facebook και WhatsApp, έφερε την Επιτροπή τον Ιούλιο του 2016, να αιτηθεί εκ νέου παροχή πληροφοριών από τις Facebook και WhatsApp, σχετικά με το εν λόγω ζήτημα.

Απάντηση ήρθε να δώσει η Facebook τον Αύγουστο του 2016. Έως τον Οκτώβριο τέθηκαν άλλες τρεις αιτήσεις παροχής πληροφοριών.

Το Δεκέμβριο, η Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού διεξήγαγε έρευνα (υπόθεση M.8228), όπου και κρίθηκε ότι η Facebook Inc. εκ προθέσεως ή τουλάχιστον εξ αμελείας παρείχε ανακριβή ή παραπλανητικά στοιχεία σχετικά με τη δυνατότητα συσχέτισης των χρηστών στις δύο εφαρμογές για αυτό και της επιβλήθηκε πρόστιμο 110 εκατομμυρίων ευρώ.<sup>75</sup>

## **Equifax**

Η Equifax είναι ένα από τα μεγαλύτερα πιστωτικά γραφεία των ΗΠΑ. Τέτοιου είδους γραφεία συλλέγουν πληροφορίες από μια σειρά διαφορετικών πηγών, συμπεριλαμβανομένων των τραπεζών, των εταιρειών πιστωτικών καρτών, των εμπόρων και του δημοσίου, για να δημιουργήσουν πιστωτικές εκθέσεις, τις οποίες

---

<sup>74</sup> Jose Pagliery, 'JPMorgan hacker fugitive arrested at JFK', CNNMoney, 14 Δεκέμβριος 2016, <http://money.cnn.com/2016/12/14/technology/jpmorgan-hacker-fugitive/index.html>.

<sup>75</sup> 'Περίληψη απόφασης της Επιτροπής της 18ης Μαΐου 2017 για την υπόθεση 2017/C 286/06 Facebook/WhatsApp.', [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017M8228\(03\)&qid=1529309684048&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017M8228(03)&qid=1529309684048&from=EN).

χρησιμοποιούν οι δανειστές για τον προσδιορισμό του κινδύνου ενός δυνητικού δανειολήπτη.

Τον Ιούλιο του 2017 η εταιρία ανακάλυψε μία επίθεση στον κυβερνοχώρο της, η οποία μπορεί να ξεκίνησε από το Μάιο, που φαίνεται να επηρέασε 145,5 εκατομμύρια πελάτες.

Στα δεδομένα αυτά περιλαμβάνονταν αριθμοί κοινωνικής ασφάλισης, ημερομηνίες γέννησης, διευθύνσεις και σε κάποιες περιπτώσεις αριθμοί αδειών οδήγησης και στοιχεία πιστωτικών καρτών.

Σύμφωνα με σχετικό άρθρο του CNN News η γερουσιαστής Elizabeth Warren, πέντε μήνες μετά την ανακοίνωση της παραβίασης έστειλε επιστολή προς τον CEO της εταιρίας Paulino do Rego Barros στην οποία αναφέρει "Δεδομένου ότι η εταιρεία σας εξακολουθεί να εκδίδει ελλιπείς, συγκεχυμένες και αντιφατικές δηλώσεις και αποκρύπτει πληροφορίες από το Κογκρέσο και το κοινό, είναι σαφές ότι, η Equifax δεν έχει απαντήσει ακόμη πλήρως σε αυτό το απλό ερώτημα: Ποιά είναι η έκταση της παραβίασης;"<sup>76</sup>

Σύμφωνα με ανακοίνωση της εταιρίας το Σεπτέμβριο του 2017, ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος , Richard F. Smith δήλωσε «Ζητώ συγνώμη από τους καταναλωτές και τους επιχειρηματικούς πελάτες μας για την ανησυχία και την απογοήτευση που προκλήθηκε [...] εστιάζουμε στην προστασία των καταναλωτών και έχουμε αναπτύξει ένα ολοκληρωμένο χαρτοφυλάκιο υπηρεσιών για την υποστήριξη όλων των Αμερικανών καταναλωτών, ανεξάρτητα από το αν επλήγησαν από το περιστατικό αυτό ή όχι [...] στόχος μας δεν μπορεί να είναι απλώς να διορθώσουμε το πρόβλημα και να προχωρήσουμε. Η αντιμετώπιση των κινδύνων του κυβερνοχώρου είναι ένας καθημερινός αγώνας.»<sup>77</sup>

Η Equifax δημιούργησε έναν ειδικό ιστότοπο, το [www.equifaxsecurity2017.com](http://www.equifaxsecurity2017.com), για να βοηθήσει τους καταναλωτές να προσδιορίσουν εάν οι πληροφορίες τους έχουν επηρεαστεί από την επίθεση των χάκερ.

---

<sup>76</sup> Donna Borak and Kathryn Vasel, 'The Equifax hack could be worse than we thought', CNNMoney, 9 Φεβρουάριος 2018, <http://money.cnn.com/2018/02/09/pf/equifax-hack-senate-disclosure/index.html>.

<sup>77</sup> 'Equifax Announces Cybersecurity Incident Involving Consumer Information', <https://investor.equifax.com/news-and-events/news/2017/09-07-2017-213000628>.

