



01189/09/EL

WP 163

Γνώμη 5/2009 σχετικά με τις επιγραμμικές υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης

Εγκρίθηκε στις 12 Ιουνίου 2009

Η συγκεκριμένη ομάδα εργασίας συστάθηκε σύμφωνα με το άρθρο 29 της οδηγίας 95/46/EK. Είναι ένα ανεξάρτητο ευρωπαϊκό συμβουλευτικό όργανο για την προστασία δεδομένων και την ιδιωτική ζωή. Τα καθήκοντά της περιγράφονται στο άρθρο 30 της οδηγίας 95/46/EK και στο άρθρο 15 της οδηγίας 2002/58/EK.

Τα καθήκοντα γραμματείας εκτελούνται από τη Διεύθυνση D (θεμελιώδη δικαιώματα και ιθαγένεια) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Γενική Διεύθυνση Δικαιοσύνης, Ελευθερίας και Ασφάλειας, B-1049 Brussels, Belgium, Office No LX-46 01/02.

Ιστοθέση στο Διαδίκτυο: http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/index_en.htm

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	3
1. Εισαγωγή.....	4
2. Ορισμός των «υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης» και επιχειρηματικό μοντέλο.....	5
3. Εφαρμογή της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων.....	5
3.1 Ποιος είναι ο υπεύθυνος επεξεργασίας των δεδομένων;	6
3.2 Ασφάλεια και προεπιλεγμένες ρυθμίσεις προστασίας της ιδιωτικής ζωής.....	8
3.3 Πληροφορίες που πρέπει να παρέχουν οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης.....	9
3.4 Ευαίσθητα δεδομένα	9
3.5 Επεξεργασία δεδομένων μη μελών	10
3.6 Πρόσβαση τρίτων.....	10
3.7 Νομική βάση άμεσης εμπορικής προώθησης	11
3.8 Διατήρηση δεδομένων.....	12
3.9 Δικαιώματα των χρηστών	13
4. Παιδιά και ανήλικοι	14
5. Σύνοψη υποχρεώσεων/ δικαιωμάτων.....	15

Περίληψη

Η παρούσα γνώμη εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο η λειτουργία δικτυακών τόπων κοινωνικής δικτύωσης (social networking sites – SNS) μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της νομοθεσίας της ΕΕ περί προστασίας των δεδομένων. Βασικός στόχος της είναι να παράσχει οδηγίες στους παρόχους υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με τα μέτρα που πρέπει να εφαρμόζονται, προκειμένου να εξασφαλιστεί συμμόρφωση με τη νομοθεσία της ΕΕ.

Η γνώμη επισημαίνει ότι οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης και, σε πολλές περιπτώσεις, οι τρίτοι πάροχοι εφαρμογών, είναι φορείς ελέγχου των δεδομένων με αντίστοιχες ευθύνες προς τους χρήστες των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης. Η γνώμη δίνει μια άποψη του πόσοι χρήστες χρησιμοποιούν τους δικτυακούς τόπους για καθαρά προσωπικούς λόγους, επικοινωνώντας με άλλους στο πλαίσιο των προσωπικών, οικογενειακών ή οικιακών τους υποθέσεων. Σε αυτές τις περιπτώσεις, η γνώμη θεωρεί ότι ισχύει η «εξαίρεση από υποχρεώσεις λόγω οικιακής χρήσης» και ότι δεν ισχύουν οι κανονισμοί που αφορούν τους υπεύθυνους επεξεργασίας δεδομένων. Η γνώμη καθορίζει επίσης τις συνθήκες υπό τις οποίες ένας χρήστης μιας υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης δεν καλύπτεται από την «εξαίρεση από υποχρεώσεις λόγω οικιακής χρήσης». Η διάδοση και η χρήση των πληροφοριών που είναι διαθέσιμες μέσω των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης για άλλους, δευτερεύοντες, ακούσιους σκοπούς αποτελούν βασική μέριμνα της ομάδας εργασίας του άρθρου 29. Σε όλη τη γνώμη υποστηρίζεται η ύπαρξη ισχυρών προεπιλεγμένων ρυθμίσεων ασφαλείας και διαφύλαξης της ιδιωτικής ζωής, ως ιδανικού σημείου αφετηρίας όσον αφορά όλες τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Η πρόσβαση στις πληροφορίες προφίλ αποτελεί την κύρια πηγή ανησυχίας. Αναφέρονται επίσης θέματα όπως η επεξεργασία ευαίσθητων δεδομένων και εικόνων, η διαφήμιση και η άμεση εμπορική προώθηση μέσω των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και ζητήματα διατήρησης δεδομένων.

Οι βασικότερες συστάσεις επικεντρώνονται στις υποχρεώσεις των παρόχων υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης να συμμορφώνονται με την οδηγία περί προστασίας δεδομένων και να προτάσσουν και να ενισχύουν τα δικαιώματα των χρηστών. Είναι υψίστης σημασίας οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης να ενημερώνουν ευθύς εξαρχής τους χρήστες για το ποιοι είναι και να παραθέτουν όλους τους διάφορους σκοπούς για τους οποίους επεξεργάζονται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα. Οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να καταβάλουν ιδιαίτερη μέριμνα στην επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των ανηλίκων. Η γνώμη συνιστά στους χρήστες να αναφορτώνουν εικόνες ή πληροφορίες για άλλα άτομα μόνο με τη σύμφωνη γνώμη τους και θεωρεί ότι και οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης έχουν καθήκον να συμβουλεύουν τους χρήστες σχετικά με τα δικαιώματα των άλλων στην ιδιωτική ζωή.

Η ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

η οποία συστάθηκε με την οδηγία 95/46/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 24ης Οκτωβρίου 1995¹,

έχοντας υπόψη το άρθρο 29 και το άρθρο 30, παράγραφος 1, στοιχείο α) και παράγραφος 3 της συγκεκριμένης οδηγίας καθώς και το άρθρο 15, παράγραφος 3, της οδηγίας 2002/58/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 12^{ης} Ιουλίου 2002,

έχοντας υπόψη το άρθρο 255 της συνθήκης ΕΚ και τον κανονισμό (ΕΚ) αρ. 1049/2001 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 30 Μαΐου 2001 για την πρόσβαση του κοινού στα έγγραφα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, του Συμβουλίου και της Επιτροπής,

έχοντας υπόψη τον εσωτερικό κανονισμό της,

ΕΝΕΚΡΙΝΕ ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΕΓΓΡΑΦΟ:

1. Εισαγωγή

Η εξέλιξη των διαδικτυακών κοινοτήτων και των υπηρεσιών κεντρικού υπολογιστή, όπως είναι οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, είναι ένα σχετικά πρόσφατο φαινόμενο, με τον αριθμό των χρηστών των εν λόγω δικτυακών τόπων να εξακολουθεί να πολλαπλασιάζεται με θεαματικό ρυθμό.

