



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών  
ΜΠΣ: Σύγχρονες Δημοσιογραφικές Σπουδές

Διπλωματική Εργασία  
«Η πρόσληψη της έννοιας του ΓΚΠΔ από τους χρήστες των  
ενημερωτικών ιστοσελίδων»

Δημήτριος Α. Μωρίδης

A.M. 501905

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Δρ. Δέσποινα Χρονάκη

Νέα Ορεστιάδα, Ιανουάριος 2022

© Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, 2022

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.

«Η πρόσληψη της έννοιας του ΓΚΠΔ από τους χρήστες των  
ενημερωτικών ιστοσελίδων»

Δημήτριος Α. Μωρίδης

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Δέσποινα Χρονάκη

Διδάκτωρ, ΕΑΠ

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Ανδρέας Βέγλης

Καθηγητής, ΑΠΘ

Νέα Ορεστιάδα, Ιανουάριος 2022

*Αφιερώνεται σε όσους καταφέρνουν  
περισσότερα από όσα ονειρεύονται...*

## Ευχαριστίες

Κάπου στο μακρινό 2017, ξεκίνησε για μένα ένα νέο ταξίδι στον τομέα των Σπουδών των Μέσων, όταν τυχαία πληροφορήθηκα το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σύγχρονες Δημοσιογραφικές Σπουδές» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Με την εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας θεωρώ πως ολοκληρώνεται αυτό το δύσκολο και παρατεταμένο για διάφορους προσωπικούς λόγους ταξίδι και νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω κατ' αρχήν αυτούς που σκέφτηκαν, πίστεψαν κι υλοποίησαν το ΠΜΣ. Η συνέχιση της ύπαρξης του δικαιώνει αυτούς, αλλά και τους δεκάδες πλέον απόφοιτους του. Ευχαριστώ τους καθηγητές και διδάσκοντες των ΘΕ, κα Δημητρακοπούλου Δήμητρα, κ. Πολίτη Περικλή, κ. Βαμβακά Βασίλειο, κ. Φραγκονικολόπουλο Χρήστο και κ. Μπακουνάκη Νικόλαο, καθώς κατάφεραν με τις γνώσεις τους και την πολύτιμη εμπειρία τους να με οδηγήσουν σε νέους ορίζοντες γνώσης και σκέψης.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κα Δέσποινα Χρονάκη για την πολύτιμη καθοδήγηση και τις χρήσιμες συμβουλές της σε όλα τα στάδια της διπλωματικής μου εργασίας. Κυρίως την ευχαριστώ που δεν με απέτρεψε από το να ασχοληθώ με το θέμα που πρότεινα, παρά το γεγονός ότι δεν πρόκειτο για ένα αμιγώς θέμα των Σπουδών Μέσων.

Τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλω στην οικογένεια μου και τους φίλους μου, που αν και με «στερήθηκαν» αμέτρητα Σαββατοκύριακα λόγω μελέτης, με αντιμετώπισαν με ιδιαίτερη υπομονή και κατανόηση. Η παρούσα διπλωματική εργασία δεν θα μπορούσε να είχε ολοκληρωθεί χωρίς την συμβολή των 200 ανώνυμων συμμετεχόντων στη διαδικτυακή έρευνα, που μου χάρισαν ένα δεκάλεπτο από τον πολύτιμο χρόνο τους. Τους ευχαριστώ έναν προς έναν.

Δημήτριος Α. Μωρίδης

## Περίληψη

Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις τον 21ο αιώνα οδήγησαν στην υιοθέτηση ενιαίας πολιτικής για τα προσωπικά δεδομένα σε ολόκληρη την ΕΕ με βασικό νομοθέτημα τον ΓΚΠΔ. Το άρθρο 85 του ΓΚΠΔ εισάγει μία σημαντική εξαίρεση από τις αυστηρές κυρώσεις σε περιπτώσεις παραβίασης της προστασίας των προσωπικών δεδομένων για τους δημοσιογράφους, όταν αυτοί παράγουν και δημοσιεύουν άρθρα, ειδήσεις επικαιρότητας, αναλύσεις, κριτικές και ρεπορτάζ, που περιλαμβάνουν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα με δικαιολογητικό λόγο τη διασφάλιση της ελευθερίας του Τύπου. Η παρούσα διπλωματική έχει ως αντικείμενο της τη διερεύνηση των αντιλήψεων των χρηστών των ενημερωτικών ιστοσελίδων για την ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο και κατ' επέκταση για τα προσωπικά δεδομένα, τις πολιτικές απορρήτου και τις πολιτικές των cookies, ιδίως μετά την εφαρμογή του ΓΚΠΔ. Μέσα από μία πρωτογενή περιγραφική έρευνα και την ποσοτική ανάλυση των δεδομένων γίνεται προσπάθεια κατανόησης της συμπεριφοράς του κοινού των ενημερωτικών ιστοσελίδων σε σχέση με τα προσωπικά του δεδομένα και πως αυτό συζητά τον ΓΚΠΔ μέσω της αντικειμενικής μέτρησης κι αριθμητικής ανάλυσης. Η κυριαρχία του διαδικτύου στην ενημέρωση θεωρείται δεδομένη. Οι χρήστες των ενημερωτικών ιστοσελίδων γνωρίζουν την ύπαρξη του ΓΚΠΔ και τη σημασία της παροχής των προσωπικών τους δεδομένων, αλλά αγνοούν τις βασικές του διατάξεις, που αφορούν στα δικαιώματα του υποκειμένου. Οι πολιτικές απορρήτου και οι πολιτικές των cookies στο διαδίκτυο διαβάζονται αποσπασματικά επειδή θεωρούνται μακροσκελείς και γραμμένες σε μη κατανοητή γλώσσα. Παράλληλα, οι χρήστες των ενημερωτικών ιστοσελίδων εμφανίζονται εξαιρετικά δύσπιστοι για την ασφάλεια τους κατά την πλοήγηση, ακόμη και σε διαδικτυακά μέσα που εκφράζουν τις πολιτικές/ιδεολογικές τους απόψεις.

## Λέξεις – Κλειδιά

Προσωπικά δεδομένα, δημοσιογραφία, ΓΚΠΔ, ενημερωτικές ιστοσελίδες, διαδίκτυο, cookies.

## «The reception of the concept of GDPR by the users of the news websites»

Dimitrios A. Moridis

### Abstract

Rapid technological developments in the 21st century have led to the adoption of a unified personal data policy across the EU with GDPR as the key legislation. Article 85 of the GDPR introduces a significant exception to the strict sanctions in cases of breach of personal data protection for journalists, when they produce and publish articles, news, analyzes, reviews and reports, which include personal data with justification ensuring freedom of the press. The purpose of this dissertation is to investigate the perceptions of the users of the news websites about the privacy of the internet and consequently about the personal data, the privacy policies and the cookies policies, especially after the application of the GDPR. Through a primary descriptive research and the quantitative analysis of the data, an attempt is made to understand the behavior of the public of the news websites in relation to their personal data and how this discusses the GDPR through the objective measurement and numerical analysis. The dominance of the internet in information is taken for granted. The users of the news websites are aware of the existence of the GDPR and the importance of the provision of their personal data, but they are ignorant of its basic provisions, which concern the rights of the subject. The privacy policies and cookies policies of the internet are read fragmentarily because they are considered lengthy and written in an incomprehensible language. At the same time, users of news websites appear extremely skeptical about their safety while navigating, even on online media that express their political / ideological views.

### Keywords

Personal data, Journalism, GDPR, news websites, internet, cookies

## Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	v
Περίληψη .....	vi
Abstract.....	vii
Περιεχόμενα .....	viii
Κατάλογος Εικόνων / Γραφημάτων .....	x
Κατάλογος Πινάκων.....	xi
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια.....	xii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ .....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΓΕΝΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	5
1.1 Ιστορική Εξέλιξη προστασίας προσωπικών δεδομένων στην Ελλάδα.....	5
1.2 Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (ΓΚΠΔ) (GDPR) ...	7
1.2.1 Εφαρμογή του ΓΚΠΔ στην επεξεργασία των δεδομένων και τα δικαιώματα του υποκειμένου.....	8
1.3 Η εξαίρεση του άρθρου 85 ΓΚΠΔ: δικαίωμα στην ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης VS δικαίωμα προστασίας δεδομένων .....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ & ΙΔΙΩΤΙΚΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΤΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ .....	13
2.1 Η έννοια της ιδιωτικότητας .....	13
2.1.1 Η ιδιωτικότητα από τη «Γένεση» μέχρι σήμερα.....	13
2.1.2 Η ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο.....	15
2.2 Δημοσιογραφία και διαδίκτυο .....	16
2.3. Εξατομίκευση περιεχομένου στις ενημερωτικές ιστοσελίδες και ΓΚΠΔ (GDPR) .....	18
2.3.1 Πολιτική απορρήτου στις ενημερωτικές ιστοσελίδες ως απόρροια του δικαιώματος ενημέρωσης.....	21
ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΟ .....	26