## Uber

Σύμφωνα με δημοσιεύματα στους ιστότοπους των εφημερίδων BBC News<sup>78</sup>, CNN News<sup>79</sup> και The Guardian<sup>80</sup>, το Νοέμβριο του 2017, η εταιρία Uber ανακάλυψε ότι χάκερ είχαν διαρρήξει το σύστημα ασφαλείας της ηλεκτρονικής πλατφόρμας της και είχαν πρόσβαση στα δεδομένα 57 εκατομμυρίων χρηστών καθώς και 600.000 οδηγών. Στα δεδομένα περιλαμβάνονταν τα ονόματα, email, και τηλέφωνα των χρηστών και οι αριθμοί αδείας των οδηγών.

Η Uber αντί να ειδοποιήσει τους χρήστες της και να ενημερώσει τις αρχές σχετικά με την παραβίαση, απέλυσε τον διευθυντή ασφαλείας της και πλήρωσε τους χάκερ 100.000 δολάρια για να καταστρέψουν τα δεδομένα.

Την περίοδο που αποκαλύφθηκε το σκάνδαλο, η Uber ήταν εν μέσω διαδικασιών να πουλήσει μέρος των μετοχών της στην Softbank.

Σύμφωνα με το Reuters, η συμφωνία προχώρησε με αποτίμηση της εταιρείας στα 48 δισ. Δολάρια, τιμή κατά περίπου 30% μειωμένη σε σύγκριση με την προγενέστερη αποτίμηση στα 68 δισ. δολάρια.<sup>81</sup>

## Cambridge Analytica - Facebook

Το Μάρτιο του 2018, ξέσπασε ένα σκάνδαλο μεγάλων, όταν οι εφημερίδες “The Guardian”<sup>82</sup> και “The New York Times”<sup>83</sup> αποκάλυψαν με δημοσιεύματά τους πως

---

<sup>78</sup> Dave Lee Cellan-Jones Dave Lee, Rory, ‘Uber Concealed Huge Data Breach’, *BBC News*, 22 Νοέμβριος 2017, τμ. Technology, <https://www.bbc.com/news/technology-42075306>.

<sup>79</sup> Selena Larson, ‘Uber’s massive hack: What we know’, *CNNMoney*, 22 Νοέμβριος 2017, <http://money.cnn.com/2017/11/22/technology/uber-hack-consequences-cover-up/index.html>.

<sup>80</sup> Julia Carrie Wong, ‘Uber Concealed Massive Hack That Exposed Data of 57m Users and Drivers’, *The Guardian*, 22 Νοέμβριος 2017, τμ. Technology, <http://www.theguardian.com/technology/2017/nov/21/uber-data-hack-cyber-attack>.

<sup>81</sup> ‘Η Softbank εξαγοράζει το 15% της Uber’, ημερομηνία πρόσβασης 18 Ιούνιος 2018, <https://www.liberal.gr/arthro/183452/oikonomia/epicheiriseis/i-Softbank-exagorazei-to-15-tis-Uber.html>.

<sup>82</sup> Carole Cadwalladr και Emma Graham-Harrison, ‘Revealed: 50 Million Facebook Profiles Harvested for Cambridge Analytica in Major Data Breach’, *The Guardian*, 17 Μάρτιος 2018, τμ. News, <http://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>.



μια βρετανική εταιρία ανάλυσης δεδομένων, η Cambridge Analytica, βοήθησε στην προεκλογική εκστρατεία του Ντόναλντ Τραμπ, αναλύοντας προσωπικά δεδομένα χιλιάδων Αμερικανών πολιτών, τα οποία προήλθαν μέσω του Facebook.

Συγκεκριμένα, με τα όσα δημοσιοποίησε ο επικεφαλής του τεχνολογικού τομέα του Facebook Μάικ Σρέπφερ, η εταιρεία παραβίασε τα προσωπικά δεδομένα έως και 87 εκατομμυρίων χρηστών του Facebook, με στόχο να επηρεάσει την τελική τους ψήφο.

Τα στοιχεία αντλήθηκαν μέσω της εφαρμογής «thisisyourdigitallife», η οποία «έτρεχε» μέσω της πλατφόρμας του Facebook.<sup>84</sup> Η εφαρμογή αυτή είναι ένα τεστ προσωπικότητας και οι χρήστες συμφώνησαν να συλλεχθούν τα προσωπικά δεδομένα τους για πανεπιστημιακή χρήση. Με την ψευδή συγκατάθεση λοιπόν παραχωρήθηκε άδεια για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τους φίλους, τα «Μου αρέσει», την κατοικία τόσο των ίδιων αλλά και των διαδικτυακών τους φίλων.

Οι πληροφορίες αυτές χρησιμοποιήθηκαν ώστε να σκιαγραφηθεί το προφίλ των χρηστών και στη συνέχεια να είναι σε θέση βάσει αυτού να τους βομβαρδίζουν με συγκεκριμένες πολιτικές διαφημίσεις, εν προκειμένου υπέρ του τότε υποψήφιου Ντόναλντ Τράμπ.