Οι προσωπικές πληροφορίες που δημοσιεύει επιγραμματικά ένας χρήστης στο διαδίκτυο, σε συνδυασμό με δεδομένα που περιγράφουν τις πράξεις και τις επαφές των χρηστών με άλλα άτομα, μπορούν να αποτελέσουν ένα πλούσιο προφίλ για τα ενδιαφέροντα και τις δραστηριότητες του εν λόγω ατόμου. Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που δημοσιεύονται σε δικτυακούς τόπους κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τρίτους για πολλούς και διάφορους σκοπούς, μεταξύ άλλων για εμπορικούς σκοπούς, γεγονός που ενέχει σημαντικούς κινδύνους, όπως κλοπή ταυτότητας, οικονομική ζημία, απώλεια οικονομικών δραστηριοτήτων ή ευκαιριών απασχόλησης, καθώς και σωματικές βλάβες.

Η διεθνής ομάδα εργασίας του Βερολίνου για την προστασία δεδομένων στις τηλεπικοινωνίες ενέκρινε το *Μνημόνιο της Ρώμης*² το Μάρτιο 2008. Το μνημόνιο αυτό αναλύει τους κινδύνους για την ιδιωτική ζωή και την ασφάλεια που ενέχουν οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης και παρέχει κατευθυντήριες γραμμές για τα ρυθμιστικά όργανα, τους παρόχους και τους χρήστες. Το προσφάτως εγκριθέν ψήφισμα για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης³ ασχολείται επίσης με τις προκλήσεις που επέφεραν οι υπηρεσίες αυτές. Η ομάδα εργασίας λαμβάνει επίσης υπόψη το έγγραφο θέσης που δημοσιεύτηκε από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό για την Ασφάλεια Δικτύων και Πληροφοριών (ENISA) με τίτλο «*Θέματα ασφάλειας και συστάσεις για τις διαδικτυακές υπηρεσίες*

¹ Επίσημη Εφημερίδα αρ. L281 της 23/11/1995, σ. 31,

http://europa.eu.int/comm/internal_market/en/media/dataprot/index.htm

² http://www.datenschutz-berlin.de/attachments/461/WP_social_network_services.pdf

³ Εκδόθηκε κατά την 30^η Διεθνή Διάσκεψη των Επιτρόπων Προστασίας Δεδομένων και Ιδιωτικής Ζωής, στο Στρασβούργο, 17.10.2008, http://www.privacyconference2008.org/adopted_resolutions/STRASBOURG2008/resolution_social_networks_en.pdf

κοινωνικής δικτύωσης»,⁴ τον Οκτώβριο του 2007, το οποίο απευθύνεται στα ρυθμιστικά όργανα και στους παρόχους υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης.

2. Ορισμός των «υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης» και επιχειρηματικό μοντέλο

Οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης μπορούν σε γενικές γραμμές να οριστούν ως διαδικτυακές πλατφόρμες επικοινωνίας, οι οποίες επιτρέπουν στα άτομα να προσχωρούν σε ή να δημιουργούν δίκτυα χρηστών με παρόμοιες ιδέες. Από νομικής σκοπιάς, τα κοινωνικά δίκτυα είναι υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως ορίζονται στο άρθρο 1 παράγραφος 2 της οδηγίας 98/34/EK, όπως τροποποιήθηκε από την οδηγία 98/48/EK. Οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης έχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά:

- οι χρήστες καλούνται να παράσχουν προσωπικά στοιχεία, με σκοπό την δημιουργία μιας περιγραφής του εαυτού τους ή ενός «προφίλ»,
- οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν επίσης εργαλεία τα οποία επιτρέπουν στους χρήστες να δημοσιεύσουν το δικό τους υλικό (περιεχόμενα που δημιουργούν οι χρήστες, όπως μια φωτογραφία ή μια καταχώριση ημερολογίου, μουσική ή βίντεο-κλιπ ή σύνδεσμοι προς άλλους δικτυακούς τόπους⁵),
- η «κοινωνική δικτύωση» καθίσταται δυνατή χρησιμοποιώντας εργαλεία τα οποία παρέχουν έναν κατάλογο επαφών για κάθε χρήστη και με τα οποία οι χρήστες μπορούν να έρθουν σε επαφή.

Οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης επιτυγχάνουν μεγάλο μέρος των εσόδων τους μέσω διαφήμισης, η οποία παρέχεται παράλληλα με τις ιστοσελίδες που δημιουργούν και που χρησιμοποιούν οι χρήστες. Οι χρήστες που δημοσιεύουν στο προφίλ τους πολλές πληροφορίες για τα ενδιαφέροντά τους αποτελούν μια εξειδικευμένη αγορά για τους διαφημιστές, οι οποίοι επιθυμούν να τους παρέχουν στοχοθετημένες διαφημίσεις βάσει των πληροφοριών αυτών.

Επομένως, είναι σημαντικό οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης να λειτουργούν κατά τρόπο τέτοιο που να σέβονται τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των χρηστών, οι οποίοι δικαιούνται να προσδοκούν ότι τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που αποκαλύπτουν υφίστανται επεξεργασία σύμφωνα με την ευρωπαϊκή και την εθνική νομοθεσία περί ιδιωτικής ζωής και προστασίας των δεδομένων.

3. Εφαρμογή της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων

Οι διατάξεις της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων ισχύουν για τους παρόχους υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης στις περισσότερες περιπτώσεις, ακόμη κι αν η έδρα τους βρίσκεται εκτός ΕΟΧ. Η ομάδα εργασίας του άρθρου 29 παραπέμπει στην προηγούμενη γνώμη της για τις μηχανές αναζήτησης, για περαιτέρω καθοδήγηση σχετικά με τα θέματα της εγκατάστασης και της χρήσης εξοπλισμού, ως καθοριστικούς παράγοντες όσον αφορά την εφαρμογή της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων και τους κανόνες που απορρέουν από την επεξεργασία των διευθύνσεων IP και τη χρήση των «cookies»⁶.

⁴ http://www.enisa.europa.eu/doc/pdf/deliverables/enisa_pp_social_networks.pdf

⁵ Στις περιπτώσεις στις οποίες οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας, εφαρμόζονται επίσης οι διατάξεις της οδηγίας για την προστασία ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες 2002/58.

⁶ WP148, “Γνώμη 1/2008 σχετικά με τα θέματα προστασίας δεδομένων σε σχέση με τις μηχανές αναζήτησης”.

3.1 Ποιος είναι ο υπεύθυνος επεξεργασίας των δεδομένων;

Πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης

Οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης είναι οι υπεύθυνοι για την επεξεργασία των δεδομένων, σύμφωνα με την οδηγία για την προστασία των δεδομένων. Παρέχουν τα μέσα για την επεξεργασία των δεδομένων των χρηστών και παρέχουν όλες τις «βασικές» πληροφορίες που αφορούν την διαχείριση του χρήστη (π.χ. δημιουργία και διαγραφή λογαριασμών). Επίσης, οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης καθορίζουν τη χρήση των δεδομένων του χρήστη για σκοπούς διαφήμισης και εμπορικής προώθησης – συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης που παρέχεται από τρίτους.

Πάροχοι εφαρμογών

Οι πάροχοι εφαρμογών μπορούν να είναι και υπεύθυνοι επεξεργασίας δεδομένων, αν αναπτύσσουν εφαρμογές που λειτουργούν επιπλέον εκείνων του παρόχου των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης και τις οποίες ο χρήστης αποφασίζει να χρησιμοποιήσει.