<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....</b>	<b>27</b>
3.1. Τύπος, ερευνητικά ερωτήματα και στόχοι της έρευνας.....	27
3.2. Δείγμα της έρευνας.....	29
3.3. Μέθοδος συλλογής υλικού - Εργαλείο έρευνας .....	30
3.4. Δεοντολογία και ηθική κατά τη συλλογή των δεδομένων της έρευνας.....	32
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ &amp; ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ .....</b>	<b>35</b>
4.1. Δημογραφικά Στοιχεία και Ιδεολογική τοποθέτηση.....	35
4.2. Χρήση του Διαδικτύου.....	39
4.2.1. Συχνότητα ενημέρωσης από το διαδίκτυο .....	39
4.2.2. Κριτήρια επιλογής του διαδικτυακού μέσου για την ενημέρωση των χρηστών .....	41
4.3. Διαδίκτυο και Ιδιωτικότητα .....	43
4.3.1. Έλεγχος της Ιδιωτικότητας στο διαδίκτυο κι ανησυχίες παραβίασης της .....	44
4.3.2. Πολιτικές απορρήτου και πολιτική για τα cookies .....	50
4.4. Προσωπικά Δεδομένα, ΓΚΠΔ (GDPR) και Δημοσιογραφία.....	55
4.4.1. Προστασία προσωπικών δεδομένων.....	55
4.4.2. Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR).....	57
4.4.3. Βαθμός εμπιστοσύνης χρηστών ενημερωτικών ιστοσελίδων σε αρχές και εταιρίες που συλλέγουν προσωπικά δεδομένα .....	62
4.4.4. ΓΚΠΔ και Δημοσιογραφία .....	65
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>69</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ .....</b>	<b>74</b>
<b>Παράρτημα Α: Ερωτηματολόγιο έρευνας .....</b>	<b>83</b>

## Κατάλογος Εικόνων / Γραφημάτων

Εικόνα 1 Πολιτική απορρήτου από ενημερωτική ιστοσελίδα efsyn.gr .....	22
Γράφημα 1 Συχνότητα χρήσης διαδικτύου για ενημέρωση .....	40
Γράφημα 2 Κριτήριο επιλογής διαδικτυακού μέσου ενημέρωσης .....	42
Γράφημα 3 Πολιτική τοποθέτηση συμμετεχόντων που ενημερώνονται αποκλειστικά από φίλα προσκείμενα ιδεολογικά μέσα .....	43
Γράφημα 4 Δεν υπάρχει ιδιωτικότητα και πρέπει να το δεχτούμε .....	44
Γράφημα 5 Αυτοπροστασία ιδιωτικότητας στο διαδίκτυο .....	45
Γράφημα 6 Έλεγχος ιδιωτικότητας στο διαδίκτυο .....	45
Γράφημα 7 Πόσο έλεγχο νιώθετε ότι έχετε στις πληροφορίες που παρέχετε διαδικτυακά; .....	46
Γράφημα 8 Συχνότητα ενημέρωσης για τους όρους συλλογής δεδομένων .....	50
Γράφημα 9 Ανάγνωση δηλώσεων απορρήτου στο διαδίκτυο .....	52
Γράφημα 10 Λόγοι που οι χρήστες δεν διαβάζουν τις πολιτικές απορρήτου .....	53
Γράφημα 11 Πολιτική απορρήτου και cookies σε πολιτικά/ιδεολογικά προσκείμενα μέσα .....	55
Γράφημα 12 Τοπική εφαρμογή κανόνων προστασίας προσωπικών δεδομένων .....	56
Γράφημα 13 Πόσο σημαντικό είναι να έχετε τα ίδια δικαιώματα προστασίας ανεξάρτητα με τη χώρα σας; .....	57
Γράφημα 14 Γνώση ύπαρξης ΓΚΠΔ.....	58
Γράφημα 15 Γνώση των δικαιωμάτων υποκειμένου που εγγυάται ο ΓΚΠΔ .....	61
Γράφημα 16 Ποσοστά γνώσης της Αρχής που είναι υπεύθυνη για την προστασία των προσωπικών δεδομένων στην Ελλάδα .....	62
Γράφημα 17 Βαθμός εμπιστοσύνης χρηστών σε αρχές και εταιρίες που επεξεργάζονται δεδομένα.....	63
Γράφημα 18 Βαθμός ανησυχίας για χρήση πληροφοριών για διαφορετικό σκοπό και χωρίς προηγούμενη ενημέρωση .....	64
Γράφημα 19 Σκέψεις για την παροχή προσωπικών στοιχείων .....	65
Γράφημα 20 Συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τη δημοσιογραφική εξαίρεση του άρθρου 85 ΓΚΠΔ; .....	66

## Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1 Δημογραφικά Στοιχεία Δείγματος (N=200) .....	36
Πίνακας 2 Προφίλ συμμετεχόντων που έχουν πλήρη έλεγχο όταν δίνουν προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο.....	47
Πίνακας 3 Γνώση ΓΚΠΔ και κοινωνικο-δημογραφική ανάλυση .....	60

## Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

ΑΚ	Αστικός Κώδικας
ΑΠΔΠΧ	Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα
ΓΚΠΔ	Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΚ	Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο
ΕΝΕΔ	Ένωση Εκδοτών Διαδικτύου
ΕΣΗΕΑ	Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών
ΜΜΕ	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
Σ	Σύνταγμα
ΣΛΕΕ	Συνθήκη για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης
GDPR	General Data Protection Regulation
GPS	Global Positioning System
RFID	Radio Frequency Identification
WEB	World Wide Web

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύμφωνα με το Αμερικανικό Ινστιτούτο Τύπου<sup>1</sup> ως δημοσιογραφία ορίζεται η δραστηριότητα της συλλογής, αξιολόγησης, δημιουργίας και παρουσίασης ειδήσεων και πληροφοριών. Ο σκοπός της δημοσιογραφίας είναι -στη θεωρία τουλάχιστον- να παρέχει στους πολίτες τις πληροφορίες που χρειάζονται για να λάβουν τις καλύτερες δυνατές αποφάσεις για τη ζωή τους, τις κοινότητές τους, τις κοινωνίες τους και τις κυβερνήσεις τους (Kovach & Rosenstiel, 2007).

Επομένως, η βασική ενασχόληση ενός δημοσιογράφου θεωρείται ότι είναι η συλλογή πληροφοριών, οι οποίες με την κατάλληλη επεξεργασία, που περιλαμβάνει την επαλήθευση και την εξακρίβωση της αλήθειας, θα δημοσιοποιηθούν προς τα ακροατήρια. Η δημοσιογραφική δεοντολογία κατά τη Χρονάκη (2018) ορίζει ότι ο δημοσιογράφος «έχει χρέος» να ενημερώνει τα ακροατήρια. Οι παραπάνω πληροφορίες, οι οποίες μπορεί να είναι προσωπικές και να αφορούν την ιδιωτική ζωή ενός ατόμου συνιστούν προσωπικά δεδομένα, τα οποία τυγχάνουν προστασίας τόσο από τον ενωσιακό όσο κι από τον εθνικό νομοθέτη σε περίπτωση παραβίασης τους (Λαμπρινουδάκης κ.α., 2010).

Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις τον 21<sup>ο</sup> αιώνα οδήγησαν στην υιοθέτηση ενιαίας πολιτικής για τα προσωπικά δεδομένα σε ολόκληρη την ΕΕ. Από τις 25.05.2018 τέθηκε σε εφαρμογή ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (Κανονισμός 2016/679) – ΓΚΠΔ και στα αγγλικά General Data Protection Regulation - GDPR. Σύμφωνα με το άρθρο 85 ΓΚΠΔ από τις διατάξεις του ΓΚΠΔ εξαιρείται η επεξεργασία των δεδομένων που γίνεται για δημοσιογραφικούς λόγους. Αυτή η «δημοσιογραφική εξαίρεση» έχει ως σκοπό να προστατεύσει τον Τύπο στις περιπτώσεις που η ελευθερία της έκφρασης και της ιδιωτικής ζωής υπερτερεί αυτή του δικαιώματος των προσωπικών δεδομένων (Bitiukova, 2020, Eskens, 2019). Οι δημοσιογράφοι δηλαδή μπορούν να δημοσιεύουν προσωπικές πληροφορίες όταν αυτό εξυπηρετεί μεγαλύτερη αξία και χρησιμοποιείται για να συζητηθεί ένα θέμα για το δημόσιο συμφέρον.

Η αλλαγή της δημοσιογραφίας με την εδραίωση του διαδικτύου αποτελεί γεγονός. Τα παραδοσιακά μέσα, συμπληρώθηκαν από τις online εκδοχές τους όπως τις ονομάζει η Siapera (2012b), εντάσσοντας τα σε μία από τις κατηγορίες της διαδικτυακής

---

<sup>1</sup> Βλ. για τον ορισμό στην ιστοσελίδα του American Press Institute <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/>  
Διπλωματική Εργασία

δημοσιογραφίας με αποτέλεσμα το κοινό στις αρχές της δεύτερης δεκαετίας του 21<sup>ου</sup> αιώνα να ενημερώνεται και να πληροφορείται κατά κύριο λόγο από τις ενημερωτικές ιστοσελίδες. Κάνοντας καθημερινά χρήση των υπηρεσιών των ανωτέρω ιστοσελίδων, οι επισκέπτες – χρήστες τους αγνοούν ότι παρέχουν (ακόμη και χωρίς την συγκατάθεσή τους σε περιπτώσεις μη συμμόρφωσης με τον ΓΚΠΔ) στους διαχειριστές των ιστοσελίδων αυτών προσωπικά τους δεδομένα, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για διαφημιστικούς, αλλά ακόμη και για κακούς σκοπούς (Nyquist & Liljedahl Hildebrand, 2021).

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να διερευνήσει τις αντιλήψεις των χρηστών των ενημερωτικών ιστοσελίδων για την ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο και κατ' επέκταση για τα προσωπικά δεδομένα, τις πολιτικές απορρήτου και τις πολιτικές των cookies, ιδίως μετά την εφαρμογή του ΓΚΠΔ (GDPR), ο οποίος ισχύει άμεσα σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ από τον Μάιο 2018.

