

τμήμα
μηχανικών
πληροφορικής τ.ε.
Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

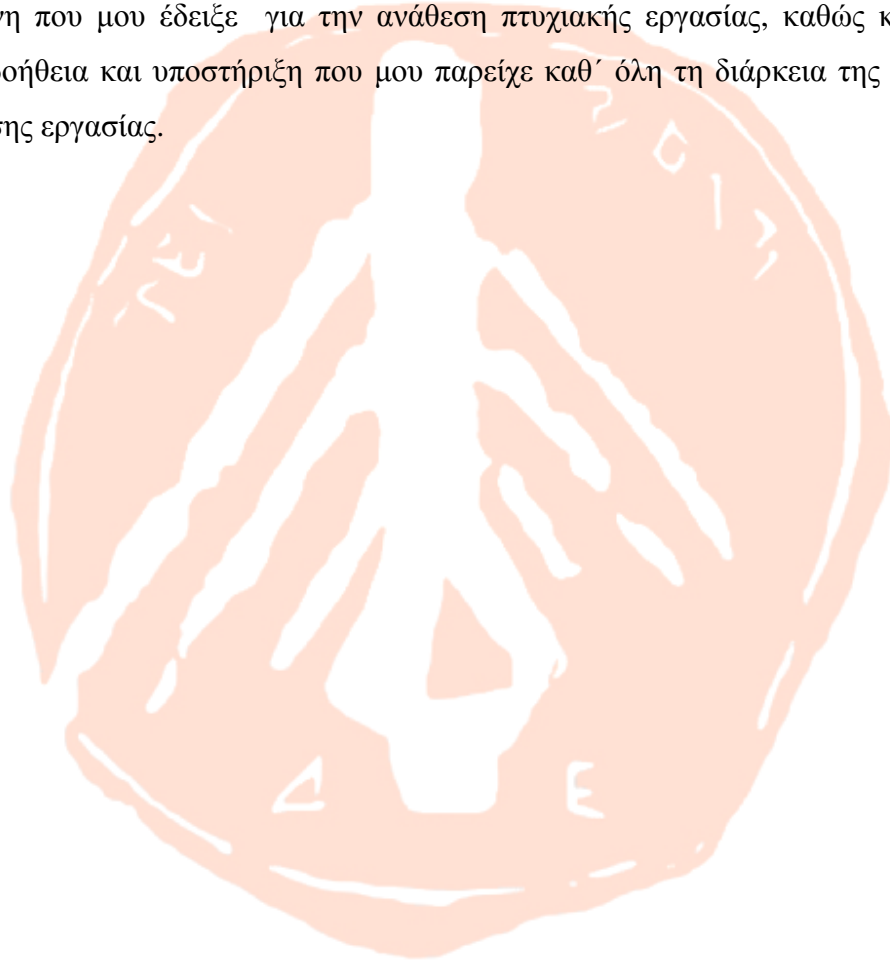
Κωνσταντίνος Μαρίνος
A.M. 1470

Επιβλέπων Καθηγητής:
Κος Ασημακόπουλος Γεώργιος

Ευχαριστίες

Από τη θέση αυτή θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την υποστήριξη που μου προσέφερε, καθώς και όλους τους καθηγητές του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Μηχανικών Πληροφορικής του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες εκφράζω στον καθηγητή του Τμήματος Μηχανικών Πληροφορικής του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, κo Γιώργο Ασημακόπουλο, για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε για την ανάθεση πτυχιακής εργασίας, καθώς και για την πολύτιμη βοήθεια και υποστήριξη που μου παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της παρούσης εργασίας.



Περίληψη

Η πρόοδος που σημειώνεται στον τομέα της τεχνολογίας αλλά και η παγκοσμιοποίηση που λαμβάνει χώρα μέσα στο πλαίσιο «διευρυμένης κοινωνίας», βρίσκουν στις μέρες μας την έκφραση στον όρο «Κοινωνία της Πληροφορίας» (ΚτΠ). Τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν μέσα από την ΚτΠ τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για την κοινωνία εν γένει, είναι πολλά, ωστόσο, τα ζητήματα ηθικής που εγείρονται είναι εξίσου σημαντικά.

Ένα από τα βασικότερα δικαιώματα, αυτό της προστασίας της ιδιωτικής ζωής του ατόμου, απειλείται, καθώς ένας τεράστιος όγκος προσωπικών δεδομένων συλλέγεται, αποθηκεύεται, διακινείται και επεξεργάζεται μέσα στο πλαίσιο λειτουργίας της ΚτΠ, χωρίς απαραίτητα το άτομο να είναι ενήμερο ή να έχει συναινέσει προς την κατεύθυνση αυτή. Ταυτόχρονα, οι ίδιες οι επιχειρήσεις καλούνται να ισορροπήσουν μεταξύ των αντιλαμβανόμενων ευκαιριών και το οικονομικό όφελος που προκύπτει από την εκμετάλλευση των προσωπικών δεδομένων αλλά και την αναγκαιότητα να σεβαστούν την ιδιωτικότητα και την αυτονομία των ενδιαφερόμενων μερών.

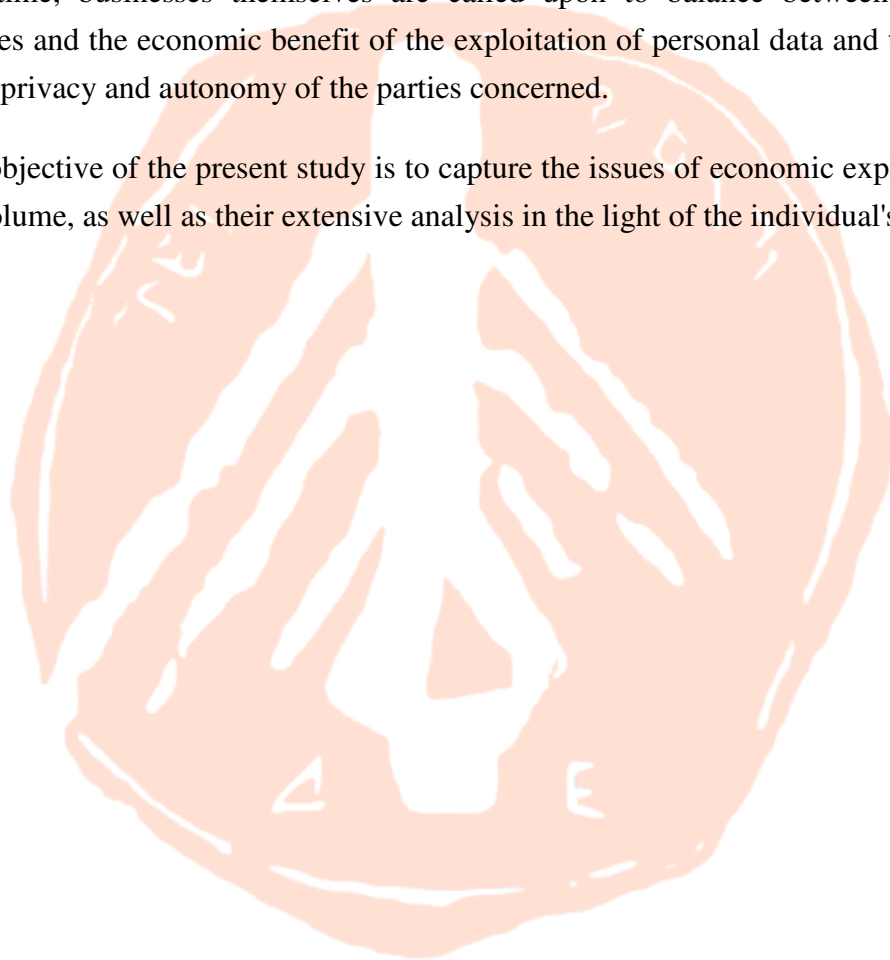
Βασικό αντικείμενο της παρούσας μελέτης είναι η αποτύπωση των θεμάτων της οικονομικής εκμετάλλευσης αυτού του όγκου δεδομένων, καθώς και η εκτενής ανάλυσή τους υπό το πρίσμα της ιδιωτικότητας του ατόμου.

Abstract

The progress made in the field of technology, as well as the globalization that takes place within the framework of an 'expanded society', now find expression in the term 'Information Society' (IS). The benefits that come from the IS for both businesses and society in general are many, however, the moral issues raised are equally important.

One of the most basic rights, that of protecting the privacy of the individual, is threatened, as a huge amount of personal data is collected, stored, handled and processed within the framework of the IS, without necessarily being informed or consented to this direction. At the same time, businesses themselves are called upon to balance between perceived opportunities and the economic benefit of the exploitation of personal data and the need to respect the privacy and autonomy of the parties concerned.

The main objective of the present study is to capture the issues of economic exploitation of this data volume, as well as their extensive analysis in the light of the individual's privacy.



Περίληψη.....	3
Abstract	4
1. Εισαγωγή.....	7
2. Εννοιολογικό πλαίσιο	7
2.1. Προσωπικά Δεδομένα - Ορισμός.....	7
2.2. Υποκείμενο των Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.....	8
2.3. Τα Προσωπικά Δεδομένα στην Ελλάδα.....	8
2.4. Είδη Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα.....	8
2.4.1. Κοινά Δεδομένα.....	8
2.4.2. Ευαίσθητα Δεδομένα	9
2.4.3. Δημόσια Δεδομένα	9
2.4.4. Κυβερνητικά Δεδομένα	10
2.4.5. ‘Ανοιχτά’ Δεδομένα.....	10
2.4.6. ‘Ανοιχτά κυβερνητικά’ Δεδομένα	11
2.4.7. Οριοθέτηση της έννοιας των “Open Data”.....	12
2.4.8. Βιομετρικά δεδομένα.....	16
2.5. Ιδιωτικότητα - Εμπιστευτικότητα	17
2.6. Προσωπικά Δεδομένα και Διαδύκτιο.....	18
3. Η προστασία της ιδιωτικότητας και των προσωπικών δεδομένων.....	20
3.1. Ζητήματα ιδιωτικότητας στην «Κοινωνία της Πληροφορίας»	20
3.2. Σύγκρουση αγαθών και συμφερόντων	21
3.3. Το δικαίωμα του ιδιωτικού βίου	21
3.4. Το δικαίωμα στην πληροφόρηση	22
3.5. Το δικαίωμα προστασίας προσωπικών δεδομένων.....	22
4. Το Νομικό Πλαίσιο Προστασίας των Προσωπικών Δεδομένων.....	23
4.1. Το Δίκαιο στην Ευρώπη.....	24
4.1.1. Η Ευρωπαϊκή Σύμβαση για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου.....	26
4.1.2. Η Νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.....	26
4.2. Το Δίκαιο στην Ελλάδα.....	33
4.2.1. Νόμος 2472/1997, Προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.	33
4.2.2. Νόμος 3471/2006, Προστασία των προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών.....	34
4.2.3. Νόμος 3917/2011.....	34
5. Οικονομική Εκμετάλλευση Προσωπικών Στοιχείων.....	35
5.1. Το δικαίωμα οικονομικής εκμετάλλευσης των στοιχείων της προσωπικότητας (right of publicity)	35
5.1.1. Προστατευόμενα στοιχεία της προσωπικότητας.....	36

5.1.2.	Προστασία του προφορικού και γραπτού λόγου.....	38
5.1.3.	Προστασία του ονόματος.....	39
5.1.4.	Άλλα στοιχεία της προσωπικότητας.....	39
5.1.5.	Φορείς του δικαιώματος.....	40
5.1.6.	Νομική φύση του δικαιώματος.....	40
5.2.	Προστασία από την οικονομική εκμετάλλευση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και στοιχείων της προσωπικότητας του υποκειμένου.....	42
5.2.1.	Συνταγματικές προβλέψεις.....	42
5.2.2.	Προστασία με βάση τον Ποινικό Κώδικα.....	45
5.2.3.	Προστασία με βάση τον Αστικό Κώδικα.....	46
5.3.	Η προστασία από την οικονομική εκμετάλλευση των προσωπικών δεδομένων στο δίκαιο προστασίας του καταναλωτή.....	48
5.4.	Η προστασία από την οικονομική εκμετάλλευση των προσωπικών δεδομένων στον τομέα των τηλεπικοινωνιών.....	48
5.5.	Η προστασία του απορρήτου της επικοινωνίας.....	49
5.6.	Κοινωνικά Δίκτυα (Social Media).....	54
5.6.1.	Ορισμός - Τι είναι τα κοινωνικά δίκτυα.....	54
5.6.2.	Κατηγορίες.....	55
4.1.1.	Marketing.....	55
4.3.	Διαφήμιση στα κοινωνικά δίκτυα (Social Media Marketing).....	57
5.	Η περίπτωση του διαδικτύου - Διαδικτυακά Εγκλήματα.....	61
6.	Οικονομική Εκμετάλλευση Προσωπικών Δεδομένων και Παραδείγματα.....	62
6.1.	Περίπτωση εταιρειών PANNEP και AddOne.....	63
6.2.	Περίπτωση Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων του Υπουργείου Οικονομικών.....	64
6.3.	Περίπτωση εταιρείας «Χ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε».....	65
6.4.	Περίπτωση Facebook.....	65
7.	Συμπεράσματα.....	67
8.	Βιβλιογραφία.....	69

1. Εισαγωγή

Τα οικονομικά της προστασίας της ιδιωτικότητας της πληροφορίας, καθώς και της εκμετάλλευσης αυτής, είναι ένα ιδιαίτερο ερευνητικό πεδίο, στα πλαίσια του ευρύτερου κλάδου της Οικονομίας της πληροφορίας. Το δικαίωμα του πληροφοριακού αυτοπροσδιορισμού του πολίτη αποτελεί τη βάση των σύγχρονων δημοκρατικών κοινωνιών: κάθε πολίτης έχει το δικαίωμα να αποφασίζει ποιος θα γνωρίζει τι για εκείνον, πώς θα το χρησιμοποιεί και για ποιον σκοπό. Υπεύθυνη για την ταξινόμηση των προσωπικών δεδομένων είναι η αρχή της προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα (ΑΠΔΠΧ).

Τα τελευταία χρόνια, διάφορες πολιτικοοικονομικές και κυρίως τεχνολογικές εξελίξεις δημιουργούν νέα δεδομένα και νέες προκλήσεις για την προστασία της ιδιωτικής ζωής. Η αυξανόμενη χρήση του Διαδικτύου έχει οδηγήσει σε επιχειρηματικά μοντέλα που βασίζονται στην ανταλλαγή προσωπικών πληροφοριών μεταξύ δικτυακών προμηθευτών και τρίτες οντότητες. Παραδείγματα αποτελούν η υπηρεσία Gmail της Google και το κοινωνικό δίκτυο Facebook, εταιριών που προσφέρουν δωρεάν υπηρεσίες σε αντάλλαγμα τις προσωπικές πληροφορίες των χρηστών. Οι υπηρεσίες αυτές, χρησιμοποιούνται από άλλες εταιρίες για την διαφήμιση των προϊόντων τους. Υπάρχει μια αυξανόμενη συζήτηση, σχετικά με το ποιες προσωπικές πληροφορίες μπορούν να θεωρηθούν ως «οικονομικό αγαθό» και πως ένα τέτοιο «περιουσιακό στοιχείο» θα πρέπει να τιμολογηθεί και να αποτελέσει αντικείμενο διαπραγμάτευσης. Κατά συνέπεια απαιτείται, η δημιουργία βιώσιμων επιχειρηματικών μοντέλων για την προστασία της ιδιωτικής ζωής, για τη βιώσιμη ανάπτυξη των υπηρεσιών του Διαδικτύου. Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να εξασφαλίσουν πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών τους αντιμετωπίζουν τα προσωπικά δεδομένα ως οικονομικούς πόρους και προσανατολίζουν το μάρκετινγκ σε πολιτικές οι οποίες εξασφαλίζουν την ομάδα-στόχο, διευρύνοντας έτσι τους κινδύνους για την ιδιωτική ζωή.

2. Εννοιολογικό πλαίσιο

2.1. Προσωπικά Δεδομένα - Ορισμός

Προσωπικά δεδομένα είναι κάθε πληροφορία που αναφέρεται στο πρόσωπο του κάθε ατόμου, όπως: το όνομα και το επάγγελμά του, η οικογενειακή του κατάσταση, η ηλικία του, ο τόπος κατοικίας, η φυλετική του προέλευση, τα πολιτικά του φρονήματα, η θρησκεία που πιστεύει, οι φιλοσοφικές του απόψεις, η συνδικαλιστική του δράση, η υγεία του, η ερωτική του ζωή και οι τυχόν ποινικές του διώξεις και καταδίκες [1].

Είναι φανερό η ευρύτητα του παραπάνω ορισμού, γεγονός που ανταποκρίνεται στον

σκοπό του νομοθέτη να παρέχει τη μεγαλύτερη δυνατή προστασία καλύπτοντας όλες τις κατηγορίες πληροφοριών που μπορούν να συσχετισθούν με ένα φυσικό πρόσωπο και ταυτόχρονα να καταδείξει την Πληροφορίας. Όλες οι πληροφορίες που αφορούν ένα πρόσωπο, όσο συνηθισμένες και κοινές κι αν θεωρούνται, αποτελούν προσωπικά δεδομένα και η εκάστοτε χρησιμότητά τους εξαρτάται από τις συνθήκες, τον σκοπό και τις περιστάσεις κάτω από τις οποίες συλλέγονται και τελικά χρησιμοποιούνται.

Κατά συνέπεια, προσωπικά δεδομένα δεν είναι μόνο εκείνα που αφορούν στην εντελώς προσωπική σφαίρα του ατόμου, η οποία σύμφωνα με την κλασική αντίληψη πρέπει να παραμένει απροσπέλαστη από τρίτους, αλλά αντίθετα, κάθε πληροφορία -έστω και φαινομενικά άνευ ουσίας- που αφορά στο συγκεκριμένο πρόσωπο.

Στον όρο «δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα», σύμφωνα και πάλι με τον ορισμό του νόμου, δεν περιλαμβάνονται «τα στατιστικής φύσεως συγκεντρωτικά στοιχεία, από τα οποία πλέον δεν μπορούν να προσδιορισθούν τα υποκείμενα των δεδομένων».

2.2. Υποκείμενο των Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα

Ως Υποκείμενο των δεδομένων ορίζεται το φυσικό πρόσωπο στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα, και του οποίου η ταυτότητα είναι γνωστή ή μπορεί να εξακριβωθεί, δηλαδή μπορεί να προσδιορισθεί αμέσως ή εμμέσως, ιδίως βάσει αριθμού ταυτότητας ή βάσει ενός η περισσότερων συγκεκριμένων στοιχείων που χαρακτηρίζουν την υπόστασή του από άποψη φυσική, βιολογική, ψυχική, οικονομική, πολιτιστική, πολιτική ή κοινωνική. [1]

2.3. Τα Προσωπικά Δεδομένα στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα ισχύει ο Νόμος 2472/1997 για την προστασία των προσωπικών δεδομένων, ο οποίος εποπτεύεται από την Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα. Επίσης, ισχύει ο Νόμος 3471/2006 για την προστασία των προσωπικών δεδομένων στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.[2]

2.4. Είδη Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα

2.4.1. Κοινά Δεδομένα

Στην Ελλάδα, τα κοινά δεδομένα, είναι εκείνα όπου δεν συγκαταλέγονται στα ευαίσθητα δεδομένα, όπου για τη συλλογή και την επεξεργασία τους, αρκεί η προφορική συγκατάθεση του υποκειμένου. Αυτά, είναι τα εξής:

- Το όνομα και το επώνυμο
- Το επάγγελμα
- Η διεύθυνση κατοικίας

- Το επίπεδο μόρφωσης
- Η περιουσιακή κατάσταση
- Οι καταναλωτικές συνήθειες
- Η οικογενειακή κατάσταση
- Οι τραπεζικοί λογαριασμοί
- Το ύψος του μισθού

2.4.2. Ευαίσθητα Δεδομένα

Στα ευαίσθητα δεδομένα, συγκαταλέγονται όλα εκείνα τα δεδομένα όπου αφορούν την βαθιά ιδιωτική ζωή του ατόμου. Σε αυτά τα δεδομένα, έχει θεσπιστεί γενική απαγόρευση συλλογής και επεξεργασίας, με εξαίρεση τη συλλογή και επεξεργασία μόνο μετά από λήψη σχετικής άδειας από την Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων. Τέτοια είναι τα εξής :

- Τα Πολιτικά φρονήματα
- Οι θρησκευτικές πεποιθήσεις
- Η φυλετική ή Εθνική καταγωγή
- Η υγεία
- Οι ερωτικές προτιμήσεις
- Το ποινικό μητρώο
- Τα γενετικά δεδομένα κτλ.

2.4.3. Δημόσια Δεδομένα

Με τον όρο «Δημόσια Δεδομένα» (Public Data) εννοούμε δεδομένα και πληροφορίες που έχουν σχέση με τη δημόσια σφαίρα, ανεξάρτητα αν παράγονται από δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς (LAPSI, 2012). Έτσι λοιπόν, ο όρος Δημόσια Δεδομένα μπορεί να περιλαμβάνει δεδομένα που:

- είτε βρίσκονται στην κατοχή ενός οργανισμού του στενού ή του ευρύτερου δημόσιου τομέα,
- είτε έχουν παραχθεί από δημόσιους πόρους,
- είτε παράγονται από τον ιδιωτικό τομέα αλλά αφορούν γενικότερα το κοινωνικό σύνολο.

Παρατηρούμε λοιπόν ότι στα Δημόσια Δεδομένα δεν συμπεριλαμβάνονται μόνο δεδομένα που σχετίζονται με κρατικές, διοικητικές ή πολιτειακές αρμοδιότητες. Μπορεί να αποτελούνται ακόμα και από δεδομένα που παράγονται από ιδιωτικούς φορείς και επιχειρήσεις, οι οποίοι έχουν χρηματοδοτηθεί για την παραγωγή τους από κρατικά κονδύλια. Τέλος, ακόμα και τα δεδομένα από μη κρατικούς φορείς μπορούν να θεωρηθούν δημόσια, αρκεί να αφορούν και να σχετίζονται με τη δημόσια σφαίρα.

2.4.4. Κυβερνητικά Δεδομένα

Τα «Κυβερνητικά Δεδομένα» (Government Data) είναι το υποσύνολο των δημοσίων δεδομένων και πληροφοριών που παράγονται ή συλλέγονται από την κυβέρνηση ή κυβερνητικά ελεγχόμενους οργανισμούς (Δημόσιοι Οργανισμοί και Επιχειρήσεις) (Access Info Europe, 2011). Για παράδειγμα, τέτοια δεδομένα μπορεί να είναι οι ισχύοντες νόμοι και εγκύκλιοι, οι δαπάνες του δημοσίου, πηγές δημοσίων εσόδων.

Παρόλα αυτά, πολλές φορές το κράτος αναλαμβάνει την παραγωγή δεδομένων που ανήκουν στα καθατά δημόσια δεδομένα και δεν σχετίζονται με κυβερνητικές αρμοδιότητες. Υπάρχουν αρκετοί λόγοι για τους οποίους το κράτος αναλαμβάνει την παραγωγή αυτών των δημοσίων – μη κυβερνητικών – δεδομένων. Μερικοί από τους λόγους αυτούς είναι: είτε γιατί ο δημόσιος τομέας δεν μπορεί να αναλάβει την παραγωγή τους, είτε γιατί το κόστος παραγωγής είναι πολύ υψηλό, είτε γιατί τα συγκεκριμένα δεδομένα δεν μπορούν να διατεθούν ως προϊόν στην αγορά. Παράδειγμα δεδομένων με ιδιαίτερα υψηλό κόστος μπορεί να αποτελούν δορυφορικές απεικονίσεις ή αεροφωτογραφίες, ενώ ένα παράδειγμα δεδομένων που δεν είναι άμεσα αξιοποιήσιμο από την αγορά μπορεί να αποτελούν στοιχεία για την ποιότητα των υδάτων και τους ατμοσφαιρικούς ρύπους.

2.4.5. ‘Ανοιχτά’ Δεδομένα

Σύμφωνα με τον “Ανοικτό Ορισμό” που δίνει το Open Knowledge Foundation (OKFN): Ανοιχτά είναι τα δεδομένα που μπορούν ελεύθερα να χρησιμοποιηθούν, να επαναχρησιμοποιηθούν και να αναδιανεμηθούν από οποιονδήποτε – υπό τον όρο να γίνεται αναφορά στους δημιουργούς και να διατίθενται, με τη σειρά τους, υπό τους ίδιους όρους (Open Knowledge Foundation, 2012).

Έτσι, Ανοιχτά Δεδομένα είναι οποιαδήποτε μορφή δεδομένων τα οποία διατίθενται στο κοινό χωρίς περιορισμούς ως προς την αντιγραφή, περαιτέρω χρήση και διάθεση ή τροποποίηση αυτού ή των τροποποιημένων αντιγράφων τους. Ο βαθμός ανοιχτότητας των δεδομένων εξαρτάται από την ύπαρξη ή όχι περιορισμών στις παραπάνω δυνατότητες.

Οι σημαντικότερες πληροφορίες για τα δεδομένα αυτά, είναι:

- **Διαθεσιμότητα και Προσβασιμότητα (Availability and Access):** Τα δεδομένα πρέπει να είναι διαθέσιμα αυτούσια, να έχουν ένα λογικό κόστος αναπαραγωγής και κατά προτίμηση να είναι διαθέσιμα για λήψη από το Διαδίκτυο. Επίσης, πρέπει να είναι διαθέσιμα σε κάποια μορφή πρακτικά αναγνώσιμη.

- Επαναχρησιμοποίηση και Αναδιανομή (Re-use and Redistribution): Τα δεδομένα θα πρέπει να είναι διαθέσιμα υπό όρους που επιτρέπουν την επαναχρησιμοποίηση και την αναδιανομή τους, συμπεριλαμβανομένης και της ανάμειξης με άλλα σύνολα δεδομένων.
- Καθολική Συμμετοχή (Universal Participation): Καθένας πρέπει να μπορεί να χρησιμοποιήσει, να επαναχρησιμοποιήσει και να αναδιανείμει τα δεδομένα. Δεν πρέπει αυτά να υπόκεινται σε διακρίσεις με βάση τον τομέα δραστηριότητας ή τα πρόσωπα και τις ομάδες. Για παράδειγμα, περιορισμοί για «μη-εμπορική χρήση» ή περιορισμοί για χρήση μόνο για συγκεκριμένους σκοπούς (π.χ. μόνο στην εκπαίδευση) δεν είναι επιτρεπτοί.

Η καλή γνώση του ορισμού των «Ανοιχτών Δεδομένων» καθώς και η χρησιμότητά του καθίσταται πολύ σημαντικό στοιχείο εξαιτίας της «Διαλειτουργικότητας» (Interoperability).

Η «Διαλειτουργικότητα» δηλώνει τη δυνατότητα διαφορετικών συστημάτων να λειτουργούν μαζί, δηλαδή να διαλειτουργούν. Η ικανότητα αυτή, να μπορούν δηλαδή να λειτουργούν και να συνδέονται μαζί διαφορετικά συστήματα, είναι απαραίτητη για την κατασκευή μεγάλων και πιο πολύπλοκων συστημάτων. Χωρίς τη δυνατότητα Διαλειτουργικότητας όμως αυτό καθίσταται σχεδόν αδύνατο, όπως μας αποδεικνύει και ο περίφημος μύθος του Πύργου της Βαβέλ, όπου η αδυναμία επικοινωνίας (διαλειτουργίας), είχε ως αποτέλεσμα την ολοκληρωτική κατάρρευση της προσπάθειας οικοδόμησής του.

Παρόμοιες καταστάσεις αντιμετωπίζονται και σε σχέση με τα δεδομένα. Ο πυρήνας της «κοινής ωφέλειας» που βρίσκεται σε δεδομένα (ή κώδικα) έγκειται στο γεγονός ότι ένα τμήμα ανοικτού υλικού που περιέχουν, μπορεί να αναμειχθεί με άλλο ανοικτό υλικό. Με τον τρόπο αυτό η Διαλειτουργικότητα αξιοποιεί τα πλεονεκτήματα της έννοιας «Ανοιχτών» δεδομένων, δηλαδή τη δυνατότητα να συνδυάζονται διαφορετικά σύνολα δεδομένων και ως εκ τούτου να αναπτύσσονται περισσότερα και καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες.

2.4.6. 'Ανοιχτά κυβερνητικά' Δεδομένα

Τα «Ανοιχτά Κυβερνητικά Δεδομένα» (Open Government Data) είναι τα δεδομένα που είναι και «Ανοιχτά» όπως ορίστηκαν παραπάνω, δηλαδή δεδομένα που μπορούν ελεύθερα να χρησιμοποιηθούν, να επαναχρησιμοποιηθούν και να αναδιανεμηθούν από

οποιονδήποτε, αλλά και «Κυβερνητικά Δεδομένα», δηλαδή πληροφορίες που παράγονται ή συλλέγονται από την κυβέρνηση ή κυβερνητικά ελεγχόμενους οργανισμούς.