Αρχικά ο Mark Zuckerberg, ιδρυτής του Facebook, δεν είχε προβεί σε καμία επίσημη δήλωση. Ωστόσο στις 21 Μαρτίου, με συνέντευξη του στη Laurie Segall (CNN news), δήλωσε ότι «Αυτό ήταν μια τεράστια παραβίαση της εμπιστοσύνης και ειλικρινά λυπάμαι που συνέβη. Έχουμε υποχρέωση να προστατεύουμε τα προσωπικά δεδομένα των ανθρώπων, και αν δεν μπορούμε, τότε δεν μας αξίζει να τους υπηρετούμε.»<sup>85</sup> Δήλωσε ακόμα πως η ευθύνη του από δω και πέρα είναι να διασφαλίσει με κάθε τρόπο πως δε θα επαναληφθεί κάτι τέτοιο.

---

<sup>83</sup> Matthew Rosenberg, Nicholas Confessore, και Carole Cadwalladr, 'How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions', *The New York Times*, 2 Απρίλιος 2018, τμ. U.S., <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>.

<sup>84</sup> Νικόλας Γεωργίου, 'Cambridge Analytica: Ένα σκάνδαλο για χάρη του Τραμπ και του Brexit', Cambridge Analytica: Ένα σκάνδαλο για χάρη του Τραμπ και του Brexit, ημερομηνία πρόσβασης 14 Ιούνιος 2018, <http://politix.com.cy/article/cambridge-analytica-ena-skandalo-gia-chari-tou-tramp-ke-tou-brexit>.

<sup>85</sup> 'CNN interview: Read Mark Zuckerberg's remarks', <http://money.cnn.com/2018/03/21/technology/mark-zuckerberg-cnn-interview-transcript/index.html>.

Στις 10 Απριλίου ο Mark Zuckerberg κλήθηκε σε ακρόαση προς την Δικαστική Γερουσία και την επιτροπή του Εμπορίου που είχε αναλάβει να εξετάσει την υπόθεση. Σε αυτή την παρουσία του Zuckerberg, η οποία είχε διάρκεια 2 ημέρες, ο ιδρυτής του γνωστού κοινωνικού δικτύου δήλωσε ότι το προσωπικό της εταιρίας εργάζεται στο να αναγνωρίσει πώς δημιουργήθηκε το ζήτημα των προσωπικών δεδομένων, αλλά και πώς να προστατεύσει από εδώ και πέρα τα εκατομμύρια χρηστών του.<sup>86</sup> Σύμφωνα με άρθρο της “The New York Times”<sup>87</sup>, αποχώρησε με υπόσχεση να επιστρέψει δίνοντας απαντήσεις στα ερωτήματα που του τέθηκαν.

Πραγματικά στις 8 Ιουνίου 2018, η Δικαστική Γερουσία και η επιτροπή του Εμπορίου δημοσιοποίησαν το έγγραφο με τις θέσεις της Facebook Inc.<sup>88</sup>

Το ζήτημα είναι ακόμη σε εξέλιξη.

### **Νέο Bug στο Facebook**

Πριν προλάβει να καταλαγιάσει το προηγούμενο σκάνδαλο και ενώ η εταιρία προσπαθεί να πείσει το κοινό της πως κάνει ότι καλύτερο μπορεί για εξασφαλίσει την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων ένα νέο bug μετατρέπει σε δημόσιες τις αναρτήσεις 14 εκατομμυρίων χρηστών.

Σύμφωνα με άρθρο της “The New York Times”<sup>89</sup> το bug προέκυψε στα πλαίσια δοκιμής μιας καινούργιας εφαρμογής στο διάστημα μεταξύ 18 και 22 Μαΐου και

---

<sup>86</sup> Sam Meredith, ‘Facebook-Cambridge Analytica: A timeline of the data hijacking scandal’, 10 Απρίλιος 2018, <https://www.cnn.com/2018/04/10/facebook-cambridge-analytica-a-timeline-of-the-data-hijacking-scandal.html>.

<sup>87</sup> Sheera Frenkel και Tiffany Hsu, ‘Mark Zuckerberg Has a Lot of Homework to Do’, *The New York Times*, 13 Απρίλιος 2018, τμ. Technology, <https://www.nytimes.com/2018/04/11/technology/zuckerberg-congress-promises-facebook.html>.

<sup>88</sup> Facebook Inc, ‘Facebook Inc answers per Senate Commerce and Judiciary committees request.’ (Senate Commerce and Judiciary committees, 2018), [https://www.commerce.senate.gov/public/\\_cache/files/9d8e069d-2670-4530-bcdc-d3a63a8831c4/7C8DE61421D13E86FC6855CC2EA7AEA7.senate-commerce-committee-combined-qfrs-06.11.2018.pdf](https://www.commerce.senate.gov/public/_cache/files/9d8e069d-2670-4530-bcdc-d3a63a8831c4/7C8DE61421D13E86FC6855CC2EA7AEA7.senate-commerce-committee-combined-qfrs-06.11.2018.pdf).

<sup>89</sup> Sheera Frenkel, ‘Facebook Bug Changed Privacy Settings of Up to 14 Million Users’, *The New York Times*, 8 Ιούνιος 2018, τμ. Technology, <https://www.nytimes.com/2018/06/07/technology/facebook-privacy-bug.html>.