Δεδομένου ότι το πεδίο των προσωπικών δεδομένων δεν καταλαμβάνει αποκλειστικά τις Σπουδές των Μέσων, αλλά άλλοτε εφάπτεται κι άλλοτε αλληλοκαλύπτεται από άλλες επιστήμες, όπως η νομική επιστήμη, η στατιστική κι η επιστήμη της πληροφορικής επιλέχθηκε η διεξαγωγή μίας πρωτογενούς περιγραφικής έρευνας, η οποία έχει ως σκοπό τον προσδιορισμό και την εκτίμηση των χαρακτηριστικών μιας δεδομένης κατάστασης. Μέσα από την ποσοτική ανάλυση των δεδομένων γίνεται προσπάθεια κατανόησης της συμπεριφοράς του κοινού των ενημερωτικών ιστοσελίδων σε σχέση με τα προσωπικά του δεδομένα και πως αυτό συζητά τον ΓΚΠΔ (GDPR) μέσω της αντικειμενικής μέτρησης κι αριθμητικής ανάλυσης. Εργαλείο της έρευνας μας είναι ένα διαδικτυακό ερωτηματολόγιο κλειστών ερωτήσεων που δημιουργήθηκε στην δωρεάν πλατφόρμα Google Forms και διαμοιράστηκε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ομάδες, φόρουμ) ως υπερσύνδεσμος.

Η εργασία δομείται σε δυο μέρη, το θεωρητικό και το εμπειρικό. Το θεωρητικό μέρος αποτελείται από δυο κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο πραγματεύεται την ιστορική εξέλιξη της προστασίας των προσωπικών δεδομένων στην Ελλάδα μέχρι τη θέση σε εφαρμογή του ΓΚΠΔ (GDPR), ενώ στη συνέχεια αναφέρεται διεξοδικά στις διατάξεις του βασικού ευρωπαϊκού νομοθετήματος για τα προσωπικά δεδομένα, αναλύοντας παράλληλα την εξαίρεση του άρθρου 85, που αφορά στην επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων από τους δημοσιογράφους. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η έννοια της ιδιωτικότητας από τη Γένεσή της μέχρι και το διαδίκτυο. Εξετάζεται η εξατομίκευση του περιεχομένου των ενημερωτικών ιστοσελίδων σε συμμόρφωση προς τον ΓΚΠΔ (GDPR), οι οποίες

ιστοσελίδες υποχρεώθηκαν να αλλάξουν την πολιτική απορρήτου τους ως απόρροια του δικαιώματος ενημέρωσης (άρθρο 12 ΓΚΠΔ). Το εμπειρικό μέρος περιλαμβάνει τρία κεφάλαια. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας, το τέταρτο περιλαμβάνει την παρουσίαση και συζήτηση των αποτελεσμάτων της έρευνας μέσα από γραφήματα και στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στα συμπεράσματα της έρευνας, ενώ προτείνονται μελλοντικές προοπτικές για έρευνα στο πεδίο των προσωπικών δεδομένων.

## **ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ**



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΓΕΝΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Τα δικαιώματα του πληροφореίν και του πληροφορείσθαι αποτελούν θεμελιώδη δικαιώματα του καθενός μέσα σε μία δημοκρατική κοινωνία. Η δημοσιογραφία, όπως ορίστηκε ανωτέρω, έχει ως στόχο της την ορθή πληροφόρηση των ακροατηρίων και την αποκάλυψη της αλήθειας, μέσω της ερευνητικής διαδικασίας κατά την οποία ο δημοσιογράφος συλλέγει και επεξεργάζεται πληροφορίες που αφορούν κάποιο πρόσωπο ταυτοποιημένο ή ταυτοποιήσιμο, που μπορεί δηλαδή να εξακριβωθεί η ταυτότητα του άμεσα ή έμμεσα, ιδίως μέσω αναφοράς σε αναγνωριστικό στοιχείο ταυτότητας, όπως όνομα, σε αριθμό ταυτότητας, σε δεδομένα θέσης, σε επιγραμμικό αναγνωριστικό ταυτότητας ή σε έναν ή περισσότερους παράγοντες που προσιδιάζουν στη σωματική, φυσιολογική, γενετική, ψυχολογική, οικονομική, πολιτιστική ή κοινωνική ταυτότητα του εν λόγω φυσικού προσώπου. Οι πληροφορίες αυτές καλούνται προσωπικά δεδομένα (Ιγγλεζάκης, 2020).

Παρακάτω επιχειρείται μία σύντομη αναφορά στην ιστορική εξέλιξη της έννοιας των προσωπικών δεδομένων στην Ελλάδα σε σχέση με τις νομοθετικές διατάξεις που υιοθετήθηκαν με σκοπό την προστασία τους σε περιπτώσεις παραβιάσεων. Στη συνέχεια παρουσιάζεται το νέο νομικό πλαίσιο, ο ΓΚΠΔ (GDPR), που θεσπίστηκε από τα όργανα της ΕΕ και εφαρμόζεται με ενιαίο τρόπο σε όλα τα κράτη μέλη, ενώ στο τέλος του παρόντος κεφαλαίου εξηγείται η επιλογή του ενωσιακού νομοθέτη να εξαιρέσει την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων που γίνεται από τους δημοσιογράφους, εφόσον είναι αναγκαίο για να συμβιβασθεί το δικαίωμα στην προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα με το δικαίωμα στην ελευθερία της έκφρασης και πληροφόρησης<sup>2</sup>.

### 1.1 Ιστορική Εξέλιξη προστασίας προσωπικών δεδομένων στην Ελλάδα

Στα μισά της τελευταίας δεκαετίας του 20<sup>ου</sup> αιώνα η έννοια των προσωπικών δεδομένων στην Ελλάδα αποτέλεσε πρωταρχικό θέμα συζήτησης στα ΜΜΕ, αλλά κυρίως σε πολιτικό

---

<sup>2</sup> Βλ. άρθρο 11 Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης  
Διπλωματική Εργασία

επίπεδο, σε αντίθεση με πολλά κράτη μέλη της ΕΕ, τα οποία αρκετά χρόνια νωρίτερα είχαν υιοθετήσει το απαραίτητο νομικό πλαίσιο για την προστασία των προσωπικών πληροφοριών του ατόμου.

Η Ελλάδα από την 1.1.1995 εφαρμόζει για πρώτη φορά την από 28.1.1981 Ευρωπαϊκή Σύμβαση «για την προστασία των ατόμων από την αυτόματη επεξεργασία των προσωπικών πληροφοριών», γνωστή κι ως Σύμβαση 108 του Συμβουλίου της Ευρώπης<sup>3</sup>. Στη συνέχεια θεσπίζεται ο ν. 2472/1997 «Προστασία του ατόμου από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα», ο οποίος εναρμονίζει στο εθνικό μας δίκαιο την Οδηγία 95/46 ΕΚ κι αποτελεί τη βασική νομοθεσία προστασίας δεδομένων που εφαρμόζεται στην Ελλάδα για δυο δεκαετίες.

Στη Συνταγματική αναθεώρηση του 2001, εισάγεται στο Σύνταγμα του 1975/1986 με το άρθρο 9<sup>Α</sup> ένα «νέο» συνταγματικό δικαίωμα, το ατομικό δικαίωμα προστασίας του ατόμου απέναντι στη συλλογή, αποθήκευση και επεξεργασία με συμβατικό ή ηλεκτρονικό τρόπο προσωπικών πληροφοριών και δεδομένων. Μέχρι τότε η ερμηνεία των δικαστηρίων έβρισκε έρεισμα σε άλλες θεμελιώδεις συνταγματικές διατάξεις, όπως το δικαίωμα της ιδιωτικότητας (άρθρο 9§1 Σ), η προστασία της αξίας του ανθρώπου (άρθρο 2§1 Σ), η ελεύθερη ανάπτυξη της προσωπικότητας (άρθρο 5§1 Σ) σε συνδυασμό με το άρθρο 57 ΑΚ.

Μετά από δυο δεκαετίες εφαρμογής του παραπάνω νομικού πλαισίου για την προστασία των προσωπικών δεδομένων στην Ελλάδα, η θέση σε εφαρμογή του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 της 27<sup>ης</sup> Απριλίου 2016 από την 25.5.2018 επέφερε σημαντικότερες αλλαγές, καθώς με τον παραπάνω Κανονισμό, ο οποίος στην ελληνική γλώσσα καλείται Γενικός Κανονισμός Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (ΓΚΠΔ), καταργήθηκε η Οδηγία 95/46 ΕΚ, καθιερώνοντας έτσι ένα ενιαίο νομικό πλαίσιο για την προστασία των προσωπικών δεδομένων σε όλα τα κράτη μέλη της διευρυμένης πλέον ΕΕ. Οι ρυθμίσεις του ΓΚΠΔ συμπληρώνονται κι εξειδικεύονται με το ν. 4624/2019, η ψήφιση του οποίου καθυστέρησε σημαντικά από το ελληνικό Κοινοβούλιο.

Στη συνέχεια θα αναζητήσουμε τους λόγους που επέβαλαν την υιοθέτηση αυτού του νέου νομικού πλαισίου προστασίας των προσωπικών δεδομένων στην ΕΕ και θα παρουσιάσουμε

---

<sup>3</sup> Η Σύμβαση 108 του Συμβουλίου της Ευρώπης επικαιροποιήθηκε τον Μάιο 2018 στο Έλσινορ της Δανίας και έλαβε την ονομασία «Για την προστασία των φυσικών προσώπων από την επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα».