Χρήστες

Στις περισσότερες περιπτώσεις, θεωρείται ότι οι χρήστες είναι υποκείμενα των δεδομένων. Η οδηγία δεν επιβάλλει τις υποχρεώσεις ενός υπεύθυνου επεξεργασίας δεδομένων σε ένα άτομο που επεξεργάζεται δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα «στο πλαίσιο καθαρά προσωπικής ή οικιακής χρήσης» – της αποκαλούμενης «εξαιρέσης από τις υποχρεώσεις λόγω οικιακής χρήσης». Σε κάποιες περιπτώσεις, οι δραστηριότητες του χρήστη μιας υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να μην διέπονται από την εξαίρεση λόγω οικιακής χρήσης και ο χρήστης ενδέχεται να θεωρηθεί ότι επωμίζεται κάποιες από τις ευθύνες ενός υπεύθυνου επεξεργασίας δεδομένων. Κάποιες από αυτές τις περιπτώσεις παρουσιάζονται αναλυτικότερα παρακάτω:

3.1.1. Σκοπός και φύση

Μια συνεχώς αυξανόμενη τάση των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης είναι η «μετάβαση από το «Διαδίκτυο 2.0 για ψυχαγωγία» στο «Διαδίκτυο 2.0 για παραγωγικότητα και υπηρεσίες»⁷ όπου οι δραστηριότητες ορισμένων χρηστών των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης ενδέχεται να επεκτείνονται πέραν της καθαρά προσωπικής ή οικιακής χρήσης, για παράδειγμα όταν η υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείται ως πλατφόρμα συνεργασίας για έναν οργανισμό ή μια εταιρεία. Αν ο χρήστης μιας υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης ενεργεί εκ μέρους μιας εταιρείας ή ενός οργανισμού, ή χρησιμοποιεί την εν λόγω υπηρεσία κυρίως ως πλατφόρμα για την επιδίωξη διαφημιστικών, πολιτικών ή φιλανθρωπικών στόχων, η εξαίρεση δεν ισχύει. Σε αυτή την περίπτωση, ο χρήστης αναλαμβάνει όλες τις ευθύνες ενός υπεύθυνου επεξεργασίας δεδομένων, ο οποίος αποκαλύπτει δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα σε έναν άλλο υπεύθυνο επεξεργασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα (δηλ. την υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης) και σε τρίτους (σε άλλους χρήστες της εν λόγω υπηρεσίας ή ενδεχομένως ακόμα και σε άλλους υπεύθυνους επεξεργασίας δεδομένων με πρόσβαση στα δεδομένα). Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο χρήστης πρέπει να λάβει τη σύμφωνη γνώμη των ενδιαφερομένων προσώπων ή κάποια άλλη νομική βάση, όπως προβλέπεται στην οδηγία για την προστασία των δεδομένων.

Κατά βάση, η πρόσβαση στα δεδομένα (δεδομένα προφίλ, μηνύματα, ιστορίες κ.λπ.) που συνεισφέρει ένας χρήστης περιορίζεται στις επαφές που ο ίδιος επιλέγει. Ωστόσο, σε κάποιες περιπτώσεις οι χρήστες ενδέχεται να αποκτήσουν μεγάλο αριθμό τρίτων επαφών, πολλές από τις οποίες τους είναι άγνωστες. Ένας μεγάλος αριθμός επαφών μπορεί να σημαίνει ότι δεν ισχύει η εξαίρεση λόγω οικιακής χρήσης και επομένως ότι ο χρήστης μπορεί να θεωρείται ως υπεύθυνος της επεξεργασίας δεδομένων.

3.1.2. Πρόσβαση στις πληροφορίες προφίλ

Οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να εξασφαλίζουν ότι εφαρμόζονται εξ ορισμού δωρεάν ρυθμίσεις προστασίας της ιδιωτικής ζωής, οι οποίες περιορίζουν την πρόσβαση μόνο σε επαφές που επιλέγει ο χρήστης.

Όταν η πρόσβαση στις πληροφορίες προφίλ επεκτείνεται πέραν των επαφών της επιλογής του χρήστη, π.χ. όταν παρέχεται πρόσβαση σε ένα προφίλ σε όλους τους χρήστες της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης⁸ ή όταν τα δεδομένα παρέχουν δυνατότητα καταγραφής από τις μηχανές αναζήτησης, η πρόσβαση υπερβαίνει το προσωπικό ή το οικιακό πλαίσιο. Κατά αντίστοιχο τρόπο, αν ένας χρήστης λάβει συνειδητή απόφαση να επεκτείνει την πρόσβαση στα στοιχεία του πέραν των «φίλων» της επιλογής του, τίθενται σε ισχύ υποχρεώσεις υπεύθυνου επεξεργασίας δεδομένων. Ουσιαστικά, σε αυτή την περίπτωση θα ισχύει το ίδιο νομικό καθεστώς με εκείνο που ισχύει όταν κάποιος χρησιμοποιεί άλλες τεχνολογικές πλατφόρμες για να δημοσιεύσει στο Διαδίκτυο δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα⁹. Σε πολλά κράτη μέλη, η απουσία περιορισμών πρόσβασης (επομένως, ο δημόσιος χαρακτήρας)

⁷ «Το Διαδίκτυο του μέλλοντος: η Ευρώπη πρέπει να είναι σημαντικός παίκτης», ομιλία της κυρίας Reding, Επιτρόπου της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την Κοινωνία της Πληροφορίας και τα Μέσα Επικοινωνίας κατά τη σύνοδο της πρωτοβουλίας για το Διαδίκτυο του Συμβουλίου της Λισαβόνας, Βρυξέλλες, 2 Φεβρουαρίου 2009

⁸ ή όταν μπορεί κάποιος να υποστηρίξει ότι δεν γίνεται πραγματική επιλογή κατά την αποδοχή επαφών, δηλ. όταν οι χρήστες αποδέχονται «επαφές» ανεξάρτητα από τη σχέση που έχουν με αυτές

⁹ Όπως συμβαίνει με τις πλατφόρμες δημοσίευσης που δεν είναι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης ή με λογισμικό που φιλοξενεί ο ίδιος ο χρήστης.

σημαίνει ότι η οδηγία για την προστασία δεδομένων εφαρμόζεται όσον αφορά την ανάληψη καθηκόντων υπεύθυνου επεξεργασίας δεδομένων από το χρήστη του Διαδικτύου¹⁰.

Πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι, ακόμα κι αν δεν ισχύει η εξαίρεση λόγω οικιακής χρήσης, ο χρήστης των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να επωφεληθεί από άλλες εξαιρέσεις, όπως η εξαίρεση λόγω δημοσιογραφικών σκοπών, καλλιτεχνικής ή λογοτεχνικής έκφρασης. Σε αυτές τις περιπτώσεις, πρέπει να εξευρεθεί ισορροπία ανάμεσα στην ελευθερία του λόγου και στο δικαίωμα ιδιωτικότητας.