επηρέασε περίπου 14 εκατομμύρια χρήστες. Έως τις 27 Μαΐου η εταιρία διόρθωσε το λάθος επαναφέροντας τις κοινοποιήσεις από δημόσιες σε ιδιωτικές.

Η επικεφαλής του Facebook για την προστασία της ιδιωτικής ζωής, Erin Egan, δήλωσε “Βρήκαμε πρόσφατα μια δυσλειτουργία που πρότεινε αυτόματα τη δημοσίευση των αναρτήσεων δημόσια, όταν κάποιοι χρήστες της Facebook δημιουργούσαν τις αναρτήσεις τους. Διορθώσαμε το πρόβλημα και αρχίζοντας από σήμερα, ενημερώνουμε αυτούς που επηρεάστηκαν από τη δυσλειτουργία και τους ζητάμε να επανεξετάσουν τις αναρτήσεις που έκαναν κατά τη διάρκεια του θέματος. Για να είμαστε ακριβείς, αυτή η δυσλειτουργία δεν είχε αντίκτυπο σε παλαιότερες αναρτήσεις, και μπορούσαν ακόμη να επιλέξουν το κοινό τους όπως μπορούσαν πάντα. Θα θέλαμε να ζητήσουμε συγγνώμη γι’ αυτό το λάθος μας”.

## 7. Συμπεράσματα

«Η κλίμακα της συλλογής και της ανταλλαγής δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα αυξήθηκε σημαντικά. Η τεχνολογία επιτρέπει να γίνεται επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σε μια πρωτοφανή κλίμακα [...]»<sup>90</sup> σε συνδυασμό με τα ακαθόριστα σύνορα του διαδικτυακού ιστού και τις πολύπλοκες διακλαδώσεις των αόρατων συνδέσμων που σχετίζουν όλους τους χρήστες ανά τον κόσμο μεταξύ τους, καθιστά επιτακτική την ανάγκη για τη διασφάλιση της ιδιωτικότητας και των προσωπικών δεδομένων του ατόμου.

Σύμφωνα με ένα άρθρο της “The New York Times”<sup>91</sup>, τα τελευταία χρόνια η εταιρία Facebook χρησιμοποιώντας δύο διαφορετικές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram), θα μπορούσε να αποτελέσει ένα κοινωνικό πείραμα.

Η πρώτη πλατφόρμα, το Facebook, έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να προσφέρει πολλαπλές υπηρεσίες στο χρήστη, με ιδιωτικό ή δημόσιο προφίλ, και είναι ικανή να στέλνει δημοσιεύσεις και να αναμεταδίδει πληροφορίες σε όλο τον κόσμο μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα. Εκμεταλλευόμενο λοιπόν τη δύναμη της πληροφορίας μετατράπηκε σε ένα τεράστιο και ανυπέβλητο δίκτυο που άλλαξε τα δεδομένα επικοινωνίας των ανθρώπων. Παρά την ανεξέλεγκτη αναμετάδοση ψευδών ειδήσεων, την εκμετάλλευση των πληροφοριών των χρηστών με γνώμονα το κέρδος, τα σκάνδαλα κ.λπ., διατηρεί την παγκόσμια πρωτιά.

Το Instagram, από την άλλη έχει πιο απλό σχεδιασμό. Οι περισσότεροι χρήστες έχουν ιδιωτικούς λογαριασμούς, μπορούν να δημοσιεύουν φωτογραφίες ή βίντεο, αλλά οι εξωτερικοί σύνδεσμοι δε λειτουργούν και δεν υπάρχει κουμπί αναμετάδοσης. Κατάφερε λοιπόν να διατηρήσει μια αλήθεια και να αποτρέψει την αναμετάδοση ψευδών ειδήσεων και οι περισσότεροι χρήστες φαίνονται ευχαριστημένοι, ειδικά οι νέοι που το προτιμούν σε σχέση με το Facebook.

Μήπως λοιπόν εκτός από τις πολλές σελίδες με όρους χρήσης και πολιτικές απορρήτου, οι διαχειριστές των κοινωνικών δικτύων θα πρέπει να σκεφτούν να

---

<sup>90</sup> ‘Directive (EU) 2016/680 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016’, Pub. L. No. 32016L0680, OJ L 119 (2016), <http://data.europa.eu/eli/dir/2016/680/oj/eng>.

<sup>91</sup> Kevin Roose, ‘What If a Healthier Facebook Is Just ... Instagram?’, *The New York Times*, 22 Ιανουάριος 2018, τμ. Technology, <https://www.nytimes.com/2018/01/22/technology/facebook-instagram.html>.

διασφαλίσουν και μέσω των προσφερόμενων λειτουργιών τη διαφύλαξη των προσωπικών δεδομένων του χρήστη;

Το κουμπί διαμοιρασμού για παράδειγμα ή οι υπερσύνδεσμοι είναι τα βασικά τρωτά σημεία ακόμη και για κάποιον που διαθέτει ιδιωτικό προφίλ. Η απλούστευση των λειτουργιών αυτών και η χρήση απλής και κατανοητής γλώσσας για την ενημέρωση του χρήστη θα συμβάλλουν στην προστασία της ιδιωτικότητας του.