τις σημαντικότερες διατάξεις του ΓΚΠΔ (GDPR), του ρυθμιστικού κειμένου της ΕΕ, που αναμένεται να διαμορφώσει τις εξελίξεις τα επόμενα χρόνια στον τομέα της προστασίας δεδομένων.

## 1.2 Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (ΓΚΠΔ) (GDPR)

Οι τεχνολογικές εξελίξεις που μεσολάβησαν μετά τη ψήφιση της Οδηγίας 95/46 ΕΚ, αλλά κι η παγκοσμιοποίηση, δημιούργησαν κατά την Παναγοπούλου-Κουτνατζή (2017) νέες προκλήσεις για τον Εθνικό κι Ενωσιακό νομοθέτη κι αυτός ήταν ο λόγος που αποφασίστηκε η αντικατάσταση της Οδηγίας 95/46 ΕΚ, έτσι ώστε να προκύψει ένα ισχυρό και πιο συνεκτικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων στην Ένωση<sup>4</sup>.

Με την παραπάνω αιτίαση συμφωνεί ο Τάσσης (2016), ο οποίος αναφέρει πιο ειδικά ότι η ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου ήταν αυτή που κατέστησε ανεπίκαιρες τις ρυθμίσεις της παραπάνω Οδηγίας. Συγκεκριμένα, το σημασιολογικό διαδίκτυο (ή WEB 2.0), στο πλαίσιο του οποίου αναπτύχθηκαν οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, όπως και η επεξεργασία μεγαδεδομένων (mega data), η νεφούπολογιστική (cloud), ο γεωεντοπισμός (GPS), το Διαδίκτυο των Πραγμάτων (Internet of Things), η τεχνολογία RFID, και άλλες επεμβατικές τεχνολογίες, είχαν ως αποτέλεσμα να αυξηθεί η ένταση της επιτήρησης των χρηστών των υπηρεσιών αυτών. Η περισσότερη επιτήρηση θεωρούνταν ότι οδηγούσε στη συνακόλουθη παραβίαση της προσωπικής ζωής των χρηστών και των προσωπικών τους δεδομένων κι ως εκ τούτου έπρεπε να βρεθεί άμεσα λύση για την προστασία τους.

Ο ΓΚΠΔ (GDPR) ψηφίστηκε στις 27 Απριλίου 2016 και δημοσιεύτηκε στην επίσημη εφημερίδα της ΕΕ στις 4.5.2016. Από την επόμενη ημέρα τίθεται σε ισχύ, αλλά, όπως

---

<sup>4</sup> Άλλωστε η Αιτιολογική Σκέψη 6 του ΓΚΠΔ αναφέρει ότι: «Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και η παγκοσμιοποίηση δημιούργησαν νέες προκλήσεις για την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Η κλίμακα της συλλογής και της ανταλλαγής δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα αυξήθηκε σημαντικά. Η τεχνολογία επιτρέπει τόσο σε ιδιωτικές επιχειρήσεις όσο και σε δημόσιες αρχές να κάνουν χρήση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα σε πρωτοφανή κλίμακα για την επιδίωξη των δραστηριοτήτων τους. Τα φυσικά πρόσωπα ολόένα και περισσότερο δημοσιοποιούν προσωπικές πληροφορίες και τις καθιστούν διαθέσιμες σε παγκόσμιο επίπεδο. Η τεχνολογία έχει αλλάξει τόσο την οικονομία όσο και την κοινωνική ζωή και θα πρέπει να διευκολύνει περαιτέρω την ελεύθερη κυκλοφορία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα εντός της Ένωσης και τη διαβίβαση σε τρίτες χώρες και διεθνείς οργανισμούς, διασφαλίζοντας παράλληλα υψηλό επίπεδο προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα».

προαναφέρθηκε, η εφαρμογή του αρχίζει από τις 25.5.2018 άμεσα σε κάθε κράτος μέλος, καθώς σύμφωνα με το άρθρο 288 εδ. β' ΣΛΕΕ, είναι δεσμευτικός ως προς όλα τα μέρη του και ισχύει άμεσα σε κάθε κράτος μέλος, χωρίς να πρέπει να προηγηθεί οποιαδήποτε άλλη πράξη από τον εθνικό νομοθέτη. Οι Sanford & Yasserli (2021) τονίζουν ότι ο ΓΚΠΔ είναι μία νομοθεσία που επηρεάζει δισεκατομμύρια ανθρώπους από ένα ευρύ φάσμα χωρών και πολιτισμών, η καθεμία με μοναδικές αξίες, πολιτικά συστήματα και νομικούς κώδικες.

Ο ΓΚΠΔ στηρίζεται στο άρθρο 8 του Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ<sup>5</sup> και στο άρθρο 16 (1) της Συνθήκης για τη λειτουργία της ΕΕ (ΣΛΕΕ)<sup>6</sup>. Αποτελείται από 99 άρθρα, ενώ συμπληρώνεται από 173 Αιτιολογικές Σκέψεις, που εξειδικεύουν τα άρθρα του Κανονισμού. Όπως αναφέρει ο Ιγγλεζάκης (2020) από το Προοίμιο του προκύπτει ότι στόχος του είναι το επίπεδο προστασίας των δικαιωμάτων και των ελευθεριών των φυσικών προσώπων σε σχέση με την επεξεργασία των εν λόγω δεδομένων να είναι ισοδύναμο σε όλα τα κράτη μέλη, προκειμένου να διασφαλιστεί η συνεκτική και υψηλού επιπέδου προστασία των φυσικών προσώπων, καθώς και η άρση των εμποδίων στις ροές δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα εντός της Ένωσης, αφού κατά τον Ιγγλεζάκη (2020) η ελεύθερη κυκλοφορία προσωπικών δεδομένων αποτελεί έκφανση της ψηφιακής ενιαίας αγοράς και εξειδίκευση της αρχής της ελεύθερης κυκλοφορίας εμπορευμάτων, υπηρεσιών και κεφαλαίων στην εσωτερική αγορά (άρθρο 26 παρ. 2 ΣΛΕΕ).

### **1.2.1 Εφαρμογή του ΓΚΠΔ στην επεξεργασία των δεδομένων και τα δικαιώματα του υποκειμένου**

Ο Κανονισμός εφαρμόζεται κατά τον Ιγγλεζάκη (2020) στην, εν όλω ή εν μέρει, αυτοματοποιημένη επεξεργασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, καθώς και στη μη αυτοματοποιημένη επεξεργασία τέτοιων δεδομένων τα οποία περιλαμβάνονται ή πρόκειται να περιληφθούν σε σύστημα αρχειοθέτησης, δηλαδή σε ένα διαρθρωμένο σύνολο

---

<sup>5</sup> Το άρθρο 8 του Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ αναφέρει: «1. Κάθε πρόσωπο έχει δικαίωμα στην προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν. 2. Η επεξεργασία αυτών των δεδομένων πρέπει να γίνεται νομίμως, για καθορισμένους σκοπούς και με βάση τη συγκατάθεση του ενδιαφερομένου ή για άλλους θεμιτούς λόγους που προβλέπονται από το νόμο. Κάθε πρόσωπο δικαιούται να έχει πρόσβαση στα συλλεγμένα δεδομένα που το αφορούν και να επιτυγχάνει τη διόρθωσή τους. 3. Ο σεβασμός των κανόνων αυτών υπόκειται στον έλεγχο ανεξάρτητης αρχής».

<sup>6</sup> Η παρ. 1 του άρθρου 16 της ΣΛΕΕ αναφέρει: «Κάθε πρόσωπο έχει δικαίωμα προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα που το αφορούν».

προσωπικών δεδομένων, τα οποία είναι προσβάσιμα με βάση συγκεκριμένα κριτήρια, ήτοι περισσότερα από ένα κριτήρια (άρθρο 2 παρ. 1 και άρθρο 4 αριθ. 6 ΓΚΠΔ).

Το άρθρο 3 ΓΚΠΔ ρυθμίζει το εδαφικό πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού, το οποίο δεν συνδέεται με την προϋπόθεση η παραπάνω επεξεργασία των δεδομένων να γίνεται εντός της ΕΕ. Κρίσιμο κριτήριο για την εφαρμογή του Κανονισμού είναι ο τόπος εγκατάστασης του υπευθύνου επεξεργασίας να βρίσκεται εντός της ΕΕ. Εφαρμόζεται, όμως, και σε περιπτώσεις που ο υπεύθυνος επεξεργασίας δεν είναι εγκατεστημένος στην ΕΕ, αλλά «οι δραστηριότητες επεξεργασίας σχετίζονται με: α) την προσφορά αγαθών ή υπηρεσιών στα εν λόγω υποκείμενα των δεδομένων στην Ένωση, ανεξαρτήτως εάν απαιτείται πληρωμή από τα υποκείμενα των δεδομένων, ή β) την παρακολούθηση της συμπεριφοράς τους, στον βαθμό που η συμπεριφορά αυτή λαμβάνει χώρα εντός της Ένωσης» (άρθρο 3 παρ. 2 ΓΚΠΔ). Η διάταξη του άρθρου 3 ΓΚΠΔ είναι αναγκαστικού δικαίου και τα συμβαλλόμενα μέρη δεν έχουν ελευθερία επιλογής εφαρμοστέου δικαίου

Με τον κανονισμό ενισχύεται η διαφάνεια κατά την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων, περιορίζεται το εύρος του σκοπού επεξεργασίας που νομιμοποιεί τη διαδικασία αυτή, ελαχιστοποιούνται τα δεδομένα που επιτρέπεται να επεξεργαστούν τα οποία πλέον θα πρέπει να είναι ακριβή κι επικαιροποιημένα. Δίδεται, επίσης, μια στοιχειώδης εγγύηση της ασφάλειας των σχετικών δεδομένων κατά τη διάρκεια μιας πιθανής επεξεργασίας. Τέλος, αν τύχουν αποθήκευσης ορισμένα δεδομένα, αυτή πρέπει να είναι περιορισμένη χρονικά. Για όλα αυτά το βάρος απόδειξης φέρει ο υπεύθυνος επεξεργασίας.