Γενικά, δηλαδή, για να χαρακτηριστούν τα Κυβερνητικά Δεδομένα ως Ανοιχτά, θα πρέπει να μπορούν ελεύθερα να αντιγραφούν, να μοιραστούν και να ενωθούν με άλλο υλικό, ή να μπορούν να αναδημοσιευθούν σε άλλους δικτυακούς τόπους, από όπου οι χρήστες θα μπορούν να εντοπίσουν, να αναλύσουν, να σχολιάσουν και να αναπαραστήσουν οπτικά το υλικό αυτό, ή και να το μετατρέψουν σε άλλες μορφές. Παραδείγματα συνόλων δεδομένων που κατέχει μια κυβέρνηση και τα οποία μπορούν να καταστούν ανοιχτά μπορεί να είναι από εθνικά στατιστικά στοιχεία για τον προϋπολογισμό και κοινοβουλευτικά αρχεία, μέχρι στοιχεία για τις θέσεις των σχολείων, των νοσοκομείων, των αστυνομικών τμημάτων κ.τ.λ.

Καταλήγοντας σε έναν αποδεκτό ορισμό, σύμφωνα με το Open Knowledge Foundation (OKFN), «Ανοιχτά Κυβερνητικά Δεδομένα» (Open Government Data) είναι τα Ανοιχτά Δεδομένα που παράγονται από τις κυβερνήσεις. Πρόκειται για δεδομένα που συλλέγονται για την παροχή υπηρεσίας και δεν περιέχουν προσωπικά στοιχεία ή εταιρικά μυστικά.

Τα ανοιχτά κυβερνητικά δεδομένα είναι ένα υποσύνολο των Δεδομένων του Δημοσίου Τομέα, που είναι ευρύτερα σε εμβέλεια. Ένας άλλος σύντομος ορισμός των «Ανοιχτών Κυβερνητικών Δεδομένων» δίνεται από τον Tim Berners-Lee, το διευθυντή του World Wide Web Consortium (W3C) και τον εφευρέτη του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web). Σε μια ομιλία του για το Government 2.0 στην Ουάσινγκτον, το Δεκέμβρη του 2010, ο Tim Berners-Lee διαχώρισε τα Ανοιχτά Κυβερνητικά Δεδομένα από τα έγγραφα WikiLeaks:

«Τα Ανοιχτά Κυβερνητικά Δεδομένα είναι τα δεδομένα μιας χώρας, τα οποία δεν αφορούν προσωπικές πληροφορίες, δεν συνδέονται με προσωπικά δεδομένα και δεν περιλαμβάνουν στρατιωτικά ή κυβερνητικά μυστικά.»

Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι όλοι οι παραπάνω ορισμοί, αλλά και άλλοι που αφορούν τα Ανοιχτά Κυβερνητικά Δεδομένα, διέπονται από κάποιες αρχές οι οποίες έχουν θεσπιστεί ομόφωνα από διάφορες οργανώσεις και ομάδες που ασχολούνται με τα Ανοιχτά Κυβερνητικά Δεδομένα. Οι αρχές αυτές έχουν θεσπιστεί για να μπορούμε να ορίσουμε τα δεδομένα μας ως «Ανοιχτά» και να παρέχουν γενικές κατευθυντήριες γραμμές για το πως πρέπει να διατίθενται τα δεδομένα αυτά στο διαδίκτυο

2.4.7. Οριοθέτηση της έννοιας των “Open Data”

Οι παρακάτω οκτώ αρχές αποτελούν το πλαίσιο που οριοθετεί την έννοια των “Open Data”:

1. Τα δεδομένα πρέπει να είναι ολοκληρωμένα (Complete):

Τα σύνολα δεδομένων που δημοσιεύονται θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο πλήρη για ένα συγκεκριμένο θέμα. Όλη η πρωτογενής πληροφορία για ένα σύνολο δεδομένων θα πρέπει να είναι διαθέσιμη στο κοινό, με εξαίρεση πληροφορίες που αφορούν προσωπικά δεδομένα. Επίσης, θα πρέπει να περιλαμβάνονται μεταδεδομένα που ορίζουν και εξηγούν τα πρωτογενή δεδομένα, όπως μαθηματικοί τύποι και εξηγήσεις σχετικά με το πώς έχουν υπολογιστεί τα δεδομένα. Με τον τρόπο αυτό οι χρήστες θα μπορούν να κατανοήσουν το εύρος της διαθέσιμης πληροφορίας και να εξετάσουν τα διαθέσιμα δεδομένα που τους παρέχονται στο μέγιστο δυνατό βαθμό λεπτομέρειας.

2. Τα δεδομένα πρέπει να είναι πρωτογενή (Primary):

Τα δεδομένα που δημοσιεύονται πρέπει να είναι κυρίως πρωτογενή δεδομένα. Έτσι λοιπόν, πρέπει να περιλαμβάνεται η πρωτογενής πληροφορία που συλλέχθηκε, τα πρωτότυπα κείμενα που καταγράφουν τη συλλογή των δεδομένων, καθώς και λεπτομέρειες σχετικά με τον τρόπο που τα δεδομένα έχουν συλλεχθεί. Με τον τρόπο αυτό, οι χρήστες μπορούν να βεβαιώνονται ότι τα δεδομένα αυτά συλλέχθηκαν και καταγράφηκαν με το σωστό τρόπο.

3. Τα δεδομένα πρέπει να είναι έγκαιρα (Timely):

Τα δεδομένα που δημοσιεύονται από την κυβέρνηση, θα πρέπει να είναι διαθέσιμα στο κοινό όσο το δυνατόν πιο σύντομα, έτσι ώστε να είναι έγκαιρα. Έτσι λοιπόν, το καλύτερο είναι τα δεδομένα να είναι διαθέσιμα, αμέσως μετά τη συλλογή και τη συγκέντρωσή τους. Προτεραιότητα πρέπει να δίνεται σε δεδομένα των οποίων η χρήση είναι χρονικά ευαίσθητη. Τέλος, όταν έχουμε ανανέωση των δεδομένων και των πληροφοριών που παρέχονται σε πραγματικό χρόνο, μεγιστοποιούμε την αξία τους.

4. Τα δεδομένα πρέπει να είναι προσβάσιμα (Accessible):

Ως προσβασιμότητα ορίζεται η ευκολία με την οποία η πληροφορία μπορεί να ανακτηθεί με ηλεκτρονικά μέσα. Έτσι λοιπόν, τα δεδομένα που δημοσιεύονται, θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο προσβάσιμα και να μην υπάρχουν φραγμοί στην απόκτησή τους, δηλαδή να μην χρειάζεται η συμπλήρωση φορμών ή συστήματα που απαιτούν ειδικές τεχνολογίες (π.χ. Flash, cookies, Java applets), προκειμένου να αποκτηθούν. Επιπρόσθετα, προσφέροντας μια διεπαφή (interface) για τη μεταφόρτωση όλων των πληροφοριών που είναι αποθηκευμένες σε μια βάση («μαζική» πρόσβαση) καθώς και τα μέσα για την εκτέλεση συγκεκριμένων αιτήσεων για δεδομένα μέσω μιας προγραμματιστικής διεπαφής (API), τα δεδομένα αυτά καθίστανται ακόμη περισσότερο προσβάσιμα.

5. Τα δεδομένα πρέπει να είναι επεξεργάσιμα από μηχάνημα (Machine-Processable)

Είναι γεγονός ότι οι μηχανές μπορούν να χειριστούν ορισμένα είδη εισόδου καλύτερα από άλλα. Για παράδειγμα χειρόγραφες σημειώσεις σε ένα χαρτί είναι πολύ δύσκολο να επεξεργαστούν από μια μηχανή. Η ψηφιοποίηση κειμένου μέσω λογισμικού οπτικής αναγνώρισης χαρακτήρων (Optical Character Recognition) οδηγεί σε πολλά σφάλματα ταυτοποίησης και μορφοποίησης. Για παράδειγμα, δεδομένα που έχουν τη μορφή αρχείου Portable Document Format (PDF), είναι πολύ δύσκολο να αναλυθούν από μηχανές. Άρα, τα δεδομένα πρέπει να είναι αποθηκευμένα σε μορφές αρχείων ευρέως χρησιμοποιούμενες που είναι εύκολο να επεξεργαστούν από μηχανές. Τα εν λόγω αρχεία πρέπει να συνοδεύονται από τεκμηρίωση σχετικά με το μορφότυπό τους (data format) και πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί αυτός σε σχέση με τα δεδομένα.

6. Η πρόσβαση πρέπει να παρέχεται χωρίς διακρίσεις (Non-discriminatory):

Η έννοια αυτή αναφέρεται στο ποιοί μπορούν να έχουν πρόσβαση στα δεδομένα και πώς πρέπει να πράξουν αυτοί ώστε να έχουν πρόσβαση σε αυτά. Γενικότερα, η πρόσβαση στα δεδομένα χωρίς διακρίσεις σημαίνει πως κάθε άτομο μπορεί να έχει πρόσβαση στα δεδομένα, σε κάθε χρονική στιγμή, χωρίς να οφείλει να ταυτοποιηθεί ή να αιτιολογήσει το σκοπό πρόσβασης. Φραγμοί στη χρήση των δεδομένων μπορούν να περιλαμβάνουν απαιτήσεις εγγραφής, ή τη χρήση «φραγμένων κήπων» (walled gardens) όπου μόνο συγκεκριμένες εφαρμογές μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτά.

7. Οι τύποι αποθήκευσης των δεδομένων δεν πρέπει να είναι ιδιόκτητοι (Non-proprietary)

Θα πρέπει εδώ να χρησιμοποιούνται ανοιχτά πρότυπα για τα δεδομένα. Η έννοια «ανοιχτό» πρότυπο αναφέρεται στην ιδιοκτησία του μορφότυπου με τον οποίο είναι αποθηκευμένα τα δεδομένα. Για παράδειγμα, αν μια εταιρεία κατασκευάζει ένα λογισμικό που μπορεί να αναγνώσει το αρχείο στο οποίο είναι αποθηκευμένα τα δεδομένα, η πρόσβαση στην πληροφορία εξαρτάται από τη χρήση του λογισμικού που κατασκευάζει αυτή η συγκεκριμένη εταιρεία. Μερικές φορές το πρόγραμμα αυτό δεν είναι καν διαθέσιμο στο κοινό, ή μπορεί να είναι διαθέσιμο, αλλά να απαιτείται η αγορά του. Ελεύθερα διαθέσιμοι εναλλακτικοί μορφότυποι συχνά υπάρχουν, ώστε τα αποθηκευμένα δεδομένα να είναι προσβάσιμα χωρίς να υπάρχει απαίτηση για την αγορά άδειας χρήσης λογισμικού. Με τον τρόπο αυτό, αφαιρώντας το κόστος, κάνουμε τα δεδομένα προσιτά σε ένα μεγαλύτερο πλήθος χρηστών.

8. Τα δεδομένα πρέπει να μην απαιτούν άδεια (License-free):

Η επιβολή «Όρων Χρήσης», απαιτήσεων απόδοσης, περιορισμών στη διανομή κ.τ.λ.

λειτουργούν ως εμπόδια στη δημόσια χρήση δεδομένων. Το μέγιστο άνοιγμα των δεδομένων περιλαμβάνει την ξεκάθαρη σήμανση της δημόσιας πληροφορίας ως έργου της κυβέρνησης και της διάθεσής της χωρίς περιορισμούς σε δημόσιο καθεστώς.

Τέλος, αξίζει να σημειωθούν δύο ακόμα σημαντικά χαρακτηριστικά για τα δημόσια κυβερνητικά δεδομένα:

- Διαχρονικότητα:

Διαχρονικότητα είναι η δυνατότητα εύρεσης πληροφορίας στο πέρασμα του χρόνου. Η πληροφορία που δημοσιεύεται από την κυβέρνηση στο διαδίκτυο πρέπει να είναι σταθερής αναφοράς, δηλαδή πρέπει να είναι διαθέσιμη στο χρόνο. Πολύ συχνά, η πληροφορία ενημερώνεται, αλλάζει ή διαγράφεται, χωρίς καμία ένδειξη για την μεταβολή αυτή. Σε άλλες περιπτώσεις, είναι διαθέσιμη ως ρεύμα δεδομένων (stream of data) αλλά δεν αρχειοθετείται. Με σκοπό την καλύτερη χρήση από το κοινό, η πληροφορία που δημοσιεύεται πρέπει να παραμένει δημοσιευμένη στο διαδίκτυο, με κατάλληλες διατάξεις τήρησης των διαφορετικών της εκδόσεων και αρχειοθέτησής της.

- Κόστος Χρήσης:

Ένας από τους μεγαλύτερους φραγμούς στη δημοσίευση δημόσιων δεδομένων είναι το κόστος που επιβάλλεται στο κοινό για την πρόσβαση, ακόμη και αν είναι το ελάχιστο δυνατό. Οι κυβερνήσεις χρησιμοποιούν ένα σύνολο επιχειρημάτων για τη χρέωση του κοινού με σκοπό την πρόσβαση στα δεδομένα τους, όπως το κόστος δημιουργίας τους, η απόσβεση της επένδυσης, το κόστος ανάκτησης της πληροφορίας, το κόστος επεξεργασίας κ.τ.λ. Η πλειοψηφία της κυβερνητικής πληροφορίας συλλέγεται για κυβερνητικούς σκοπούς, οπότε η ύπαρξη αυτών των τελών έχει ελάχιστη έως μηδενική επίδραση στο αν τελικά η κυβέρνηση θα παρήγαγε εξαρχής την πληροφορία. Η επιβολή τελών για την πρόσβαση αλλοιώνει τη σύνθεση του κοινού που επιθυμεί (ή μπορεί) να έχει πρόσβαση στην πληροφορία. Τέλος, μπορεί να αποκλείει μετασχηματισμένες χρήσεις των δεδομένων που στη συνέχεια οδηγούν σε επιχειρηματική άνθηση και άρα φορολογικά έσοδα.

Με βάση τις παραπάνω αρχές και τους ορισμούς των Ανοιχτών Κυβερνητικών Δεδομένων (ΑΚΔ), είναι σημαντικό να επισημανθούν οι κύριοι στόχοι των δεδομένων αυτών. Οι στόχοι αυτοί περιλαμβάνουν τις οικονομικές δυνατότητες των ΑΚΔ, την προώθηση της διαφάνειας και της λογοδοσίας των κυβερνήσεων, τη συμμετοχή, τη συνεργασία και το ρόλο των δεδομένων όσον αφορά τη μεταρρύθμιση και την αναμόρφωση της παροχής δημόσιων υπηρεσιών. Επιπλέον, η έρευνα πάνω στις οικονομίες των Ανοιχτών Κυβερνητικών Δεδομένων είναι ένα βασικό στοιχείο για την απάντηση στο ερώτημα για το πώς οι επιχειρήσεις μπορούν να επωφεληθούν από τα δεδομένα αυτά (βλ. Ενότητα 2.9).

Στο κοινωνικό πλαίσιο, οι διατάξεις για τα ΑΚΔ ενισχύουν τη διαφάνεια, ασκώντας πίεση προς την απελευθέρωση των ακατέργαστων δεδομένων (raw data) των κυβερνήσεων και τη διάθεσή τους στο διαδίκτυο. Η φύση των Ανοιχτών Κυβερνητικών Δεδομένων και οι νέες τεχνολογίες του διαδικτύου επιτρέπουν την καλύτερη παρουσίαση και αξιοποίηση της πληροφορίας, όταν τα δεδομένα προέρχονται από αυτή την ακατέργαστη μορφή. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Twitter) παρέχουν διαδικτυακά εργαλεία (π.χ. Wikis, blogs) τα οποία δίνουν τη δυνατότητα στους συμμετέχοντες να αλληλεπιδρούν με χρήστες εντός και εκτός της κυβέρνησης. Άλλες τεχνολογίες του Web 2.0, όπως οι μηχανές αναζήτησης (π.χ. Google) και ιστοσελίδες απεικόνισης δεδομένων παροτρύνουν τους πολίτες να συμμετέχουν και να συνεργάζονται σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

Επίσης, τα Ανοιχτά Κυβερνητικά Δεδομένα είναι μέρος της επανάστασης στον τρόπο με τον οποίο οι δημόσιες κυβερνητικές υπηρεσίες θα παρέχονται στο μέλλον. Οι οικονομικές κρίσεις και οι ελλείψεις στους προϋπολογισμούς των κρατών οδήγησαν τις κυβερνήσεις να αναθεωρήσουν τον τρόπο με τον οποίο θα παρέχουν δημόσιες υπηρεσίες μελλοντικά, πιο αποτελεσματικά και με λιγότερο κόστος. Το Cloud Computing (Υπολογιστικό Νέφος) και οι τεχνολογίες του Web 2.0 ακόμα και με τις μεγάλες προκλήσεις στην ασφάλεια και την ιδιωτικότητα των δεδομένων, έχουν καταφέρει να γίνουν πολύ αποτελεσματικές και να ελαχιστοποιήσουν τα κόστη. Στο μέλλον, οι κυβερνήσεις θα εξαρτώνται περισσότερο από τη δύναμη των πολλών (crowdsourcing) για την παροχή δημόσιων υπηρεσιών. Ως εκ τούτου, στο μέλλον τα Ανοιχτά Κυβερνητικά Δεδομένα θα είναι η εικονική βάση δεδομένων πάνω στην οποία οι τεχνολογίες του Web 2.0 και του Σημασιολογικού Ιστού θα δίνουν τη δυνατότητα στις κυβερνήσεις να παρέχουν δημόσιες υπηρεσίες με λιγότερο κόστος.

2.4.8. Βιομετρικά δεδομένα

Θα ήταν παράλειψη στο σημείο αυτό να μην αναφερθούμε στην επεξεργασία των βιομετρικών δεδομένων. Επιβάλλεται να τονίσουμε ότι η επεξεργασία βιομετρικών δεδομένων στον τομέα των εργασιακών σχέσεων κρίνεται υπερβολική εκτός από ορισμένες εξαιρετικές περιπτώσεις όπου ο σκοπός της επεξεργασίας επιτρέπει τη χρήση των δεδομένων αυτών. Η χρήση βιομετρικών δεδομένων όπως οι φωτογραφίες, τα δακτυλικά αποτυπώματα, η αναγνώριση της φωνής, της παλάμης, της ίριδας ή του αμφιβληστροειδούς χιτώνα του ματιού, ή οποιουδήποτε άλλου φυσικού, βιολογικού, ψυχολογικού ή φυσιολογικού χαρακτηριστικού που προσδιορίζει την ταυτότητα ενός εργαζόμενου, αποτελεί μορφή συλλογής και επεξεργασίας με αυτοματοποιημένα μέσα και γίνεται μόνο όταν τηρούνται οι αρχές που περιγράφονται στο

κεφάλαιο 4 της Οδηγίας και ειδικά η αρχή της αναλογικότητας.

Τα βιομετρικά δεδομένα δεν προσδιορίζουν απλώς την ταυτότητα ενός ατόμου, αλλά την επιβεβαιώνουν. Ο εργοδότης για να δικαιολογήσει την αναγκαιότητα χρήσης βιομετρικών δεδομένων, πρέπει να είναι σε θέση να επικαλεστεί εξαιρετικούς λόγους π.χ. ασφάλεια, που επιβάλλουν την υιοθέτηση ανάλογων μέτρων. Πρέπει, επίσης, να είναι σε θέση να αποδείξει ότι η υιοθέτηση οποιωνδήποτε άλλων μέτρων, λιγότερο παρεμβατικών, είναι ανεπαρκής για τους σκοπούς που επιδιώκει. Οι εργοδότες πρέπει πάντα να επιλέγουν το λιγότερο παρεμβατικό τρόπο επεξεργασίας των βιομετρικών δεδομένων των εργοδοτούμενων, ο οποίος να σέβεται την προσωπικότητα και την ιδιωτικότητα τους.

Για παράδειγμα, η χρήση αυτοματοποιημένων συστημάτων όπως αυτών της αναγνώρισης δακτυλικών αποτυπωμάτων (δακτυλοσκόπησης) των εργαζομένων για σκοπούς ελέγχου της ώρας προσέλευσης και αναχώρησης στο χώρο εργασίας, κρίνεται υπερβολική αφού ο σκοπός αυτός μπορεί να επιτευχθεί με λιγότερο παρεμβατικά μέσα.

Αντίθετα, η χρήση τέτοιων συστημάτων μπορεί να είναι επιτρεπτή όταν αυτή αφορά την είσοδο σε χώρους υψίστης ασφαλείας.

2.5. Ιδιωτικότητα - Εμπιστευτικότητα

Η έννοια της ιδιωτικότητας προϋποθέτει πώς υπάρχουν δυο ξεχωριστοί κόσμοι: η ιδιωτική και η δημόσια ζωή των ανθρώπων. Τα όρια μεταξύ των δυο δεν καθορίζονται με ακρίβεια ούτε γίνονται αποδεκτά από όλους. Σε κάθε περίπτωση, η ύπαρξη ενός ιδιωτικού χώρου για κάθε άνθρωπο είναι απαραίτητη για το καλό του ιδίου και της κοινωνίας. Χωρίς Ιδιωτικότητα, οι θεμελιώδεις στενές σχέσεις δε θα μπορούσαν να υπάρξουν και επιπλέον όλοι οι άνθρωποι προσδοκούν να αναγνωρίζονται ως ολοκληρωμένα άτομα και όχι μόνο ως πληροφορίες και νούμερα.

Η εξουσία του ατόμου, καθορίζει ποιες από τις πληροφορίες που το αφορούν, θα περιέχονται σε γνώση τρίτων και ποιοι θα είναι αποδέκτες αυτής της πληροφόρησης, θα αποτελεί προϋπόθεση της αυτονομίας του και της συμμετοχής του στη κοινωνική ζωή και όρο της ισόρροπης και ανεμπόδιστης επικοινωνίας στο πλαίσιο της κοινωνίας. Η συλλογή και επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων του ατόμου, έχει ως άμεση συνέπεια πως αυτός που συλλέγει και επεξεργάζεται πληροφορίες μπορεί μέσω αυτών να επεμβαίνει δραστικά στη ζωή των άλλων. Η εξαγωγή ορθών ή εσφαλμένων συμπερασμάτων μπορεί εύκολα να οδηγήσει στην αθέμιτη επέμβαση στην προσωπικότητα του ατόμου, ιδίως όταν συγκεντρώνονται και υπόκεινται σε επεξεργασία πολλά προσωπικά δεδομένα από διάφορες πηγές. Ένα μέρος της ατομικότητας και της ελευθερίας αναιρείται και το πρόσωπο γίνεται αντικείμενο των επιδιώξεων των άλλων

2.6. Προσωπικά Δεδομένα και Διαδίκτυο

Οριοθετώντας την έλευση του διαδικτύου ως σταθμό στην εξέλιξη και γενικότερα στη διαμόρφωση του σημερινού περιβάλλοντος πληροφόρησης, θα αναφερθούμε στις καθοριστικές επιπτώσεις της χρήσης του επί ζητημάτων προστασίας προσωπικών δεδομένων.

Η τεχνολογία διαδικτύου επιτρέπει τη συλλογή προσωπικών δεδομένων χωρίς την προηγούμενη ενημέρωση του χρήστη, και πραγματοποιείται από τα ίχνη που αφήνονται κατά τη χρήση των υπηρεσιών του. Μέσω των ηλεκτρονικών συναλλαγών, συγκεντρώνεται και αποθηκεύεται ένας σημαντικός αριθμός δεδομένων, η επεξεργασία των οποίων δύναται να δημιουργήσει σαφή εικόνα των συνηθειών και προτιμήσεων του κάθε χρήστη και να χρησιμοποιηθεί για εμπορικούς ή άλλους σκοπούς.

Με κάθε επίσκεψη στο διαδίκτυο ο χρήστης αποκαλύπτει πληροφορίες οι οποίες ακόμα και αν δεν συνιστούν προσωπικά δεδομένα, αλλά αναφέρονται σε τεχνητής φύσεως στοιχεία όπως π.χ. η ηλεκτρονική του διεύθυνση ή η Internet Protocol (IP) διεύθυνση του υπολογιστή του, είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν για την αποκάλυψη της ταυτότητας του.

Πολλές φορές η γνωστοποίηση δεδομένων γίνεται από τον ίδιο το χρήστη, ως ένα είδος ανταποδοχής για την προσφορά υπηρεσιών εκ μέρους των παρόχων υπηρεσιών διαδικτύου. Οι ιδιοκτήτες δικτυακών τόπων, για τον καλύτερο εντοπισμό της ταυτότητας των χρηστών χρησιμοποιούν κατασκοπευτικό λογισμικό, cookies και web bugs . Οι πληροφορίες που συλλέγονται στη συνέχεια με τη χρήση εργαλείων εξόρυξης δεδομένων και γνώσης (data and knowledge mining), επεξεργάζονται και δημιουργούν περιγράμματα καταναλωτικής συμπεριφοράς. Με την τακτική αυτή επιτυγχάνεται καλύτερη προσαρμογή των υπηρεσιών των δικτυακών τόπων στις ανάγκες του χρήστη, βελτίωση της διαφημιστικής τους εκστρατείας και δημιουργία νέων ομάδων στόχων καταναλωτών.

Επιπρόσθετα ζητήματα προστασίας ιδιωτικότητας δημιουργούνται καθώς μέσω του διαδικτύου η ροή πληροφοριών αποκτά διασυνοριακή υπόσταση. Προσωπικά δεδομένα μεταφέρονται και επεξεργάζονται σε διαφορετικές χώρες από αυτή που συλλέχθηκαν, με αποτέλεσμα να καθίσταται αδύνατος ο έλεγχος και αδιαφανής η επεξεργασία, ιδιαιτέρως όταν οι χώρες αυτές δεν προσφέρουν επαρκή επίπεδο προστασίας.

Μία από τις πλέον σημαντικές υπηρεσίες που βασίζονται στην υποδομή του διαδικτύου είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email), από τη χρήση του οποίου ανακύπτουν προβλήματα συναφή με την Ιδιωτικότητα των χρηστών του. Τα προβλήματα που συνδέονται με την εν λόγω υπηρεσία αφορούν: α) την ανάγκη προστασίας του απορρήτου της επικοινωνίας, λόγω της δυνατότητας υποκλοπής των μηνυμάτων και β) την ανάγκη

προστασίας του ιδιωτικού βίου, λόγω της μαζικής αποστολής μη ζητηθέντων ηλεκτρονικών μηνυμάτων διαφημιστικού περιεχομένου. Σε σχέση με την ενοχλητική αλληλογραφία, αυτό που θα μπορούσε να δημιουργήσει έντονες αντιδράσεις, είναι το ενοχλητικό μάρκετινγκ που υποτίθεται ότι είναι κατάλληλα για τα ενδιαφέροντα ενός χρήστη. Αν και αυτό δεν συνιστά καταπάτηση της ιδιωτικότητας, μπορεί ξεκάθαρα να μεταμορφώσει τα δεδομένα των χρηστών σε εμπόρευμα.

Η ιδιωτικότητα και η ανωνυμία, αποτελούν δύο από τα βασικότερα ζητήματα ανησυχίας των περισσότερων χρηστών του διαδικτύου και ιεραρχούνται σε υψηλότερο επίπεδο από την ευκολία χρήσης, την ενοχλητική αλληλογραφία, την ασφάλεια και το κόστος. Σύμφωνα με στοιχεία του University of California, Los Angeles (UCLA, 2002) το 63,6 % των χρηστών θεωρούν ότι η ιδιωτικότητα τους απειλείται στο διαδίκτυο. Λόγω της ανασφάλειας που δημιουργείται, οι χρήστες οδηγούνται είτε στην αποφυγή on-line αγορών, είτε στην εισαγωγή αναληθών πληροφοριών εγγραφής. Αν και τα ποσοστά των αποτελεσμάτων των ερευνών αυτών ποικίλλουν, τεκμηριώνουν την έκδηλη ανησυχία των χρηστών.

- Ανησυχούν εξαιρετικά για την on-line δημοσίευση των προσωπικών τους δεδομένων: 74%. Ανησυχούν (υπερβολικά) να μην εξακριβωθούν τα ίχνη τους: 77%
- Εισάγουν αναληθής πληροφορίες εγγραφής: 32%.
- Λόγω της ανησυχίας τους για την ιδιωτικότητα αποφεύγουν τις on-line αγορές ή αγοράζουν λιγότερο: 54% στις Η.Π.Α, 32% στη Μεγάλη Βρετανία, 35% στη Γερμανία.
- Προθυμοποιούνται να γνωστοποιήσουν τα προσωπικά τους δεδομένα προκειμένου να λάβουν πολύτιμο αντάλλαγμα : 30% .

Το 1998, η FTC παρουσίασε μια έκθεση με τίτλο “Privacy Online: a Report to Congress” σχετικά με το διαδίκτυο και την ιδιωτικότητα [3]. Ο πυρήνας αυτής της έκθεσης αποτελείται από πέντε αρχές τις οποίες πρέπει να λαμβάνουν οποιασδήποτε υπόψη τους οι πολιτικές ιδιωτικότητας των δικτυακών τόπων: Ειδοποίηση-ενημέρωση, επιλογή-συγκατάθεση, πρόσβαση-συμμετοχή, ακεραιότητα -ασφάλεια, και επιβολή-επανόρθωση.

Το ίδιο διάστημα σχηματίστηκε και η TRUSTe [4], ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός σκοπός του οποίου είναι η απόκτηση εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας των χρηστών προς το διαδίκτυο, με την προώθηση των αρχών της κοινοποίησης και της ενημερωμένης συγκατάθεσης (Informed consent). Ως αποτέλεσμα της καταναλωτικής πίεσης, οι περισσότεροι εμπορικοί δικτυακοί τόποι διαθέτουν τώρα κάποιο είδος δήλωσης πολιτικής ιδιωτικότητας.