3.1.3 Επεξεργασία δεδομένων τρίτων από τους χρήστες

Η εφαρμογή της εξαίρεσης λόγω οικιακής χρήσης επιβάλλεται επίσης από την ανάγκη διασφάλισης των δικαιωμάτων τρίτων, ιδίως όσον αφορά ευαίσθητα δεδομένα. Επιπλέον, πρέπει να επισημάνουμε ότι ακόμη κι αν ισχύει η εξαίρεση λόγω οικιακής χρήσης, ένας χρήστης μπορεί να είναι υπεύθυνος σύμφωνα με τους γενικούς όρους του εκάστοτε αστικού ή ποινικού δικαίου (π.χ. δυσφήμιση, αστική ευθύνη από δικαιοπραξία λόγω παραβίασης προσωπικότητας, ποινική ευθύνη).

3.2 Ασφάλεια και προεπιλεγμένες ρυθμίσεις προστασίας της ιδιωτικής ζωής

Η ασφαλής επεξεργασία των πληροφοριών είναι βασικό στοιχείο εμπιστοσύνης στις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης. Οι υπεύθυνοι επεξεργασίας πρέπει να λάβουν τα απαραίτητα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα, «κατά τη στιγμή τόσο του σχεδιασμού των τεχνικών επεξεργασίας όσο και της εκτέλεσης της επεξεργασίας», προκειμένου να διατηρηθεί η ασφάλεια και να αποτραπεί η ανεπίτρεπτη επεξεργασία, λαμβάνοντας υπόψη τους κινδύνους τους οποίους ενέχει η επεξεργασία και η φύση των δεδομένων¹¹.

Ένα σημαντικό στοιχείο των ρυθμίσεων προστασίας της ιδιωτικής ζωής είναι η πρόσβαση στα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που δημοσιεύονται σε ένα προφίλ. Αν δεν υπάρχουν περιορισμοί στην εν λόγω πρόσβαση, τρίτοι μπορούν να συνδέσουν πάσης φύσεως προσωπικές λεπτομέρειες όσον αφορά τους χρήστες, είτε ως μέλη της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης ή μέσω μηχανών αναζήτησης. Ωστόσο, λίγοι μόνο είναι οι χρήστες που εγγράφονται σε μια υπηρεσία, οι οποίοι θα κάνουν οποιεσδήποτε αλλαγές στις εξ ορισμού ρυθμίσεις. Ως εκ τούτου, οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να παρέχουν εξ ορισμού ρυθμίσεις που να προστατεύουν την ιδιωτική ζωή, οι οποίες θα επιτρέπουν στους χρήστες να συγκατατίθενται ελεύθερα και ειδικά για οποιαδήποτε πρόσβαση στο περιεχόμενο του προφίλ τους, που βρίσκεται πέρα από τις επαφές της επιλογής τους, προκειμένου να μειωθεί ο κίνδυνος της παράνομης επεξεργασίας του από τρίτους. Τα προφίλ περιορισμένης πρόσβασης δεν πρέπει να είναι αναγνωρίσιμα από τις εσωτερικές μηχανές αναζήτησης, ούτε από τη λειτουργία αναζήτηση βάσει παραμέτρων, όπως της ηλικίας ή της περιοχής. Οι αποφάσεις για την επέκταση της πρόσβασης δεν επιτρέπεται να είναι υπονοούμενες¹², για παράδειγμα με

¹⁰ Αντίθετα, στην απόφασή του για την υπόθεση Satamedia, παράγραφο 44, το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο απεφάνθη ως εξής: «Επομένως, η δεύτερη εξαίρεση πρέπει να ερμηνεύεται υπό την έννοια ότι αφορά αποκλειστικά τις δραστηριότητες που εντάσσονται στο πλαίσιο της ιδιωτικής ή οικογενειακής ζωής των ιδιωτών (βλ. προαναφερθείσα απόφαση Lindqvist, σκέψη 47). Τούτο προφανώς δεν συμβαίνει όσον αφορά τις δραστηριότητες των Markkinapörssi και Satamedia, το αντικείμενο των οποίων είναι η ανακοίνωση των συλλεγομένων δεδομένων σε απροσδιόριστο αριθμό ατόμων».

¹¹ Άρθρο 17 και αιτιολογική σκέψη 46 της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων.

¹² Η έκθεση και οι κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης («Μνημόνιο της Ρώμης») επισημαίνει κινδύνους όπως «Η παραπλανητική έννοια της κοινότητας», σ. 2, «Παροχή περισσότερων προσωπικών πληροφοριών απ' όσες θα θέλατε», σ. 3. Μια εταιρεία ασφάλειας των υπολογιστών προειδοποιεί μια σημαντική υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με την προεπιλεγμένη πρόσβαση σε μέλη εντός της ίδιας γεωγραφικής περιοχής : <http://www.sophos.com/pressoffice/news/articles/2007/10/facebook-network.html>

την επιλογή «εξαίρεση» (opt-out) από τον υπεύθυνο επεξεργασίας δεδομένων της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης.

3.3 Πληροφορίες που πρέπει να παρέχουν οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης

Οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να ενημερώνουν τους χρήστες τους σχετικά με το ποιοι είναι και σχετικά με τους διάφορους σκοπούς για τους οποίους πραγματοποιούν επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σύμφωνα με τις διατάξεις που ορίζονται στο άρθρο 10 της οδηγίας για την προστασία δεδομένων, και συγκεκριμένα:

- τη χρήση των δεδομένων για άμεση εμπορική προώθηση,
- την πιθανή κοινή χρήση δεδομένων με καθορισμένες κατηγορίες τρίτων,
- την επισκόπηση των προφίλ: τη δημιουργία τους και τις σημαντικότερες πηγές δεδομένων,
- τη χρήση ευαίσθητων δεδομένων.

Η ομάδα εργασίας συνιστά στους παρόχους υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης:

- να παρέχουν επαρκείς προειδοποιήσεις στους χρήστες σχετικά με τους κινδύνους για την ιδιωτική ζωή των ιδίων και των άλλων, όταν αναφορτώνουν πληροφορίες μέσω της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης,
- να υπενθυμίζουν στους χρήστες των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης ότι το ανέβασμα πληροφοριών για άλλα άτομα ενδέχεται να είναι κατά παράβαση των δικαιωμάτων τους στην ιδιωτική ζωή και στην προστασία των δεδομένων,
- να συμβουλεύουν τους χρήστες να μην ανεβάζουν ανεβάζουν φωτογραφίες ή πληροφορίες για άλλα άτομα χωρίς τη συγκατάθεση των εν λόγω ατόμων¹³.

3.4 Ευαίσθητα δεδομένα

Δεδομένα τα οποία αποκαλύπτουν τη φυλετική ή την εθνική προέλευση, τις πολιτικές απόψεις, τις θρησκευτικές ή φιλοσοφικές πεποιθήσεις, τη συμμετοχή σε συνδικάτα ή δεδομένα που αφορούν την υγεία ή τη σεξουαλική ζωή, θεωρούνται ευαίσθητα. Τα ευαίσθητα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα μπορούν να δημοσιευτούν στο Διαδίκτυο μόνο με την ρητή συναίνεση του υποκειμένου των δεδομένων ή μόνο αν το εν λόγω υποκείμενο των δεδομένων κοινοποίησε αυτοπροσώπως τα δεδομένα¹⁴.