Τέλος, επιγραμματικά αναφέρουμε τα θεμελιώδη δικαιώματα των υποκειμένων, όπως αναλύονται στον Κανονισμό. Αυτά είναι το δικαίωμα ενημέρωσης (άρ.12,13 και 14), το δικαίωμα πρόσβασης (άρ.14), το δικαίωμα διόρθωσης (άρ.15), το δικαίωμα στη λήθη (άρ.16), το δικαίωμα περιορισμού της επεξεργασίας (άρ.18), το δικαίωμα στη φορητότητα (άρ.20), το δικαίωμα εναντίωσης (άρ.21) και το δικαίωμα αντίρρησης στις περιπτώσεις profiling (άρ. 22). Πέρα από αυτά ο κανονισμός εμπεριέχει αναλυτικά τα απαραίτητα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα για την χρηστή λειτουργία του, ενώ, τέλος, ρυθμίζει πολλούς περαιτέρω σχετικούς τομείς ειδικότερα.

### **1.3 Η εξαίρεση του άρθρου 85 ΓΚΠΔ: δικαίωμα στην ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης VS δικαίωμα προστασίας δεδομένων**

Όπως προαναφέρθηκε σε άλλο σημείο του παρόντος κεφαλαίου ο ΓΚΠΔ (GDPR) είναι δεσμευτικός για όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ και ισχύει άμεσα. Ωστόσο, και τα κράτη μέλη διαθέτουν αρμοδιότητα για την έκδοση νομοθετικών πράξεων σε ορισμένα ζητήματα, τα οποία ο Κανονισμός ρυθμίζει ειδικά στα άρθρα 85-91, χωρίς, όμως, να επιτρέπεται να μεταβληθεί το ουσιαστικό περιεχόμενο των διατάξεων του ΓΚΠΔ (GDPR), ενόψει της πλήρους εναρμόνισης του δικαίου κρατών μελών με τον Κανονισμό (Ιγγλεζάκης 2020).

Με το άρθρο 85 ΓΚΠΔ (GDPR) παρέχεται η εξουσιοδότηση στα κράτη μέλη να θεσπίσουν ειδικές ρυθμίσεις για την εναρμόνιση του δικαιώματος προστασίας προσωπικών δεδομένων με την ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης. Συγκεκριμένα όπως παρατηρεί ο Ιγγλεζάκης (2020) βάσει της διάταξης αυτής, θα πρέπει να προβλεφθούν εξαιρέσεις όταν αυτό επιβάλλεται από την προστασία του δικαιώματος στην ελευθερία της έκφρασης και της πληροφόρησης, αλλά και της επεξεργασίας (μεταξύ άλλων) για δημοσιογραφικούς σκοπούς. Βέβαια, όπως σημειώνει η Bitiukova (2020) τα όρια της εξαίρεσης δεν περιγράφονται με σαφήνεια στον ΓΚΠΔ (GDPR) κι αφήνονται να καθοριστούν από τα κράτη μέλη, πράγμα το οποίο όπως παρατηρεί η ίδια μετά από συγκριτική μελέτη που πραγματοποίησε σε κράτη μέλη της ΕΕ οδηγεί σε αποκλίνουσες προσεγγίσεις του άρθρου 85 ΓΚΠΔ (GDPR) καθώς διαπιστώνονται θεμελιώδεις διαφορές στον τρόπο με τον οποίο τα κράτη μέλη προσεγγίζουν τον ορισμό και το εύρος της «δημοσιογραφικής απαλλαγής».

Στην επεξεργασία δεδομένων για δημοσιογραφικούς σκοπούς αναφέρεται και το άρθρο 28 του ν. 4624/2019, εφαρμοστικού του ΓΚΠΔ (GDPR) νόμου, σύμφωνα με το οποίο επιτρέπεται υπό προϋποθέσεις η επεξεργασία προσωπικών δεδομένων «στον βαθμό που είναι αναγκαίο να συμβιβαστεί το δικαίωμα στην προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα με το δικαίωμα στην ελευθερία της έκφρασης και πληροφόρησης, συμπεριλαμβανομένης της επεξεργασίας για δημοσιογραφικούς σκοπούς και για σκοπούς ακαδημαϊκής, καλλιτεχνικής ή λογοτεχνικής έκφρασης».

Για την επεξεργασία αυτή προβλέπει ότι επιτρέπεται όταν: α) το υποκείμενο των δεδομένων έχει παράσχει τη ρητή συγκατάθεσή του, β) αφορά δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα που έχουν προδήλως δημοσιοποιηθεί από το ίδιο το υποκείμενο, γ) υπερέχει το δικαίωμα στην ελευθερία της έκφρασης και το δικαίωμα της πληροφόρησης έναντι του δικαιώματος



προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα του υποκειμένου, ιδίως για θέματα γενικότερου ενδιαφέροντος ή όταν αφορά δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα δημοσίων προσώπων και δ) όταν περιορίζεται στο αναγκαίο μέτρο για την εξασφάλιση της ελευθερίας της έκφρασης και του δικαιώματος ενημέρωσης, ιδίως όταν αφορά ειδικών κατηγοριών δεδομένα Προσωπικού Χαρακτήρα, καθώς και ποινικές διώξεις, καταδίκες και τα σχετικά με αυτές μέτρα ασφαλείας, λαμβάνοντας υπόψη το δικαίωμα του υποκειμένου στην ιδιωτική και οικογενειακή του ζωή.

Η παρ. 2 του άρθρου 28 του ν. 4624/2019 αναφέρει ότι όταν υπερέχει το δικαίωμα στην ελευθερία της έκφρασης και πληροφόρησης, συμπεριλαμβανομένης της επεξεργασίας για δημοσιογραφικούς σκοπούς δεν εφαρμόζεται: «α) το Κεφάλαιο II του ΓΚΠΔ «Αρχές», εκτός από το άρθρο 5, β) το Κεφάλαιο III του ΓΚΠΔ «Δικαιώματα του Υποκειμένου», γ) το Κεφάλαιο IV του ΓΚΠΔ «Υπεύθυνος επεξεργασίας και εκτελών την επεξεργασία», εκτός από τα άρθρα 28, 29 και 32, δ) το Κεφάλαιο V του ΓΚΠΔ «Διαβιβάσεις δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα προς τρίτες χώρες ή διεθνείς οργανισμούς», ε) το Κεφάλαιο VII του ΓΚΠΔ «Συνεργασία και συνεκτικότητα και στ) το Κεφάλαιο IX του ΓΚΠΔ «Διατάξεις που αφορούν ειδικές περιπτώσεις επεξεργασίας». Η παραπάνω διάταξη πάντως σύμφωνα με την ΑΠΔΠΧ<sup>7</sup> θέτει υπό διακινδύνευση τον πυρήνα της προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

Ο σκοπός της δημοσιογραφικής εξαίρεσης που εισάγει ο ΓΚΠΔ (GDPR) είναι για να διασφαλίσει την ελευθερία του Τύπου να παράγει και να δημοσιεύει άρθρα, ειδήσεις επικαιρότητας, αναλύσεις, κριτικές και ρεπορτάζ που περιλαμβάνουν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα, κι όχι για να αφήσει εκτός πεδίου εφαρμογής τις επεξεργασίες που αφορούν τη διανομή των ειδήσεων σε συγκεκριμένες κατηγορίες αναγνωστών, μία διαδικασία που έχει περισσότερες ομοιότητες με την απευθείας εμπορική προώθηση παρά με την παραγωγή της δημοσιογραφικής ύλης (Eskens, 2019)

Συμπερασματικά με τα παραπάνω τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στην Ελλάδα, κατ' αρχήν εξαιρούνται από τις διατάξεις του ΓΚΠΔ (GDPR), όταν επεξεργάζονται προσωπικά δεδομένα για τις δημοσιογραφικές και συντακτικές δραστηριότητές τους. Τα στελέχη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης θεωρούνται φύλακες του δημοσίου συμφέροντος με έναν

---

<sup>7</sup> Βλ. 1/2020 Γνωμοδότηση της ΑΠΔΠΧ

ζωτικής σημασίας ρόλο σε μια δημοκρατική κοινωνία. Συνήθως τηρούν τους κανόνες που επιβάλλονται από αυτορρυθμιστικά εργαλεία, όπως οι Αρχές Δεοντολογίας του Δημοσιογραφικού Επαγγέλματος της ΕΣΗΕΑ, τον Κώδικα Δεοντολογίας Ψηφιακών Μέσων Ενημέρωσης ΕΝΕΔ, τις Οδηγίες στα ΜΜΕ για την προστασία της ιδιωτικής ζωής CoE-Συμβούλιο της Ευρώπης κ.α. Εξάλλου, όπως αναφέρει η Δεληγιάννη (2004) όλοι οι Κώδικες Δεοντολογίας αφορούν την ελευθερία έκφρασης και πληροφόρησης των ακροατηρίων εκ μέρους των δημοσιογράφων. Έχουν ως στόχο τους την αξιόπιστη και πλήρη πληροφόρηση του πολίτη, την καλύτερη δυνατή κυκλοφορία της πληροφορίας και ταυτόχρονα την προστασία του δημοσιογράφου από οποιαδήποτε πίεση.