3. Η προστασία της ιδιωτικότητας και των προσωπικών δεδομένων

3.1. Ζητήματα ιδιωτικότητας στην «Κοινωνία της Πληροφορίας»

Με την εξέλιξη και την ταχύτατη εφαρμογή της τεχνολογίας υπολογιστών και δικτύων σε πολλές δραστηριότητες της κοινωνικής ζωής, η προστασία των προσωπικών δεδομένων αποτέλεσε και αποτελεί σημαντικό θέμα των νομοθετικών ρυθμίσεων όλο και περισσότερων κρατών. Μάλιστα μερικές χώρες, τοποθέτησαν την προστασία των προσωπικών δεδομένων, στο ίδιο επίπεδο με τα παραδοσιακά εγγυημένα θεμελιώδη ατομικά δικαιώματα, ενώ κάποιες άλλες, περιορίστηκαν στη θέσπιση ειδικής νομοθεσίας για τον αποτελεσματικότερο έλεγχο της συλλογής και της επεξεργασίας. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να θεσπιστούν διατάξεις που εστιάζουν αποκλειστικά στις ειδικές πτυχές και εφαρμογές χρήσης των προσωπικών δεδομένων και η προστασία να μην αντιμετωπίζεται πλέον με τυχαίο και ευκαιριακό τρόπο.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, αντιμετωπίζοντας την κοινωνία της πληροφορίας ως ένα σύνολο υποδομών που δίνουν τη δυνατότητα άσκησης δραστηριοτήτων, ιδιωτικών και δημόσιων λειτουργιών, ενισχύει την ανάπτυξη πολιτικών ρύθμισης και εκμετάλλευσης των πλεονεκτημάτων που προσφέρονται μέσω αυτής.

Μέσω του σχεδίου δράσης eEurope 2005 (eEurope 2005 Action Plan) [5], το οποίο εστιάζει στην πρόοδο σε τομείς όπως το ηλεκτρονικό επιχειρείν, η ηλεκτρονική διακυβέρνηση, η ασφάλεια κ.λπ. για να βελτιωθεί η καθημερινή ζωή πολιτών. Προκειμένου να αναχαιτιστούν οι αρνητικές επιπτώσεις αυτής της πορείας, αναπτύσσει πολιτικές προστασίας των πολιτών της μεταξύ των οποίων και η προστασία της ιδιωτικότητας και η αποφυγή ανεπιθύμητης ηλεκτρονικής αλληλογραφίας.

Γενικότερα, η ρύθμιση ζητημάτων ιδιωτικότητας στην κοινωνία της πληροφορίας αποτελεί σύνθετο ζήτημα ενώ η συζήτηση όσον αφορά το καταλληλότερο πλαίσιο ρύθμισης βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη. Τίθενται υπό αμφισβήτηση και τα μοντέλα παραγωγής και εφαρμογής των νομικών κανόνων και η μοναδικότητα του δικαίου ως ρυθμιστικού συστήματος.

Η προστασία του ατόμου από την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων, εμφανίζει μεγάλη ποικιλία μέσων προστασίας, τα οποία εκτείνονται από τη θέσπιση λεπτομερών νομοθετικών κανόνων έως την επιλογή της αυτορρύθμισης, και διατυπώνονται σε αλλοδαπές και διεθνείς νομοθεσίες, θέτοντας το πρόβλημα της επιλογής μεταξύ των ποικίλων συστημάτων και μέσων προστασίας. Οι νέες τεχνολογίες, όχι μόνο αποτελούν μία πρόκληση για τα ισχύοντα ρυθμιστικά μέσα, αλλά ανοίγουν και νέες ρυθμιστικές δυνατότητες που απαιτούν την καλύτερη γνώση των νέων τεχνολογιών.

3.2. Σύγκρουση αγαθών και συμφερόντων

Κάθε είδους επεξεργασία προσωπικών δεδομένων, συνιστά επέμβαση σε συνταγματικά προστατευόμενα δικαιώματα, όπως το δικαίωμα της ιδιωτικής ζωής και το δικαίωμα ελεύθερης ανάπτυξης της προσωπικότητας. Η ελεύθερη ανάπτυξη της προσωπικότητας και εν γένει η ανάπτυξη των κοινωνικών δομών, καθώς και η εξέλιξη της κοινωνίας, προϋποθέτει ελευθερία της πληροφόρησης και ακώλυτη ροή δεδομένων.

Η συνύπαρξη κινδύνων αλλά και ωφελειών από την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων αντιστοιχεί σε μία σύγκρουση αγαθών και συμφερόντων, που εν προκειμένω, αντιστοιχεί στη σύγκρουση του δικαιώματος του ιδιωτικού βίου με το δικαίωμα της ελευθερίας της πληροφόρησης.

3.3. Το δικαίωμα του ιδιωτικού βίου

Το δικαίωμα της προστασίας του ιδιωτικού βίου και της προστασίας της ιδιωτικότητας (Privacy), αποτελεί ουσιαστική προϋπόθεση για την άσκηση της ελευθερίας του λόγου, της ελευθερίας της σκέψης και είναι μία σιωπηρή συνεύρεση πολλών ατομικών και συνταγματικών δικαιωμάτων.

Το δικαίωμα του ιδιωτικού βίου κατοχυρώνεται στο άρθρο 9 του ελληνικού Συντάγματος και περιλαμβάνει όχι μόνο το άσυλο το κατοικίας αλλά και της προστασίας της ιδιωτικής και οικογενειακής ζωής. Ιδιωτική ζωή είναι εκείνη που περιορίζεται στο ίδιο το άτομο, την οικογένεια και το στενό κύκλο των φίλων και γνωστών του. Ως προσβολές του ιδιωτικού βίου θεωρούνται οι επεμβάσεις με τις οποίες παραβιάζονται τα όρια της προσωπικής ζωής, όπως η συστηματική παρακολούθηση, η υποκλοπή ιδιωτικών συζητήσεων μέσω τεχνικών εγκαταστάσεων, η μυστική φωτογράφιση σε ιδιωτικούς χώρους, η αποκάλυψη πτυχών της ιδιωτικής ζωής του.

Το απαραβίαστο της ιδιωτικής ζωής του ατόμου σημαίνει απαγόρευση δημοσιοποίησης της ζωής του, δηλαδή απαγόρευση κάθε επέμβασης που σκοπό έχει να παρακολουθήσει ή να καταγράψει με κάθε μέσο ή τρόπο, την ιδιωτική του ζωή ή να εξαναγκάσει το άτομο να αποκαλύψει στοιχεία που το αφορούν.

Το δικαίωμα του ιδιωτικού βίου δεν εξαντλείται στο δικαίωμα του ατόμου να «μείνει μόνο του», υπό την παραδοσιακή αντίληψη του privacy, στο απαραβίαστο του ιδιωτικού βίου, στην απομόνωσή του σε μία ανενόχλητη ιδιωτική ζωή, αλλά αποτελεί εκδήλωση της ελεύθερης ανάπτυξης της προσωπικότητας. Η ιδιωτικότητα δεν συνιστά ιδιότητα ενός κοινωνικά απομονωμένου ατόμου αλλά στοιχείο της συναναστροφής του με τους άλλους και η προστασία της συνδέεται άμεσα με την ανάπτυξη της προσωπικότητας του, με το δικαίωμα του να συνδιαλέγεται και με την ελευθερία του να συν προσδιορίζει ποιες

πληροφορίες του θα κοινοποιηθούν. Αποτελεί εγγύηση ελευθερίας καθώς και προϋπόθεση (εύρυθμης) λειτουργίας κάθε δημοκρατικού πολιτεύματος, το οποίο βασίζεται στην ικανότητα των πολιτών του για συμμετοχή και δράση. Καθώς η ολοκλήρωση του ανθρώπου προϋποθέτει ελευθερία επικοινωνίας, και ελευθερία στην παροχή πρόσληψης πληροφοριών η καταγραφή προσωπικών πληροφοριών (με σκοπό τον έλεγχο και τη χειραγώγηση) προσβάλλει αυτή καθεαυτή την ανθρώπινη αξία.

3.4. Το δικαίωμα στην πληροφόρηση

Στην άλλη πλευρά της προστασίας του ατόμου από τη χρήση των προσωπικών του δεδομένων, βρίσκεται η ελευθερία της πληροφόρησης. Το δικαίωμα στην πληροφόρηση, αποτελεί το δικαίωμα συμμετοχής του στην κοινωνία της πληροφορίας και κατοχυρώνεται στο άρθρο 5Α του ελληνικού Συντάγματος, με την τελευταία αναθεώρησή του (1975/86/01). Από το δικαίωμα στην πληροφόρηση δε συνάγεται μόνο η ελευθερία του ατόμου να πληροφορείται να αναζητεί και να λαμβάνει πληροφορίες αλλά και το δικαίωμα πρόσβασης σε ένα πλουραλιστικό πλαίσιο πηγών πληροφόρησης. Η πληροφόρηση είναι αναγκαίος όρος για τη διαμόρφωση γνώμης και κατ' επέκταση για τη δυνατότητα συμμετοχής του πολίτη στις διαδικασίες αλλά και όρος για τον αυτοπροσδιορισμό της δράσης και την (αυτο)προστασία του.

Τα δικαιώματα της προστασίας του ιδιωτικού βίου και της ελευθερίας της πληροφόρησης, όταν ο φορέας αυτών είναι το ίδιο πρόσωπο εναρμονίζονται, καθώς αποτελούν εκδηλώσεις του δικαιώματος ανάπτυξης της προσωπικότητας. Όταν όμως η δυνατότητα επεξεργασίας και διαχείρισης αυτών των πληροφοριών εξέρχεται από τον έλεγχο του ίδιου του ατόμου, στην πράξη επέρχεται σύγκρουση μεταξύ αγαθών και συμφερόντων, και καθίσταται επιτακτική η ανάγκη συγκερασμού τους. Σ' αυτή τη σύγκρουση από τη μία έχουμε την ιδιωτικότητα από την άλλη τη διαφάνεια, από τη μια την πληροφοριακή αυτοδιάθεση (δικαίωμα πληροφοριακού αυτοκαθορισμού, ως απόρροια δικαιώματος προσωπικότητας) και από την άλλη το δικαίωμα στην πληροφόρηση. Το ζήτημα είναι να οριοθετηθεί μέχρι που πρέπει να φτάνει και να σταματά η προστασία των μεν, για να αρχίσει η προστασία των δε.

3.5. Το δικαίωμα προστασίας προσωπικών δεδομένων

Η πολιτεία, οφείλει να προστατέψει τα θεμελιώδη δικαιώματα του ατόμου, να επιλύσει τις συγκρούσεις που προκύπτουν και να δώσει τη δυνατότητα στο υποκείμενο των δεδομένων να ελέγξει τις πληροφορίες που το αφορούν. Δημιουργείται η έννοια του πληροφοριακού αυτοκαθορισμού, το δικαίωμα του ατόμου να καθορίζει στα νόμιμα

πλαίσια την επεξεργασία των προσωπικών του δεδομένων και να κρίνει ποιες πτυχές της προσωπικότητάς του θα αποκαλύψει σε τρίτους, να επιλέξει την εικόνα με την οποία θα εμφανιστεί στον κοινωνικό του περίγυρο και να αποφασίσει πότε προσβάλλεται η προσωπικότητά του.

Η προστασία προσωπικών δεδομένων αφορά την προστασία του φορέα των δεδομένων, την προστασία της ιδιωτικής ζωής, των δικαιωμάτων, των ελευθεριών και των συμφερόντων του ατόμου στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα που υπόκεινται σε επεξεργασία με ηλεκτρονικά ή συμβατικά μέσα και όχι η προστασία των φυσικών δεδομένων. Η προστασία αυτή ενισχύεται από την ελληνική πολιτεία καθώς κατά την τελευταία αναθεώρηση του ελληνικού συντάγματος, με τη θέσπιση του άρθρου 9Α κατοχυρώνεται το νέο, ειδικό δικαίωμα προστασίας προσωπικών δεδομένων σύμφωνα με το οποίο καθένας έχει δικαίωμα από τη συλλογή, επεξεργασία και χρήση, ιδίως με ηλεκτρονικά μέσα, των προσωπικών του δεδομένων.

Το δικαίωμα της προστασίας προσωπικών δεδομένων ορίζει πότε και υπό ποιες προϋποθέσεις είναι νόμιμη η επεξεργασία και αποτελείται από ένα σύνολο κανόνων, προϋποθέσεων, ρυθμίσεων κ.λπ, για να προσδιορίσει τι επιτρέπεται και τι απαγορεύεται σε σχέση με τη χρήση των δεδομένων αυτών. Με την εισαγωγή του κατοχυρώνεται το δικαίωμα του κάθε ανθρώπου να μην καθίσταται πληροφοριακό αντικείμενο, να καθορίζει ο ίδιος τη ροή των πληροφοριών που τον αφορούν και να νομιμοποιεί την επεξεργασία τους. Με τον τρόπο αυτό αφ' ενός προστατεύεται η ανθρώπινη αξιοπρέπεια, ώστε το άτομο να μη καθίσταται αντικείμενο μέσω της επεξεργασίας και αφ' ετέρου η προστασία της ελεύθερης ανάπτυξης της προσωπικότητάς του.

Το δικαίωμα προστασίας των προσωπικών δεδομένων αποτελεί επιπλέον ένα συμμετοχικό δικαίωμα καθώς προστατεύεται η ιδιωτικότητα ως κοινωνική ιδιότητα του πολίτη. Όταν ο πολίτης δεν είναι σε θέση να ξέρει «ποιος τι και σε ποια συνάφεια» γνωρίζει για αυτόν δεν είναι σε θέση να δράσει και να αποφασίσει ως αυτόνομη και υπεύθυνη προσωπικότητα. Με τη νέα ρύθμιση, η διασφάλιση της προστασίας των προσωπικών δεδομένων ανατίθεται σε ανεξάρτητη Αρχή, όπου συγκροτείται και λειτουργεί, όπως ο νόμος ορίζει.

4. Το Νομικό Πλαίσιο Προστασίας των Προσωπικών Δεδομένων

Η προστασία των προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής αποτελεί θεμελιώδες ανθρώπινο δικαίωμα. Ο νόμος παρέχει ορισμένα δικαιώματα στα φυσικά πρόσωπα (τα υποκείμενα των δεδομένων) και θέτει συγκεκριμένες υποχρεώσεις σε όσους τηρούν και επεξεργάζονται προσωπικά δεδομένα (τους υπευθύνους επεξεργασίας).

4.1. Το Δίκαιο στην Ευρώπη

Όπως έχει τονιστεί παραπάνω, το δικαίωμα στην προστασία των προσωπικών δεδομένων μπορεί να μην ταυτίζεται με το δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή, αλλά η αξία της αναγνώρισης αυτού του δικαιώματος εντοπίζεται στην αξία της προστασίας της ιδιωτικότητας του ατόμου.

Σε αυτό το πλαίσιο, η ανάγκη για την προστασία της ιδιωτικότητας διατυπώνεται από το 1950 με τη Σύμβαση της Ρώμης, όπου υπογράφει την 4η Νοεμβρίου και σκοπό είχε την προάσπιση των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων και των θεμελιωδών ελευθεριών. Το άρθρο 8 της Σύμβασης ρυθμίζει το δικαίωμα του ατόμου στην ιδιωτικότητα· το σεβασμό δηλαδή της ιδιωτικής και οικογενειακής ζωής του, της κατοικίας του και της αλληλογραφίας του. Βέβαια, το δικαίωμα αυτό μπορεί να περιοριστεί εάν το προβλέπει ο νόμος και αποτελεί μέτρο, το οποίο είναι αναγκαίο για τη δημοκρατική κοινωνία, την εθνική ασφάλεια, την οικονομική ευημερία της χώρας, την προάσπιση της τάξης και την πρόληψη ποινικών παραβάσεων, την προστασία της υγείας ή της ηθικής, την προστασία των δικαιωμάτων και ελευθεριών άλλων προσώπων.

Ακολούθησε, η απόφαση 2450/19.12.1968 της Γενικής Συνέλευσης του Οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών όπου προστάτευε τα δικαιώματα του ατόμου σχετικά με τα προβλήματα που μπορούν να προκύψουν από την ανάπτυξη των επιστημών και της τεχνολογίας (ιδιαίτερα με τη χρήση των ηλεκτρονικών μέσων).

Ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) το 1980, όρισε τις Κατευθυντήριες Αρχές που διέπουν την προστασία των προσωπικών δεδομένων και τη Διασυνοριακή ροή των προσωπικών δεδομένων.¹⁴⁷ Οι αρχές αυτές στερούνταν δεσμευτικού χαρακτήρα, όμως ο ΟΟΣΑ στόχευε στο να τονίσει την προστασία της ιδιωτικότητας αλλά και να προάγει τις αρχές καθώς η διαφορετικότητα στις εθνικές νομοθεσίες θα μπορούσε να δημιουργεί προβλήματα στην ροή προσωπικών δεδομένων πέρα από τα σύνορα των κρατών. Οι αρχές αυτές, που επηρέασαν πολλούς σχετικούς νόμους παγκοσμίως, παρουσιάζονται παρακάτω:

1. Αρχή περιορισμένης συλλογής (Collection Limitation Principle): Θα πρέπει να υπάρχουν όρια στη συλλογή προσωπικών δεδομένων καθώς η συλλογή τους θα πρέπει να πραγματοποιείται με νόμιμα μέσα και ανάλογα με την περίπτωση με τη συναίνεση ή την ενημέρωση του χρήστη.

2. Αρχή ποιότητας των δεδομένων (Data Quality Principle): Τα προσωπικά δεδομένα πρέπει να είναι σχετικά με το σκοπό για τον οποίο πρόκειται να

χρησιμοποιηθούν και στο βαθμό που απαιτείται πρέπει να είναι πλήρη, ακριβή και διαρκώς ενημερωμένα.

3. Αρχή Προσδιορισμού Σκοπού (Purpose Specification Principle): Οι σκοποί που συλλέγονται τα προσωπικά δεδομένα θα πρέπει να προσδιορίζονται επακριβώς και η συνακόλουθη χρήση τους να συνάδει με τους σκοπούς αυτούς.

4. Αρχή Περιορισμένης Χρήσης (Use Limitation Principle): Τα προσωπικά δεδομένα δε θα πρέπει να γνωστοποιούνται σε τρίτους ή να χρησιμοποιούνται για σκοπούς άλλους πέραν από αυτούς που έχει συμφωνηθεί, εκτός εάν υπάρχει σχετική συναίνεση του χρήστη ή επιβάλλεται από το νόμο.

5. Αρχή Προστασίας Ασφάλειας (Security Safeguards Principle): Τα προσωπικά δεδομένα θα πρέπει να προστατεύονται ώστε να αποφεύγονται κίνδυνοι, όπως η απώλεια, μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση, καταστροφή, τροποποίηση ή αποκάλυψη σε τρίτες οντότητες.

6. Αρχή Διαφάνειας (Openness Principle): Θα πρέπει να υπάρχει γενική αρχή διαφάνειας σχετικά με τις πολιτικές και τις πρακτικές που ακολουθούνται για τη συλλογή και επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων.

7. Αρχή Συμμετοχής του Ατόμου (Individual Participation Principle): Το άτομο θα πρέπει να έχει το δικαίωμα:

- Να αποκτά επιβεβαίωση σχετικά με το αν ο υπεύθυνος των δεδομένων έχει στοιχεία που αφορούν το εν λόγω άτομο.
- Να του κοινοποιούνται δεδομένα που σχετίζονται με αυτό: σε εύλογο χρονικό διάστημα, με λογικό αντίτιμο, με εύλογο τρόπο και με εύκολο τρόπο λήψης.
- Να του κοινοποιούνται οι λόγοι απόρριψης των αιτημάτων του ώστε να διατηρεί τη δυνατότητα της αντίδρασης επί αυτών.
- Να αμφισβητεί στοιχεία που σχετίζονται με αυτό και εάν έχει δίκιο, να μπορεί να προχωρεί σε διόρθωση, τροποποίηση, συμπλήρωση ή διαγραφή των δεδομένων αυτών.

8. Αρχή Ευθύνης (Accountability Principle): Ο υπεύθυνος διαχείρισης των προσωπικών δεδομένων θα πρέπει να είναι υπόλογος σχετικά με την τήρηση των παραπάνω αρχών.

4.1.1. Η Ευρωπαϊκή Σύμβαση για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου

Τα θεμέλια της ευρωπαϊκής νομοθεσίας για τον καθορισμό και την προστασία των δικαιωμάτων του ανθρώπου, τέθηκαν με την ίδρυση του συμβουλίου της Ευρώπης και την υπογραφή το 1950, της ευρωπαϊκής σύμβασης για τα δικαιώματα του ανθρώπου. Σκοπός μεταξύ άλλων της σύμβασης, ήταν και η προάσπιση των ελευθεριών του ατόμου.

Στο άρθρο 8 της σύμβασης, γίνεται μνεία στο ότι το δικαίωμα στην προστασία από την συλλογή και χρήση προσωπικών δεδομένων αποτελεί μέρος του δικαιώματος σεβασμού της ιδιωτικής και οικογενειακής ζωής, καθώς και της κατοικίας και της αλληλογραφίας.

4.1.2. Η Νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα

Η προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και ο σεβασμός της ιδιωτικής ζωής αποτελούν σημαντικά θεμελιώδη δικαιώματα. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ανέκαθεν επέμενε στην ανάγκη να επιτευχθεί μια ισορροπημένη προσέγγιση ανάμεσα στην ενίσχυση της ασφάλειας και τη διαφύλαξη των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, συμπεριλαμβανομένης της προστασίας των δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής. Η αναμόρφωση της προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στην ΕΕ θα ενδυναμώσει τα δικαιώματα των πολιτών, παρέχοντάς τους καλύτερο έλεγχο των δεδομένων τους και διασφαλίζοντας ότι η ιδιωτική τους ζωή θα εξακολουθήσει να προστατεύεται στην ψηφιακή εποχή.

Νομική βάση

Άρθρο 16 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ).

Άρθρα 7 και 8 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ.

Στόχοι

Η Ένωση πρέπει να εξασφαλίσει τη συνεπή εφαρμογή του θεμελιώδους δικαιώματος στην προστασία των δεδομένων, το οποίο κατοχυρώνεται στον Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ. Η θέση της ΕΕ στον τομέα της προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα πρέπει να ενισχυθεί στο πλαίσιο όλων των πολιτικών της ΕΕ, περιλαμβανομένων των τομέων της επιβολής του νόμου και της πρόληψης του εγκλήματος, καθώς και του τομέα των διεθνών σχέσεων, ιδίως σε μια παγκόσμια κοινωνία που χαρακτηρίζεται από ταχείες τεχνολογικές αλλαγές.

Επιτεύγματα

A. Θεσμικό πλαίσιο

1. Συνθήκη της Λισαβόνας

Πριν τεθεί σε ισχύ η Συνθήκη της Λισαβόνας, η νομοθεσία για την προστασία των

δεδομένων στον Χώρο Ελευθερίας, Ασφάλειας και Δικαιοσύνης (ΧΕΑΔ) διακρινόταν μεταξύ του πρώτου πυλώνα (προστασία δεδομένων για προσωπικούς και εμπορικούς σκοπούς με τη χρήση της κοινοτικής μεθόδου) και του τρίτου πυλώνα (προστασία των δεδομένων για σκοπούς επιβολής του νόμου σε διακυβερνητικό επίπεδο). Συνεπώς, οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων στους δύο τομείς ακολουθούσαν διαφορετικούς κανόνες. Η δομή των πυλώνων έχει απαλειφθεί με τη Συνθήκη της Λισαβόνας, η οποία παρέχει πιο στέρεα βάση για την ανάπτυξη ενός σαφέστερου και αποδοτικότερου συστήματος προστασίας των δεδομένων, ενώ ταυτόχρονα καθορίζει νέες εξουσίες για το Κοινοβούλιο, το οποίο καθίσταται συ νομοθέτης. Το άρθρο 16 της ΣΛΕΕ προβλέπει ότι το Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο θεσπίζουν κανόνες σχετικά με την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τα θεσμικά και λοιπά όργανα και τους οργανισμούς της Ένωσης, καθώς και από τα κράτη μέλη κατά την άσκηση δραστηριοτήτων που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του δικαίου της Ένωσης.

2. Στρατηγικές κατευθύνσεις στον χώρο της ελευθερίας, ασφάλειας και δικαιοσύνης
Ύστερα από τα προγράμματα του Τάμπερε και της Χάγης (του Οκτωβρίου 1999 και του Νοεμβρίου 2004, αντιστοίχως), τον Δεκέμβριο του 2009 το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο ενέκρινε το πολυετές πρόγραμμα για τον ΧΕΑΔ για την περίοδο 2010-2014: το πρόγραμμα της Στοκχόλμης. Στα συμπεράσματά του, τον Ιούνιο του 2014, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο προσδιόρισε τις στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές του νομοθετικού και επιχειρησιακού προγραμματισμού για τα προσεχή χρόνια εντός του ΧΕΑΔ, σύμφωνα με το άρθρο 68 της ΣΛΕΕ. Ένας από τους κύριους στόχους είναι η καλύτερη προστασία των προσωπικών δεδομένων στην ΕΕ. Το 2017 θα λάβει χώρα ενδιάμεση επανεξέταση των κατευθυντήριων γραμμών.

Β. Κύριες νομοθετικές πράξεις για την προστασία των δεδομένων

1. Χάρτης των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ

Τα άρθρα 7 και 8 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ αναγνωρίζουν το σεβασμό της ιδιωτικής ζωής και την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα ως στενά συνδεδεμένα, αλλά ξεχωριστά, θεμελιώδη δικαιώματα. Ο Χάρτης είναι ενσωματωμένος στη Συνθήκη της Λισαβόνας και είναι νομικά δεσμευτικός για τα όργανα και τους οργανισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και για τα κράτη μέλη κατά την εφαρμογή του δικαίου της ΕΕ.

2. Συμβούλιο της Ευρώπης

α Η Σύμβαση 108 του 1981

Η Σύμβαση 108 του Συμβουλίου της Ευρώπης της 28ης Ιανουαρίου 1981 περί προστασίας

των προσώπων έναντι της αυτοματοποιημένης επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα είναι η πρώτη νομικά δεσμευτική διεθνής πράξη που θεσπίστηκε στον τομέα της προστασίας των δεδομένων. Σκοπός της είναι «η διασφάλιση [...] σε κάθε φυσικό πρόσωπο [...] του σεβασμού των δικαιωμάτων του και των θεμελιωδών ελευθεριών του, και ιδίως του δικαιώματός του στην ιδιωτική ζωή, έναντι της αυτοματοποιημένης επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα».

β Η Ευρωπαϊκή Σύμβαση για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου (ΕΣΔΑ)

Το άρθρο 8 της Σύμβασης της 4ης Νοεμβρίου 1950 για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των θεμελιωδών ελευθεριών θεσπίζει το δικαίωμα στο σεβασμό της ιδιωτικής και της οικογενειακής ζωής: «Παν πρόσωπον δικαιούται εις τον σεβασμόν της ιδιωτικής και οικογενειακής ζωής του, της κατοικίας του και της αλληλογραφίας του».

3. Σημερινές νομοθετικές πράξεις της ΕΕ περί προστασίας των δεδομένων

Ως συνέπεια της παλιάς δομής των πυλώνων, σήμερα ισχύουν διαφορετικές νομοθετικές πράξεις. Αυτές περιλαμβάνουν νομοθετικές πράξεις του πρώην πρώτου πυλώνα, όπως η οδηγία 95/46/EK για την προστασία των δεδομένων, η οδηγία 2002/58/EK (που τροποποιήθηκε το 2009) για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, η οδηγία 2006/24/EK για τη διατήρηση δεδομένων (η οποία κηρύχθηκε άκυρη από το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο στις 8 Απριλίου 2014 επειδή είναι σε μεγάλο βαθμό ασύμβατη με την ιδιωτική ζωή και την προστασία των δεδομένων) και ο κανονισμός (ΕΚ) 45/2001 σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τα όργανα και τους οργανισμούς της Κοινότητας, καθώς και πράξεις του πρώην τρίτου πυλώνα, όπως η απόφαση-πλαίσιο του Συμβουλίου του Νοεμβρίου 2008 για την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που υποβάλλονται σε επεξεργασία στο πλαίσιο της αστυνομικής και δικαστικής συνεργασίας σε ποινικές υποθέσεις. Προσεχώς αναμένεται να τεθεί σε ισχύ ένα νέο πλήρες νομικό πλαίσιο περί προστασίας δεδομένων σε επίπεδο ΕΕ.

α Οδηγία για την προστασία των δεδομένων (95/46/EK) — προς κατάργηση τον Μάιο του 2018

Η οδηγία 95/46/EK, της 24ης Οκτωβρίου 1995, για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών αποτελεί το βασικότερο νομοθέτημα για την προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στην ΕΕ. Η οδηγία θεσπίζει γενικούς κανόνες περί της νομιμότητας της επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, καθορίζει τα δικαιώματα των προσώπων τα οποία αφορούν τα δεδομένα και προβλέπει τη θέσπιση εθνικών ανεξάρτητων εποπτικών αρχών. Η οδηγία ορίζει επίσης ότι η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα επιτρέπεται μόνο εφόσον το πρόσωπο στο οποίο

αναφέρονται τα δεδομένα έχει δώσει τη ρητή του συγκατάθεση για την επεξεργασία τους και έχει ενημερωθεί εκ των προτέρων σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων.