Με τη θέσπιση του Γενικού Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 έγινε μια συγκροτημένη προσπάθεια να διασφαλιστεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο ότι ο υπεύθυνος ή ο εκτελών επεξεργασία θα περιορίζεται στη συλλογή των απολύτως απαραίτητων στοιχείων και θα διασφαλίζει τη διαφύλαξη της ακεραιότητας του ατόμου, προσφέροντάς του πρόσβαση και δικαιώματα.

Εν κατακλείδι όμως, σε ό,τι αφορά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το άτομο είναι αυτό που πρέπει να είναι ενήμερο και να έχει την απόλυτη ευθύνη για το σύνολο των πληροφοριών που αποφασίζει να διαμοιραστεί μέσω μιας τέτοιας πλατφόρμας.

-----

Να κάνουμε την αυτοκριτική μας και να δείχνουμε σεβασμό στην ιδιωτικότητα του άλλου.

-----

## Βιβλιογραφία

### Βιβλία

- Αλεξανδροπούλου-Αιγυπτιάδου, Ευγενία. *Προσωπικά δεδομένα*. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη, 2016.
- Αρμαμέντος, Παναγιώτης Δ, και Βασίλης Α Σωτηρόπουλος. *Προσωπικά δεδομένα: ερμηνεία Ν. 2472/1997*. Αθήνα ; Θεσσαλονίκη: Σάκκουλας, 2005.
- Ιγγλεζάκης, Ιωάννης Δ. *Ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα : η επεξεργασία ειδικών κατηγοριών προσωπικών δεδομένων και οι συνέπειές της*. Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Σάκκουλας, 2004.
- Μήτρου Λίλιαν. *Η προστασία της ιδιωτικότητας και τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών*. Αθήνα: Παπασωτηρίου, 2010.
- Σωτηρόπουλος, Βασίλης Α. *Η συνταγματική προστασία των προσωπικών δεδομένων*. Αθήνα , Θεσσαλονίκη: Σάκκουλας, 2006.
- Φερενίκη Παναγοπούλου - Κουτνατζή. *Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης*. Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Σάκκουλας, 2010.
- Christakis, Nicholas A. *Συνδεδεμένοι*. Μετάφραση Δημήτρης Ξυγαλατάς και Νίκος Ρουμπέκας. 1η έκδ. Κάτοπτρο, 2010.

### Άρθρα σε Περιοδικά - Εφημερίδες

- Αλεξανδροπούλου-Αιγυπτιάδου, Ευγενία. 'Διασυνοριακή ροή προσωπικών δεδομένων από την ΕΕ στις ΗΠΑ: Η πρόσφατη απόφαση του ΔΕΕ ενόψει της σχετικής δραστηριότητας του Facebook(C-362/2014, M. Schrems κατά Ιρλανδού Επιτρόπου Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων)'. *ΔιΜΕΕ*, 1/2016.
- Γεωργίου, Νικόλας. 'Cambridge Analytica: Ένα σκάνδαλο για χάρη του Τραμπ και του Brexit'. *Cambridge Analytica: Ένα σκάνδαλο για χάρη του Τραμπ και του Brexit*. Ημερομηνία πρόσβασης 14 Ιούνιος 2018. <http://politis.com.cy/article/cambridge-analytica-ena-skandalo-gia-chari-tou-tramp-ke-tou-brexit>.
- Μενουδάκος Κων. 'Η λογική της προστασίας προσωπικών δεδομένων αλλάζει'. *CNN.gr*, 25 Μάιος 2018. <http://www.cnn.gr/focus/story/131343/konmenoydakos-h-logiki-tis-prostasias-prosopikon-dedomenon-allazei>.
- Παναγοπούλου-Κουτνατζή, Φερενίκη. 'Μελέτη: Βιομετρικές μέθοδοι και προστασία ιδιωτικότητας: Σκέψεις με αφορμή την απόφαση ΔΕΕ Michael Schwarz κατά κρατιδίου Bochum (C-291/2012)'. *ΔιΜΕΕ*, Απρίλιος 2013. [http://www.dpa.gr/pls/portal/docs/PAGE/APDPX/EUROPEAN\\_DP\\_DAY\\_GENERAL/2014\\_DP\\_DAY/OMILIES\\_2014\\_DP\\_DAY/MELETES\\_PANAGOPOULOU.PDF](http://www.dpa.gr/pls/portal/docs/PAGE/APDPX/EUROPEAN_DP_DAY_GENERAL/2014_DP_DAY/OMILIES_2014_DP_DAY/MELETES_PANAGOPOULOU.PDF).
- Cadwalladr, Carole, και Emma Graham-Harrison. 'Revealed: 50 Million Facebook Profiles Harvested for Cambridge Analytica in Major Data Breach'. *The*