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρήθηκε να τονιστεί η σημασία της έννοιας των προσωπικών δεδομένων και πως αυτά συνδέονται με τη δημοσιογραφία. Κάνοντας μια σύντομη αναφορά στην ιστορική εξέλιξη της έννοιας τους στην Ελλάδα, αναγκαστικά, πραγματοποιήθηκε μία εκτενής αναφορά στις νομοθετικές διατάξεις που υιοθετήθηκαν με σκοπό την προστασία τους σε περιπτώσεις παραβιάσεων. Παρουσιάστηκε με αναλυτικό τρόπο και κυρίως μέσα από το πρίσμα των νομικών σπουδών ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων ΓΚΠΔ (GDPR), που επέβαλαν οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και η ανάπτυξη του διαδικτύου, καθώς το νομοθέτημα αυτό ισχύει τα τελευταία τρεισήμισι χρόνια άμεσα σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ κι επηρεάζει εκατοντάδες εκατομμύρια πολίτες στη δημόσια σφαίρα της ΕΕ. Τέλος, παρουσιάστηκε η εξαίρεση που εισάγει το άρθρο 85 του ΓΚΠΔ, σύμφωνα με το οποίο οι δημοσιογράφοι όταν παράγουν και δημοσιεύουν άρθρα, ειδήσεις επικαιρότητας, αναλύσεις, κριτικές και ρεπορτάζ, που περιλαμβάνουν δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα εξαιρούνται από τις διατάξεις του ΓΚΠΔ με δικαιολογητικό λόγο την διασφάλιση της ελευθερίας του Τύπου.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ & ΙΔΙΩΤΙΚΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΤΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ

### 2.1 Η έννοια της ιδιωτικότητας

Στις μέρες μας η έννοια της ιδιωτικότητας αποτελεί ζήτημα απaráμιλλης σημασίας στο σύγχρονο κόσμο. Κι αυτό γιατί έχει παρατηρηθεί ότι χάρη στο διαδίκτυο και τις σύγχρονες τεχνολογίες η εισβολή στην ιδιωτική ζωή έχει ενταθεί, δημιουργώντας αρκετά προβλήματα στις κοινωνικές σχέσεις. Οι κυβερνήσεις, οι πολυεθνικές εταιρίες, οι δημοσιογραφικοί οργανισμοί είναι πλέον ικανοί να εισβάλλουν στην ιδιωτική ζωή των πολιτών μέσω της εμφάνισης όλο και πιο ευαίσθητων συσκευών ακρόασης, δοκιμών χημικών φαρμάκων, DNA, πιστωτικών αρχείων και ευρέως διαδεδομένων ιατρικών αρχείων. Ο Westin (2003) υποστηρίζει ότι κανένας ορισμός της ιδιωτικότητας δεν είναι εφικτός, γιατί τα θέματα ιδιωτικότητας είναι εκ θεμελίων ζήτημα αξιών, συμφερόντων και εξουσίας, αν και ο ίδιος το 1967 είχε ορίσει ότι η ιδιωτικότητα είναι *«το δικαίωμα των ανθρώπων να επιλέγουν ελεύθερα και χωρίς περιορισμούς τον βαθμό έκθεσης του εαυτού τους, τη στάση και τη συμπεριφορά τους απέναντι στους άλλους»* (Hodges, 2009).

#### 2.1.1 Η ιδιωτικότητα από τη «Γένεση» μέχρι σήμερα

Η έννοια της ιδιωτικότητας ανάγεται στις απαρχές της καταγεγραμμένης ανθρώπινης ιστορίας και διατρέχει την εξέλιξή της. Ο John Curtis Raines μάλιστα εντοπίζει την πρώτη εκδήλωση ιδιωτικότητας στη «Γένεση» της Παλαιάς Διαθήκης (Λαμπρινουδάκης κ.α., 2010). Στις αρχαιοελληνικές πόλεις-κράτη, οι οποίες αποτελούν την πρώτη μορφή οργανωμένης κοινωνίας, η ιδιωτικότητα εντοπίζεται στην ουσία της ιδιοκτησίας, στην οριοθέτηση δηλαδή περιοχών διαφορετικού ιδιοκτήτη. Στην αριστοτελική θεωρία της πόλεως, αναφέρεται ο διαχωρισμός μεταξύ της δημόσιας σφαίρας της πολιτικής και της δραστηριοποίησης στον ιδιωτικό χώρο, τον οίκο. Οι Λαμπρινουδάκης κ.α. (2010) παρατηρούν ότι οι έννοιες της κοινωνίας και της ιδιωτικότητας είναι πάντως έννοιες απόλυτα αλληλένδετες, καθώς χωρίς κοινωνία δεν θα υπήρχε καν η ανάγκη και το αίτημα της ιδιωτικότητας.

Η έννοια της ιδιωτικότητας μεταφέρεται στο πέρασμα των αιώνων από τα μεσαιωνικά βρετανικά ειρηνοδικεία μέχρι το λόγο του William Pitt The Elder το 1763<sup>8</sup>. Η διάκριση του δημόσιου/ιδιωτικού βίου, που αναφέρεται στο χώρο άσκησης κυβερνητικής εξουσίας και αντίστοιχα σε αυτόν της αυτοδιαχείρισης, αποτυπώνεται το 1869 από τον John Stuart Mill στο δοκίμιο «Περί Ελευθερίας»<sup>9</sup>. Μερικές δεκαετίες αργότερα, το 1890, οι Brandeis και Warren στο σημαίνον άρθρο τους “The Right to Privacy” χρησιμοποίησαν τη φράση «the right to be left alone» («το δικαίωμα να μένεις μόνος»), για να περιγράψουν το δικαίωμα στην ιδιωτικότητα του ατόμου. Ερέθισμα για τη συγγραφή του άρθρου ήταν η ολοένα και συχνότερη εμφάνιση περιστατικών δημόσιας -έντυπης- διάδοσης λεπτομερειών σχετικών με την προσωπική ζωή ατόμων. Η ιδιωτικότητα πλέον αφορά την προστασία ιδιωτικών συζητήσεων, την έκφραση σκέψεων και συναισθημάτων.

Η Χρονάκη (2018) αναφέρεται στη διάκριση δημόσιου/ιδιωτικού βίου στα ΜΜΕ και στην αναπαράσταση της ιδιωτικότητας στη δημόσια σφαίρα. Για τα ΜΜΕ άλλωστε ένα θέμα αποκτά ενδιαφέρον όταν περνάει από το χώρο του ιδιωτικού στο δημόσιο χώρο. Η ίδια προσεγγίζει το θέμα της συζήτησης από την πλευρά της ιδιωτικότητας δημοσίων προσώπων και της προστασίας της ιδιωτικότητας τους όταν σχετίζεται με τα ΜΜΕ και αφορά είτε σε ιστορίες γύρω από τις προσωπικές τους σχέσεις (σεξουαλικότητα) είτε σε κάποια ηθικά ή πολιτικά μεμπτή συμπεριφορά, η οποία ως διαμεσολαβημένο γεγονός ιδιωτικής φύσεως περνά στη δημόσια σφαίρα και αντιμετωπίζεται ως σκάνδαλο. Ο Αθανασιάδης (2011) ασχολείται με τη δημοσιογραφική πρακτική στο συγκεκριμένο θέμα διακρίνοντας μάλιστα τη δημοσιογραφία σε σοβαρή και σκανδαλοθηρική. Αναφέρεται στην κατάπτωση της δημοσιογραφίας και στην ανάγκη του «παθητικού» κοινού που διαθέτει χαμηλό πολιτισμικό κεφάλαιο κι έκπτωτη ηθική να παρακολουθήσει την ιδιωτική ζωή των δημοσίων προσώπων.

Ο Seaton (2011) στην ίδια λογική με τον Αθανασιάδη παρατηρεί ότι η έλευση της διαδικτυακής και ψηφιακής τεχνολογίας έχει οδηγήσει στην αύξηση της ορατότητας της ιδιωτικής ζωής των παραπάνω προσώπων σε συνδυασμό με τη μεγαλύτερη επιθυμία των

<sup>8</sup> Ο θρυλικός πρωθυπουργός της Αγγλίας William Pitt The Elder έλεγε το 1763: «Και ο φτωχότερος των ανθρώπων μπορεί στην καλύβα του να περιφρονεί τις δυνάμεις του στέμματος – η στέγη μπορεί να τρίζει, η καταγίδα να μπαίνει στο σπίτι, αλλά ο ο βασιλιάς της Αγγλίας δεν επιτρέπεται να μπει».