β Οδηγία πλαίσιο του Συμβουλίου (2008/977/ΔΕΥ) — προς κατάργηση τον Μάιο του 2018

Η απόφαση πλαίσιο 2008/977/ΔΕΥ του Συμβουλίου, της 27ης Νοεμβρίου 2008, για την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που τυγχάνουν επεξεργασίας στο πλαίσιο της αστυνομικής και δικαστικής συνεργασίας σε ποινικές υποθέσεις, ρυθμίζει την προστασία των δεδομένων στο πλαίσιο του πρώην τρίτου πυλώνα. Πρόκειται για έναν τομέα που δεν καλύπτεται από την οδηγία 95/46/ΕΚ, η οποία εφαρμόζεται στην επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πλαίσιο του πρώην πρώτου πυλώνα. Η απόφαση πλαίσιο αφορά μόνο αστυνομικά και δικαστικά δεδομένα που ανταλλάσσονται μεταξύ κρατών μελών, αρχών και συνδεδεμένων συστημάτων της ΕΕ, και δεν καλύπτει τα εγχώρια δεδομένα.

4. Ευρωπαϊός Επόπτης Προστασίας Δεδομένων και ομάδα εργασίας κατά το άρθρο 29 Ο Ευρωπαϊός Επόπτης Προστασίας Δεδομένων (ΕΕΠΔ) είναι ανεξάρτητη εποπτική αρχή που εξασφαλίζει ότι τα όργανα και οι οργανισμοί της ΕΕ τηρούν τις υποχρεώσεις τους ως προς την προστασία των δεδομένων, όπως προβλέπονται στον κανονισμό για την προστασία των δεδομένων (ΕΚ) αριθ. 45/2001. Τα κύρια καθήκοντα του ΕΕΠΔ είναι η εποπτεία, η γνωμοδότηση και η συνεργασία. Η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 είναι ένα ανεξάρτητο συμβουλευτικό όργανο για την προστασία των δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής, το οποίο δημιουργήθηκε βάσει του άρθρου 29 της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων. Απαρτίζεται από αντιπροσώπους των εθνικών αρχών προστασίας των δεδομένων της ΕΕ, του ΕΕΠΔ και της Επιτροπής. Εκδίδει συστάσεις, γνωμοδοτήσεις και έγγραφα εργασίας. Η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 θα αντικατασταθεί από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Προστασίας των Δεδομένων στο πλαίσιο του νέου γενικού κανονισμού για την προστασία των δεδομένων.

5. Μεταρρύθμιση της προστασίας των δεδομένων στην ΕΕ — προς εφαρμογή από τον Μάιο του 2018

Στις 25 Ιανουαρίου 2012, η Επιτροπή εξέδωσε ευρεία νομοθετική δέσμη με σκοπό τη μεταρρύθμιση της νομοθεσίας της ΕΕ σχετικά με την προστασία δεδομένων. Η μεταρρύθμιση αποσκοπεί στην προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σε ολόκληρη την ΕΕ, ενισχύοντας τον έλεγχο των χρηστών επί των δεδομένων που τους αφορούν και περικύπτοντας το κόστος για τις επιχειρήσεις. Η τεχνολογική πρόοδος και η παγκοσμιοποίηση έχουν μεταβάλει εκ βάθρων τον τρόπο συλλογής, πρόσβασης και

χρήσης των δεδομένων. Επιπλέον, τα 28 κράτη μέλη έχουν εφαρμόσει τους κανόνες του 1995 με διαφορετικούς τρόπους. Ένας ενιαίος νόμος θα εξαλείψει τον σημερινό κατακερματισμό και τις δαπανηρές διοικητικές επιβαρύνσεις. Τούτο θα συμβάλει στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, παρέχοντας την τόσο απαραίτητη ώθηση στην ανάπτυξη, την απασχόληση και την καινοτομία στην Ευρώπη. Η δέσμη περιλαμβάνει ανακοίνωση πολιτικής επί των βασικών πολιτικών στόχων της μεταρρύθμισης, πρόταση γενικού κανονισμού για τον εκσυγχρονισμό των αρχών που κατοχυρώνονται στην οδηγία του 1995 για την προστασία των δεδομένων, και πρόταση ειδικής οδηγίας σχετικά με την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στον τομέα της αστυνομικής και δικαστικής συνεργασίας σε ποινικές υποθέσεις. Τον Δεκέμβριο του 2015, το Κοινοβούλιο (σε επίπεδο επιτροπής) και το Συμβούλιο (σε πρεσβευτικό επίπεδο) έφτασαν σε συμφωνία σχετικά με τους νέους κανόνες προστασίας των δεδομένων ύστερα από τρία περίπου έτη μακρών διαπραγματεύσεων. Νέοι κανόνες δημοσιεύθηκαν τον Απρίλιο του 2016 και θα τεθούν σε εφαρμογή από τον Μάιο του 2018:

Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, 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/ΕΚ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων)

Οδηγία (ΕΕ) 2016/680 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, 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.

Ο ρόλος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου

Το Κοινοβούλιο ανέκαθεν επέμενε στην ανάγκη της επίτευξης ισορροπίας ανάμεσα στην ενίσχυση της ασφάλειας και στην προστασία της ιδιωτικής ζωής και των προσωπικών δεδομένων. Ενέκρινε διάφορα ψηφίσματα σχετικά με αυτά τα ευαίσθητα θέματα, αποδίδοντας ιδιαίτερη σημασία στη διαμόρφωση της γενικής εικόνας προσώπου βάσει εθνοτικών ή φυλετικών στοιχείων, στην απόφαση του Συμβουλίου του Prüm για τη διασυνοριακή συνεργασία στον τομέα της καταπολέμησης της τρομοκρατίας και του διασυνοριακού εγκλήματος, στη χρήση σαρωτών σώματος για την ενίσχυση της ασφάλειας των αερομεταφορών, στα βιομετρικά στοιχεία στα διαβατήρια και στην κοινή προξενική εγκύκλιο, στη διαχείριση των συνόρων, στο διαδίκτυο και στην εξόρυξη δεδομένων.

Η Συνθήκη της Λισαβόνας εισήγαγε περισσότερη λογοδοσία και νομιμότητα στον ΧΕΑΔ, γενικεύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο, με ορισμένες εξαιρέσεις, την κοινοτική μέθοδο, που καλύπτει τη λήψη αποφάσεων με πλειοψηφία στο Συμβούλιο καθώς και τη συνήθη νομοθετική διαδικασία (προηγούμενως γνωστή ως συναπόφαση). Όσον αφορά τις διεθνείς συμφωνίες, θεσπίστηκε νέα διαδικασία (η «έγκριση»). Το Κοινοβούλιο χρησιμοποίησε αυτές τις εξουσίες τον Φεβρουάριο του 2010 όταν απέρριψε την προσωρινή εφαρμογή της συμφωνίας για το πρόγραμμα παρακολούθησης της χρηματοδότησης της τρομοκρατίας (TFTP) (προγενέστερα γνωστή ως συμφωνία SWIFT), στις διαβιβάσεις τραπεζικών δεδομένων στις ΗΠΑ για σκοπούς καταπολέμησης της τρομοκρατίας. Ύστερα από την έγκριση του ψηφίσματος του Κοινοβουλίου της 8ης Ιουλίου 2010, η συμφωνία TFTP τέθηκε σε ισχύ τον Αύγουστο του 2010. Τον Ιούλιο του 2011, η Επιτροπή ενέκρινε ανακοίνωση σχετικά με τις βασικές επιλογές όσον αφορά τη δημιουργία ενός Ευρωπαϊκού Συστήματος Παρακολούθησης της Χρηματοδότησης της Τρομοκρατίας (TFTS), για το οποίο το Κοινοβούλιο εξέφρασε αμφιβολίες. Τον Νοέμβριο του 2013, η Επιτροπή ανακοίνωσε την πρόθεσή της να μην υποβάλει σε αυτό το στάδιο πρόταση για ένα TFTS της ΕΕ.

Ένα άλλο ζήτημα κρίσιμης σημασίας είναι η συμφωνία μεταξύ της ΕΕ και των ΗΠΑ σχετικά με τις καταστάσεις με τα ονόματα των επιβατών (PNR) για την επεξεργασία και τη διαβίβαση δεδομένων PNR από αερομεταφορείς στο Υπουργείο Εθνικής Ασφάλειας των ΗΠΑ. Ύστερα από τη συγκατάθεση του Κοινοβουλίου, το Συμβούλιο ενέκρινε, τον Απρίλιο του 2012, απόφαση σχετικά με τη σύναψη νέας συμφωνίας, η οποία αντικατέστησε την προηγούμενη συμφωνία μεταξύ ΕΕ και ΗΠΑ για τα δεδομένα PNR, η οποία εφαρμοζόταν προσωρινά από το 2007 και μετά.

Το Φεβρουάριο του 2011, η Επιτροπή υπέβαλε πρόταση οδηγίας σχετικά με την χρήση δεδομένων PNR για την πρόληψη, ανίχνευση, διερεύνηση και δίωξη τρομοκρατικών και άλλων σοβαρών εγκλημάτων (PNR ΕΕ). Τον Ιούνιο του 2013, η Ολομέλεια του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου αποφάσισε να αναπέμψει το ζήτημα στην Επιτροπή Πολιτικών Ελευθεριών, Δικαιοσύνης και Εσωτερικών Υποθέσεων (LIBE), η οποία, τον Απρίλιο του 2013, ψήφισε κατά της πρότασης της ΕΕ για τα δεδομένα PNR διότι αμφέβαλλε για την αναλογικότητα και την συμμόρφωσή της με τα θεμελιώδη δικαιώματα. Μετά τις τρομοκρατικές επιθέσεις στο Παρίσι το 2015 και τις νέες ανησυχίες για πιθανές απειλές εναντίον της εσωτερικής ασφάλειας της ΕΕ που θέτουν οι λεγόμενοι ξένοι μαχητές, η συζήτηση επί της πρότασης για τα δεδομένα PNR στην ΕΕ απέκτησε νέα ώθηση. Τον Δεκέμβριο του 2015, το Κοινοβούλιο (σε επίπεδο επιτροπής) και το Συμβούλιο (σε

πρεσβευτικό επίπεδο) κατέληξαν σε συμβιβαστική λύση για το ευαίσθητο αυτό ζήτημα. Η οδηγία (ΕΕ) 2016/681 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Απριλίου 2016, σχετικά με τη χρήση των δεδομένων που περιέχονται στους φακέλους επιβατών (PNR) για την πρόληψη, ανίχνευση, διερεύνηση και δίωξη τρομοκρατικών και σοβαρών εγκλημάτων θα πρέπει να έχει μεταφερθεί στο εθνικό δίκαιο έως τις 25 Μαΐου 2018.

Το Κοινοβούλιο θα συμμετάσχει στην έγκριση (σύμφωνα με τη διαδικασία έγκρισης) μιας νομικά δεσμευτικής συμφωνίας πλαισίου με τις ΗΠΑ σχετικά με την ανταλλαγή πληροφοριών και την προστασία των δεδομένων, γνωστή ως συμφωνία-ομπρέλα. Ο στόχος είναι να εξασφαλιστεί υψηλό επίπεδο προστασίας των προσωπικών στοιχείων που διαβιβάζονται στο πλαίσιο της διατλαντικής συνεργασίας για την καταπολέμηση της τρομοκρατίας και του οργανωμένου εγκλήματος. Η υπογραφή του νόμου περί δικαστικής προσφυγής από τον Πρόεδρο Ομπάμα τον Φεβρουάριο του 2016 άνοιξε τον δρόμο για την υπογραφή της συμφωνίας-ομπρέλας ΕΕ-ΗΠΑ στις 2 Ιουνίου 2016. Παράλληλα, τέθηκε σε εφαρμογή η «Ασπίδα Προστασίας της Ιδιωτικής Ζωής ΕΕ-ΗΠΑ», ώστε να διασφαλίσει υψηλό επίπεδο προστασίας των δεδομένων για διαβιβάσεις εμπορικών δεδομένων. Η Ασπίδα Προστασίας της Ιδιωτικής Ζωής αποτυπώνει τις απαιτήσεις που έθεσε το Δικαστήριο της ΕΕ στην απόφασή του τον Οκτώβριο του 2015, η οποία κήρυξε άκυρο το παλαιό πλαίσιο του «ασφαλούς λιμένα» (εθελοντικά πρότυπα προστασίας των δεδομένων για εταιρείες τρίτων χωρών που διαβιβάζουν προσωπικά δεδομένα πολιτών της ΕΕ στις ΗΠΑ). Η Επιτροπή ενέκρινε την εκτελεστική απόφαση σύμφωνα με την οδηγία 95/46/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την επάρκεια της προστασίας που παρέχεται από την Ασπίδα Προστασίας της Ιδιωτικής Ζωής ΕΕ-ΗΠΑ στις 12 Ιουλίου 2016, η οποία τέθηκε αμέσως σε ισχύ. Από την 1η Αυγούστου 2016, οι εταιρείες μπορούν να προσχωρούν στην Ασπίδα Ιδιωτικής Ζωής με το Υπουργείο Εμπορίου των ΗΠΑ, το οποίο στη συνέχεια ελέγχει εάν οι πολιτικές τους στον τομέα της ιδιωτικότητας συνάδουν με τα υψηλά πρότυπα προστασίας των δεδομένων που απαιτούνται από την Ασπίδα Ιδιωτικής Ζωής. Στο ψήφισμά του της 26ης Μαΐου 2016 για τις διατλαντικές ροές δεδομένων, το Κοινοβούλιο χαιρέτισε τις προσπάθειες για την επίτευξη ουσιαστικών βελτιώσεων στην Ασπίδα Ιδιωτικής Ζωής σε σύγκριση την απόφαση περί ασφαλούς λιμένα την οποία αντικατέστησε, και εξέφρασε ορισμένες κριτικές.

Στις 12 Μαρτίου 2014, το Κοινοβούλιο ενέκρινε ψήφισμα σχετικά με το πρόγραμμα παρακολούθησης της υπηρεσίας NSA των ΗΠΑ και τα όργανα παρακολούθησης της Εθνικής Υπηρεσίας Ασφάλειας των Ηνωμένων Πολιτειών σε διάφορα κράτη μέλη και τον

αντίκτυπό τους στα θεμελιώδη δικαιώματα των πολιτών της ΕΕ και τη διατλαντική συνεργασία στον τομέα της Δικαιοσύνης και των Εσωτερικών Υποθέσεων. Με το ψήφισμα αυτό ολοκληρώθηκε η εξάμηνη έρευνα του Κοινοβουλίου σχετικά με την ηλεκτρονική μαζική παρακολούθηση πολιτών της ΕΕ, η οποία ακολούθησε τις αποκαλύψεις του Ιουνίου 2013 για εικαζόμενη κατασκοπεία από τις ΗΠΑ και ορισμένες χώρες της ΕΕ. Στο ψήφισμά του, το Κοινοβούλιο ζήτησε την αναστολή των αρχών ασφαλούς λιμένα για την προστασία της ιδιωτικής ζωής και του προγράμματος παρακολούθησης της χρηματοδότησης της τρομοκρατίας. Στις 29 Οκτωβρίου 2015, το Κοινοβούλιο ενέκρινε ψήφισμα σχετικά με τη συνέχεια που δόθηκε στο ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 12ης Μαρτίου 2014 σχετικά με τη μαζική ηλεκτρονική παρακολούθηση πολιτών της ΕΕ, στο οποίο επανέλαβε την έκκλησή του για αναστολή των αρχών ασφαλούς λιμένα για την προστασία της ιδιωτικής ζωής και του προγράμματος παρακολούθησης της χρηματοδότησης της τρομοκρατίας.

Το Κοινοβούλιο συμμετέχει, στο πλαίσιο της συνήθους νομοθετικής διαδικασίας, στην έγκριση της μεταρρύθμισης της προστασίας των δεδομένων (βλ. προηγούμενο τμήμα). Οι νέοι κανόνες περί προστασίας των δεδομένων θα ενισχύσουν τα θεμελιώδη δικαιώματα των πολιτών στην ψηφιακή εποχή και θα διευκολύνουν την επιχειρηματικότητα απλοποιώντας τους κανόνες για τις επιχειρήσεις στην ψηφιακή ενιαία αγορά.

4.2. Το Δίκαιο στην Ελλάδα

4.2.1. Νόμος 2472/1997, Προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

Η επεξεργασία προσωπικών δεδομένων εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής και προστασίας του Ν. 2472/97: η εν λόγω επεξεργασία υπόκειται στους κανόνες που αφορούν τη θεμελίωση της επεξεργασίας σε ένα νόμιμο λόγο (άρθρο 5), τις βασικές αρχές επεξεργασίας (άρθρο 4) καθώς και τις ειδικότερες ουσιαστικές και διαδικαστικές προϋποθέσεις αυτής (άρθρα 6 και 7). Η αρχική επιλογή του νομοθέτη συνίστατο στην καθιέρωση γενικής υποχρέωσης γνωστοποίησης ή/και αίτησης για παροχή προηγούμενης άδειας (στην περίπτωση των ευαίσθητων δεδομένων). Η συνειδητοποίηση του τεράστιου όγκου δουλειάς και της υπέρμετρης επιβάρυνσης που συνεπέφερε αυτή η επιλογή, οδήγησε την Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων να προτείνει στην Κυβέρνηση να αποδεχθεί, καθώς και στο Κοινοβούλιο να ψηφίσει την εξαίρεση κατηγοριών προσωπικών δεδομένων από τις προαναφερόμενες υποχρεώσεις.

Μία από τις εξαιρέσεις από τις υποχρεώσεις γνωστοποίησης/αίτησης αδειας που προέβλεπε ο Ν. 2819/2000 ήταν η επεξεργασία, εφόσον πραγματοποιείται αποκλειστικά

για σκοπούς που συνδέονται άμεσα με τη σχέση εργασίας ή έργου και είναι αναγκαία για την εκπλήρωση υποχρέωσης που επιβάλλει ο νόμος ή για την εκτέλεση σύμβασης, και αφού το υποκείμενο έχει προηγουμένως ενημερωθεί (άρθρο 7α).

4.2.2. Νόμος 3471/2006, Προστασία των προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών

Ο Ν. 3471/2006 αντικατέστησε το Ν.2774/1994, καθώς με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και την εξέλιξη των επικοινωνιών, δημιουργήθηκε η ανάγκη προστασίας των ηλεκτρονικών γενικότερα και όχι αποκλειστικά των τηλεπικοινωνιών. Το άρθρο 4 παρ. 2 του Ν. 3471/2006 ορίζεται "πως απαγορεύεται η ακρόαση, υποκλοπή αποθήκευση ή άλλο είδος παρακολούθησης ή επιτήρησης των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και των συναφών δεδομένων κίνησης και θέσης, εκτός αν προβλέπεται από το νόμο", ενώ το άρθρο 15 παρ. 1 "τιμωρεί ειδικότερα με φυλάκιση τουλάχιστον ενός έτους και χρηματική ποινή δέκα χιλιάδων έως εκατό χιλιάδων ευρώ αυτόν που

- μεταξύ άλλων - λαμβάνει γνώση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα χρηστών στο πλαίσιο της παροχής στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρικών επικοινωνιών σε δημόσια δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών".

Η ρύθμιση αυτή σημαίνει πως για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στο πεδίο των παρεχομένων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών ο ν. 3471/2006 υπερισχύει του ν.2472/1997, συνεπώς εφαρμόζεται για τις παρεχόμενες στο κοινό υπηρεσίες επικοινωνίας μέσω του Διαδικτύου. Το να λάβει κάποιος κατά παράβαση του νόμου γνώση των προσωπικών δεδομένων χρηστών στο πλαίσιο δημόσιων δικτύων ηλεκτρονικών επικοινωνιών τιμωρείται πάντα κατά το άρθρο 15 παρ. 1 του ν.3471/2006. Το ίδιο συμβαίνει και εάν τα προσωπικά δεδομένα συνιστούν ταυτόχρονα και επαγγελματικά απόρρητα. Για την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων που πραγματοποιείται στο πλαίσιο μη διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών συνεχίζει να εφαρμόζεται ο ν. 2472/1997.

4.2.3. Νόμος 3917/2011

Ο Νόμος 3917/2011 μετά από την ενσωμάτωση της οδηγίας 2006/24/EK, καθώς και την τροποποίηση της οδηγίας 2002/25/EK, προβλέπει κανονιστικές ρυθμίσεις για τη διατήρηση δεδομένων που παράγονται ή υποβάλλονται σε επεξεργασία σε συνάρτηση με την παροχή διαθέσιμων στο κοινό υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών ή δημοσίων δικτύων επικοινωνιών, χρήση συστημάτων επιτήρησης με τη λήψη ή καταγραφή ήχου ή εικόνας σε δημόσιους χώρους.

5. Οικονομική Εκμετάλλευση Προσωπικών Στοιχείων

5.1. Το δικαίωμα οικονομικής εκμετάλλευσης των στοιχείων της προσωπικότητας (right of publicity)

Τα τελευταία χρόνια, η χρησιμοποίηση του ονόματος, της εικόνας, ακόμα και της φωνής γνωστών προσωπικοτήτων, -ιδίως από τον κόσμο του θεάματος, της τέχνης, της μόδας και των σπορ, για την προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών, έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις. Η εικόνα ή το όνομα επώνυμων προσώπων χρησιμοποιείται σε διάφορα προϊόντα, όπως σε είδη ένδυσης, ημερολόγια, ακόμα και σε μοντέλα αυτοκινήτων⁶³, ή συνοδεύει τη διαφήμιση κάθε είδους προϊόντων ή υπηρεσιών.

Έχει δηλαδή διαπιστωθεί ότι τα προαναφερθέντα στοιχεία της προσωπικότητας προσώπων που βρίσκονται στη δημοσιότητα έχουν διαφημιστική αξία, διότι η χρήση τους μαζί με τα διαφημιζόμενα προϊόντα ή τις υπηρεσίες προδιαθέτει ευνοϊκά τον καταναλωτή⁶⁴, χωρίς αυτό βέβαια, να αποκλείει την οικονομική εκμετάλλευση στοιχείων της προσωπικότητας και ατόμων απλά της καθημερινής επικαιρότητας. Η νέα αυτή διαφημιστική μέθοδος, η οποία ονομάζεται διεθνώς “personality merchandising”, έχει γνωρίσει μεγάλη άνθηση τις τελευταίες τρεις δεκαετίες.

Είναι εμφανές στην προκειμένη περίπτωση ότι πρόκειται για μία διαφορετική μορφή εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας του ατόμου, πιο άμεσης από την απλή χρήση και επεξεργασία προσωπικών δεδομένων για εμπορικούς σκοπούς η οποία καθιερώνει πλέον ένα δικαίωμα, το οποίο είχε ήδη αναγνωριστεί το 1953, στις Η.Π.Α. Πρόκειται για το «δικαίωμα δημοσιότητας» (right of publicity), το οποίο συνίσταται στην αποκλειστική εξουσία του φορέα να χρησιμοποιεί στοιχεία της προσωπικότητάς του (όπως για παράδειγμα την εικόνα και το όνομά του ή πληροφορίες από την ιδιωτική του ζωή) με σκοπό την αποκομιδή οικονομικού οφέλους. Παράλληλα, εμπεριέχει την εξουσία του ατόμου, αφενός, να επιτρέπει σε άλλους την χρησιμοποίηση των στοιχείων αυτών με σκοπό το οικονομικό όφελος και αφετέρου, να εμποδίζει άλλους από την παράνομη, χωρίς τη συναίνεσή του, χρησιμοποίησή τους.

Το δικαίωμα αυτό, προήλθε από το «δικαίωμα του ιδιωτικού βίου» (right of privacy) και, ειδικότερα, από τις περιπτώσεις οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας, καθότι το right of privacy δεν αποδείχθηκε επαρκής προστασία σχετικά με την εκμετάλλευση στοιχείων της προσωπικότητας για διαφημιστικούς-οικονομικούς σκοπούς.

Μάλιστα, τα αμερικανικά δικαστήρια ανέπτυξαν την αρχή ότι στην περίπτωση της

εκμετάλλευσης των στοιχείων μιας δημοσιότητας για διαφημιστικούς σκοπούς δεν προσβάλλεται το δικαίωμα του ιδιωτικού βίου των διασημοτήτων, επειδή τα συγκεκριμένα πρόσωπα επιδιώκουν την δημοσιότητα, εκτός από τις περιπτώσεις που η χρησιμοποίηση των στοιχείων της προσωπικότητάς τους, έχει ιδιαίτερα προσβλητικό χαρακτήρα (offensive use), οπότε μόνο και θα μπορούσαν να επικαλεστούν το δικαίωμα του ιδιωτικού βίου.

Τα επόμενα χρόνια όμως, το γεγονός ότι πρόσωπα της επικαιρότητας, χρησιμοποιούσαν την δημοσιότητά τους, για να αποκομίσουν οικονομικό όφελος με τη σύναψη συμβάσεων διαφήμισης, οδήγησε τα δικαστήρια στην αντίληψη ότι τα πρόσωπα αυτά δεν υφίστανται ηθική βλάβη αλλά περιουσιακή ζημία. Η σκέψη αυτή συμπληρώθηκε από την άποψη του Melvill B. Nimmer –που πρώτος ασχολήθηκε με το νέο αυτό δικαίωμα- ότι το άτομο στις περιπτώσεις αυτές δεν έχει ανάγκη προστασίας από παράνομες προσβολές του ιδιωτικού βίου, αλλά αναγνώρισης ενός δικαιώματος επί της εμπορευματικής αξίας της προσωπικότητάς του.

Είναι χαρακτηριστικό ότι στο αγγλοαμερικανικό δίκαιο γίνεται σαφής διάκριση μεταξύ του right of privacy, το οποίο αποβλέπει στην προστασία των ηθικών συμφερόντων της προσωπικότητας, και του right of publicity, το οποίο είναι το εμπορικοποιημένο δικαίωμα της προσωπικότητας.

5.1.1. Προστατευόμενα στοιχεία της προσωπικότητας

Προστατευόμενα στοιχεία που εμπίπτουν στο πεδίο του ανωτέρω δικαιώματος είναι, καταρχήν η εικόνα του προσώπου, με όποιον τρόπο κι αν έχει η τελευταία ληφθεί, ολικά ή μερικά (λ.χ. προτομή), πλαστικά ή γραφικά (προσωπογραφία, ανδριάντας, φωτογραφία, κινηματογράφηση, προβολή μέσω τηλεόρασης) καθώς και η παρουσίαση της εικόνας αυτής σε τρίτους ή η αναπαραγωγή και διάθεσή της στο κοινό είτε με έκθεση σε κοινή θέα είτε δια του τύπου -αρκεί η εικόνα αυτή να επιτρέπει την αναγνώριση του συγκεκριμένου προσώπου.

Συνεπώς, αποτελεί παράνομη προσβολή του δικαιώματος της προσωπικότητας του ατόμου, η αποκάλυψη πτυχών της ιδιωτικής του ζωής από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης με τη μυστική φωτογράφησή του σε ιδιωτικούς χώρους ή η φωτογράφιση του προσβαλλόμενου και η χρησιμοποίηση της φωτογραφίας του για εμπορική διαφήμιση ή καρτ-ποστάλ. Εξαιρετικά μόνο, επιτρέπεται η φωτογράφιση του προσώπου και η περαιτέρω αναπαραγωγή ή η έκθεσή της, εφόσον υφίσταται συναίνεση του εικονιζόμενου, η οποία δεν υπόκειται σε ορισμένο τύπο και μπορεί να δοθεί ρητά ή σιωπηρά. Μάλιστα, θεωρείται ότι υπάρχει σιωπηρή συναίνεση για λήψη φωτογραφίας και αναπαραγωγή, όταν

για τη λήψη της ο φωτογραφούμενος λαμβάνει αμοιβή.

Στο σημείο αυτό πρέπει να διευκρινισθεί ωστόσο, ότι η συναίνεση του ενδιαφερόμενου για δημοσίευση της φωτογραφίας του δια του τύπου, δεν καλύπτει και τη χρήση της φωτογραφίας του για διαφημιστικούς σκοπούς.

Εξάλλου, η δημοσίευση της φωτογραφίας δια του τύπου ή με άλλο μέσο είναι πιθανό να προσβάλει το δικαίωμα επί της ίδιας εικόνας, όταν στον εικονιζόμενο κατά τη λήψη της φωτογραφίας παρασχέθηκε η υπόσχεση για άλλο είδος διαφήμισης. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση που στον φωτογραφούμενο, κατά τη λήψη της φωτογραφίας, του δηλώθηκε ότι η τελευταία πρόκειται να προβληθεί στην τηλεόραση για συγκεκριμένο σκοπό, πλην όμως, κατά παράβαση της συναίνεσης, η φωτογραφία του δημοσιεύθηκε για εμπορική διαφήμιση ενός προϊόντος. Αυτό συμβαίνει γιατί η τελευταία αυτή δημοσίευση ή προβολή δεν καλύπτεται από τη συναίνεση του εικονιζόμενου, αφού ο τελευταίος παρείχε τη συναίνεσή του για άλλο σκοπό.