- Guardian*, 17 Μάρτιος 2018, τμ. News.  
<http://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>.
- Cellan-Jones, Dave Lee, Dave Lee, Rory. ‘Uber Concealed Huge Data Breach’. *BBC News*, 22 Νοέμβριος 2017, τμ. Technology.  
<https://www.bbc.com/news/technology-42075306>.
- ‘CNN interview: Read Mark Zuckerberg’s remarks’,  
<http://money.cnn.com/2018/03/21/technology/mark-zuckerberg-cnn-interview-transcript/index.html>.
- Frenkel, Sheera. ‘Facebook Bug Changed Privacy Settings of Up to 14 Million Users’. *The New York Times*, 8 Ιούνιος 2018, τμ. Technology.  
<https://www.nytimes.com/2018/06/07/technology/facebook-privacy-bug.html>.
- Frenkel, Sheera, και Tiffany Hsu. ‘Mark Zuckerberg Has a Lot of Homework to Do’. *The New York Times*, 13 Απρίλιος 2018, τμ. Technology.  
<https://www.nytimes.com/2018/04/11/technology/zuckerberg-congress-promises-facebook.html>.
- Gibbs, Samuel. ‘Yahoo Fined £250,000 for Hack That Impacted 515,000 UK Accounts’. *The Guardian*, 12 Ιούνιος 2018, τμ. Technology.  
<http://www.theguardian.com/technology/2018/jun/12/yahoo-fined-hack-ico-uk-accounts-russia>.
- ‘JPMorgan Hack Exposed Data of 83 Million, among Biggest Breaches In...’ *Reuters*, 3 Οκτώβριος 2014. <https://www.reuters.com/article/us-jpmorgan-cybersecurity/jpmorgan-hack-exposed-data-of-83-million-among-biggest-breaches-in-history-idUSKCN0HR23T20141003>.
- Kelion, Leo. ‘EBay Hack’. *BBC News*, 21 Μάιος 2014, τμ. Technology.  
<https://www.bbc.com/news/technology-27503290>.
- Larson, Selena. ‘Uber’s massive hack: What we know’. *CNNMoney*, 22 Νοέμβριος 2017. <http://money.cnn.com/2017/11/22/technology/uber-hack-consequences-cover-up/index.html>.
- Meredith, Sam. ‘Facebook-Cambridge Analytica: A timeline of the data hijacking scandal’, 10 Απρίλιος 2018. <https://www.cnbc.com/2018/04/10/facebook-cambridge-analytica-a-timeline-of-the-data-hijacking-scandal.html>.
- Pagliery, Jose. ‘All eBay customers must reset their passwords after major hack’. *CNNMoney*, 21 Μάιος 2014.  
<http://money.cnn.com/2014/05/21/technology/security/ebay-passwords/index.html>.
- ‘JPMorgan hacker fugitive arrested at JFK’. *CNNMoney*, 14 Δεκέμβριος 2016.  
<http://money.cnn.com/2016/12/14/technology/jpmorgan-hacker-fugitive/index.html>.
- Roose, Kevin. ‘What If a Healthier Facebook Is Just ... Instagram?’ *The New York Times*, 22 Ιανουάριος 2018, τμ. Technology.  
<https://www.nytimes.com/2018/01/22/technology/facebook-instagram.html>.
- Rosenberg, Matthew, Nicholas Confessore, και Carole Cadwalladr. ‘How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions’. *The New York Times*, 2

Απρίλιος 2018, τμ. U.S.  
<https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>.

Thielman, Sam. 'Yahoo Hack: 1bn Accounts Compromised by Biggest Data Breach in History'. *The Guardian*, 15 Δεκέμβριος 2016, τμ. Technology.  
<http://www.theguardian.com/technology/2016/dec/14/yahoo-hack-security-of-one-billion-accounts-breached>.

Vasel, Donna Borak and Kathryn. 'The Equifax hack could be worse than we thought'. CNNMoney, 9 Φεβρουάριος 2018.  
<http://money.cnn.com/2018/02/09/pf/equifax-hack-senate-disclosure/index.html>.

Wong, Julia Carrie. 'Uber Concealed Massive Hack That Exposed Data of 57m Users and Drivers'. *The Guardian*, 22 Νοέμβριος 2017, τμ. Technology.  
<http://www.theguardian.com/technology/2017/nov/21/uber-data-hack-cyber-attack>.

#### Δημοσιεύσεις - Ιστοσελίδες

'Απόφαση του δικαστηρίου της 6ης Οκτωβρίου 2015 Maximillian Schrems κατά Data Protection Commissioner', χ.χ. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:62014CJ0362&from=EL>.

'Απροετοίμαστες για τον GDPR οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις', sepe.gr, <http://www.sepe.gr/gr/research-studies/article/11212813/aproetoimastes-gia-ton-gdpr-oi-ellinikes-mikromesaies-epiheiriseis/>.

'Αρχή Διασφάλισης Απορρήτου των Επικοινωνιών (Α.Δ.Α.Ε.)', χ.χ. <http://www.adae.gr/i-adae/paroysiassi/>.

'Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (ΑΠΔΠΧ)', χ.χ. [http://www.dpa.gr/portal/page?\\_pageid=33,14957&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.dpa.gr/portal/page?_pageid=33,14957&_dad=portal&_schema=PORTAL).

'Γνωριμία με το Διαδίκτυο, Κεφάλαιο 11'. Ημερομηνία πρόσβασης 19 Μάιος 2018.  
[http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/58/448,1703/index4\\_1.html](http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/58/448,1703/index4_1.html).