Σε ορισμένα κράτη μέλη της ΕΕ, οι εικόνες των υποκειμένων των δεδομένων θεωρούνται ειδική κατηγορία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, εφόσον μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να γίνει διάκριση βάσει φυλετικής/ εθνικής προέλευσης ή μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να εξαχθούν δεδομένα για τις θρησκευτικές πεποιθήσεις ή την υγεία. Η ομάδα εργασίας

¹³ Αυτό μπορεί να καταστεί ευκολότερο εισάγοντας εργαλεία διαχείρισης ετικετών στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, παρέχοντας, π.χ., περιοχές σε ένα ατομικό προφίλ όπου θα υποδεικνύεται η ύπαρξη του ονόματος ενός χρήστη σε φωτογραφίες ή βίντεο με ετικέτες, για τις οποίες εκκρεμεί η συναίνεση του άλλου χρήστη, ή ορίζοντας χρόνους εκπνοής για ετικέτες που δεν έλαβαν την σύμφωνη γνώμη του ατόμου που επισημαίνεται.

¹⁴ Τα κράτη μέλη μπορούν να ορίσουν εξαιρέσεις από αυτόν τον κανόνα· βλ. άρθρο 8.2 σημείο α) δεύτερη πρόταση και άρθρο 8 παράγραφος 4 της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων.

γενικά δεν θεωρεί ότι οι πληροφορίες στο Διαδίκτυο αποτελούν ευαίσθητα δεδομένα¹⁵, εκτός αν οι εικόνες χρησιμοποιούνται ξεκάθαρα για την αποκάλυψη ευαίσθητων δεδομένων για τα άτομα.

Ως υπεύθυνοι επεξεργασίας δεδομένων, οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης δεν επιτρέπεται να επεξεργάζονται τυχόν ευαίσθητα δεδομένα που αφορούν τα μέλη της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης ή και άτομα που δεν είναι μέλη, αν δεν λάβουν τη ρητή τους σύμφωνη γνώμη¹⁶. Αν ένας πάροχος υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης συμπεριλάβει στη φόρμα προφίλ των χρηστών τυχόν ερωτήσεις που αφορούν ευαίσθητα δεδομένα, ο πάροχος της υπηρεσίας πρέπει να καταστήσει απολύτως σαφές το ότι η απάντηση στις εν λόγω ερωτήσεις είναι εντελώς προαιρετική.

3.5 Επεξεργασία δεδομένων μη μελών

Πολλές υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στους χρήστες τους να συνεισφέρουν δεδομένα για άλλους ανθρώπους, προσθέτοντας, για παράδειγμα, ένα όνομα σε μια εικόνα, βαθμολογώντας κάποιον, παραθέτοντας τους «ανθρώπους που έχω γνωρίσει/ που θα ήθελα να γνωρίσω» σε εκδηλώσεις. Η επισήμανση αυτή μπορεί να αφορά και μη μέλη. Εντούτοις, η επεξεργασία των εν λόγω δεδομένων για τα μη μέλη από τον πάροχο της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να γίνει μόνο αν εκπληρώνεται ένα από τα κριτήρια που ορίζονται με το άρθρο 7 της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων.

Επιπλέον, η δημιουργία προκατασκευασμένων προφίλ για τα μη μέλη μέσω της συγκέντρωσης δεδομένων που παρέχουν ανεξάρτητα οι χρήστες της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης, συμπεριλαμβανομένων δεδομένων για διασυνδέσεις, που αντλώνται από ανεβασμένα βιβλία διευθύνσεων, δεν διαθέτει νομική βάση.¹⁷

Ακόμη κι αν ο πάροχος των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης είχε τα μέσα να επικοινωνήσει με τον μη χρήστη και να τον ενημερώσει σχετικά με την ύπαρξη των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που τον/ την αφορούν, μια πιθανή πρόσκληση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για να γίνει μέλος των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης, προκειμένου να αποκτήσει πρόσβαση στα εν λόγω δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, παραβιάζει την απαγόρευση που ορίζεται στο άρθρο 13.4 της οδηγίας για την προστασία ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες σχετικά με την αποστολή αυτόκλητων ηλεκτρονικών μηνυμάτων για άμεση εμπορική προώθηση.

3.6 Πρόσβαση τρίτων

3.6.1 Πρόσβαση μέσω υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης

Εκτός από τη βασική υπηρεσία του παρόχου κοινωνικής δικτύωσης, οι περισσότεροι πάροχοι κοινωνικής δικτύωσης προτείνουν στους χρήστες επιπρόσθετες εφαρμογές, τις οποίες παρέχουν τρίτοι φορείς, οι οποίοι επεξεργάζονται και τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα.

¹⁵ Η δημοσίευση εικόνων στο Διαδίκτυο εγείρει, όμως, αυξανόμενες ανησυχίες για την ιδιωτική ζωή, καθώς βελτιώνονται οι τεχνολογίες αναγνώρισης προσώπων.

¹⁶ η σύμφωνη γνώμη πρέπει να είναι ελεύθερη, ενημερωμένη και συγκεκριμένη

¹⁷ Η αιτιολογική σκέψη 38 της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων καθορίζει: «ότι η σύννομη επεξεργασία των δεδομένων προϋποθέτει ότι τα πρόσωπα στα οποία αναφέρονται τα δεδομένα είναι σε θέση να πληροφορούνται την ύπαρξη της επεξεργασίας και, εφόσον τα δεδομένα συλλέγονται από αυτά, να έχουν πραγματική και ολοκληρωμένη ενημέρωση σχετικά με τις συνθήκες της συλλογής». Για ορισμένους παρόχους υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης, η δημοσίευση προφίλ μη μελών εικάζεται ότι έχει καταστεί ένας σημαντικός τρόπος προώθησης των «υπηρεσιών» τους.

Ο πάροχος των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να διαθέτει τα μέσα να διασφαλίσει ότι οι εφαρμογές τρίτων συμμορφώνονται με την οδηγία για την προστασία των δεδομένων και για την οδηγία για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες. Γι' αυτό απαιτείται, ειδικά, να παρέχει σαφείς και συγκεκριμένες πληροφορίες στους χρήστες σχετικά με την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα τους και να έχει πρόσβαση μόνο στα απαραίτητα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα. Ως εκ τούτου, ο πάροχος των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να παρέχει πρόσβαση κατά επίπεδα στους τρίτους φορείς, έτσι ώστε να μπορούν να επιλέξουν τρόπο πρόσβασης ο οποίος να είναι εγγενώς πιο περιορισμένος. Επιπλέον, ο πάροχος των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να βεβαιώνεται ότι οι χρήστες μπορούν να αναφέρουν πιο εύκολα τις ανησυχίες τους για τις διάφορες εφαρμογές.

3.6.2 Πρόσβαση τρίτων μέσω του χρήστη

Ο πάροχος της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης μερικές φορές επιτρέπει στους χρήστες να έχουν πρόσβαση και να ενημερώνουν τα δεδομένα τους με άλλες εφαρμογές. Για παράδειγμα, οι χρήστες ίσως θα μπορούν :

- να διαβάζουν και να δημοσιεύουν μηνύματα στο δίκτυο μέσω των κινητών τους,
- να συγχρονίζουν τα στοιχεία επικοινωνίας των φίλων τους στην υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης με το βιβλίο διευθύνσεών τους σε έναν σταθερό υπολογιστή,
- να ενημερώνουν αυτόματα την κατάσταση ή την περιοχή τους στην υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης, χρησιμοποιώντας έναν άλλο διαδικτυακό τόπο.

Οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης δημοσιεύουν τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να γραφτεί το εν λόγω λογισμικό υπό τη μορφή μιας «Διασύνδεσης προγραμματισμού εφαρμογών» (Application Programming Interface - “API”). Αυτό δίνει τη δυνατότητα σε τρίτους να κατασκευάζουν λογισμικά για την εκτέλεση των εν λόγω λειτουργιών, καθώς και στους χρήστες να επιλέγουν ελεύθερα μεταξύ πολλών τρίτων παρόχων¹⁸. Κατά την παροχή μιας API που παρέχει πρόσβαση σε δεδομένα επαφών, ο πάροχος της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης πρέπει:

- να προβλέπει ένα επίπεδο διαβάθμισης, το οποίο να δίνει στο χρήστη τη δυνατότητα να επιλέξει ένα επίπεδο πρόσβασης για το τρίτο μέρος, το οποίο να του παρέχει απλώς τη δυνατότητα εκτέλεσης μιας καθορισμένης εργασίας.

Κατά την πρόσβαση σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα μέσω της API ενός τρίτου εκ μέρους ενός χρήστη, οι υπηρεσίες τρίτων πρέπει:

- να επεξεργάζονται και να αποθηκεύουν τα δεδομένα μόνο για όσο χρονικό διάστημα είναι απαραίτητα για την εκτέλεση της καθορισμένης εργασίας,
- να περιορίζουν τις ενέργειες επί των εισαγόμενων δεδομένων των επαφών του χρήστη στην προσωπική χρήση του χρήστη που τα εισήγαγε.

3.7 Νομική βάση άμεσης εμπορικής προώθησης

Η άμεση εμπορική προώθηση αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του επιχειρηματικού μοντέλου των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης: οι εν λόγω υπηρεσίες μπορούν να χρησιμοποιήσουν

¹⁸ Ο όρος “API” είναι ένας ευρέως χρησιμοποιούμενος τεχνικός όρος, εδώ όμως αναφέρεται στην πρόσβαση εκ μέρους ενός χρήστη, δηλ. των χρηστών που πρέπει να δώσουν τα στοιχεία σύνδεσής τους στο λογισμικό, προκειμένου εκείνο να ενεργεί εκ μέρους τους.

διάφορα επιχειρηματικά μοντέλα. Παρόλα αυτά, η εμπορική προώθηση που κάνει χρήση των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των χρηστών πρέπει να συμμορφώνεται με τις σχετικές διατάξεις τόσο της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων όσο και της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες¹⁹.

Η εμπορική προώθηση βάσει των αναγκών και των ενδιαφερόντων των αντικειμένων (*contextual marketing*) προσαρμόζεται στο περιεχόμενο που βλέπει ή στο οποίο έχει πρόσβαση ο χρήστης²⁰.

Η τμηματοποιημένη εμπορική προώθηση (*segmented marketing*) συνίσταται στην προώθηση διαφημίσεων προς στοχοθετημένες ομάδες χρηστών²¹. Ένας χρήστης κατατάσσεται σε μια ομάδα ανάλογα με τις πληροφορίες που κοινοποίησε άμεσα στην υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης²².

Τέλος, η εμπορική προώθηση βάσει συμπεριφοράς (*behavioural marketing*) επιλέγει τις διαφημίσεις βάσει της παρατήρησης και της δυναμικής ανάλυσης της δραστηριότητας των χρηστών. Οι τεχνικές αυτές ενδέχεται να υπόκεινται σε διάφορες νομικές απαιτήσεις, ανάλογα με τις ισχύουσες νομικές βάσεις και τα χαρακτηριστικά των χρησιμοποιούμενων τεχνικών. Η ομάδα εργασίας συνιστά να μην χρησιμοποιούνται τα ευαίσθητα δεδομένα σε μοντέλα διαφήμισης βάσει συμπεριφοράς, εκτός αν πληρούνται όλες οι νόμιμες απαιτήσεις.

Ανεξάρτητα από τη χρήση του μοντέλου ή του συνδυασμού μοντέλων που χρησιμοποιείται, οι διαφημίσεις μπορούν να προωθηθούν είτε άμεσα από τον πάροχο των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης (ο οποίος σε αυτή την περίπτωση ενεργεί ως μεσολαβητής) είτε από έναν τρίτο διαφημιστή. Στην πρώτη περίπτωση δεν είναι απαραίτητη η αποκάλυψη των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των χρηστών σε τρίτους. Ωστόσο, στη δεύτερη περίπτωση, ο τρίτος διαφημιστής ενδέχεται να προβεί σε επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των χρηστών, π.χ. με επεξεργασία της διεύθυνσης IP του χρήστη και με την τοποθέτηση ενός «cookie» στον υπολογιστή του χρήστη.

3.8 Διατήρηση δεδομένων

Οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης δεν εμπίπτουν στο πλαίσιο του ορισμού των υπηρεσιών ηλεκτρονικής επικοινωνίας που παρέχονται στο άρθρο 2 σημείο γ) της οδηγίας-πλαίσιο (2002/21/EK). Οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να παρέχουν επιπλέον υπηρεσίες, οι οποίες εμπίπτουν εντός του πλαισίου μιας υπηρεσίας ηλεκτρονικών επικοινωνιών, όπως μιας δημοσίως προσβάσιμης υπηρεσίας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Μια τέτοια υπηρεσία θα υπόκειται στις διατάξεις της οδηγίας για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες και της οδηγίας για τη διατήρηση των δεδομένων.

Ορισμένες υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στους χρήστες τους να στέλνουν προσκλήσεις σε τρίτους. Η απαγόρευση της χρήσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για σκοπούς άμεσης εμπορικής προώθησης δεν ισχύει για τις προσωπικές επικοινωνίες. Προκειμένου να συμμορφωθεί με την απαλλαγή των προσωπικών επικοινωνιών, ένας πάροχος υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να τηρεί τα παρακάτω κριτήρια:

¹⁹ Η ομάδα εργασίας προτίθεται να ασχοληθεί με τις διάφορες πτυχές της διαδικτυακής διαφήμισης σε ξεχωριστό έγγραφο στο εγγύς μέλλον.

²⁰ π.χ. αν η σελίδα που προβάλλεται αναφέρει τη λέξη «Παρίσι», η διαφήμιση μπορεί να αφορά ένα εστιατόριο σε αυτή την πόλη

²¹ κάθε ομάδα ορίζεται από ένα σύνολο κριτηρίων

²² π.χ. όταν εγγράφηκε στην υπηρεσία

- να μην παρέχει κίνητρα ούτε στον αποστολέα ούτε στον παραλήπτη,
- ο πάροχος να μην επιλέγει τους αποδέκτες του μηνύματος²³,
- η ταυτότητα του αποστολέα να αναφέρεται σαφώς,
- ο αποστολέας να γνωρίζει το πλήρες περιεχόμενο του μηνύματος που θα σταλεί εκ μέρους του.