Η έλλειψη συναίνεσης, μάλιστα, για τον προαναφερόμενο σκοπό δεν αποτελεί στοιχείο της ιστορικής βάσης της αγωγής του προσβληθέντος κατά του υπόχρεου, με την οποία επιδιώκει αποζημίωση ή χρηματική ικανοποίηση ή άρση της προσβολής, αλλά αντίθετα, η συνδρομή της συναίνεσης πρέπει να προβληθεί και σε περίπτωση αμφισβήτησης να αποδειχθεί από τον εναγόμενο, ο οποίος προτείνει ένσταση ως προς αυτό. Αν, όμως, ο εικονιζόμενος δε λαμβάνει αντάλλαγμα για την παραχώρηση της εικόνας, η απόδειξη αφορά όχι μόνο στη χορήγηση της συναίνεσης εν γένει, αλλά και στην έκτασή της.

Όλα τα προαναφερθέντα πρόσωπα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην κοινωνική ζωή και για τον λόγο αυτό, ο βαθμός έκθεσης των συγκεκριμένων προσώπων είναι μεγαλύτερος από εκείνον των προσώπων της απλής καθημερινότητας, εφόσον, μάλιστα, έχει γίνει δεκτό ότι το μέτρο απορρήτου της ιδιωτικής ζωής είναι αντιστρόφως ανάλογο του βαθμού της έκθεσης κάθε προσώπου στη δημόσια ζωή. Οι επεμβάσεις, ωστόσο, αυτές, είναι ανεκτές από το δίκαιο, μόνο όταν δικαιολογούνται από τα επικρατούντα έθιμα ή από ένα εύλογο κοινωνικό συμφέρον. Αντίθετα, επεμβάσεις και προσβολές της προσωπικότητας που αποβλέπουν στη νοσηρή εκμετάλλευση της περιέργειας του κοινού είναι ασφαλώς αντίθετες στα χρηστά ήθη. Πάντα επομένως, πρέπει να γίνεται σεβαστός ένας απαραβίαστος πυρήνας που απορρέει από την αξιοπρέπεια του ανθρώπου.

Όσον αφορά στα πρόσωπα της σχετικής επικαιρότητας, έχει γίνει δεκτό ότι επεμβάσεις στη ζωή τους είναι θεμιτές μόνο κατά το διάστημα που τα πρόσωπα αυτά απασχολούν την κοινή γνώμη με εξαίρεση την περίπτωση που το ενδιαφέρον αυτό έχει προκληθεί από ένα

συνταρακτικό γεγονός, οπότε το χρονικό αυτό διάστημα παρατείνεται για πολλά χρόνια. Τα όρια, ωστόσο, ανάμεσα στις δύο κατηγορίες των προσώπων της απόλυτης και σχετικής επικαιρότητας είναι καμιά φορά δυσδιάκριτα και το πλαίσιο της ιδιωτικής τους ζωής ασαφές και ρευστό.

Στη σημερινή εποχή όμως, εξίσου ορατός με τον κίνδυνο οικονομικής εκμετάλλευσης της φυσικής - εξωτερικής εικόνας του ανθρώπου, είναι και ο κίνδυνος εμπορευματοποίησης της εικόνας του ψυχικού κόσμου ενός προσώπου. Η σύγχρονη ψυχολογία, εξάλλου, έχει αναπτύξει μεθόδους, οι οποίες επιτρέπουν να σχηματίσει κανείς μια γενική εικόνα και να γνωρίσει το χαρακτήρα ενός προσώπου μέσω εξωτερικών τρόπων έκφρασης. Τέτοιες μέθοδοι ωστόσο, με τις οποίες το άτομο μετατρέπεται σε αντικείμενο πειραματισμού και εμπορίας, θίγει την ίδια την αξία του ανθρώπου. Μόνο η ενσυνείδητη απόφαση του ίδιου είναι δυνατόν να καταστήσει θεμιτή μια συστηματική έρευνα μέσα στον εσωτερικό του κόσμο.

5.1.2. Προστασία του προφορικού και γραπτού λόγου

Ένα δεύτερο προστατευόμενο στοιχείο της προσωπικότητας αποτελεί ο λόγος του ατόμου, προφορικός και γραπτός. Σήμερα, ειδικότερα, με την τεχνική δυνατότητα λήψης τους, η φωνή και ο λόγος του ανθρώπου αποχωρίστηκαν από τον φορέα τους κατά τρόπο ώστε να γίνονται αντικείμενο διάθεσης από κάθε είδους ραδιοτηλεοπτικές ή διαφημιστικές εκπομπές με άμεσο στόχο την προώθηση των πωλήσεων και την προσέλκυση των καταναλωτών.

Η εκμετάλλευση μάλιστα, στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, της φωνής δημόσιων προσώπων (λ.χ. ενός καλλιτέχνη), χωρίς τη συναίνεσή τους, είχε ως αποτέλεσμα, τα δικαστήρια σε πολλές περιπτώσεις να κρίνουν ότι δεν αρκούσε η προστασία του δημιουργήματος ενός καλλιτέχνη αλλά έπρεπε να προστατευτεί και η φωνή του -αν και η αμερικανική νομολογία δεν αναγνώριζε αρχικά ότι η φωνή εμπίπτει στο προστατευτικό πεδίο του right of publicity. Μάλιστα, η προστασία της φωνής, όπως και της εικόνας του προσώπου, στις Η.Π.Α., έχει επεκταθεί και στους σωσίες (voice-alikes, lookalikes), όσον αφορά, βέβαια, στα δημόσια πρόσωπα.

Εκτός από την εκμετάλλευση, όμως του προφορικού λόγου, και η καταγραφή σκέψεων, αποτελεί στοιχείο της προσωπικότητας του συγγραφέα. Κατά συνέπεια, εναπόκειται στην εξουσία του να προσδιορίσει αν και με ποια μορφή θα δοθούν στη δημοσιότητα τα γραπτά του. Επομένως, η, κατά παράβαση των παραπάνω, γνώση του περιεχομένου ενός εγγράφου, ανεξαρτήτως του τρόπου με τον οποίο έγινε, αποτελεί καταρχήν, προσβολή του

δικαιώματος της προσωπικότητας, ενώ σε λίγες περιπτώσεις μόνο, το προσωπικό συμφέρον του συγγραφέα για μη δημοσίευση εμπιστευτικών του σημειώσεων, είναι ενδεχόμενο να υποχωρήσει μπροστά σε ένα εμφανώς υπέρτερο συμφέρον, δημόσιου ή ιδιωτικού δικαίου, που εξυπηρετείται από τη δημοσίευση.

Σε ανάλογη περίπτωση, μάλιστα, κρίθηκε ότι το αν η επεξεργασία και δημοσίευση του προσωπικού ημερολογίου ενός προσώπου της επικαιρότητας είναι νόμιμη ή όχι, υπακούει τόσο στο κριτήριο του κατά πόσο η δημοσίευση αυτή ήταν το πρόσφορο μέσο για την πληροφόρηση της κοινής γνώμης, όσο και στο κατά πόσο η συγκεκριμένη προσβολή ήταν, στο πλαίσιο της αρχής της αναλογικότητας, αναγκαία για την άσκηση του δικαιώματος πληροφόρησης. Και τούτο γιατί, η αξίωση του κοινού για ενημέρωση, δε φτάνει μέχρι του σημείου να απαιτεί αυτό να λαμβάνει γνώση ευαίσθητων στοιχείων και δεδομένων, η οποία έχει ως αποτέλεσμα την προσβολή της προσωπικότητας και την εμπορευματοποίηση του ανθρώπου, έστω κι αν αυτά μπορεί να έχουν ή όχι σημασία για την θεμελίωση του αξιόποινου χαρακτήρα συγκεκριμένων πράξεων.

5.1.3. Προστασία του ονόματος

Στην προστασία του δικαιώματος οικονομικής εκμετάλλευσης των στοιχείων της προσωπικότητας εμπίπτει και το όνομα, σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρ. 58 ΑΚ, αν και σπανιότερα, εξαιτίας του ότι μπορεί να συμπίπτει με άλλο λόγω συνωνυμίας, με αποτέλεσμα να μην αποτελεί τόσο χαρακτηριστικό στοιχείο της ταυτότητας ενός ατόμου. Στην περίπτωση, όμως, παράνομης εκμετάλλευσης του ονόματος ή ψευδωνύμου ενός προσώπου για οικονομικούς σκοπούς, εκμετάλλευση η οποία συνήθως θα ερείδεται στην εμπορικότητα και αποδοχή από το ευρύ κοινό του ονόματος αυτού, προστατεύεται και το τελευταίο ως στοιχείο της προσωπικότητας.

5.1.4. Άλλα στοιχεία της προσωπικότητας

Ωστόσο, η προστασία από την παράνομη εκμετάλλευση των στοιχείων της προσωπικότητας, δεν εξαντλείται στα προαναφερθέντα αγαθά, αλλά καταλαμβάνει και κάθε άλλο στοιχείο, στην περίπτωση που αυτό καταστεί αντικείμενο εμπορικής εκμετάλλευσης. Ακόμα και πολύ προσωπικά αντικείμενα, όπως ένα αυτοκίνητο, ένα ποιήμα, ένα ρούχο ή μία φράση μπορεί να έχουν συνδεθεί τόσο στενά με ένα συγκεκριμένο πρόσωπο, ώστε να αναγνωριστούν ως άξια προστασίας. Εξάλλου, όπως έχει διαπιστωθεί, η εξέλιξη της τεχνολογίας και η ανάπτυξη νέων μέσων, καθιστά αναγκαίο να συμπεριλαμβάνονται στο δικαίωμα της προσωπικότητας, (και επομένως και στην προστασία από την οικονομική εκμετάλλευση των στοιχείων της), ολόένα και νέα αγαθά.

5.1.5. Φορείς του δικαιώματος

Στο προστατευτικό πεδίο του δικαιώματος οικονομικής εκμετάλλευσης των στοιχείων της προσωπικότητας του ατόμου εμπίπτει κάθε πρόσωπο που διαθέτει τέτοιου είδους οικονομικώς εκμεταλλεύσιμα αγαθά. Αν και η κατοχύρωση του right of publicity ξεκίνησε από την οικονομική εκμετάλλευση στοιχείων της προσωπικότητας διασημοτήτων, ωστόσο, σύντομα επεκτάθηκε και στην προστασία προσώπων της απλής καθημερινότητας. Αναμφισβήτητα, βέβαια, η χρήση των στοιχείων της προσωπικότητας μιας διασημότητας είναι σαφώς πιο κερδοφόρα καθότι αποβλέπει συνήθως, στην εκμετάλλευση της δημόσιας εικόνας του προσώπου αυτού και της δημοσιότητας που έχει αποκτήσει. Τα στοιχεία των διασημοτήτων, λοιπόν, έχουν μεγαλύτερη εμπορική αξία για τον κόσμο της αγοράς χωρίς ωστόσο αυτό να σημαίνει ότι κάτι τέτοιο δε συμβαίνει, σε μικρότερη βέβαια ίσως κλίμακα και για πρόσωπα της απλής καθημερινότητας, πράγμα που σε πλήθος περιπτώσεων έχει γίνει δεκτό και από τη νομολογία.

Ανάλογη άποψη επικρατεί και στην Αμερική όπου σε περίπτωση που το προσβαλλόμενο πρόσωπο είναι άγνωστο στο πλατύ κοινό, η αξία του στοιχείου της ταυτότητάς του για τον προσδιορισμό της αποζημίωσης υπολογίζεται σύμφωνα με το αντίστοιχο ποσό που πληρώνεται από πρακτορεία modeling σε ερασιτέχνες.

5.1.6. Νομική φύση του δικαιώματος

Ακόμη και σήμερα, διδάσκεται στο ελληνικό δίκαιο ότι όχι μόνο το γενικό δικαίωμα της προσωπικότητας, αλλά και τα δικαιώματα που απορρέουν από αυτό έχουν αποκλειστικά προσωπικό χαρακτήρα. Ωστόσο, πλήρης αποδοχή της γνώμης αυτής θα είχε ως συνέπεια την αδυναμία διάθεσης των ειδικών δικαιωμάτων της προσωπικότητας για εμπορική εκμετάλλευση εφόσον, κατά παραδοσιακή αντίληψη, τα δικαιώματα που απορρέουν από την τελευταία διακρίνονται από τα άυλα αγαθά ως προς το ότι είναι κατά βάση αμεταβίβαστα. Το ότι, βέβαια σήμερα, ορισμένες εκφάνσεις της προσωπικότητας εμπορικοποιούνται, είχε ως αποτέλεσμα το δίκαιο να λάβει υπόψη την εξέλιξη αυτή. Αυτό ωστόσο, δε σημαίνει ότι το δικαίωμα της προσωπικότητας έπαψε να προστατεύει κατά πρώτο λόγο ηθικά συμφέροντα, όπως η τιμή και η αξιοπρέπεια, όμως, το γεγονός ότι στη σημερινή οικονομική πραγματικότητα αναγνωρίζεται εμπορική αξία σε κάποια στοιχεία της προσωπικότητας, οδήγησε και το περιεχόμενο των νομικών θεσμών να προσαρμόζεται στις νέες συνθήκες.

Έτσι, στην Αγγλία το right of publicity, ως εμπορικοποιημένο δικαίωμα της προσωπικότητας θεωρείται ελεύθερα μεταβιβάσιμο και αυτόνομο άυλο αγαθό. Στη Γερμανία ορθότερα, υποστηρίζεται από μερίδα της επιστήμης, ότι οι επιμέρους εκφάνσεις

του δικαιώματος της προσωπικότητας (όπως το δικαίωμα στο όνομα, το δικαίωμα στην ίδια εικόνα, κ.ά.) αποτελούν ένα ενιαίο δικαίωμα, το οποίο, -όπως τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και το δικαίωμα στην επωνυμία, μπορεί να παρουσιάζει μικτό χαρακτήρα, μπορεί δηλαδή να περιλαμβάνει όχι μόνο προσωπικά αλλά και περιουσιακά στοιχεία (μονιστική θεωρία). Με τις προϋποθέσεις λοιπόν, αυτές θα μπορούσε, σύμφωνα με το πρότυπο των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, να επισημανθεί ότι η ουσία ορισμένων επιμέρους δικαιωμάτων της προσωπικότητας προσομοιάζει με αυτή των άυλων αγαθών με μικτό χαρακτήρα και σαν τέτοια, είναι αυτόνομο άυλο αγαθό.

Κατά συνέπεια, τα επί μέρους δικαιώματα της προσωπικότητας που μπορούν να γίνουν αντικείμενο εμπορικής και διαφημιστικής εκμετάλλευσης είναι μεταβιβάστα άυλα αγαθά. Μάλιστα, κατά τη διατύπωση του Γερμανικού Ακυρωτικού, από τη συνταγματικά κατοχυρωμένη αρχή της ελεύθερης ανάπτυξης της προσωπικότητας συνάγεται ότι κάθε άτομο έχει την εξουσία της πνευματικής και οικονομικής αυτοδιάθεσης των επί μέρους δικαιωμάτων που απορρέουν από το γενικό δικαίωμα της προσωπικότητας. Δεν υπάρχει συνεπώς, καμία αμφιβολία ότι οι personality merchandising συμβάσεις είναι έγκυρες, στα πλαίσια βέβαια που δε θίγεται η προσωπική φύση του δικαιώματος της προσωπικότητας.

Ειδικότερα, όμως, ως προς τη δυνατότητα αιτία θανάτου μεταβίβασης του ανωτέρω δικαιώματος, οι γνώμες δίστανται λόγω του προσωποπαγούς του χαρακτήρα. Στην Αμερική, οι περισσότερες πολιτείες αναγνωρίζουν το κληρονομητό του δικαιώματος, ωστόσο, θέτουν κάποιο χρονικό όριο ως προς τη μετά θάνατον προστασία. Με τον τρόπο αυτό, συμβιβάζεται ως ένα βαθμό, από τη μία πλευρά το γεγονός ότι οι κληρονόμοι έχουν συμφέρον να εκμεταλλευτούν οικονομικά κάποια στοιχεία της προσωπικότητας του θανόντος, και από την άλλη το ότι η προσωπικότητα του αποβιώσαντος διάσημου προσώπου, με την πάροδο του χρόνου κάποια στιγμή, γίνεται κοινό αγαθό, κι άρα εκμεταλλεύσιμο πια όχι μόνο από τους κληρονόμους.

Στην ελληνική έννομη τάξη, φαίνεται να γίνεται δεκτή η ύπαρξη και προστασία των εμπορικοποιημένων δικαιωμάτων της προσωπικότητας, άρα και το επιτρεπτό της εν ζωή μεταβίβασής τους. Άλλωστε, και ο Άρειος Πάγος φαίνεται να δέχεται την προστασία των εμπορικοποιημένων δικαιωμάτων της προσωπικότητας, αποφαινόμενος στην ΑΠ 940/1995 ότι «παράνομη προσβολή της προσωπικότητας, η οποία κατά την έννοια της διάταξης αυτής (Α.Κ. 57) απαγορεύεται, συνιστά και η χρησιμοποίηση της εικόνας του προσώπου για εμπορική διαφήμιση προϊόντων χωρίς τη συναίνεσή του. Η απαγόρευση δε αυτή δεν εξαρτάται από τυχόν προσβολή και άλλων εκφάνσεων του προσβαλλομένου στην προσωπικότητά του, όπως η τιμή, η υπόληψη κλπ».

Επιπλέον, όσον αφορά στο επιτρεπτό της αιτία θανάτου μεταβίβασης του δικαιώματος, έχει υποστηριχθεί η ανάλογη εφαρμογή της ΑΚ 932 εδαφ. 3, οπότε η οικογένεια του θανόντος διατηρεί το δικαίωμα οικονομικής εκμετάλλευσης των στοιχείων της προσωπικότητας του τελευταίου, «στο βαθμό που η συγκεκριμένη προβολή, παρουσίαση ή εκπομπή των προσωπικών

δεδομένων δεν εξυπηρετεί το δικαιολογημένο ενδιαφέρον του κοινού για πληροφόρηση και δεν έχει καταστεί κοινόχρηστο αγαθό».

5.2. Προστασία από την οικονομική εκμετάλλευση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και στοιχείων της προσωπικότητας του υποκειμένου

5.2.1. Συνταγματικές προβλέψεις

Το δικαίωμα ελέγχου και διάθεσης των πληροφοριών προσωπικού χαρακτήρα, μέχρι την πρόσφατη συνταγματική αναθεώρηση, καταλαμβάνονταν, σύμφωνα με μία άποψη, από το ρυθμιστικό πεδίο του άρθρ. 9 παρ. 1 του Συντάγματος που προστατεύει την ιδιωτική και οικογενειακή ζωή. Ωστόσο, επειδή είχε παρατηρηθεί ότι η συνταγματική προστασία του παραπάνω άρθρου κάλυπτε μόνο τις πληροφορίες που αφορούν στην ιδιωτική ζωή, ενώ άλλα προσωπικά δεδομένα, όπως για παράδειγμα η συμμετοχή σε σωματείο ή ένωση, δεν εθεωρείτο ότι αναφέρονται στην ιδιωτική ζωή, υποστηρίχθηκε και ορθότερα, ότι ευρύτερο έρεισμα του δικαιώματος αποτελεί το άρθρο 5 παρ. 1 του Συντάγματος, που κατοχυρώνει την ελεύθερη ανάπτυξη της προσωπικότητας ως έκφανση και φανέρωση της ηθικής, πνευματικής και δημιουργικής οντότητας του ανθρώπου και πραγμάτωση της αξίας του. Στο άρθρο αυτό θεμελιώνεται ένα ατομικό (αμυντικό-status negativus) δικαίωμα απόκρουσης κάθε προσβολής της προσωπικότητας από την κρατική εξουσία κι ένα θετικό (κοινωνικό-status positivus) δικαίωμα έναντι του κράτους να παίρνει τα κατάλληλα μέτρα για εξασφάλιση των συνθηκών ανάπτυξής της.

Εξάλλου, και παράλληλα με τα παραπάνω, ας μη λησμονηθεί ότι στον σκληρό πυρήνα του δικαιώματος της προσωπικότητας αλλά και του πληροφοριακού αυτοκαθορισμού, βρίσκεται η διάταξη του άρθρ. 2 παρ.1 του Συντάγματος, που κατοχυρώνει την προστασία της αξίας του ανθρώπου. Είναι η βάση, η αρχή και το τέλος της έννομης τάξης, διακρίνει τον άνθρωπο από τα άλογα όντα και δεν υπόκειται σε περιορισμό ή επιφύλαξη νόμου.

Ως προς ορισμένες άλλες εκφάνσεις του, τέλος, το δικαίωμα πληροφοριακής αυτοδιάθεσης μέχρι πρόσφατα εθεωρείτο ότι μπορούσε να βρει έρεισμα και σε άλλες συνταγματικές διατάξεις. Η ελευθερία της γνώμης και των πεποιθήσεων (άρθρ. 14 παρ.1 Συντ. σε συνδυασμό με άρθρ. 5 παρ.1 Συντ.) και η θρησκευτική ελευθερία (άρθρ. 13 Συντ.), το απόρρητο των ανταποκρίσεων και της επικοινωνίας, που θεμελιώνεται στο άρθρο 19 του

Συντάγματος και το οποίο αποτελεί μία επιπλέον εγγύηση της προσωπικής ελευθερίας και αφορά σε όλα τα μέσα επικοινωνίας, ήδη υπάρχοντα ή μελλοντικά¹⁴⁸, η ελευθερία της συνάθροισης και της ένωσης (άρθρ. 12 Συντ.), η συνδικαλιστική ελευθερία (άρθρ. 22 και 23 Συντ.), η γενική οικονομική ελευθερία και η ελευθερία των συμβάσεων (άρθρ. 5 παρ.1 και 106 παρ.2 Συντ.) και, τέλος, η αρχή της ισότητας (άρθρ. 4 παρ.1 σε συνδυασμό με άρθρ. 2 παρ.1 και άρθρ. 5 παρ.2 Συντ.), συναπαρτίζουν το γενικό πλέγμα των συνταγματικών κανόνων όπου εδραζόταν η προστασία του πληροφοριακού αυτοκαθορισμού και της προσωπικότητας του ατόμου.

Ωστόσο, μετά την τελευταία συνταγματική αναθεώρηση, κατά την οποία προστέθηκε το άρθρο 9Α του Συντάγματος, άνοιξαν οι πύλες για τη θεσμική κατοχύρωση του δικαιώματος πληροφοριακού αυτοκαθορισμού ως αυτοτελούς δικαιώματος και όχι ως έκφανση άλλου δικαιώματος. Το νέο άρθρο που ορίζει ότι : «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.», κατοχυρώνει και ρητά πλέον το ατομικό δικαίωμα προστασίας απέναντι στη συλλογή, αποθήκευση και επεξεργασία, με συμβατικό ή ηλεκτρονικό τρόπο των προσωπικών πληροφοριών ή δεδομένων.

Παράλληλα, όμως και με το νέο άρθρο 5Α του Συντάγματος εισάγονται δύο νέα δικαιώματα. Αρχικά το δικαίωμα πρόσβασης στην πληροφόρηση, το οποίο βέβαια συνάγεται και από τον συνδυασμό μιας ευρείας δέσμης ισχυουσών διατάξεων, όπως τα άρθρα 5 παρ. 1, 14, και 15 του Συντάγματος σε συνάρτηση και με τις διατάξεις διεθνών συνθηκών που διαθέτουν σχετικά αυξημένη τυπική ισχύ, όπως το άρθρο 10 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου. Μάλιστα, το νέο συνταγματικό δικαίωμα αναφέρεται σε όλες τις πηγές πληροφόρησης, δημόσιες και ιδιωτικές, ενώ περιορισμοί μπορούν να επιβληθούν με νόμο στο πλαίσιο της αρχής της αναλογικότητας και μόνο για λόγους εθνικής ασφάλειας, καταπολέμησης του εγκλήματος και προστασίας δικαιωμάτων ή συμφερόντων τρίτων.

Ωστόσο, ιδιαίτερη σημασία για την ψηφιακή εποχή, έχει η παράγραφος

2 του άρθρου 5Α που εισάγει το δικαίωμα συμμετοχής στην κοινωνία της πληροφορίας, δηλαδή την τεχνολογική βάση πάνω στην οποία είναι οργανωμένη η νέα οικονομία και η ψηφιακή εποχή, σε κάθε περίπτωση διασφαλιζόμενων όμως και των επίσης συνταγματικά προστατευόμενων δικαιωμάτων του ιδιωτικού βίου (άρθρο 9), της προστασίας των προσωπικών δεδομένων (άρθρο 9Α) και του απορρήτου των τηλεπικοινωνιών και γενικότερα της ανταπόκρισης (άρθρο 19).

Η εισαγωγή των δύο αυτών νέων άρθρων στο Ελληνικό Σύνταγμα αποτελεί τη συνταγματική επιβεβαίωση και επιστέγαση των βημάτων που είχε ήδη κάνει η ελληνική έννομη τάξη με την υπογραφή της σχετικής σύμβασης του 1981 του Συμβουλίου της Ευρώπης που κυρώθηκε με τον ν. 2068/1992, και την εναρμόνιση με τη σχετική κοινοτική οδηγία 95/46/EK με την ψήφιση του ν. 2472/1997 για την «προστασία από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα».

Με την υποχρέωση σεβασμού τους βαρύνονται όχι μόνο όσοι ασκούν λειτουργίες υπαγόμενοι στο φάσμα των κλασικών κρατικών εξουσιών, αλλά και ιδιώτες ή φυσικά και νομικά πρόσωπα που ενεργούν ως ιδιώτες, στο βαθμό που η δράση τους δεν αναλύεται απλά σε ιδιωτικές ενέργειες και σχέσεις προς συγκεκριμένα πρόσωπα, αλλά επιδρά άμεσα στη δημόσια σφαίρα. Αυτό συμβαίνει ιδίως, όταν οι ενέργειες αυτές απευθύνονται ανοικτά σε αόριστο αριθμό ατόμων, ασκώντας εν τοις πράγμασι εξουσία διαμόρφωσης της γνώμης και βούλησης τους και επηρεάζοντας άμεσα ή έμμεσα την άσκηση δημοσίων δικαιωμάτων και την ανάπτυξη ευχερειών και εκφάνσεων της προσωπικότητάς τους, όπως κατεξοχήν συμβαίνει στην περίπτωση των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών.

Συχνά ωστόσο, η προστασία της ιδιωτικής ζωής και προσωπικότητας έρχεται σε σύγκρουση με την πληροφοριακή λειτουργία που επιτελούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης αλλά και το γενικότερο δικαίωμα του κοινού για πληροφόρηση μέσα σε μία δημοκρατική κοινωνία. Ειδικότερα, το δικαίωμα του ατόμου να ελέγχει τη ροή και αξιοποίηση των προσωπικών του πληροφοριών μπορεί να παρεμποδίσει τόσο την ελευθερία προς συγκέντρωση της ύλης και την ελευθερία δημοσιογραφικής έρευνας, όσο και την ελευθερία δημοσίευσης και διάδοσης του προϊόντος της έρευνας αυτής. Το άρθρο 14 του Συντάγματος προβλέπει εκτεταμένες εγγυήσεις υπέρ της ελευθερίας του τύπου, απαγορεύοντας ρητά τη λογοκρισία και τα άλλα προληπτικά μέτρα. Υποστηρίζεται, μάλιστα, ότι οι ελευθερίες συγκέντρωσης της ύλης και της δημοσίευσης αναφέρονται και στη ραδιοτηλεόραση, αφού αυτή εξαιρείται μόνο από τις προστατευτικές διατάξεις των άρθρων 14 παρ. 2 επ., αλλά όχι από τις γενικές διατάξεις για την ελευθερία έκφρασης.

Εν όψει των παραπάνω, αναφύεται το ζήτημα της επίλυσης της διαφαινόμενης σύγκρουσης του δικαιώματος πληροφοριακής αυτοδιάθεσης με την ελεύθερη λειτουργία των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Η σύγκρουση δύο συνταγματικών δικαιωμάτων δημιουργεί πάντοτε ερμηνευτικές δυσχέρειες. Αφετηρία, πάντως, για την απάντηση στο ζήτημα, αποτελεί η διαπίστωση ότι όλες οι διατάξεις του Συντάγματος διαθέτουν ίδια τυπική ισχύ χωρίς να υπερέχει κάποια *a priori*. Συνακόλουθα, το Σύνταγμα δεν καθιερώνει εκ των προτέρων προβάδισμα υπέρ κάποιας διάταξης αλλά καταλείπει το ζήτημα της άρσης της σύγκρουσης στην εκάστοτε στάθμιση των συγκρουόμενων

συνταγματικών δικαιωμάτων.

Ερμηνευτικό βοήθημα για τη επίλυση της κάθε σύγκρουσης αποτελεί η αρχή της πρακτικής αρμονίας δηλαδή αναζητείται κατά περίπτωση η εναρμόνιση των δύο προστατευόμενων αγαθών, έτσι ώστε να παρέχεται η μεγαλύτερη δυνατή διασφάλιση στο καθένα από τα δύο αγαθά. Στο πεδίο των ατομικών δικαιωμάτων προκρίνεται η ad hoc στάθμιση, λαμβανομένων υπ' όψιν των εκάστοτε περιστάσεων εφόσον η εναρμόνιση των ατομικών ελευθεριών αποτελεί ζήτημα πραγματικό, εξαρτώμενο από τις συντρέχουσες συγκυρίες. Εξάλλου, η αναζήτηση της πρακτικής αρμονίας διευκολύνεται υπό το φως της αντίληψης «των θεμιτών αναγκών της κοινότητας για πληροφόρηση σε μια δημοκρατική κοινωνία».