<sup>9</sup> Βλ. περισσότερα για το δοκίμιο *Περί ελευθερίας* του Τζον Στιούαρτ Μιλ στο <https://bookpress.gr/kritikes/idees/12137-mill-john-stuart-minoas-peri-eleutherias-bibliodetimeni-ekdosi-zaharakis>

ακροατηρίων για ειδήσεις που πλαισιώνονται ως σκάνδαλα. Ο Thompson (2001) θεωρεί τα σκάνδαλα εμπορικά ανταγωνιστικές ειδήσεις, που γίνονται δημόσια γνωστές αφού μετατρέπονται σε αφηγήσεις από τα ΜΜΕ. Για τους Lull & Hinerman (1997) προκαλούν ιδεολογικές, κοινωνικές ή και πολιτισμικές επιδράσεις. Τα ΜΜΕ ως παράγοντες άσκησης σημαντικής κοινωνικής επιρροής έχουν τη δυνατότητα να υποβαθμίσουν και να αφανίσουν ένα σκάνδαλο. Τέλος ο Thompson (2001) αναφέρεται στα στοιχεία, τα οποία οδηγούν στην αποκάλυψη ενός σκανδάλου κι αποτελούν προσωπικά δεδομένα κάποιου προσώπου, το οποίο αγνοεί την επεξεργασία τους. Είναι μάλιστα καταγεγραμμένα σε ηλεκτρονικά μέσα αποθήκευσης κι έτσι όχι μόνο δεν μπορούν να διαψευσθούν, αλλά μπορούν να διατηρηθούν σε βάθος χρόνου και να αναπαραχθούν.

Στην πάροδο του χρόνου η ανάγκη για ιδιωτικότητα καλύπτεται με διαφορετικά μέσα-αντίμετρα, συνήθως στη σκιά της τεχνολογικής εξέλιξης. Σήμερα, σε πολλές χώρες του κόσμου η έννοια της ιδιωτικότητας εντοπίζεται σε νόμους για την προστασία δεδομένων, τοποθετώντας την στο πλαίσιο διαχείρισης προσωπικών πληροφοριών. Έξω από αυτό το στενό, αλλά σημαντικό για την εποχή μας, πλαίσιο, η προστασία της ιδιωτικότητας συχνά μεταφράζεται ως ένας τρόπος να καθορίζεται πόσο μπορεί μια κοινωνία να εισβάλει στους προσωπικούς αφορισμούς ενός ατόμου. Η «κλασική» αντίληψη της ιδιωτικότητας έχει σημαντικά εμπλουτιστεί με επιμέρους δικαιώματα, όπως το δικαίωμα σε ιδιωτική ζωή, ο περιορισμός της προσβασιμότητας, ο αποκλειστικός έλεγχος της πρόσβασης στον ιδιωτικό χώρο (ή άσυλο της κατοικίας), η ελαχιστοποίηση των “παρεμβάσεων” (intrusiveness), η προσδοκία της εχεμύθειας, το δικαίωμα στο απόρρητο και το δικαίωμα στην απόλαυση της μοναξιάς, της – υπό στενή έννοια - ιδιωτικότητας (intimacy), της ανωνυμίας και της απόσυρσης (reserve). (Λαμπρινουδάκης κ.α., 2010).

Συμπερασματικά, η έννοια της ιδιωτικότητας στην ιστορική της εξέλιξη έλαβε αρκετές μορφές, όπως η πληροφοριακή, η εδαφική, η τηλεπικοινωνιακή και η σωματική ιδιωτικότητα. Σήμερα οι παραπάνω μορφές αρκετές φορές συμπλέκονται, ιδίως όταν αναφερόμαστε στην πληροφοριακή ιδιωτικότητα.

### 2.1.2 Η ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο

Η ραγδαία αύξηση του όγκου των πληροφοριών και των επικοινωνιακών ροών είναι γεγονός το οποίο γίνεται άμεσα αντιληπτό από τον καθένα μας. Κάθε φορά που «σερφάρει» κάποιος στο διαδίκτυο «προσφέρει» πληροφορίες από την προσωπική του ζωή. Στοιχεία

που αφορούν τον καθένα από μας υπάρχουν πλέον ως δεδομένα σε πολλά και διαφορετικά πληροφοριακά συστήματα (πληροφοριακή ιδιωτικότητα), ως απόρροια του δικαιώματος πληροφοριακού αυτοκαθορισμού, που εκφράζεται με την παροχή συγκατάθεσης ενός προσώπου για την επεξεργασία των προσωπικών πληροφοριών του από κάποιον τρίτο. Λόγω της πληροφοριακής ανισότητας είναι αμφίβολο εάν μιλάμε για πληροφορημένη συγκατάθεση και κατά συνέπεια και για ενσυνείδητη συγκατάθεση.

Οι προσωπικές αυτές πληροφορίες, που συνιστούν την έννοια της ιδιωτικότητας, ταυτίζονται με την έννοια των προσωπικών δεδομένων. Η σύγκλιση των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, η αποκέντρωση της επεξεργασίας, η διείσδυση της επεξεργασίας και της δικτύωσης στο σύνολο σχεδόν της ανθρώπινης δραστηριότητας αλλάζουν ριζικά το περιβάλλον χρήσης της προσωπικής πληροφορίας, αλλά και τα ζητήματα που εγείρονται σε σχέση με την προστασία της (Deuze, 2010, Jenkins, 2004, Jenkins, 2006). Η προστασία προσωπικών δεδομένων δεν περιορίζεται στη ρύθμιση και προστασία της πληροφορίας που το άτομο θεωρεί ιδιωτική και ευαίσθητη και για το λόγο αυτό επιθυμεί να απαγορεύσει ή να περιορίσει τη συλλογή, χρήση και διάδοσή της. Αφορά κάθε πληροφορία που αναφέρεται σε ένα φυσικό πρόσωπο, καθώς η πληροφοριακή αξία ακόμη και μίας καταρχήν «αβλαβούς» πληροφορίας καθορίζεται εν τέλει από την επεξεργασία της, το συνδυασμό της με άλλες πληροφορίες, από το περιβάλλον εντός του οποίου χρησιμοποιείται και αξιολογείται (Λαμπρινουδάκης κ.α., 2010).

## 2.2 Δημοσιογραφία και διαδίκτυο

Στις αρχές του 21<sup>ου</sup> αιώνα το διαδίκτυο θεωρείται χωρίς αμφιβολία ως η βασική πηγή ενημέρωσης του κοινού (Freedman, 2009; Vermeer et al., 2020) και μάλιστα κατά τη Χρονάκη (2018: 125) αναπόσπαστο στοιχείο της δημοσιογραφικής κουλτούρας. Η καταλυτική δύναμη της εξάπλωσης του διαδικτύου με τη χρήση όλο και περισσότερων νέων μέσων και εργαλείων από τους χρήστες του επέφερε ριζικές αλλαγές στη δημοσιογραφία και συγκεκριμένα στον τρόπο παραγωγής και διάδοσης της πληροφορίας, συμβάλλοντας έτσι σημαντικά στον εκδημοκρατισμό της σύγχρονης δημόσιας σφαίρας, χωρίς το ίδιο να αποτελεί δημόσια σφαίρα, αλλά δημόσιο χώρο που εξυπηρετεί νέες και σύγχρονες κοινωνικές και πολιτικές ανάγκες (Παπαχαρίση, 2008). Κατά τη Σπυρίδου (2009) τα

παραδοσιακά μέσα αδυνατούν να εκπληρώσουν το δημοκρατικό τους ρόλο, ενώ η δημοκρατία των διαδικτυακών Μέσων αναφέρεται σε ένα μοντέλο παραγωγής και διανομής ειδήσεων και πληροφοριών, το οποίο ενημερώνει και κινητοποιεί τα μέλη μιας κοινωνίας. Όπως παρατηρεί η Χρονάκη (2018: 125) εφόσον το διαδίκτυο είναι ένα Μέσο διάδρασης, επικοινωνίας και ενημέρωσης, ένας δημόσιος χώρος χώρος online, που δίνει τη δυνατότητα για μεγαλύτερη διαδραστικότητα, ήταν αναμενόμενο η δημοσιογραφία να ενσωματώσει το Μέσο και να ενσωματωθεί στην κουλτούρα του.

Με την άνοδο της διαδικτυακής δημοσιογραφίας δοκιμάστηκε η επιβίωση των παραδοσιακών ΜΜΕ και ιδίως των εφημερίδων. Όπως αναφέρουν οι Thurman & Myllylahti (2009) περιορίζοντας την έντυπη έκδοση, οι εφημερίδες εξαλείφουν το κόστος που σχετίζεται με την παραγωγή και τη διανομή ενός φυσικού προϊόντος. Τα Νέα Μέσα που χρησιμοποιούνται ως νέα κανάλια επικοινωνίας είναι διαδραστικά και προσφέρουν αμφίδρομη επικοινωνία και βασίζονται σε κάποιο υπολογιστικό σύστημα για τη λειτουργία τους (Siaperä, 2012a: 133). Δεδομένης της στροφής του ενδιαφέροντος των διαφημιστών στο ίντερνετ, καθώς είναι το μέσο που προτιμά η πλειοψηφία του νεανικού κοινού, που στοχεύουν οι διαφημιστικές εταιρίες, οι εκδότες αναγκάστηκαν να αποκτήσουν διαδικτυακή παρουσία και να μειώσουν τις εκδοτικές τους δαπάνες. Το διαδίκτυο είναι σαφέστατα πιο οικονομικό. Η αύξηση του όγκου των ειδήσεων παίρνει εκρηκτικές καταστάσεις, ενώ τα πρακτορεία ειδήσεων γνωρίζουν λυσσαλέο ανταγωνισμό. Οι δημοσιογράφοι, όμως, στους ιστότοπους της online ενημέρωσης υποχρεώνονται να δουλεύουν περισσότερο σε σχέση με πριν (σαν σκλάβοι) και μάλιστα για λιγότερα χρήματα (Ραμονέ, 2011).