'Διαδίκτυο'. *Βικιπαίδεια*, <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%BF>.

'Ευρωπαϊός Επόπτης Προστασίας Δεδομένων (ΕΕΠΔ) - EUROPA'. Text. Ευρωπαϊκή Ένωση, 16 Ιούνιος 2016. [https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-data-protection-supervisor\\_el](https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/european-data-protection-supervisor_el).

'Η Softbank εξαγοράζει το 15% της Uber'. Ημερομηνία πρόσβασης 18 Ιούνιος 2018.  
<https://www.liberal.gr/arthro/183452/oikonomia/epicheiriseis/i-Softbank-exagorazei-to-15-tis-Uber.html>.

'Ιστορική αναδρομή - Κοινωνική δικτύωση'. Ημερομηνία πρόσβασης 19 Μάιος 2018. <https://sites.google.com/site/koinonikidiktyosi/istorike-anadrome>.



- ‘Κανόνες της κοινότητας | Κέντρο βοήθειας του Instagram’, χ.χ. [https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119/?helpref=hc\\_fn\\_av&bc\[0\]=368390626577968&bc\[1\]=285881641526716](https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119/?helpref=hc_fn_av&bc[0]=368390626577968&bc[1]=285881641526716).
- Μαυρόπουλος, Θεμιστοκλής. ‘Πληροφορικά συστήματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και προσωπικά δεδομένα: μεταξύ παλαιάς και νέας νομικής ρύθμισης’, 2017. <http://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/20971>.
- Μυριβήλη Λενιώ. ‘Περιγραφή μαθήματος 'Κουλτούρα και Κυβερνοχώρος' στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου, τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας.’, 30 Οκτώβριος 2004. [http://web.archive.org/web/20041030194259/www.aegean.gr/culturaltec/myri\\_vili/cyberculture/default.htm](http://web.archive.org/web/20041030194259/www.aegean.gr/culturaltec/myri_vili/cyberculture/default.htm).
- ‘Νομοθεσία για τα προσωπικά δεδομένα - Ευρώπη’, χ.χ. [http://www.dpa.gr/portal/page?\\_pageid=33,123482&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.dpa.gr/portal/page?_pageid=33,123482&_dad=portal&_schema=PORTAL).
- ‘Οι αρχές του Facebook’, χ.χ. <https://www.facebook.com/principles.php>.
- ‘Οι νομικές βάσεις και πώς σχετίζονται με τους τρόπους με τους οποίους επεξεργάζεται το Facebook τα δεδομένα.’ Facebook, [https://www.facebook.com/about/privacy/legal\\_bases](https://www.facebook.com/about/privacy/legal_bases).
- ‘Οικουμενική Διακήρυξη για τα ανθρώπινα δικαιώματα’, [https://www.unric.org/el/index.php?option=com\\_content&view=article&id=18&Itemid=33](https://www.unric.org/el/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=33).
- ‘Όροι χρήσης - Facebook’. Facebook, χ.χ. <https://www.facebook.com/legal/terms>.
- ‘Όροι χρήσης - Instagram 2013’, [https://www.facebook.com/help/instagram/478745558852511/?helpref=hc\\_fn\\_av&bc\[0\]=368390626577968&bc\[1\]=285881641526716](https://www.facebook.com/help/instagram/478745558852511/?helpref=hc_fn_av&bc[0]=368390626577968&bc[1]=285881641526716).
- ‘Όροι χρήσης - Instagram 2018’, <https://help.instagram.com/581066165581870>.
- ‘Περίληψη απόφασης της Επιτροπής της 18ης Μαΐου 2017 για την υπόθεση 2017/C 286/06 Facebook/WhatsApp.’, χ.χ. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017M8228\(03\)&qid=1529309684048&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017M8228(03)&qid=1529309684048&from=EN).
- ‘Ποια είναι τα δικαιώματα των υποκειμένων των δεδομένων’. [https://www.lawspot.gr/gdpr/faq?lspt\\_context=gdpr#faq-5](https://www.lawspot.gr/gdpr/faq?lspt_context=gdpr#faq-5).
- ‘Ποιες είναι οι βασικές αρχές για την επεξεργασία Προσωπικών Δεδομένων’. [https://www.lawspot.gr/gdpr/faq?lspt\\_context=gdpr#faq-5](https://www.lawspot.gr/gdpr/faq?lspt_context=gdpr#faq-5).
- ‘Πολιτική δεδομένων - όμιλος Facebook’. Facebook, <https://www.facebook.com/privacy/explanation>.
- ‘Πώς λειτουργεί η αναγνώριση προσώπου στο Facebook’. <https://www.facebook.com/help/218540514842030?ref=dp>.
- ‘Πώς μπορώ να διαγράψω οριστικά το λογαριασμό μου; | Κέντρο βοήθειας του Facebook’, <https://www.facebook.com/help/224562897555674>.
- ‘Τα βασικά για το απόρρητο στο Facebook’. Facebook, <https://www.facebook.com/about/basics>.