Η στάθμιση αυτή μεταξύ των δύο προστατευόμενων αγαθών έχει γίνει σε ένα πρώτο επίπεδο από τον νομοθέτη με τον ν. 2472/97, καθώς ένα από τα πεδία που καταλαμβάνει η ρύθμιση του ν. 2472/97 είναι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η υπαγωγή του τύπου και των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας στο ρυθμιστικό αντικείμενο του νόμου υπαγορεύεται από τους ιδιαίτερους κινδύνους, τους οποίους ενέχει η επεξεργασία προσωπικών δεδομένων από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης για τα δικαιώματα των ιδιωτών. Ωστόσο, με την ευρύτητα της διατύπωσής του καταλείπει ευρύ πεδίο στον εφαρμοστή του δικαίου για να προβεί στις εκάστοτε ειδικότερες σταθμίσεις σε κάθε επιμέρους περίπτωση σύγκρουσης.

Σε παρόμοια αποτελέσματα με την αντίληψη της πρακτικής αρμονίας, οδηγεί και η θεωρία της «κοινωνικής προσφορότητας κατά την οποία, ενέργειες που προσβάλλουν έννομα αγαθά τρίτων είναι θεμιτές αν η κοινωνική τους χρησιμότητα δεν είναι δυσανάλογα μικρή σε σχέση με τις βλάβες που προκαλούνται στα θιγόμενα ατομικά αγαθά.

5.2.2. Προστασία με βάση τον Ποινικό Κώδικα

Προστασία των προσωπικών δεδομένων του υποκειμένου στο ποινικό δίκαιο θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι παρέχει το άρθρο 370 Π.Κ. που τιμωρεί την παραβίαση του απορρήτου των επιστολών, ως έκφανσης της ιδιωτικότητας του ατόμου. Παράλληλα, το απόρρητο της τηλεφωνικής επικοινωνίας και της προφορικής συνομιλίας, εκτός κάποιων προβλεπόμενων νόμιμων εξαιρέσεων, προστατεύεται στο άρθρο 370 Α Π.Κ. Στις δύο πρώτες παραγράφους του, το εν λόγω άρθρο προβλέπει, μεταξύ άλλων, ποινές για την υποκλοπή και μαγνητοφώνηση των τηλεφωνικών συνδιαλέξεων, ενώ στην τρίτη παράγραφο τιμωρείται η χρήση των πληροφοριών ή των μαγνητοταινιών που αποκτήθηκαν κατ' αυτόν τον τρόπο.

Το άρθρο 370 Β Π.Κ. προστατεύει τα επιστημονικά και επαγγελματικά απόρρητα επιχειρήσεων του δημοσίου ή ιδιωτικού τομέα, όχι όμως και τα ιδιωτικά απόρρητα, τα οποία τυγχάνουν προστασίας στον Ποινικό Κώδικα μόνο στο πλαίσιο της υποχρέωσης επαγγελματικής εχεμύθειας από τους γιατρούς, δικηγόρους, κληρικούς, νοσοκόμους, φαρμακοποιούς κ.α. σύμφωνα με το πραγματικό του άρθρ. 371 Π.Κ. Σημαντικές, επίσης, για τη διαφύλαξη των προσωπικών δεδομένων είναι και οι διατάξεις του άρθρου 370 Γ του Π.Κ., που τιμωρεί τη χωρίς δικαίωμα αντιγραφή στοιχείων ή πρόσβαση σε στοιχεία υπολογιστή εφόσον γίνεται χωρίς δικαίωμα, ιδίως με παραβίαση απαγορεύσεων ή μέτρων ασφαλείας που είχε λάβει ο νόμιμος κάτοχός τους.

5.2.3. Προστασία με βάση τον Αστικό Κώδικα

Η γερμανική νομολογία εντάσσει, την προστασία της περιουσιακής πλευράς των στοιχείων της προσωπικότητας, στο δικαίωμα της προσωπικότητας, καθότι διαπιστώθηκε ότι η προστασία που προυπήρχε, ιδίως από τις διατάξεις της πνευματικής και βιομηχανικής ιδιοκτησίας, δεν επαρκούσε. Το πρόσωπο, σε περίπτωση προσβολής έχει να επιλέξει ανάμεσα στην ικανοποίηση της ηθικής βλάβης ή την απόδοση του κέρδους με βάση τις διατάξεις περί αδικοπραξίας και αδικαιολόγητου πλουτισμού, κάτι που γίνεται δεκτό και στις Η.Π.Α. Όμως, και στην ελληνική έννομη τάξη, η οικονομική εκμετάλλευση των στοιχείων της προσωπικότητας αντιμετωπίζεται με την ένταξη της προστασίας της περιουσιακής της πλευράς στην ήδη υπάρχουσα προστασία του δικαιώματος της προσωπικότητας (Α.Κ 57), η οποία ως ευρύ δικαίωμα – πλαίσιο, καταλαμβάνει κάθε έκφανση της ατομικότητας του ανθρώπου.

Αντικείμενο, κατά συνέπεια, του δικαιώματος είναι οι διάφορες εκδηλώσεις της σφαίρας της προσωπικότητας του ατόμου. Και τούτο συμβαίνει γιατί εξωτερικά, η προσωπικότητα εμφανίζεται με τις διάφορες εκφάνσεις της, όπως είναι η σωματική ακεραιότητα, η υγεία, η τιμή, το απόρρητο, η εικόνα κ.ά., οι οποίες αποτελούν και το άμεσο αντικείμενο της προσβολής. Το γενικό δε δικαίωμα της προσωπικότητας καλύπτει αυτές τις εκδηλώσεις, αφού αποτελούν το περιεχόμενο της έννοιας προσωπικότητα που προστατεύεται. Η απαρίθμηση των αγαθών που συγκαθορίζουν το περιεχόμενό της δεν είναι εξαντλητική γιατί η προσωπικότητα είναι έννοια ρευστή που προσδιορίζεται και επηρεάζεται από τις εκάστοτε επικρατούσες κοινωνικές και πολιτισμικές συνθήκες. Συνεπώς, η διάταξη του άρθρ. 57 Α.Κ. αποτελεί γενική ρήτρα που επιτρέπει την ένταξη στο δικαίωμα και άλλων εκδηλώσεών του, που θα γεννηθούν με την εξέλιξη της τεχνολογίας και της κοινωνίας.

Σύμφωνα μάλιστα με πάγια θέση της νομολογίας και της θεωρίας, τα αγαθά που

εντάσσονται στην έννοια της προσωπικότητας δεν αποτελούν αυτοτελή δικαιώματα αλλά είναι ιδιαίτερα τμήματά της και η προσβολή του καθενός από αυτά συνεπάγεται προσβολή του συνολικού δικαιώματος. Όσον αφορά μάλιστα, στη χρησιμοποίηση στοιχείων της προσωπικότητας για διαφημιστικούς και εμπορικούς σκοπούς, η ελληνική νομολογία έχει αναγνωρίσει επανειλημμένα ότι η χρησιμοποίηση της εικόνας ενός ατόμου για τους προαναφερόμενους σκοπούς, χωρίς την συναίνεση του δικαιούχου, συνιστά αυτοτελή προσβολή της προσωπικότητάς του, ακόμα και αν δεν εμπεριέχει μείωση της τιμής και της υπόληψής του, παρέχοντας αξίωση για αποζημίωση ή για ικανοποίηση της ηθικής βλάβης.

Ο κυρωτικός μηχανισμός των ΑΚ 57 και 59, ενεργοποιείται κάθε φορά που η επέμβαση στο χώρο της προσωπικότητας είναι σημαντική. Στο πλαίσιο της κοινωνικής συμβίωσης, ορισμένες επεμβάσεις είναι αναπόφευκτες και πρέπει να είναι ανεκτές, ειδικά μάλιστα, όταν πρόκειται για πρόσωπα της σύγχρονης επικαιρότητας, όπως εξάλλου, προαναφέρθηκε. Αυτό είναι και το νόημα της, επικρατούσας στη γερμανική θεωρία, άποψης της «κοινωνικής προσφορότητας» μιας πράξης (Sozialadequanz), η οποία διδάχθηκε στο χώρο της ποινικής επιστήμης από τον Welzel και άλλους Γερμανούς συγγραφείς και οδηγεί σε μια στάθμιση των εκάστοτε συγκρουόμενων συμφερόντων. Κατά τη θεωρία αυτή, μια πράξη που προσβάλλει ή εκθέτει σε κίνδυνο αγαθά του προσώπου (λ.χ. τη ζωή, την τιμή, τη σωματική ακεραιότητα, τη σφαίρα του απορρήτου κ.ά.) είναι κοινωνικά πρόσφορη, και κατά συνέπεια θεμιτή, μόνο αν εμφανίζει κοινωνική χρησιμότητα, δηλαδή εξυπηρετεί έναν τομέα της κοινωνικής ζωής, και δεν προξενεί στο προσβαλλόμενο πρόσωπο ζημία δυσανάλογη με την κοινωνική της χρησιμότητα, δηλαδή ζημία που in concreto δε βρίσκεται σε ορθή αναλογία με το μέγεθος της προσβολής ή της διακινδύνευσης, και συνεπώς δεν είναι ανεκτή από τις επικρατούσες ηθικές αντιλήψεις.

Κατ' εφαρμογή, λοιπόν, της θεωρίας αυτής, στην περίπτωση της γνωστοποίησης και εκμετάλλευσης θεμάτων σχετικών με την προσωπικότητα, πρέπει κάθε φορά να γίνεται στάθμιση αν η «επέμβαση» αυτή είναι κοινωνικά χρήσιμη (πρόσφορη), πράγμα που δε συμβαίνει, όταν η ηθική και υλική ζημία, που υφίσταται το θιγόμενο πρόσωπο, είναι υπέρμετρη και δυσανάλογη, υπερβαίνει δηλαδή τα όρια του εύλογου συμφέροντος και ενδιαφέροντος του κοινού για πληροφόρηση και ενημέρωση. Συνακόλουθα, αν διαπιστωθεί ότι το προσβληθέν αγαθό αποτελεί στοιχείο της προσωπικότητας, κατά την ορθότερη άποψη, είναι δεδομένος και ο παράνομος χαρακτήρας της επέμβασης, υπό την προϋπόθεση ότι δε συντρέχει λόγος που να δικαιολογεί την προσβολή. Προϋποθέσεις για την εφαρμογή των διατάξεων των άρθρων 57 και 59 είναι:

- προσβολή του δικαιώματος της προσωπικότητας, και
- η προσβολή να είναι παράνομη, όπως είναι η προσβολή που γίνεται χωρίς δικαίωμα ή με την άσκηση δικαιώματος το οποίο όμως είτε είναι, από την άποψη της έννομης τάξης, μικρότερης σπουδαιότητας, είτε ασκείται υπό περιστάσεις που καθιστούν την άσκησή του καταχρηστική σύμφωνα με το άρθρ. 281 ΑΚ ή το άρθρ. 25 § 3 του Συντάγματος¹⁶⁴.

Σε περίπτωση προσβολής, λοιπόν κατά τα ανωτέρω, από τον συνδυασμό των άρθρ. 57 - 60 Α.Κ. και 914, 932 Α.Κ. προκύπτει ότι ο προσβαλλόμενος έχει τα ακόλουθα δικαιώματα :

- αξίωση άρσης της προσβολής,
- παράλειψής της στο μέλλον,
- αποζημίωση κατά τις περί αδικοπραξιών διατάξεις
- χρηματική ικανοποίηση λόγω ηθικής βλάβης.

Σε περίπτωση μάλιστα που η προσβολή δεν εκδηλώθηκε ακόμη, υπάρχει όμως κίνδυνος ή υφίστανται σοβαρές πιθανότητες να εκδηλωθεί στο μέλλον, γίνεται δεκτή και η προληπτική αγωγή για παράλειψη, σύμφωνα με την γενικότερη αρχή ότι η πρόληψη της ζημίας είναι προτιμότερη από την καταστολή.

5.3. Η προστασία από την οικονομική εκμετάλλευση των προσωπικών δεδομένων στο δίκαιο προστασίας του καταναλωτή

5.4. Η προστασία από την οικονομική εκμετάλλευση των προσωπικών δεδομένων στον τομέα των τηλεπικοινωνιών

Η ύπαρξη και η δράση ενός ανθρώπου εντός κοινωνίας προϋποθέτει την επικοινωνία με τους άλλους. Η ζωή ενός ανθρώπου είναι στενότερα και αναπόδραστα συνδεδεμένη με την επικοινωνία. Η ανάπτυξη της προσωπικότητας, η συμμετοχή στην κοινωνική, οικονομική, πολιτική ζωή, δικαιώματα που προστατεύονται από το Σύνταγμα (άρθρο 5 § 1) προϋποθέτουν την ανεμπόδιστη ανταλλαγή ιδεών, πληροφοριών, μηνυμάτων. Αλλά και αυτή η ιδιωτική ζωή του ανθρώπου περιλαμβάνει τη σχέση του με τον περιβάλλοντα κόσμο, τις ιδιωτικές σχέσεις του με άλλους ανθρώπους. Οι σχέσεις αυτές προϋποθέτουν, συνεπάγονται ή επιβάλλουν την επικοινωνία υπό τη μορφή της αποστολής μηνυμάτων

(επιστολές, τηλεφωνήματα, φαξ, ηλεκτρονικά μηνύματα). Η ίδια η εσωτερική ολοκλήρωση ενός ανθρώπου προϋποθέτει την ελευθερία της επικοινωνίας, την ελευθερία στην παροχή και πρόσληψη πληροφοριών.

Το ζήτημα και ταυτόχρονα αίτημα της ανεμπόδιστης επικοινωνίας αποκτά στην κοινωνία της πληροφορίας, μιας κοινωνίας διασυνδεδεμένης και διαδραστικής, μία ιδιαίτερη σημασία και βαρύτητα. Οι λεωφόροι των πληροφοριών δεν είναι υπόθεση της τεχνολογίας. Έχουν στενή σχέση με τις ελευθερίες και τα δικαιώματα των χρηστών.

Η ικανότητα της επικοινωνίας και της συμμετοχής έχει από τη μια πλευρά ως προϋπόθεση και ταυτόχρονα συνέπεια την πρόσβαση στις πηγές της πληροφόρησης, την ελευθερία της πληροφορίας. Από την άλλη πλευρά η ικανότητα αυτή περιορίζεται ή και αναιρείται, εάν δεν διασφαλίζεται η εμπιστευτικότητα των επικοινωνιών, το γνωστότερο σε όλους απόρρητο. Ο εμπιστευτικός χαρακτήρας που περιβάλλει μία επικοινωνία διευκολύνει την άσκηση και άλλων συνταγματικών ελευθεριών όπως π.χ. του ιδιωτικού βίου, της ελευθερίας της γνώμης ή ακόμη και της επαγγελματικής ελευθερίας. Η καταγραφή προσωπικών πληροφοριών και η καταγραφή ή παρακολούθηση των επικοινωνιών προσβάλλει την αξία του ανθρώπου και την ελευθερία του αλλά και δυσχεραίνει ουσιαστικά την απόλαυση και άλλων δικαιωμάτων καθώς και την άσκηση και άλλων συνταγματικά προστατευόμενων ελευθεριών. Το δικαίωμα του απορρήτου των επικοινωνιών είναι ένα ιδιαίτερα ευάλωτο. Προσβάλλεται πάντοτε εν κρυπτώ και παραβύστω, η προσβολή θίγει απεριόριστο αριθμό προσώπων, ο δε χαρακτήρας του ως μέσου ενάσκησης και άλλων δικαιωμάτων τα καθιστά και αυτά με τη σειρά τους ευάλωτα .

Η προστασία του απορρήτου της επικοινωνίας

5.5. Η προστασία του απορρήτου της επικοινωνίας

Το απόρρητο των επικοινωνιών από την πλευρά του νομοθέτη αποτελεί την εξέλιξη του παραδοσιακού απορρήτου των επιστολών. Το απόρρητο των επιστολών προστατεύεται στα ελληνικά συντάγματα ήδη από το 1844. Το άρθρο 19 του Συντάγματος 1975/1986/2001 έχει μία - αξιοσημείωτη για την εποχή του - ευρεία και ανοιχτή διατύπωση: Αναφέρεται στο απόρρητο των επιστολών και της ελεύθερης ανταπόκρισης ή επικοινωνίας με οποιονδήποτε άλλο τρόπο και το προσδιορίζει ως απόλυτα απαραβίαστο.

Αντικείμενο της προστασίας δεν είναι το μήνυμα καθεαυτό, το οποίο προστατεύεται από την ελευθερία έκφρασης και διάδοσης της γνώμης, αλλά το απόρρητο του μηνύματος. Η προστασία του απορρήτου αφορά όχι μόνο το παραδοσιακό μέσο των επιστολών αλλά κάθε μορφή ιδιωτικής επικοινωνίας, ανεξάρτητα εάν πρόκειται για επικοινωνία με

προσωπικό ή επαγγελματικό χαρακτήρα. Δεν υπάρχει διαβάθμιση στην προστασία. Το κρίσιμο στοιχείο είναι να πραγματώνεται η επικοινωνία υπό συνθήκες εμπιστευτικότητας.

Η προστασία του απορρήτου αποσκοπεί στη διασφάλιση της ελεύθερης προσωπικής επικοινωνίας, το οποίο όμως δεν διαγράφει μόνο τα όρια της ιδιωτικής σφαίρας που προστατεύει η έννομη τάξη αλλά εγγυάται και το δικαίωμα των ατόμων στην ελεύθερη επικοινωνία με τους άλλους ως προϋπόθεση αυτόνομων εκδηλώσεων, αποφάσεων και δράσεων και προϋποθέτει δύο τουλάχιστον πρόσωπα, τον αποστολέα και τον παραλήπτη του μηνύματος. Το απαραβίαστο των επικοινωνιών που κατοχυρώνει το Σύνταγμα σημαίνει ότι απαγορεύεται κάθε ενέργεια των δημόσιων αρχών προς λήψη γνώσεως ή κοινοποίηση σε τρίτους (αδιάφορο εάν πρόκειται για δημόσιες αρχές ή ιδιώτες) του περιεχομένου ή και αυτού του γεγονότος της επικοινωνίας. Το άρθρο 19 προστατεύει την ελεύθερη επικοινωνία και ανταπόκριση. Η προστασία αφορά όχι μόνο τα γραπτά μηνύματα, αλλά και οποιαδήποτε άλλη μορφή ιδιωτικής, δηλαδή μη δημόσιας, επικοινωνίας. Έτσι προστατεύονται το απόρρητο οι επιστολές, τα τηλεγραφήματα, τα τηλεφωνήματα, τα τέλεξ, τα φαξ, τα e-mails. Η επικοινωνία αρχίζει από τη στιγμή που διατυπώνεται το μήνυμα από τον αποστολέα και τελειώνει μόλις λάβει γνώση του περιεχομένου της και ο παραλήπτης.

Μεγάλο μέρος της θεωρίας υιοθετούσε την άποψη ότι προστατεύεται και το επιμέρους δικαίωμα κάποιου να καθορίζει ελεύθερα το εάν, πότε, πως και με ποιόν θα επικοινωνήσει εμπιστευτικά. Σύμφωνα με την άποψη αυτή, η προστασία του απορρήτου περιελάμβανε όχι μόνο το περιεχόμενο αλλά και τα εξωτερικά στοιχεία της επικοινωνίας, όπως η ταυτότητα των επικοινωνούντων, ο τρόπος, χρόνος και διάρκεια της επικοινωνίας, καθώς και το ίδιο το γεγονός της επικοινωνίας. Αυτό ωστόσο δεν γινόταν δεκτό από τα δικαστήρια και για τον λόγο αυτό η Εθνική Επιτροπή Προστασίας του Απορρήτου των Επικοινωνιών που λειτουργούσε ως Επιτροπή του Κοινοβουλίου πριν την τελευταία αναθεώρηση του Συντάγματος (2001), είχε ζητήσει τη νομοθετική κατοχύρωση των εξωτερικών γνωρισμάτων και δευτερογενών χαρακτηριστικών των επικοινωνιών, η παραβίαση των οποίων συνιστά και παραβίαση του δικαιώματος του απορρήτου.

Η προαναφερόμενη άποψη βασιζόταν και στην ερμηνεία του άρθρου 8 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης Δικαιωμάτων του Ανθρώπου (ΕΣΔΑ), στο προστατευτικό πεδίο του οποίου εμπίπτουν όλες οι όψεις του μηνύματος, δηλ. και τα λεγόμενα εξωτερικά στοιχεία. Σύμφωνα με απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων η καταγραφή όλων των αριθμών που καλεί μια συγκεκριμένη τηλεφωνική συσκευή χωρίς τη

συναίνεση του συνδρομητή συνιστά επέμβαση στην «ανταπόκριση» αυτού κατά την έννοια του άρθρου 8 της ΕΣΔΑ (Υπόθεση Malone κατά Ηνωμένου Βασιλείου) . Σε άλλες έννομες τάξεις όπως στη γερμανική γίνονταν π.χ. δεκτό ότι ακόμη και η ανεπιτυχής προσπάθεια να κληθεί κάποιος τηλεφωνικά εμπίπτει στο απόρρητο της επικοινωνίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπό συνθήκες εξέλιξης των νέων τεχνολογιών δεν είναι πλέον σαφής και ευχερής η διάκριση μεταξύ εξωτερικών και εσωτερικών στοιχείων της επικοινωνίας – εξάλλου υπό την επίδραση των νέων τεχνολογιών τροποποιείται η ίδια η έννοια της επικοινωνίας, καθώς από τη σημερινή μορφή επικοινωνιών προκύπτουν πολλά δεδομένα που αφορούν τη ζωή και τις δραστηριότητες του χρήστη. Πολλοί ερμηνεύουν ως επικοινωνία και αυτή καθεαυτή την πλοήγηση στο Διαδίκτυο .

Το ζήτημα, εάν η συνταγματική προστασία του απορρήτου καταλαμβάνει και τα λεγόμενα εξωτερικά στοιχεία της επικοινωνίας επιλύθηκε νομοθετικά, τόσο σε κοινοτικό όσο και εθνικό επίπεδο. Η ρύθμιση του άρθρου 5 της Οδηγίας 2002/58/EK για την προστασία της ιδιωτικότητας στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες ενισχύει τις αρχές της εμπιστευτικότητας και της ανωνυμίας, δεσμεύοντας τα κράτη μέλη της ΕΕ να επεκτείνουν την προστασία του απορρήτου και στα «συναφή δεδομένα κίνησης». Εξάλλου ήδη πριν την ενσωμάτωση της προαναφερόμενης Οδηγίας στο εθνικό δίκαιο, το Προεδρικό Διάταγμα 47/2005 («Διαδικασίες καθώς και τεχνικές και οργανωτικές εγγυήσεις για την άρση του απορρήτου των επικοινωνιών και για τη διασφάλισή του») προέβλεπε την επέκταση του απορρήτου στα εξωτερικά στοιχεία της επικοινωνίας.

Το δικαίωμα της ελεύθερης ανταπόκρισης και επικοινωνίας έχει την ιδιαιτερότητα ότι προσβάλλεται εν αγνοία των επικοινωνούντων ή τουλάχιστον του ενός από τους δύο. Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό που διαφοροποιεί τις προσβολές του άρθρου 19 Σ από τις άλλες προσβολές της απόρρητης σφαίρας είναι ότι το μέτρο άρσης του απορρήτου πλήττει άμεσα όχι μόνο εκείνον κατά του οποίου διατάσσεται αλλά και αορίστως και απεριορίστως κάθε πρόσωπο, με το οποίο αυτός επικοινωνεί.

Απαγορεύεται έτσι το άνοιγμα επιστολών ή η ακρόαση και καταγραφή τηλεφωνικών συνδιαλέξεων ή η παρέμβαση και υποκλοπή σε άλλου είδους επικοινωνίες. Το δικαίωμα δεν περιλαμβάνει μόνο την εμπιστευτική εξ αποστάσεως ανταπόκριση και επικοινωνία που απαιτεί τη χρήση κάποιου μέσου αλλά και την ενόπιος ενόπιω επικοινωνία που διεξάγεται υπό συνθήκες εμπιστευτικότητας. Το δικαίωμα της ελεύθερης επικοινωνίας παραβιάζεται και με τη μικροφωνική ή τηλεσκοπική παρακολούθηση των λόγων και των κινήσεων ενός ανθρώπου κατά την επικοινωνία του με άλλους.

Η ανάγκη προστασίας του απορρήτου επιβάλλεται και λόγω της τεχνολογικής προόδου που προσφέρει τόσο στην κρατική εξουσία όσο και σε ιδιώτες τεράστιες δυνατότητες προσβολής της επικοινωνίας. Ο Ν. 2225/94 «για την προστασία της ελευθερίας της ανταπόκρισης και επικοινωνίας» (ΦΕΚ Α' 121/1994) περιέχει εγγυήσεις μόνο για την εξ' αποστάσεως επικοινωνία και έτσι η ενώπιος ενωπίω συνομιλία παραμένει απαραβίαστη δηλ. δεν επιτρέπεται η χρήση κοριών. Ωστόσο σύμφωνα με το άρθρο 253Α του Κώδικα Ποινικής Δικονομίας επιτρέπεται κατά τη διάρκεια της προκαταρκτικής εξέτασης ή προανάκρισης η καταγραφή δραστηριοτήτων ή άλλων γεγονότων εκτός κατοικίας με συσκευές ήχου και εικόνας ή με άλλα ειδικά τεχνικά μέσα με την τήρηση των αντίστοιχων όρων και εγγυήσεων.

Φορείς και υποκείμενα του δικαιώματος είναι τόσο οι Έλληνες όσο και οι αλλοδαποί. Δεδομένου ότι σε επικοινωνία προβαίνουν και νομικά πρόσωπα απολαμβάνουν και αυτά της προστασίας του δικαιώματος, δηλ. δεν μπορούν να παρακολουθούνται τα τηλέφωνα μιας εταιρίας ή ενός υπουργείου υπό το πρόσχημα ότι πρόκειται για επικοινωνίες ενός νομικού προσώπου. Εδώ πρέπει να επισημάνουμε ότι κατά κυριολεξία πρόκειται για προστασία του δικαιώματος ενός προσώπου έστω και εάν εκπροσωπεί τα συμφέροντα ενός νομικού προσώπου. Εξάλλου η «ποιότητα», η «μέθοδος» και η ένταση της προσβολής του δικαιώματος αυτού δεν επιτρέπουν τη διάκριση μεταξύ προσωπικών και επαγγελματικών επικοινωνιών.

Αποδέκτες της ισχύος του δικαιώματος είναι τόσο τα κρατικά όργανα όσο και οι ιδιώτες, αφού οι κίνδυνοι προσβολής του δικαιώματος προέρχονται εξίσου ή και περισσότερο από τους ιδιώτες, αν μάλιστα λάβει κανείς υπόψη τόσο τις τεχνολογικές ευχέρειες όσο και την απελευθέρωση της παροχής υπηρεσιών δικτύου και ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Τίθεται το ερώτημα εάν το απαραβίαστο των ανταποκρίσεων και των επικοινωνιών μπορεί να προβληθεί και έναντι των ιδιωτών. Το Σύνταγμα προβλέπει ότι τα ατομικά δικαιώματα ισχύουν και στις σχέσεις μεταξύ ιδιωτών, στις οποίες προσιδιάζουν. Γίνεται δεκτό ότι τα ατομικά δικαιώματα ισχύουν και έναντι ιδιωτών σε περίπτωση που μεταξύ αυτού που προσβάλλει το δικαίωμα και του θιγόμενου από την προσβολή υφίσταται σχέση εξουσίας και εξάρτησης. Χαρακτηριστική περίπτωση τέτοιας σχέσης είναι η σχέση εξαρτημένης εργασίας. Αποτελεί μείζον ζήτημα εάν ο εργοδότης/προϊστάμενος στο πλαίσιο της άσκησης του διευθυντικού του δικαιώματος μπορεί να ελέγχει τις επικοινωνίες των εργαζομένων. Το Δικαστήριο των ανθρωπίνων δικαιωμάτων στην υπόθεση Halford κατά Ηνωμένου Βασιλείου υποστήριξε ότι η Σύμβαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων προστατεύει την εύλογη πεποίθηση των ανθρώπων ότι οι συνδιαλέξεις του δεν

παρακολουθούνται από τον εργοδότη του. Ιδίως η σχετικά πρόσφατη απόφαση του Δικαστηρίου των ανθρωπίνων δικαιωμάτων είναι ιδιαίτερα σημαντική σε μία εποχή που οι χώροι εργασίας είναι ιδιαίτερα δικτυωμένοι, κάτι που αυξάνει τις δυνατότητες αλλά και τους πειρασμούς παρακολούθησης των επικοινωνιών των εργαζομένων. Είναι γνωστή η τάση και το πρόβλημα να παρακολουθείται η χρήση του Διαδικτύου αλλά και των intranets.

Κάθε υπόθεση βέβαια πρέπει να κρίνεται υπό το φως των συγκεκριμένων συνθηκών και περιστάσεων (φύση εργασίας, θέματα ασφάλειας, βαθμός προσβολής δικαιώματος κλπ.) Σύμφωνα με σχετική απόφαση της Αρχής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (απόφαση της 21.06.2000) κρίσιμα στοιχεία είναι: α) η προηγούμενη ενημέρωση των εργαζομένων για τον ενδεχόμενο έλεγχο των επικοινωνιών τους, β) η επιλογή των ηπιότερων μέσων ελέγχου καθώς και η επιλογή μεθόδων που επιτρέπουν μεν των έλεγχο των καταχρήσεων (υπεραστικά, ροζ τηλέφωνα κλπ., καταχρηστική χρήση υπηρεσιών διαδικτύου) αλλά δεν αποκαλύπτουν την ουσία των επικοινωνιών και δεν προσβάλλουν το δικαίωμα απορρήτου των επικοινωνιών και την ιδιωτική σφαίρα τρίτων προσώπων, γ) η απαγόρευση της γνώσης του περιεχομένου της επικοινωνίας αλλά μόνο των στοιχείων της επικοινωνίας και μόνο στο βαθμό που είναι αναγκαίο και πρόσφορο για την επίτευξη του σκοπού.