Ορισμένοι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης φυλάττουν επίσης τα στοιχεία ταυτότητας των χρηστών που αποκλείστηκαν από την υπηρεσία, προκειμένου να βεβαιωθούν ότι δεν θα μπορέσουν να εγγραφούν ξανά. Σε αυτή την περίπτωση, αυτοί οι χρήστες πρέπει να ενημερωθούν ότι λαμβάνει χώρα αυτή η διαδικασία. Επιπλέον, οι μόνες πληροφορίες που μπορούν να διατηρηθούν είναι οι πληροφορίες ταυτότητας και όχι οι λόγοι αποκλεισμού των εν λόγω προσώπων. Οι εν λόγω πληροφορίες δεν πρέπει να διατηρούνται για πάνω από ένα χρόνο.

Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που κοινοποιεί ένας χρήστης κατά την εγγραφή του σε μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να διαγράφονται αμέσως μόλις ο χρήστης ή ο πάροχος της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης αποφασίσει να διαγράψει το λογαριασμό²⁴. Παρομοίως, οι πληροφορίες που διαγράφει ένας χρήστης κατά την επικαιροποίηση του λογαριασμού του δεν πρέπει να διατηρούνται. Ο πάροχος της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να ενημερώνει τους χρήστες προτού προβεί σε αυτά τα βήματα με τα μέσα που διαθέτει για να γνωστοποιήσει στους χρήστες τις εν λόγω περιόδους διατήρησης. Για νομικούς λόγους και για λόγους ασφαλείας, σε ειδικές περιπτώσεις, θα μπορούσε να δικαιολογηθεί η αποθήκευση επικαιροποιημένων ή διαγραμμένων δεδομένων και των λογαριασμών για καθορισμένο χρονικό διάστημα, προκειμένου να καταστεί δυνατή η αποτροπή των κακόβουλων ενεργειών που προκύπτουν από την κλοπή ταυτότητας και άλλων αδικημάτων ή εγκλημάτων.

Όταν ένας χρήστης δεν χρησιμοποιεί την υπηρεσία για καθορισμένη χρονική περίοδο, το προφίλ πρέπει να είναι αδρανές, δηλ. μη διαθέσιμο σε άλλους χρήστες ή στον έξω κόσμο, και μετά από μια πρόσθετη χρονική περίοδο, τα δεδομένα στον εγκαταλειμμένο λογαριασμό πρέπει να διαγράφονται. Ο πάροχος της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να ειδοποιεί τους χρήστες προτού προβεί στις ενέργειες αυτές, με οποιαδήποτε μέσα έχει στη διάθεσή του.

3.9 Δικαιώματα των χρηστών

Ο πάροχος υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να σέβεται τα δικαιώματα των ατόμων που αφορά η επεξεργασία, σύμφωνα με τις διατάξεις που ορίζονται στα άρθρα 12 και 14 της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων.

Τα δικαιώματα πρόσβασης και διόρθωσης των δεδομένων από τους χρήστες δεν περιορίζονται στους χρήστες της υπηρεσίας, αλλά αφορούν όλα τα φυσικά πρόσωπα των οποίων τα δικαιώματα υφίστανται επεξεργασία²⁵. Τα μέλη και τα μη μέλη της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να διαθέτουν μέσα για να ασκήσουν το δικαίωμα πρόσβασης,

²³ δηλ. απαγορεύεται η πρακτική ορισμένων παρόχων υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης να στέλνουν αδιακρίτως προσκλήσεις σε ολόκληρο το βιβλίο διευθύνσεων ενός χρήστη

²⁴ Σύμφωνα με το άρθρο 6 παράγραφος 1 σημείο ε) της οδηγίας για την προστασίας των δεδομένων, τα δεδομένα πρέπει να «διατηρούνται με μορφή που επιτρέπει τον προσδιορισμό της ταυτότητας των προσώπων στα οποία αναφέρονται μόνο κατά τη διάρκεια περιόδου που δεν υπερβαίνει την απαιτούμενη για την επίτευξη των σκοπών για τους οποίους έχουν συλλεχθεί ή για τους οποίους αργότερα υφίστανται επεξεργασία».

²⁵ π.χ., παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση του προσώπου του οποίου η ηλεκτρονική διεύθυνση χρησιμοποιήθηκε από την υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης για να του στείλει πρόσκληση

διόρθωσης και διαγραφής. Στην αρχική σελίδα των διαδικτυακών τόπων των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να γίνεται σαφής αναφορά στην ύπαρξη ενός «γραφείου διαχείρισης παραπόνων», το οποίο δημιούργησε ο πάροχος των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης για να αντιμετωπίσει ζητήματα που αφορούν την προστασία των δεδομένων και την ιδιωτική ζωή, καθώς και παράπονα τόσο από τα μέλη όσο και από τα μη μέλη.

Το άρθρο 6 παράγραφος 1 σημείο γ) της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων απαιτεί τα δεδομένα «να είναι κατάλληλα, συναφή προς το θέμα και όχι υπερβολικά σε σχέση με τους σκοπούς για τους οποίους συλλέγονται και υφίστανται επεξεργασία». Σε αυτό το πλαίσιο, μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι ο πάροχος της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης ενδέχεται να πρέπει να εγγράψει κάποια δεδομένα ταυτότητας για τα μέλη, αλλά δεν είναι ανάγκη να δημοσιεύει το αληθινό όνομα των μελών στο Διαδίκτυο. Ως εκ τούτου, ο πάροχος της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να σκεφθεί με προσοχή αν δικαιολογείται να υποχρεώσει τους χρήστες του να χρησιμοποιούν την πραγματική τους ταυτότητα αντί για κάποιο ψευδώνυμο. Υπάρχουν ισχυρά επιχειρήματα υπέρ της ελευθερίας επιλογής των χρηστών σχετικά με αυτό το θέμα και σε τουλάχιστον ένα κράτος μέλος η επιλογή αυτή αποτελεί νομική υποχρέωση. Τα επιχειρήματα έχουν ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα στην περίπτωση των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης με ευρεία συμμετοχή.

Το άρθρο 17 της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων προβλέπει ότι ο υπεύθυνος της επεξεργασίας πρέπει να λαμβάνει τα κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα για την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Ειδικότερα, στα εν λόγω μέτρα ασφαλείας συμπεριλαμβάνονται μηχανισμοί για τον έλεγχο πρόσβασης και τη διαπίστωση της ταυτότητας, οι οποίοι μπορούν να εφαρμόζονται ακόμη και σε περίπτωση που χρησιμοποιούνται ψευδώνυμα.

4. Παιδιά και ανήλικοι

Μεγάλο ποσοστό των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται από παιδιά/ ανήλικους. Η γνώμη WP147 της ομάδας εργασίας²⁶ επικεντρώνεται στην εφαρμογή των αρχών προστασίας των δεδομένων στο σχολείο και στο περιβάλλον της εκπαίδευσης. Η γνώμη έδωσε έμφαση στην ανάγκη να ληφθεί υπόψη το καλύτερο συμφέρον του παιδιού, όπως ορίζεται επίσης στη σύμβαση του ΟΗΕ για τα δικαιώματα του παιδιού. Η ομάδα εργασίας επιθυμεί να τονίσει τη σπουδαιότητα αυτής της αρχής και στο πλαίσιο των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης.