- ‘Τα βασικά για το απόρρητο στο Facebook - Διαφημίσεις’. Facebook, <https://www.facebook.com/about/basics/advertising>.
- ‘Τα βασικά για το απόρρητο στο Facebook - Διαφημίσεις από επιχειρήσεις και οργανισμούς με τους οποίους αλληλεπιδράτε’. Facebook, <https://www.facebook.com/about/basics/advertising/from-businesses-and-organizations>.
- ‘Τι είναι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα (ή αλλιώς προσωπικά δεδομένα)’. [http://www.dpa.gr/portal/page?\\_pageid=33,18990&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.dpa.gr/portal/page?_pageid=33,18990&_dad=portal&_schema=PORTAL).
- ‘Τι είναι το Audience Network’. <https://el-gr.facebook.com/business/help/788333711222886>.
- ‘Χάρτης των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης’, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=celex%3A12012P%2FTXT>.
- ‘Adequacy of the Protection of Personal Data in Non-EU Countries’. Text. European Commission - European Commission, [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-transfers-outside-eu/adequacy-protection-personal-data-non-eu-countries\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-transfers-outside-eu/adequacy-protection-personal-data-non-eu-countries_en).
- Directive (EU) 2016/680 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016, Pub. L. No. 32016L0680, OJ L 119 (2016). <http://data.europa.eu/eli/dir/2016/680/oj/eng>.
- ‘Emoticons τι είναι;’ [https://www.ip.gr/el/dictionary/180-Emoticons\\_.php](https://www.ip.gr/el/dictionary/180-Emoticons_.php).
- ‘Equifax Announces Cybersecurity Incident Involving Consumer Information’, <https://investor.equifax.com/news-and-events/news/2017/09-07-2017-213000628>.
- ‘History Of Social Networking: How It All Began’. *IstWebDesigner* (blog), 13 Φεβρουάριος 2016. <https://1stwebdesigner.com/history-of-social-networking/>.
- ‘Judgment of the Court (Third Chamber) of 25 January 2018. Maximilian Schrems v Facebook Ireland Limited.’ Eur-Lex, 2018. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:62016CJ0498&qid=1529308392619&from=EN>.
- ‘Social Networking Service’. *Wikipedia*, 18 Μάιος 2018. [https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social\\_networking\\_service&oldid=841867277](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_networking_service&oldid=841867277).
- ‘The History of Social Media: Social Networking Evolution!’ *History Cooperative* (blog), 16 Ιούνιος 2015. <http://historycooperative.org/the-history-of-social-media/>.

#### Αρχεία pdf

- ‘Ανακοινωθέν Τύπου αριθ. 7/18 Ο Μ. Schrems μπορεί να ασκήσει ατομική αγωγή κατά της Facebook Ireland στην Αυστρία’. Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2018. <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2018-01/cp180007el.pdf>.

- Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. ‘ΑΝΑΚΟΙΝΩΘΕΝ ΤΥΠΟΥ αριθ. 54/14 'Απόφαση στις συνεκδικασθείσες υποθέσεις C-293/12 και C-594/12 Digital Rights Ireland και Seitlinger κ.λπ'’, 2014. <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2014-04/cp140054el.pdf>.
- IME ΓΣΕΒΕΕ, ΣΕΚΕΕ, και ΚΑΠΑ RESEARCH. ‘Πανελλαδική Έρευνα - Ο νέος κανονισμός για τα προσωπικά δεδομένα’, 2018. <https://imegsevee.gr/wp-content/uploads/2018/05/GPDR-%CE%93%CE%95%CE%9D%CE%99%CE%9A%CE%9F-%CE%9A%CE%9F%CE%99%CE%9D%CE%9F.pdf>.
- ‘ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΕ) 2016/ 679 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων)’, 2016.
- Οργανισμός Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Συμβούλιο της Ευρώπης, επιμ. ‘Εγχειρίδιο σχετικά με την ευρωπαϊκή νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων’, 2014. [fra-2014-handbook-data-protection-law-2nd-ed\\_el.pdf](fra-2014-handbook-data-protection-law-2nd-ed_el.pdf).
- ‘Μελέτη: Το άρθρο 9Α του Συντάγματος 1975/1986/2001.’ Greeklaws.com - Νομικές μελέτες, χ.χ. <http://www.greeklaws.com/pubs/uploads/596.pdf>.
- Facebook Inc. ‘Facebook Inc answers per Senate Commerce and Judiciary committees request .’ Senate Commerce and Judiciary committees, 2018. [https://www.commerce.senate.gov/public/\\_cache/files/9d8e069d-2670-4530-bcdc-d3a63a8831c4/7C8DE61421D13E86FC6855CC2EA7AEA7.senate-commerce-committee-combined-qfrs-06.11.2018.pdf](https://www.commerce.senate.gov/public/_cache/files/9d8e069d-2670-4530-bcdc-d3a63a8831c4/7C8DE61421D13E86FC6855CC2EA7AEA7.senate-commerce-committee-combined-qfrs-06.11.2018.pdf).
- ‘International Covenant on Civil and Political Rights’. Γενική Συνέλευση του ΟΗΕ, 1966. <http://www.ohchr.org/Documents/ProfessionalInterest/ccpr.pdf>.