Η προστασία του απορρήτου των επικοινωνιών ενισχύεται με την πρόβλεψη ανεξάρτητης αρχής με σκοπό τη διασφάλιση του απορρήτου των επικοινωνιών (Άρθρο 19 παρ. 2 Σ 1975/86/01). Πρόκειται για τη μία από τις πέντε ανεξάρτητες αρχές που το Σύνταγμα όχι απλώς κατοχυρώνει αλλά και περιβάλλει με ιδιαίτερες εγγυήσεις όσον αφορά την επιλογή, τη θητεία, την προσωπική και λειτουργική ανεξαρτησία των μελών της (Άρθρο 101 Α' Σ 1975/86/01), δηλ. τις ίδιες εγγυήσεις που προβλέπονται και για την Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (βλ. παραπάνω) Η αρχή αυτή συστήθηκε με τον Ν. 3115/03 (ΦΕΚ Α' 47/27.02.2003). Στις Αρμοδιότητες της Αρχής Διασφάλισης του Απορρήτου των Επικοινωνιών (ΑΔΑΕ) συγκαταλέγεται η διενέργεια τακτικών και έκτακτων ελέγχων σε εγκαταστάσεις και εξοπλισμό της Εθνικής Υπηρεσίας Πληροφοριών (ΕΥΠ) ή άλλων δημόσιων υπηρεσιών ή/και ιδιωτικών επιχειρήσεων που ασχολούνται με ταχυδρομικές, τηλεπικοινωνιακές ή άλλες υπηρεσίες σχετικές με την ανταπόκριση και την επικοινωνία, η εξέταση καταγγελιών σχετικά με την προστασία των δικαιωμάτων των αιτούντων, ο έλεγχος της τήρησης των όρων και της διαδικασίας άρσης του απορρήτου (βλ. παρακάτω υπό 5.1.2). Η αποστολή της ΑΔΑΕ συνίσταται στον κυρίως προληπτικό έλεγχο των τηλεπικοινωνιακών φορέων και στην επιβολή διοικητικών κυρώσεων εις βάρος όσων παραβιάζουν το απόρρητο. Ο νόμος αυτός διαμορφώνει θεσμικό κεκτημένο υπό την έννοια

ότι τυχόν μείωση των αρμοδιοτήτων της ΑΔΑΕ κάτω από αυτό το αναγκαίο όριο με μεταγενέστερο νόμο θα είναι αντισυνταγματική.

5.6. Κοινωνικά Δίκτυα (Social Media)

5.6.1. Ορισμός - Τι είναι τα κοινωνικά δίκτυα

Αρχικά αξίζει να γίνει μια προσπάθεια διασαφήνισης του όρου «μέσα κοινωνικής δικτύωσης» (Social Media). Το πρώτο τμήμα του όρου αφορά στην ανάγκη του ανθρώπου να συνδεθεί με άλλους ανθρώπους και να ανήκει σε μια ομάδα ομοίων, ώστε να αισθάνεται ασφάλεια και να μπορεί να μοιραστεί μαζί τους τις σκέψεις και τις εμπειρίες του. Το δεύτερο σκέλος αφορά στο μέσο, την τεχνολογία, με την οποία επιδιώκεται να εξασφαλιστεί αυτή η σύνδεση (Safko, 2010).

Δεδομένης της σχετικά πρόσφατης εμφάνισης (περίπου γύρω στο 2005) και εδραίωσης των Social Media στον κόσμο του διαδικτύου δεν έχει διατυπωθεί μέχρι στιγμής ένας καθολικά αποδεκτός ορισμός (Bruns & Bahnisch, 2009; Lietsala & Sirkkunen, 2008). Σύμφωνα με τους Blackshaw & Nazzaro (2004) ο όρος Social Media αναφέρεται σε μια ομάδα νέων online πηγών πληροφόρησης που δημιουργήθηκαν και χρησιμοποιούνται από τους καταναλωτές με στόχο την ενημέρωση των υπολοίπων σχετικά με τα προϊόντα, τις εμπορικές υπηρεσίες και άλλα συναφή θέματα. Οι Kaplan & Haenlein (2010) διατυπώνουν τον εξής ορισμό: Τα Social Media συνιστούν μια ομάδα εφαρμογών του ίντερνετ που επιτρέπουν τη δημιουργία και ανταλλαγή περιεχομένου (μηνυμάτων, σχολίων, φωτογραφιών, βίντεο κ.λπ.) που παράγεται από τους χρήστες στο πλαίσιο εικονικών/διαδικτυακών κοινοτήτων και δικτύων. Τέλος, ο Blossom (2008) υποστηρίζει ότι ο όρος Social Media αφορά σε οποιαδήποτε τεχνολογία σχετίζεται με την επικοινωνία ή τεχνική που επιτρέπει σε κάθε άτομο να ασκήσει επιρροή με ευκολία σε άλλα άτομα ή ομάδες ατόμων.

Στον κόσμο των επιχειρήσεων, ο όρος Social Media αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο μπορεί να γίνει αποτελεσματική χρήση της τεχνολογίας προκειμένου να επιτευχθεί η προσέγγιση των καταναλωτών και να δομηθεί μια σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ αυτών και της επιχείρησης, έτσι ώστε να είναι δυνατή η προώθηση ενός brand (μάρκας), προϊόντων και υπηρεσιών με αποτέλεσμα την αγορά από τον τελικό καταναλωτή.

Στο πλαίσιο αυτό, οι βασικότερες λειτουργίες των Social Media αφορούν στο marketing της επιχείρησης, στον τομέα των πωλήσεων, της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων (Safko, 2010).

5.6.2. Κατηγορίες

Μπορούμε να κατατάξουμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε διάφορες κατηγορίες, ανάλογα με διάφορα κριτήρια:

1. Με βάση την κοινωνική δικτύωση

- Κοινωνικά Δίκτυα (Facebook, Google+, MySpace, LinkedIn)
- Ιστολόγια (Blogs) (Blogger, WordPress)
- Microblogging (Twitter, Tumblr)
- Wikis (Wikipedia, Wikinews)

2. Με βάση το περιεχόμενο

- Φωτογραφίες και εικόνες (Instagram, flickr, deviantArt, Photobucket, Pinterest)
- Βίντεο (YouTube, Dailymotion, Vimeo)
- Μουσική (Last.fm, MySpace Music, SoundCloud)
- Παρουσιάσεις και αρχεία κειμένων (SlideShare, Scribd)

3. Με βάση μία λειτουργία

- Live broadcast (Skype, Ustream, justin.tv)
- Bookmark Links (Delicious, Diigo)
- Events (Eventful)
- Τοποθεσίες (Foursquare)

4. Με βάση τα ενδιαφέροντα του χρήστη

- Ειδήσεις (Digg)
- Reviews (flixter, goodreads, Yelp)
- Αγορές (Blippy)

4.1.1. Marketing

Καθώς το διαδίκτυο εξαπλώνεται όλο και περισσότερο στο χώρο του εμπορίου, επιφέρει και μια σειρά από αλλαγές στη συμπεριφορά, τις τάσεις και τις συνήθειες των καταναλωτών. Ως ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) θα λέγαμε ότι είναι η μορφή του εμπορίου που πραγματοποιείται μέσω δικτύων υπολογιστών, όπως το διαδίκτυο. Με το ηλεκτρονικό εμπόριο οι επιχειρήσεις: α) είναι ανοιχτές συνεχώς στο κοινό, β) μειώνουν διάφορα κόστη όπως το περισσευούμενο προϊόν, το απαιτούμενο προσωπικό, και τον απαιτούμενο χώρο, γ) μπορούν να μελετήσουν καλύτερα τους πελάτες, δ) μπορούν να μειώσουν ή να εξαλείψουν τους γεωγραφικούς περιορισμούς και ε) μπορούν να

δημιουργήσουν όνομα και δέσμευση με τους πελάτες (Gerrikagoitia, Castander, Rebón, & Alzua-Sorzabal, 2015).

Όπως είναι αναμενόμενο, παράλληλα με το χώρο του εμπορίου, το διαδίκτυο έχει εισχωρήσει και στον χώρο του μάρκετινγκ, καθώς οι δύο αυτές έννοιες είναι αλληλένδετες. Ως ηλεκτρονικό μάρκετινγκ (e-marketing) μπορούμε να ορίσουμε την συγκέντρωση όλων των προσπαθειών υιοθέτησης και ανάπτυξης των κλασικών στρατηγικών μάρκετινγκ στο χώρο του διαδικτύου. Το η-μάρκετινγκ αναφέρεται σε όλα τα στάδια που είναι απαραίτητα για το στήσιμο μιας ιστοσελίδας, όπως τη σύλληψη της ιδέας για τη δημιουργία μιας ιστοσελίδας, την επιλογή του περιεχομένου της, την ανάπτυξη, την διατήρηση, την διαφήμιση και τις στατιστικές μετρήσεις (Gerrikagoitia, Castander, Rebón, & Alzua-Sorzabal, 2015).

Μέρος του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ είναι το μάρκετινγκ μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media marketing), το οποίο κερδίζει όλο και περισσότερους υποστηρικτές. Οι περισσότερο χρησιμοποιούμενες πρακτικές μέχρι στιγμής είναι η δημιουργία «fan page» της εταιρείας και οι προωθητικές ενέργειες μέσω αυτής, η διατήρηση δημοσίων σχέσεων και η διεξαγωγή έρευνας αγοράς.

Άλλες δράσεις περιλαμβάνουν την υποστήριξη των πελατών, την ενθάρρυνση των πελατών να παραθέτουν την γνώμη τους, τα σχόλιά τους, αλλά και να συζητούν μεταξύ τους κ.ά. (Öztamur & Karakadilar, 2014).

Για τις μικρότερες σε μέγεθος επιχειρήσεις το social media marketing είναι πιο εύκολο και πιο συμφέρον, καθώς έχουν πιο ευέλικτες δομές και μεγαλύτερη ανάγκη να μειώσουν τα κόστη επικοινωνίας και διαφήμισης. Για παράδειγμα, κάποιες στηρίζονται αποκλειστικά ή σε μεγάλο βαθμό σε διαδικτυακά forums και blogs για να συλλέξουν πληροφορίες που τις ενδιαφέρουν, ή σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Twitter, Google+) για διαφήμιση. Έχει παρατηρηθεί ότι το social media marketing είναι πιο αποτελεσματικό στο να εγκαθιδρύει την αναγνωρισιμότητα μιας επιχείρησης και να προωθεί τη φήμη της, παρά στο να οδηγεί σε μεγάλες αυξήσεις των πωλήσεων. Αποτελεί μέρος της γενικότερης πολιτικής μάρκετινγκ μιας επιχείρησης και είναι δύσκολο να συγκριθούν και να απομονωθούν τα αποτελέσματά του από τις παραδοσιακές μεθόδους μάρκετινγκ (Öztamur & Karakadilar, 2014).

4.2. Internet Marketing

Το Internet Marketing είναι το marketing προϊόντων και υπηρεσιών στο Διαδίκτυο. Στην

Ελλάδα χρησιμοποιείται συχνά ο όρος προώθηση ιστοσελίδων, ο οποίος όμως είναι ανακριβής. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται στο Internet Marketing είναι δεκάδες όπως:

- Email marketing
- Article marketing
- Viral marketing
- SEO (search engine optimization)
- PPC (pay per click advertising)
- Social media marketing
- Affiliate marketing
-

Τα πλεονεκτήματα του Διαδικτυακού Marketing είναι επίσης πολλά:

- Χαμηλό κόστος
- Δυνατότητα αυτοματοποίησης
- Υψηλή ταχύτητα
- στατιστικά παρακολούθησης (tracking / analytics)

Βέβαια δεν είναι πανάκεια και δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να υποκαταστήσει τα παραδοσιακά μέσα που χρησιμοποιούνται στο marketing, όπως τα έντυπα και τα Μ.Μ.Ε. Κατά κανόνα το internet marketing έχει μεγαλύτερη αποδοτικότητα αλλά χαμηλότερη αποτελεσματικότητα από ότι άλλα μέσα. Η αποδοτικότητα έχει να κάνει με το αποτέλεσμα που παράγεται (output) με συγκεκριμένους πόρους (input). Με το Internet Marketing μπορούμε μέσα σε λιγότερο από 1 ώρα να στείλουμε 100.000 emails, σε prospects ή πελάτες, με μηδενικό κόστος. Επομένως η αποδοτικότητα είναι τεράστια. Ακόμα και αν υποθέσουμε ότι χρησιμοποιούμε μια μέθοδο προώθησης με πληρωμή, όπως διαφήμιση στο Google, και πάλι το κόστος είναι πολύ μικρότερο από ότι μια σελίδα διαφήμισης σε ένα περιοδικό ή μερικά λεπτά στην τηλεόραση! Η αποτελεσματικότητα όμως του Internet Marketing είναι συνήθως μικρότερη από ότι οι παραδοσιακές μέθοδοι.

4.3. Διαφήμιση στα κοινωνικά δίκτυα (Social Media Marketing)

Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν διεισδύσει στην καθημερινότητα των καταναλωτών, αλλά έχουν επαναπροσδιορίσει και τον τρόπο με τον οποίον οι επιχειρήσεις επικοινωνούν με τους καταναλωτές. Το μάρκετινγκ κοινωνικής δικτύωσης (Social media marketing), αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κομμάτια του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ (Digital Marketing). Το Social Media Marketing αναφέρεται στη βέλτιστη αξιοποίηση των Social Media Networks για την προβολή και την προώθηση μιας μάρκας, ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας ή ενός δημοσίου προσώπου. Περιλαμβάνει όλες τις στρατηγικές αποφάσεις, τις τεχνικές υλοποίησης και τις τακτικές ενέργειες εφαρμογής που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν στο πλαίσιο ανάπτυξης μίας άρτιας και ολοκληρωμένης παρουσίας

ενός brand στα Social Media Networks.

Το μεγάλο στοίχημα που καλούνται να κερδίσουν οι επιχειρήσεις είναι να ενταχθούν σε ένα νέο μοντέλο ανθρωπίνων σχέσεων που έχει αναπτυχθεί μέσω των Social Media Networks, καταλαβαίνοντας τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές επικοινωνούν στα Social Media Networks και το πως οι εντυπώσεις τους στα νέα αυτά μέσα επηρεάζουν την καταναλωτική τους συμπεριφορά. Αφορά τις ενέργειες που κάνουμε στα κοινωνικά δίκτυα (Facebook, Twitter, Youtube κτλ), μέσα από τις οποίες αποσκοπούμε στην προώθηση ενός Brand ή μίας επιχείρησης.

Στα πλαίσια του marketing, τα κοινωνικά δίκτυα δίνουν τη δυνατότητα σε έναν καταναλωτή να επικοινωνήσει γρήγορα και με ελάχιστη προσπάθεια με εκατοντάδες ή και χιλιάδες άλλους καταναλωτές, ενώ από την πλευρά τους οι επιχειρήσεις, παρακολουθούν όλες αυτές τις συζητήσεις και τις διαδικτυακές κριτικές, προκειμένου να μάθουν τη γνώμη των χρηστών για τη μάρκα και τα προϊόντα τους, ώστε να βελτιώσουν την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών, να προσαρμοστούν στις προτιμήσεις των καταναλωτών, να ακούσουν τι λέγεται συγκριτικά για τους ανταγωνιστές τους και να προσελκύσουν με ενέργειες μέσα από τα κοινωνικά μέσα περισσότερους πελάτες.

Το Social Media Marketing απευθύνεται σε μεγάλες αλλά και μικρές επιχειρήσεις. Διάσημα brands της αγοράς χρησιμοποιούν τα Social Media για να προσελκύσουν νέους πελάτες καθώς και να διατηρήσουν τη φήμη και το όνομα τους, ενώ παράλληλα στοχεύουν ένα ευρύ κοινό από καταναλωτές. Στα πλαίσια μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής για την παρουσία σας στα Social Media, θέτονται οι κατάλληλοι στόχοι και σχεδιάζονται, αναπτύσσονται και υλοποιούνται οι απαραίτητες τακτικές ενέργειες προκειμένου να αποκομίσετε τα βέλτιστα οφέλη για το brand σας. Επιλέγονται ποια είναι τα καταλληλότερα Social Media για το κάθε brand και καταστρώνεται στρατηγικά η παρουσία στο καθένα από αυτά. Facebook Campaigns, Facebook εφαρμογές, Facebook Ads, Twitter Marketing και Youtube Marketing είναι μόνο μερικές από τις υπηρεσίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να εξυπηρετήσουν τους παραπάνω σκοπούς. Τα Social Media αποτελούν ένα new age μέσο με τεράστια βάση καταναλωτών, από το οποίο δεν γίνεται να απουσιάζουν τα διάσημα brands. Οι ενέργειες που πραγματοποιούνται στο διαδίκτυο στα πλαίσια του Social Media Marketing συνδυάζονται με τις offline ενέργειες marketing και διαμορφώνουν μία ολοκληρωμένη επικοινωνία marketing. Ο ανοιχτός διάλογος που αναπτύσσεται στα Social Media, εξανθρωπίζει το brand ισχυροποιώντας το brand loyalty των πελατών. Όσον αφορά τις μικρές επιχειρήσεις, τα Social Media δίνουν

τη δυνατότητα να κάνουν γνωστό το brand τους σε ένα ευρύ κοινό καταναλωτών, να αναπτύξουν στοχευμένα τη πελατειακή τους βάση αλλά και να αυξήσουν τις πωλήσεις τους μέσα από εξειδικευμένες ενέργειες που συνδέουν την online με την offline παρουσία του brand τους.

Η πελατοκεντρική προσέγγιση στο χώρο του marketing αποτελεί πλέον αδιαμφισβήτητο γεγονός, με τον καταναλωτή-πελάτη να τοποθετείται στο κέντρο της επιχειρηματικής προσπάθειας. Το Social Media Marketing τοποθετεί τον πελάτη στο κέντρο της επικοινωνίας, αναβαθμίζοντας τον ρόλο του. Ο πελάτης μέσα από το Social Media Marketing αξιοποιώντας τα κατάλληλα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης επιτυγχάνει αμφίδρομη επικοινωνία και διάλογο εντός των online κοινοτήτων, εξανθρωπίζοντας το brand και αναδεικνύοντας τον καταναλωτή από παθητικό δεκτή μηνυμάτων και πληροφοριών σε ενεργό συνομιλητή και πρωταγωνιστή.

Εκτός των άλλων, οι πλατφόρμες των social media καθιστούν δυνατή τη μαζική συζήτηση των χρηστών για μάρκες και προϊόντα, είτε με θετικό, είτε με αρνητικό τρόπο. Το marketing έχει γίνει πια διαδραστικό και έτσι οι επιχειρήσεις δεν έχουν τον πλήρη έλεγχο του brand τους, καθώς τα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης και οι online κοινότητες της εκάστοτε μάρκας επηρεάζουν εύκολα τον τρόπο με τον οποίο ένα προϊόν γίνεται αντιληπτό από τους καταναλωτές (Mitchell, 2001). Έτσι, δεν επηρεάζεται απλά η άποψη των υποψήφιων καταναλωτών ως προς την αγορά των προϊόντων, αλλά και ολόκληρο το στρατηγικό σχέδιο για το marketing των εταιρειών. Η αξία που δημιουργείται μέσα από τη διαλεκτική πλέον δυνατότητα που δίνεται στους χρήστες αναγκάζει τις εταιρείες να επιλέξουν για το αν θα συμμετέχουν ενεργά στις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων ενημέρωσης ώστε να συμβάλλουν στον τρόπο που το προϊόν ή η μάρκα τους γίνονται αντιληπτά από το καταναλωτικό κοινό (Christodoulides, 2008). Αρκετές έρευνες έχουν πραγματοποιηθεί για να εξακριβωθεί κατά πόσο μπορεί να επηρεάσει μία μάρκα θετικά ή αρνητικά η εδραίωση της στα κοινωνικά μέσα, καθώς και οι δύο απόψεις έχουν τους υποστηρικτές τους. Στο άρθρο 5 του 2013, έγινε έρευνα με 441 συμμετέχοντες με δεδομένα πως είναι αναγκαία η ύπαρξη της κοινότητας της μάρκας αλλά και η σύνδεση της μάρκας με εμπιστοσύνη και πίστη. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως οι μάρκες που εδραιώθηκαν στα social media είχαν θετικά αποτελέσματα στις σχέσεις μεταξύ καταναλωτή – προϊόντος, καταναλωτή – μάρκας, καταναλωτή – εταιρείας αλλά και μεταξύ καταναλωτή και άλλων καταναλωτών, που με τη σειρά τους είχαν ευνοϊκά αποτελέσματα στη δημιουργία εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας της μάρκας. Επίσης, έχει διαπιστωθεί ότι η εμπιστοσύνη για ένα brand παίζει μεγάλο ρόλο στο να μπορούν να μετατρέπονται αποτελέσματα των βελτιωμένων σχέσεων στην κοινότητα του brand σε αξιοπιστία για το

ίδιο το brand.

Πλέον, στην πλειοψηφία τους τα κοινωνικά μέσα προσπαθούν να συμπεριλάβουν τις διαφημίσεις ζωτικά και ενεργά μέσα στο περιεχόμενό τους για να πετύχουν τη μέγιστη διάδραση με τους χρήστες και να μπορέσουν να αυξήσουν τα έσοδά τους, καθώς θα γίνονται ολοένα και πιο επιθυμητές οι διαφημιστικές τους θέσεις. Ως αποτέλεσμα, οι καταναλωτές στις πλατφόρμες των social media δέχονται καταρσίχμο από διαφημιστικά μηνύματα και έτσι επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό τόσο ως προς τις αγοραστικές επιλογές τους, όσο και ως προς την αναγνωρισιμότητα διαφορετικών brands. Σύμφωνα με μελέτες, από τα περίπου 3.5 δισεκατομμύρια συζητήσεις που λαμβάνουν χώρα καθημερινά στο διαδίκτυο παγκοσμίως, σχεδόν τα δύο τρίτα αυτών αφορούν συζητήσεις για προσωπικές εμπειρίες ως προς ένα προϊόν, μία υπηρεσία ή μία μάρκα. Επίσης, οι καταναλωτές πιστεύουν ότι τα κοινωνικά δίκτυα είναι η πιο αξιόπιστη πηγή για να αποκομίσουν πληροφορίες για προϊόντα και υπηρεσίες σε σχέση με τις παραδοσιακές πηγές marketing (Foux, 2006). Έτσι, η φήμη αυτή που διαχέεται τόσο εύκολα μέσω των social media είναι πολύ σημαντική για τους ανθρώπους που ασχολούνται με το marketing και τείνουν να την εκμεταλλεύονται όσο περισσότερο μπορούν.

Καθώς όμως το μέγεθος της διαθέσιμης πληροφορίας στο διαδίκτυο είναι τεράστιο, ο αντίστοιχος χρόνος των ανθρώπων για κάθε πληροφορία γίνεται πολύ λίγος. Οι εταιρείες για να πετύχουν την προσοχή των χρηστών μέσω στο διαδίκτυο τόσο για το brand αλλά και για καθένα από τα προϊόντα τους, επιλέγουν να δημιουργούν με τους καταναλωτές σχέσεις ανοιχτές στην επικοινωνία και να προσπαθούν να τις διατηρούν σε βάθος χρόνου. Για να πετύχουν οι εταιρείες να τραβήξουν το ενδιαφέρον των χρηστών αλλά και να διατηρούν ενεργό το κοινό που έχουν ήδη αποκτήσει, επιλέγουν να έχουν στη φαρέτρα τους τα social media για να χτίσουν το brand τους μαζί με τους καταναλωτές αντί να προσπαθήσουν να τους επιβάλλουν το brand με τους παραδοσιακούς τρόπους marketing (Mitchell, 2001).

Τα προγράμματα για το marketing στα social media συνήθως εστιάζουν στη δημιουργία περιεχομένου το οποίο θα τραβάει την προσοχή και θα ενθαρρύνει τους αναγνώστες να το μοιράζονται μέσω των κοινωνικών δικτύων τους. Στόχος τους είναι φυσικά να υπάρξει ικανοποιητικό ηλεκτρονικό world of mouth (eWoM), που σημαίνει ότι οι χρήστες μοιράστηκαν μέσω του internet (για παράδειγμα, κοινωνικά δίκτυα, sites, άμεσα μηνύματα, news feeds) πληροφορίες για κάποιο γεγονός, προϊόν, brand ή εταιρεία.

Πρακτικά, το social media marketing είναι η χρησιμοποίηση των networking sites, των blogs και των γενικότερων online κοινοτήτων για την ενίσχυση της παρουσίας στο

διαδίκτυο και εφαρμόζεται παράλληλα με το Search Engine Optirization. Επίσης, είναι ένας επιπρόσθετος, σχετικά ανέξοδος αλλά ταυτόχρονα και ισχυρός τρόπος για την αύξηση της επισκεψιμότητας και μάλιστα στοχευμένα. Για τους σκοπούς αυτούς δημιουργούνται λογαριασμοί / προφίλ, σχετικοί σύνδεσμοι και αναρτήσεις σε sites όπως το Facebook και το Twitter και το ενδιαφερόμενο κοινό επισκέπτεται την διαφημιζόμενη ιστοσελίδα ακολουθώντας τους τοποθετημένους συνδέσμους και έτσι αγοράζει το προϊόν ή ενημερώνεται για την υπηρεσία που επιθυμεί. Με αυτό τον τρόπο βελτιστοποιείται και το marketing plan που έχει σχεδιαστεί, αφού μεγαλώνει το ποσοστό μετατροπής των επισκεπτών σε πιθανούς πελάτες.

5. Η περίπτωση του διαδικτύου - Διαδικτυακά Εγκλήματα

Το διαδίκτυο, η μεγαλύτερη δεξαμενή πληροφοριών στον κόσμο, είναι ανοιχτό τόσο στους καλόβουλους όσο και στους κακόβουλους επισκέπτες. Ο πληθυσμός του Internet, αν και έχει δεχτεί κατά καιρούς πολλές παραβιάσεις και παρενοχλήσεις όσον αφορά την ασφάλεια των συστημάτων και την κλοπή δεδομένων, δεν έχει υιοθετήσει μια ολοκληρωμένη εκπαίδευση σε θέματα που αφορούν τη δικτυακή ασφάλεια, με αποτέλεσμα ολοένα και περισσότεροι χρήστες να βρίσκονται σε σύγχυση. Η διαδικτυακή παρενόχληση και η υποκλοπή προσωπικών δεδομένων είναι μια εξελισσόμενη "μόδα".

Ήδη από τη δεκαετία του 1970 παρουσιάστηκε η εγκληματικότητα μέσω των ηλεκτρονικών υπολογιστών ως φαινόμενο που άπτεται του ποινικού ενδιαφέροντος, γεγονός που οδήγησε σταδιακά πολλές ένομες τάξεις στη λήψη ειδικών ποινικών νομοθετικών μέτρων. Τα τελευταία χρόνια όμως έκαναν την εμφάνισή τους και περιπτώσεις κατάχρησης του κυβερνοχώρου, που δεν παρουσιάζουν πάντα τα χαρακτηριστικά της εγκληματικότητας μέσω των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Έτσι, είναι πλέον αναγκαίο να γίνεται διάκριση μεταξύ του λεγόμενου ηλεκτρονικού εγκλήματος και του διαδικτυακού, το οποίο παρουσιάζει ποιοτικά σημαντικές διαφοροποιήσεις από το πρώτο, λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του διαδικτύου, που συνοψίζονται στη δυνατότητα ανταλλαγής δεδομένων και προγραμμάτων μεταξύ όλων των συνδεδεμένων υπολογιστών.

Εξ αυτού του λόγου, είναι άλλωστε δύσκολη η διατύπωση ενός ενιαίου ορισμού που να περιλαμβάνει όλες τις εκφάνσεις του διαδικτυακού εγκλήματος, κάτι που παρατηρείται και αναφορικά με τον εννοιολογικό προσδιορισμό εν γένει της ηλεκτρονικής εγκληματικότητας. Αυτό συμβαίνει, διότι οι παραβάσεις στο διαδίκτυο παρουσιάζουν ποικιλομορφία ως προς τις μορφές εκδήλωσής τους και κατατείνουν στην προσβολή διάφορων κάθε φορά εννόμων αγαθών.