Οι αρχές για την προστασία των δεδομένων σε όλο τον κόσμο έχουν λάβει κάποιες ενδιαφέρουσες πρωτοβουλίες²⁷, οι οποίες εστιάζουν κυρίως στην ευαισθητοποίηση σχετικά με τις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης και τους πιθανούς κινδύνους. Η ομάδα εργασίας ενθαρρύνει την περαιτέρω έρευνα σχετικά με την επίλυση των προβλημάτων εξακρίβωσης της απαιτούμενης ηλικίας και της απόδειξης προηγούμενης συγκατάθεσης, προκειμένου να αντιμετωπιστούν καλύτερα αυτές οι προκλήσεις.

Βάσει των σκέψεων που διατυπώθηκαν ως τώρα, η ομάδα εργασίας πιστεύει ότι μια πολύπτυχη στρατηγική είναι κατάλληλη για την αντιμετώπιση του προβλήματος της προστασίας των δεδομένων των παιδιών στο πλαίσιο της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης. Μια τέτοια στρατηγική μπορεί να βασίζεται σε:

²⁶ http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/docs/wpdocs/2008/wp147_en.pdf

²⁷ Για παράδειγμα, η πορτογαλική πρωτοβουλία “Dadus” <http://dadus.cnpd.pt/>, ή ακόμη το δανικό σήμα «Chat Check Badge», <http://www.fdim.dk/>

- πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης, οι οποίες είναι απαραίτητες για τη διασφάλιση της ενεργού συμμετοχής των παιδιών (μέσω των σχολείων, της ενσωμάτωσης στα σχολικά προγράμματα βασικών στοιχείων για την προστασία των δεδομένων, της δημιουργίας ειδικών εκπαιδευτικών εργαλείων, της συνεργασίας των αρμόδιων φορέων σε εθνικό επίπεδο),
- δίκαιη και νόμιμη επεξεργασία των δεδομένων των ανηλίκων, όπως η μη απαίτηση ευαίσθητων δεδομένων στις φόρμες εγγραφής, η απουσία άμεσης εμπορικής προώθησης ειδικά προς τους ανηλίκους, η προηγούμενη σύμφωνη γνώμη των γονέων πριν από την ολοκλήρωση της εγγραφής και τα κατάλληλα επίπεδα λογικού διαχωρισμού μεταξύ των κοινοτήτων παιδιών και ενηλίκων,
- εφαρμογή τεχνολογιών για την ενίσχυση της ιδιωτικής ζωής (PET) – π.χ. εξ ορισμού ρυθμίσεις φιλικές προς την ιδιωτική ζωή, αναδυόμενα προειδοποιητικά πλαίσια στα κατάλληλα στάδια, λογισμικό επιβεβαίωσης της ηλικίας,
- αυτορύθμιση από τους παρόχους, για ενθάρρυνση της έγκρισης κωδίκων δεοντολογίας, οι οποίοι πρέπει να διαθέτουν αποτελεσματικά μέτρα επιβολής, και πειθαρχικής φύσης,
- αν είναι απαραίτητο, ειδικά νομοθετικά μέτρα για την αποθάρρυνση αθέμιτων ή/ και δόλιων πρακτικών στο πλαίσιο των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης.

5. Σύνοψη υποχρεώσεων/ δικαιωμάτων

Εφαρμοσιμότητα των οδηγιών της ΕΚ

1. Η οδηγία για την προστασία των δεδομένων εφαρμόζεται γενικά για την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, ακόμη κι όταν η έδρα τους βρίσκεται εκτός του ΕΟΧ.
2. Οι πάροχοι υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης θεωρούνται υπεύθυνοι επεξεργασίας δεδομένων δυνάμει της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων.
3. Οι πάροχοι εφαρμογών μπορούν να θεωρούνται υπεύθυνοι επεξεργασίας δεδομένων δυνάμει της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων.
4. Οι χρήστες θεωρούνται υποκείμενα των δεδομένων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων τους από την υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης.
5. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα από τους χρήστες εμπίπτει στην απαλλαγή λόγω αποκλειστικά οικιακής χρήσης. Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι δραστηριότητες ενός χρήστη δεν καλύπτονται από αυτή την απαλλαγή.
6. Οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης δεν εμπίπτουν στον ορισμό των υπηρεσιών ηλεκτρονικής επικοινωνίας και, ως εκ τούτου, η οδηγία για τη διατήρηση δεδομένων δεν ισχύει για τις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης.

Υποχρεώσεις των παρόχων υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης

7. Οι πάροχοι των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να ενημερώνουν τους χρήστες για την ταυτότητά τους, και να παρέχουν πλήρεις και σαφείς πληροφορίες σχετικά με τους σκοπούς και τους διάφορους τρόπους με τους οποίους προτίθενται να επεξεργαστούν τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα.

8. Ο πάροχος υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να προσφέρει ρυθμίσεις που να είναι εξ ορισμού φιλικές προς την ιδιωτική ζωή.
9. Οι πάροχοι των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να παρέχουν πληροφορίες και επαρκή ενημέρωση στους χρήστες σχετικά με τους κινδύνους για την ιδιωτική ζωή όταν αναφορτώνουν δεδομένα στην υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης.
11. Οι χρήστες πρέπει να προειδοποιούνται από την υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης ότι οι εικόνες ή οι πληροφορίες για άλλα άτομα δεν πρέπει να αναφορτώνονται χωρίς τη σύμφωνη γνώμη των εν λόγω ατόμων.
12. Τουλάχιστον, η αρχική σελίδα της υπηρεσίας κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να περιέχει ένα σύνδεσμο προς μια υπηρεσία υποβολής παραπόνων, η οποία να ασχολείται με θέματα προστασίας των δεδομένων, τόσο για τα μέλη όσο και για τα μη μέλη.
13. Η δραστηριότητα εμπορικής προώθησης πρέπει να συμμορφώνεται με τους κανόνες που ορίζονται από την οδηγία για την προστασία των δεδομένων και από την οδηγία για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.
14. Η υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να ορίζει μέγιστες περιόδους για τη διατήρηση των δεδομένων ανενεργών χρηστών. Οι εγκαταλειμμένοι λογαριασμοί πρέπει να διαγράφονται.
15. Όσον αφορά τους ανηλίκους, η υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να αναλάβει κατάλληλη δράση για τον περιορισμό των κινδύνων.

Δικαιώματα των χρηστών

16. Τόσο τα μέλη όσο και τα μη μέλη των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης τυγχάνουν, κατά περίπτωση, των δικαιωμάτων των υποκειμένων των δεδομένων, σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 10 έως 14 της οδηγίας για την προστασία των δεδομένων.
17. Τόσο τα μέλη όσο και τα μη μέλη πρέπει να έχουν πρόσβαση σε μια εύχρηστη διαδικασία διαχείρισης παραπόνων, την οποία θέτει σε εφαρμογή η υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης.
18. Πρέπει, γενικά, να επιτρέπεται στους χρήστες να χρησιμοποιούν ψευδώνυμο.

Βρυξέλλες, 12 Ιουνίου 2009.

Για την ομάδα εργασίας

Ο Πρόεδρος

Alex TÜRK