Πάντως, η άποψη ότι το διαδικτυακό έγκλημα αποτελεί τον ίδιο τύπο εγκλήματος με το κοινό και το μόνο στοιχείο που το διαφοροποιεί από το κοινό έγκλημα είναι ότι διαπράττεται σε διαφορετικό περιβάλλον, αυτό δηλαδή του διαδικτύου, μάλλον δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Διότι, υπάρχουν μεν εγκλήματα που διαπράττονται

τόσο σε κοινό όσο και σε ηλεκτρονικό και διαδικτυακό περιβάλλον, ωστόσο υπάρχουν και εγκλήματα που τελούνται αποκλειστικά στο περιβάλλον του κυβερνοχώρου. Αυτά μπορεί να είναι

- Μηνύματα Απατηλού Περιεχομένου
- Ηλεκτρονικές Συναλλαγές
- Διαμοιρασμός Αρχείων

6. Οικονομική Εκμετάλλευση Προσωπικών Δεδομένων και Παραδείγματα

Η συμπόρευση τεχνολογίας και οικονομικών δραστηριοτήτων, είχε σαν αποτέλεσμα να ξεπεραστούν τα όποια τεχνολογικά εμπόδια και να πραγματοποιηθεί η λειτουργική ολοκλήρωση πληροφοριακών και επικοινωνιακών συστημάτων. Ουσιαστικά, ο κόσμος διαμορφώνεται σε μια δικτυωμένη κοινωνία, στην οποία τα προσωπικά δεδομένα συλλέγονται, τροποποιούνται, διαμορφώνονται, εμπλουτίζονται, ανταλλάσσονται και ξαναχρησιμοποιούνται συνεχώς.¹³⁵ Η πληροφορία πλέον δεν έχει όριο (έστω σε θεωρητικό επίπεδο) σχετικά με την ανάλυσή της, τον όγκο της καθώς και το χρονικό διάστημα που μπορεί να τηρηθεί. Υπάρχουν απεριόριστες δυνατότητες για εκμετάλλευσή της και ουσιαστικά διανύουμε την «χρυσή εποχή της πληροφορίας» καθώς παράγει νέα οικονομική αξία.

Ιστοσελίδες, δικτυακές εφαρμογές και υπηρεσίες, δικτυακές επιχειρήσεις, τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι, κ.ά., συγκεντρώνουν μεγάλο όγκο προσωπικών δεδομένων - πληροφοριών, χωρίς απαραίτητα τα άτομα να γνωρίζουν ή να έχουν συναινέσει για αυτή τη συλλογή, καθώς αρκετές φορές μάλιστα αυτή μπορεί να λαμβάνει χώρα με αδιαφανή τρόπο. Τα ηλεκτρονικά αρχεία, που διακινούνται στο Διαδίκτυο, περιέχουν πληροφορία που δεν είναι γνωστή ούτε στον αποστολέα.

Ποτέ στην ανθρώπινη ιστορία δεν μπορούσε να αποτυπωθεί με τεχνικό τρόπο και σε τεχνικά μέσα ολόκληρη η ζωή ενός ατόμου, όπως αυτό είναι δυνατόν να συμβεί σήμερα. Τα δεδομένα κίνησης μπορούν να καταγραφούν, τα δεδομένα που παράγονται και ανταλλάσσονται στα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Twitter, LinkedIn) αλλά και γενικότερα στο διαδίκτυο μπορούν να αξιοποιηθούν, τα κλειστά κυκλώματα τηλεόρασης έχουν πολλαπλασιαστεί, η αυξανόμενη χρήση βιομετρικών μεθόδων και τεχνολογιών RFID ως μέσου αποθήκευσης πληροφορίας και παρακολούθησης πραγμάτων και ανθρώπων, έχουν ως αποτέλεσμα τη διεισδυτική όσο και την ολιστική διάγνωση και αποτύπωση ιδιαίτερων πτυχών της προσωπικότητας και καθημερινότητας του ατόμου (Μήτρου, 2010).

Η παραγωγή νέας πληροφορίας με τις τεχνικές της εξόρυξης δεδομένων (data mining) ενδιαφέρει τις εταιρείες (κυρίως έρευνας αγοράς και διαφήμισης αλλά όχι μόνο), καθώς τους προσθέτει αρκετά πλεονεκτήματα. Αυτές, στις περισσότερες περιπτώσεις, αντιμετωπίζουν τη συλλογή προσωπικών δεδομένων και πληροφοριών ως περιουσιακό

τους στοιχείο. Τα προσωπικά δεδομένα είναι το βασικό χαρακτηριστικό της οικονομίας της πληροφορίας, επομένως είναι φανερό ότι ενδιαφέρει πάρα πολύ τις εταιρείες καθώς η επεξεργασία τους μπορεί να προσθέσει σε αυτές νέα οικονομική αξία και συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού. Είναι φανερό ότι οι εταιρείες δίνουν τεράστια σημασία στα προσωπικά δεδομένα και τις πληροφορίες, με αποτέλεσμα να είναι πολύ πιθανή η εμφάνιση ανήθικων συμπεριφορών τόσο από τις εταιρείες όσο και από τους εμπλεκόμενους φορείς. Η παγκοσμιοποίηση εντείνει αυτή την κατάσταση καθώς οι πολυεθνικές εταιρείες μπορούν να επεξεργάζονται δεδομένα σε διαφορετικές χώρες ως προς το επίπεδο προστασίας τους (Μήτρου, 2010).

6.1. Περίπτωση εταιρειών PANNEP και AddOne

“Στα δίκτυα της Αρχής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων πιάστηκε εταιρεία, η οποία εμπορευόταν για διαφημιστικούς σκοπούς και με το αζημίωτο βέβαια, προσωπικά στοιχεία -φορολογικά, οικονομικά, επαγγέλματος κ.λπ- εκατομμυρίων πολιτών, που συγκέντρωνε χωρίς τη συγκατάθεσή τους και με παράνομο τρόπο. Σύμφωνα με την απόφαση της Αρχής (υπ’ αριθμ. 100/2014) «η PANNEP τηρεί πολλά και διαφορετικά αρχεία με δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για εξαιρετικά μεγάλο αριθμό φυσικών προσώπων (της τάξης των εκατομμυρίων φυσικών προσώπων σε πολλές περιπτώσεις), χωρίς τη συγκατάθεσή τους, τα οποία δεν προέρχονται από δημόσια προσβάσιμες πηγές και τα οποία περιέχουν τόσο απλά όσο και ευαίσθητα δεδομένα, όπως αυτά που αφορούν τους κωδικούς της δήλωσης φορολογίας εισοδήματος για την ιδιότητα των ΑμεΑ».

Πρόκειται για τη «PANNEP εταιρεία συλλογής και διαχείρισης πληροφοριών ΕΠΕ», η οποία όχι μόνον βρέθηκε υπότροπος, αλλά εμπόδισε και τον έλεγχο που διενήργησε η Αρχή, ύστερα από 44 καταγγελίες που έγιναν εις βάρος της. Εκτός από το πρόστιμο των 100.000 ευρώ που της επιβλήθηκε, η ανεξάρτητη αρχή διαβίβασε το φάκελο της υπόθεσης και στον εισαγγελέα, προκειμένου να διερευνήσει εάν θεμελιώνονται και ποινικές ευθύνες.

Την ίδια τύχη είχε και η εταιρεία AddOne, η οποία καλείται να πληρώσει πρόστιμο 15.000 ευρώ.

Στην κατοχή των εταιρειών βρέθηκαν:

- Στοιχεία δηλώσεων φόρου εισοδήματος που αφορούν πάνω από 5.000.000 φορολογουμένους, τα οποία μπορεί να προέρχονται μόνον από τη Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων. Μάλιστα σε αυτά περιλαμβάνονται και ευαίσθητα δεδομένα, όπως το αν ο φορολογούμενος είναι ΑμεΑ.
- Στοιχεία γεννήσεων από τη δεκαετία του 1990 σε 3 μαιευτήρια («Ηρα», «Ιασώ», «Μητέρα») που αφορούν πάνω από 110.000 γεννήσεις.
- Στοιχεία 333.912 συνδρομητών της Wind που φαίνεται να είναι πριν από το 2007.

- Δεδομένα 200.000 προσώπων που κατέχουν πιστωτικές κάρτες από τη Eurobank.
- Στοιχεία 4.300.000 συνδρομητών του ΟΤΕ και τα τηλέφωνα τους, συνδυασμένα με στοιχεία εισοδήματος και τμήμα αριθμού πιστωτικής κάρτας.

Σύμφωνα με την απόφαση της Αρχής (υπ' αριθμ. 100/2014) «η PANNEP τηρεί πολλά και διαφορετικά αρχεία με δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα για εξαιρετικά μεγάλο αριθμό φυσικών προσώπων (της τάξης των εκατομμυρίων φυσικών προσώπων σε πολλές περιπτώσεις), χωρίς τη συγκατάθεσή τους, τα οποία δεν προέρχονται από δημόσια προσβάσιμες πηγές και τα οποία περιέχουν τόσο απλά όσο και ευαίσθητα δεδομένα, όπως αυτά που αφορούν τους κωδικούς της δήλωσης φορολογίας εισοδήματος για την ιδιότητα των ΑμεΑ».

Μάλιστα, όπως προέκυψε από την έρευνα, η εταιρεία προχωρούσε και σε διασταυρώσεις και εξειδικευμένες αναζητήσεις προσωπικών δεδομένων στα αρχεία που κατείχε.

Και spam.

Επιπλέον, τόσο η PANNEP όσο και AddOne συγκέντρωναν διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για το σκοπό της απ' ευθείας εμπορικής προώθησης και διαφήμισης μέσω spam.

Σημαντική είναι και η διαπίστωση της Αρχής ότι οι ελεγκτές της παρακολύθησαν κατά τη διάρκεια της έρευνας. Και αυτό διότι, όπως διαπιστώθηκε, πολλά αρχεία από τους σκληρούς δίσκους των ηλεκτρονικών υπολογιστών που ελέγχθηκαν είχαν πρόσφατα διαγραφεί, ενώ κατά τη διάρκεια της πρώτης ημέρας του ελέγχου έγινε διακοπή ηλεκτροδότησης στις εγκαταστάσεις των εταιρειών, για να διακοπεί η διαδικασία αναγραφής ψηφιακών πειστηρίων κ.λπ.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στο παρελθόν, και συγκεκριμένα το 2001, η Αρχή, έπειτα από καταγγελία του Κέντρου Προστασίας Καταναλωτών, είχε επιβάλει στη PANNEP πρόστιμο 3.000 ευρώ και πάλι για εμπόριο προσωπικών δεδομένων, εν άγνοια των πολιτών.[6]

6.2. Περίπτωση Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων του Υπουργείου Οικονομικών

Η Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων, Επέβαλλε στη Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων του Υπουργείου Οικονομικών, ως υπευθύνου επεξεργασίας, πρόστιμο εκατόν πενήντα χιλιάδων (150.000) Ευρώ για διαπιστωθείσα παραβίαση της διάταξης του άρθρου 10 παρ. 3 του ν. 2472/1997. (ΑΠΟΦΑΣΗ 98/2013) [7]

6.3. Περίπτωση εταιρείας «X ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε»

Η Αρχή, επιβάλλει στην εταιρεία «X » με δ.τ. X, όπως νομίμως εκπροσωπείται, τις εξής κυρώσεις:

α) Πρόστιμο χιλίων (1.000) ευρώ για i) αθέμιτη και παράνομη συλλογή και περαιτέρω επεξεργασία προσωπικών δεδομένων (παραβίαση του άρθρου 4 Ν. 2472/1997) και ii) παραβίαση του άρθρου 11 παρ. 1 του Ν. 3471/2006, ήτοι την αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου χωρίς τη συγκατάθεση των παραληπτών.

β) Καταστροφή του αρχείου των παρανόμως συλλεχθέντων διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ο υπεύθυνος επεξεργασίας οφείλει να ενημερώσει, εγγράφως, την Τ ότι η τήρηση του ως άνω αρχείου αυτού είναι παράνομη και ii) εντός δεκαπέντε ημερών από τη λήψη της απόφασης, να προσκομίσει στην Αρχή αντίγραφο της επιστολής ενημέρωσης προς την εταιρεία Τ.[8]

6.4. Περίπτωση Facebook

Όπως ξέρουμε, τα δεδομένα των χρηστών στα SNS είναι ευάλωτα και εκτεθειμένα. Όπως είναι αναμενόμενο οι Ελληνικές, Ευρωπαϊκές και Παγκόσμιες Αρχές δίνουν μεγάλη σημασία και αρκετό βάρος σε αυτά τα θέματα ώστε να μπορέσουν να τα περιορίσουν όσο το δυνατόν περισσότερο .

Κυρώσεις και αλλαγές στις ρυθμίσεις των Social Networks επιβάλλονται διαρκώς. Σύμφωνα με δημοσίευμα του Telegraph, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2011 πρότεινε νέα οδηγία, με την οποία θα απέτρεπε το δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο από κάθε είδους στοχευμένη διαφήμιση εκμεταλλευόμενο τα δεδομένα των χρηστών του, τουλάχιστον χωρίς τη συγκατάθεσή τους. Σε περίπτωση, μάλιστα, που δε συμμορφωνόταν με την παρούσα οδηγία, η Facebook θα αντιμετώπιζε χρηματικά πρόστιμα και άλλες νομικές ενέργειες. Παρά τους ισχυρισμούς της Facebook ότι τα δεδομένα δε διαμοιράζονται σε διαφημιστές για σκοπούς στοχευμένης διαφήμισης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεωρεί ότι τα κοινωνικά δίκτυα θα πρέπει να χειρίζονται τα δεδομένα των χρηστών με μεγαλύτερη διαφάνεια. Όπως υποστήριξε οι χρήστες θα πρέπει να έχουν το δικαίωμα να γνωρίζουν ακριβώς τον τρόπο με τον οποίο αναλύονται τα δεδομένα τους καθώς και πού χρησιμοποιούνται.

Παρ'ολα αυτά όμως και σύμφωνα με το δικαστήριο, ο ιστότοπος αξιοποίησε φωτογραφίες και πληροφορίες των χρηστών χωρίς την έγκρισή τους, αποκομίζοντας 73 εκατομμύρια δολάρια ! Το ποσό των 20 εκατομμυρίων δολαρίων καλέστηκε να πληρώσει συνολικά η Facebook σε 614.000 χρήστες του κοινωνικού ιστότοπου, επειδή χρησιμοποίησε προσωπικά τους δεδομένα και φωτογραφίες σε διαφημίσεις που εμφανίζονταν στο site, χωρίς την έγκρισή τους . Αυτό αποφάσισε ο αμερικανός δικαστής ο οποίος χειρίστηκε τη σχετική αγωγή, που είχαν καταθέσει οι χρήστες του Facebook. Καθένας από τους 614.000 χρήστες επρόκειτο να λάβει αποζημίωση 15 δολαρίων. Ο δημοφιλής ιστότοπος εκτιμάται πως έχει χρησιμοποιήσει τα ονόματα και τις φωτογραφίες περίπου 150 εκατομμυρίων μελών του, σε διαφημίσεις, ωστόσο μόνο όσοι απάντησαν σε σχετικό email που εστάλη

από την εταιρία θα αποζημιωνόντουσαν. Ιδιωτικοί οργανισμοί θα λάμβαναν επίσης ένα μέρος από την αποζημίωση των 20 εκατομμυρίων δολαρίων.

Το αμερικανικό δικαστήριο έκρινε ότι τα κέρδη της Facebook από το συγκεκριμένο διαφημιστικό πρόγραμμα που λέγεται «Sponsored Stories» έφτασαν τα 73 εκατομμύρια δολάρια. Η απόφαση προέβλεπε επίσης ότι ο ιντερνετικός κολοσσός να κάνει αλλαγές στο κεφάλαιο όπου αναφέρονται τα δικαιώματα των χρηστών του, ώστε να τους παρέχει περισσότερες πληροφορίες και έλεγχο για το πώς μπορεί να χρησιμοποιηθούν οι προσωπικές τους πληροφορίες στο μέλλον. Αυτό εκτιμάται πως θα κόστιζε στην Facebook περίπου 145 εκατομμύρια δολάρια σε διαφημιστικά έσοδα. Τον Αύγουστο του 2013, η Facebook τροποποίησε πάλι την πολιτική της και πλέον λίγο -πολύ ορίζει ότι το κοινωνικό δίκτυο μπορεί να χρησιμοποιεί τα δεδομένα των χρηστών του (όνομα, φωτογραφία προφίλ, λοιπές πληροφορίες) για την εμφάνιση διαφημίσεων στους φίλους τους. Σε περίπτωση που έχεις κάνει like σε μια διαφήμιση, οι προσωπικές σου πληροφορίες μπορούν να εμφανίζονται δίπλα στη συγκεκριμένη διαφήμιση στα προφίλ των φίλων σου (όχι σε αυτούς που έχει θέσει περιορισμούς ή στους ξένους) . Με τον τρόπο αυτό βοηθάς τους διαφημιστές να εντοπίσουν καλύτερους στόχους για τα προϊόντα τους δίχως φυσικά να επωφελείσαι με τον οποιονδήποτε τρόπο.

Το 2011 ένας φοιτητής Νομικής από την Αυστρία αποφάσισε να τα βάλει με τον κολοσσό Facebook υποψιαζόμενος ότι το εν λόγω site συλλέγει πλήθος προσωπικών δεδομένων χωρίς ο χρήστης να το γνωρίζει. Ζήτησε δικαστικά όπως προβλέπεται από την Ευρωπαϊκή νομοθεσία να λάβει τα προσωπικά του δεδομένα που έχει στην κατοχή του το Facebook από την προσωπική του σελίδα στον εν λόγω ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης. Έμεινε έκπληκτος όταν έλαβε ένα CD που περιείχε ούτε λίγο ούτε πολύ 1222 αρχεία pdf με αμέτρητα δεδομένα που κατέγραφε το Facebook. Διαπίστωσε μάλιστα ότι υπήρχαν πολλά δεδομένα που ο ίδιος είχε διαγράψει από το προσωπικό του προφίλ. «Όταν διαγράφεις κάτι από το Facebook, το μόνο που πετυχαίνεις είναι να τα αποκρύπτεις από τον εαυτό του» σχολίασε ο φοιτητής στο Γαλλικό Πρακτορείο. Ο Αυστριακός φοιτητής ανακάλυψε πλήθος προσωπικών δεδομένων στο CD που έλαβε όπως όλα τα «like», όλα τα αιτήματα φιλίας που είχε αποστείλει και δεχτεί και όλες τις φωτογραφίες που είχε αναρτήσει τα προηγούμενα χρόνια. Ο Μαξ Σρεμς ξεκίνησε την πρωτοβουλία Europe vs Facebook, η οποία σκοπό έχει να ευαισθητοποιήσει τον κόσμο για τις « ασαφείς και αντιφατικές» πολιτικές προστασίας δεδομένων . Ο ίδιος προκειμένου να αναγκάσει το Facebook να παραδώσει τα δικά του προσωπικά δεδομένα αναγκάστηκε να παρακάμψει τις αυστριακές αρχές και να καταφύγει Επίτροπο Προστασίας Δεδομένων της Ιρλανδίας, όπου βρίσκονται τα ευρωπαϊκά γραφεία του Facebook. Οι Ευρωπαίοι χρήστες διαδικτυακών υπηρεσιών έχουν το «δικαίωμα πρόσβασης στα δεδομένα που τους αφορούν», βάσει της Οδηγίας 95/56/EC, σε αντίθεση με τις Αμερικανικές πρακτικές. Η δήλωση του Μαξ Σρεμς είναι χαρακτηριστική: «Πρόκειται για πολιτισμικό σοκ, οι Αμερικανοί δεν αντιλαμβάνονται την έννοια της προστασίας δεδομένων. Για αυτούς, τα δικαιώματα ανήκουν σε αυτόν που έχει τα δεδομένα. Στην ηπειρωτική Ευρώπη, όμως, δεν βλέπουμε έτσι τα πράγματα».

Το δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο Facebook αφορούν οι μισές καταγγελίες που έχουν πραγματοποιηθεί στην Ελληνική Ανοικτή Γραμμή για παράνομο περιεχόμενο στο διαδίκτυο (Safeline - www.safeline.gr), για το πρώτο εξάμηνο του 2013, σύμφωνα με τα στοιχεία του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου.

Σύμφωνα με τη διαδικασία λειτουργίας της, η γραμμή Safeline, μετά τη λήψη της καταγγελίας, προωθεί τα στοιχεία απευθείας στους διαχειριστές του Facebook, οι οποίοι και είναι αρμόδιοι και υπεύθυνοι να προβούν σε κάθε απαραίτητη ενέργεια, προκειμένου να απομακρυνθεί αποτελεσματικά το επίμαχο περιεχόμενο από τις σελίδες του .

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Κέντρου, οι περισσότερες καταγγελίες αφορούν σε κλεμμένους κωδικούς πρόσβασης και απόπειρες παραβίασης λογαριασμών χρηστών, ενώ συχνά καταγράφονται και κρούσματα ηλεκτρονικού εκφοβισμού (cyber-bullying), με στόχο τόσο παιδιά όσο και ενήλικους.

Επίσης, μεγάλος αριθμός καταγγελιών αφορά σε αναδημοσίευση φωτογραφικού υλικού που αναρτάται στο κοινωνικό δίκτυο, σε άλλα μέσα και ιστότοπους, χωρίς ενημέρωση και άδεια των κατόχων και των εικονιζόμενων προσώπων.

Σημειώνεται τέλος, ότι για ιδιαίτερα σοβαρές περιπτώσεις, για τις οποίες υπάρχουν υποψίες για διάπραξη εγκληματικών ενεργειών, οι καταγγελίες και τα στοιχεία προωθούνται απευθείας στη Μονάδα Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος της Ελληνικής Αστυνομίας.

7. Συμπεράσματα

Στη σύγχρονη κοινωνία της πληροφορίας, η πληροφορία είναι χρήμα και ο πόλεμος για την απόκτησή της, ακόμη και όταν παραβιάζονται στοιχεία της προσωπικότητας, «ιερός». Ο άτυπος αυτός οικονομικός πόλεμος που έχει ξεσπάσει τα τελευταία χρόνια μεταξύ των εμπορικών επιχειρήσεων και των τραπεζικών οργανισμών, στον οποίο τα εμπλεκόμενα μέρη χρησιμοποιούν κάθε μέσο προκειμένου συγκεκριμένα στοιχεία να φθάσουν έγκαιρα στην κατοχή τους, έχει πάρει ανεξέλεγκτες διαστάσεις και όπως επισημαίνει ο Κ. Δαφέρμος, «αν και ο πρόσφατος νόμος για την προστασία του ατόμου από το ηλεκτρονικό φακέλωμα επιχειρεί να καλύψει αυτό το θεσμικό κενό, εν τούτοις η πλήρη εφαρμογή του δεν είναι εύκολη υπόθεση».

Σε τελική ανάλυση, τα προβλήματα που θέτει η οικονομική εκμετάλλευση στοιχείων της προσωπικότητας είναι ποικίλα και πολυδιάστατα με συνέπεια η επίλυσή τους να εμφανίζεται ιδιαίτερα δυσχερής.

Ωστόσο, βασική παραμένει η προστασία που παρέχεται κυρίως με βάση τις ειδικές διατάξεις που προαναφέρθηκαν καθώς και τις αντίστοιχες για την προστασία της προσωπικότητας, οι οποίες, όμως, στην προκειμένη περίπτωση, δεν προστατεύουν τα μη περιουσιακά συμφέροντα του ατόμου αλλά αποκλειστικά και μόνο τα οικονομικά.

Εξάλλου, το δικαίωμα της προσωπικότητας δεν πρέπει να υποχωρεί απέναντι στους νέους τεχνολογικούς κινδύνους, δεδομένου μάλιστα και του γεγονότος ότι η δυνατότητα θεμιτής αξιοποίησης των νέων τεχνολογικών εφαρμογών προς συμφέρον -οικονομικό ή άλλο- του υποκειμένου μπορεί να προσδώσει στο δικαίωμα της προσωπικότητας μια νέα διάσταση.

Παράλληλα, και με δεδομένη την άποψη ότι η καλύτερη προστασία του πολίτη είναι η πλήρης ενημέρωσή του, τόσο για τα δικαιώματά του και για το θεσμικό πλαίσιο, όσο και για τα πραγματικά περιστατικά που τον αφορούν, θα ήταν αναγκαίο -ως εξέλιξη του υφιστάμενου ρυθμιστικού πλαισίου, να επιδιωχθεί η τακτική ενημέρωση του υποκειμένου από τους υπεύθυνους επεξεργασίας, ώστε να γίνεται εύκολα αντιληπτή όχι μόνο η χωρίς έγκριση συλλογή προσωπικών του στοιχείων αλλά και η τυχόν παράνομη διατήρησή και πολυλειτουργική αξιοποίησή τους.

Επιπλέον, θα ήταν σημαντικό να προβλεφθούν ειδικές ρυθμίσεις και απαγορεύσεις για μια σειρά αθέμιτων συμπεριφορών, όπως οι υποχρεωτικοί όροι συγκατάθεσης σε συμβάσεις προσχώρησης και να επιβληθεί οριοθέτηση του πεδίου δράσης εταιριών με αντικείμενο την παροχή προσωπικών οικονομικών πληροφοριών σε τρίτους αλλά και περιορισμοί στη συλλογή στοιχείων με έμμεσους τρόπους. Αρχικά με σύσταση της Αρχής Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων και αργότερα με κανονιστικές διατάξεις, θα μπορούσαν, ακόμη, να καθιερωθούν πρότυπα (standards) στους εγχώριους κατασκευαστές εμπορικού και σχετικού για συγκέντρωση προσωπικών πληροφοριών λογισμικού (software), τόσο για την ασφάλεια των δεδομένων από μη εξουσιοδοτημένες προσβάσεις όσο και για τη διαχείριση και την αυτόματη ειδοποίηση του υπεύθυνου επεξεργασίας για τις τακτικές υποχρεώσεις ενημέρωσης προς τα υποκείμενα και γνωστοποίησης στην Αρχή. Κρίσιμη είναι επίσης, η ελεγχιμότητα των διασυνοριακών ροών προσωπικών δεδομένων που αφορά στις δυνατότητες ελέγχου της διαβίβασης δεδομένων σε άλλες χώρες και τις δυσχέρειες που προκύπτουν από τα διαφορετικά συστήματα και επίπεδα προστασίας των προσωπικών δεδομένων. Το πρόβλημα εντείνεται από ποσοτική και ποιοτική άποψη καθώς η ανάπτυξη των δικτύων, η τεχνολογική σύγκλιση και η διάδοση του διαδικτύου παγκοσμιοποιούν τη χρήση, επεξεργασία και αγορά των προσωπικών δεδομένων αναδεικνύοντας τα όρια και την ανεπάρκεια των εθνικών νόμων.

Συμπερασματικά λοιπόν, είναι αμφίβολο αν οι εθνικές νομοθεσίες, όσο καλές και πλήρεις κι αν είναι- μπορούν να προστατεύσουν αποτελεσματικά τον πολίτη στην επικράτειά τους ή αντίθετα, μήπως πρέπει η διεθνής κοινότητα, πέρα από συστάσεις και -περιορισμένες σε αριθμό μελών, συμβάσεις, να θεσπίσει ομοιόμορφη και αποτελούμενη από υψηλά standards προστασία σε παγκόσμια κλίμακα, η οποία να λαμβάνει υπόψη της τόσο την προστασία θεμελιωδών έννομων αγαθών όσο και την ελευθερία του εμπορίου σε συνθήκες

παγκοσμιοποίησης των αγορών.

Βέβαια, ακόμη και σε μία τέτοια περίπτωση παγκόσμιας νομοθετικής σύγκλισης, θα κυριαρχεί το ερώτημα που και σήμερα τίθεται για το δίκαιο προστασίας των προσωπικών δεδομένων : αν το τελευταίο αποτελεί επαρκές μέσο προστασίας από την οικονομική εκμετάλλευση προσωπικών στοιχείων εν όψει της ταχύτερης, σε σχέση με τη νομοθετική δραστηριότητα, τεχνολογικής εξέλιξης.

Για τον λόγο αυτό, οι ερμηνευτικές και νομοθετικές παρεμβάσεις πρέπει να έχουν παρακολουθηματικό των γοργών τεχνολογικών εξελίξεων

8. Βιβλιογραφία

[1]. Προσωπικά Δεδομένα, Βικιπαίδεια,

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%83%CF%89%CF%80%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CE%94%CE%B5%CE%B4%CE%BF%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%B1

[2]. Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα,

http://www.dpa.gr/portal/page?_pageid=33,18990&_dad=portal&_schema=PORTAL

[3]. PRIVACY ONLINE: A REPORT TO CONGRESS, FEDERAL TRADE COMMISSION

JUNE 1998, <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/privacy-online-report-congress/priv-23a.pdf>

[4]. The Leader in Privacy Compliance and Risk Management Solutions – TrustArc,

<https://www.trustarc.com/about/>

[5]. eEurope 2005: An Information Society for All,

http://www.etsi.org/WebSite/document/aboutETSI/EC_Communications/eEurope2005_actionPlan.pdf

[6]. Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, ΑΠΟΦΑΣΗ 100/2014

<http://www.dpa.gr/APDPXPortlets/htdocs/documentDisplay.jsp?docid=151,157,191,180,125,126,68,198>

[7]. Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, ΑΠΟΦΑΣΗ 98/2013

<https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0ahUKEwir9bzvnfDWAhWJsAKHXQtD8cQFgg3MAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.dpa.gr%2FAPDPXPortlets%2Fhtdocs%2FdocumentDisplay.jsp%3Fdocid%3D111%2C103%2C24%2C204%2C136%2C108%2C57%2C5&usg=AOvVaw3pQ8F4pZJH-4K9VP9mYalo>

[8]. Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, ΑΠΟΦΑΣΗ 26/2015
<http://www.dpa.gr/APDPXPortlets/htdocs/documentDisplay.jsp?docid=71,162,216,106,248,197,59,230>