Ο Bardoel (2002) επιχειρηματολογεί υπέρ της εγκαθίδρυσης ενός τέταρτου, διακριτού τύπου δημοσιογραφίας, τη ‘διαδικτυακή δημοσιογραφία’, η οποία θα απαρτίζεται από τα ακόλουθα στοιχεία: α) διαδραστικότητα, με την έννοια ότι αυξάνεται ο έλεγχος από το χρήστη και όχι τον παραγωγό, β) υπερκείμενο που επιτρέπει στο δημοσιογράφο να παράσχει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με ένα θέμα, γ) πολυμεσικότητα, η οποία ορίζεται ως η σύγκλιση ανάμεσα σε παραδοσιακές μορφές παρουσίασης ειδήσεων και δ) α-συγχρονία η οποία δίνει τη δυνατότητα στον ίδιο το χρήστη να επιλέξει το χρόνο πρόσληψης των ειδησεογραφικών μηνυμάτων.

Ο Flew (2005) υποστηρίζει ότι η διαδικτυακή δημοσιογραφία αποτελεί συμπλήρωμα των κυρίαρχων παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης, έχοντας ωστόσο σε σύγκριση με αυτά το

πλεονέκτημα της άμεσης και κατά συνέπεια πιο αποτελεσματικής διανομής του ειδησεογραφικού περιεχομένου. Ο ίδιος καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η επέλαση του ίντερνετ και η ψηφιοποίηση των παραδοσιακών μέσων αποτυπώνουν τη δυαδικότητα που εμπεριέχεται στην ανάπτυξη των νέων μέσων: ραγδαία ανάπτυξη των τελευταίων από τη μια μεριά κι ανάλογη ανταπόκριση και προσαρμογή των παραδοσιακών μέσων από την άλλη.

Ο Deuze (2003) διακρίνει τέσσερα είδη διαδικτυακής δημοσιογραφίας με πιο διαδεδομένο, όσον αφορά το δημοσιογραφικό περιεχόμενο, τις ενημερωτικές ιστοσελίδες των ΜΜΕ, οι οποίες μάλιστα έχουν μεγάλη εμβέλεια και προσφέρουν από τη μια πλευρά μία επιλογή περιεχομένου των συντακτών κι από την άλλη μία περιορισμένη μορφή συμμετοχικής επικοινωνίας. Η Siaperá (2012b) προχώρησε σε μια πιο αναλυτική κατηγοριοποίηση, διακρίνοντας επτά μορφές διαδικτυακής δημοσιογραφίας, που εντοπίζονται στην Ελλάδα. Μία από τις κατηγορίες είναι οι online εκδοχές των κυρίαρχων ειδησεογραφικών μέσων<sup>10</sup>. Το είδος αυτό διαδικτυακής δημοσιογραφίας συνδυάζει τεχνικές δεξιότητες με συγκεκριμένες ειδησεογραφικές δεξιότητες για τη συγγραφή στον ιστό. Δεν διαφέρει πολύ από την έντυπη ή την ηλεκτρονική δημοσιογραφία ως προς την προσέγγισή του στη δημοσιογραφική εξιστόρηση, τις ειδησεογραφικές αξίες και τις σχέσεις με τα ακροατήρια (Vermeer et al., 2020). Οι κλασσικοί ειδησεογραφικοί ιστότοποι τείνουν να λειτουργούν σε σχετικά κλειστά δίκτυα των ιδιοκτητών των ΜΜΕ.

### **2.3. Εξατομίκευση περιεχομένου στις ενημερωτικές ιστοσελίδες και ΓΚΠΔ (GDPR)**

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας αναφερθήκαμε αναλυτικά στη δημοσιογραφική εξαίρεση που εισάγει το άρθρο 85 του ΓΚΠΔ (GDPR) για την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων για δημοσιογραφικούς σκοπούς. Στην παραπάνω εξαίρεση δεν εντάσσονται οι επεξεργασίες που αφορούν τη διανομή των ειδήσεων σε συγκεκριμένες κατηγορίες αναγνωστών, μία διαδικασία που έχει περισσότερες ομοιότητες με την

---

<sup>10</sup> Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται εφημερίδες που «μετακόμισαν» στο διαδίκτυο, ραδιοτηλεοπτικά μέσα τα οποία εκπέμπουν και διαδικτυακά εκτός από τον παραδοσιακό τρόπο, αλλά και ενημερωτικές ιστοσελίδες που δημιουργήθηκαν στο διαδίκτυο και δεν ανήκουν σε κανέναν δημοσιογραφικό οργανισμό.



απευθείας εμπορική προώθηση παρά με την παραγωγή της δημοσιογραφικής ύλης. Σε αυτήν ακριβώς την περίπτωση εντάσσονται οι ενημερωτικές ιστοσελίδες στις οποίες οι χρήστες επισκέπτες τους υποχρεώνονται να παράσχουν τα προσωπικά τους δεδομένα είτε ηθελημένα, παρέχοντας την συγκατάθεσή τους είτε χωρίς τη θέλησή τους.

Βασικό χαρακτηριστικό των ενημερωτικών ιστοσελίδων είναι ότι παρέχουν εξατομικευμένη πληροφόρηση προτείνοντας στον αναγνώστη/χρήστη άρθρα προς ανάγνωση, ενώ ταυτόχρονα αναπτύσσουν εξατομικευμένες ιστοσελίδες, εφαρμογές και ειδοποιήσεις περιεχομένου (Haim, Graefe, & Brosius, 2018). Η διεργασία αυτή χρησιμοποιεί την τεχνολογία για να επιλέξει, να ιεραρχήσει και να διανείμει ενημερωτικά κείμενα σε διαφορετικούς χρήστες ώστε να ταιριάζουν με τα ενδιαφέροντά τους, τις προτιμήσεις και άλλα προσωπικά χαρακτηριστικά σύμφωνα με αποτελέσματα αλγοριθμικών αυτοματοποιημένων αναλύσεων που διενεργούνται στο παρασκήνιο της ιστοσελίδας (Thurman & Schifferes, 2012). Στους σκοπούς της εξατομίκευσης είναι η προώθηση συγκεκριμένων δημοσιογραφικών άρθρων, η εξυπηρέτηση κοινού με πολύ συγκεκριμένα ενδιαφέροντα, και η διανομή ειδήσεων μέσω συνδρομητικών υπηρεσιών (Eskens, 2019).

Κατά την παραπάνω λειτουργία που αναγνωρίζει και καταγράφει τη συμπεριφορά του χρήστη ώστε κατά τον Diakopoulos (2014) ο χρήστης να λαμβάνει αυτόματα την ενημέρωση, που η ιστοσελίδα συμπεραίνει ότι τον ενδιαφέρει, πραγματοποιείται επεξεργασία προσωπικών δεδομένων είτε από τον ίδιο τον διαχειριστή της ιστοσελίδας είτε από τρίτα μέρη στα οποία έχει ανατεθεί η επεξεργασία και καταρτίζεται προφίλ χρήστη κατά τις διατάξεις του ΓΚΠΔ (GDPR). Η Eskens (2019) υποστηρίζει ότι οι σκοποί που αναφέρθηκαν παραπάνω δεν εμπίπτουν στο στενό πυρήνα της δημοσιογραφίας, που είναι η παραγωγή και η δημοσίευση των ειδήσεων, και δεν αποτελούν προϋπόθεση για να συμβιβαστεί η ελευθερία της έκφρασης με την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Επομένως, οι παραπάνω δραστηριότητες δεν εξαιρούνται σύμφωνα με το άρθρο 85 ΓΚΠΔ και ρυθμίζονται όπως όλες οι επεξεργασίες δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.

Η έναρξη εφαρμογής του ΓΚΠΔ (GDPR) στις 25.05.2018 επηρέασε άμεσα κάθε οργανισμό ή επιχείρηση που συλλέγει ή επεξεργάζεται δεδομένα στην Ευρώπη, αλλά και κάθε εταιρεία που προσφέρει τις υπηρεσίες της στην Ευρώπη. Πολλές εταιρείες έπρεπε να προσαρμόσουν τις διαδικασίες διαχείρισης δεδομένων τους, τα έντυπα συγκατάθεσης και τις πολιτικές Διπλωματική Εργασία

απορρήτου για να συμμορφωθούν με τις απαιτήσεις διαφάνειας του ΓΚΠΔ (GDPR), αποκαλύπτοντας στους χρήστες τους με διαφάνεια τον τρόπο με τον οποίο χειρίζονται τα προσωπικά δεδομένα, τις νομικές βάσεις για την επεξεργασία των δεδομένων τους, προσφέροντας τους μηχανισμούς για ατομική συγκατάθεση, πρόσβαση στα δεδομένα τους, διαγραφή δεδομένων και φορητότητα (Degeling et al., 2019). Εξάλλου όπως παρατηρεί η Eskens (2019) πολλά διαδικτυακά μέσα μαζικής ενημέρωσης συλλέγουν κι αναλύουν προσωπικά δεδομένα για να δημιουργήσουν λεπτομερή προφίλ χρηστών και να παρέχουν σε όλους μια επιλογή ειδήσεων με βάση τα δημογραφικά στοιχεία τους, τη γεωγραφική θέση, τη ζώνη ώρας, τις ειδήσεις που διαβάζονται, τις ενότητες ιστότοπων που επισκέπτονται, τον τύπο συσκευής κ.λπ.

Αρκετοί μελετητές επισημαίνουν στις έρευνες τους (Libert et. al 2018, Degeling et al., 2019 κ.α.) ότι ο ΓΚΠΔ (GDPR) ήδη κατά τον πρώτο μήνα ισχύος του είχε θετική επίδραση σε ένα μεγάλο ποσοστό των ενημερωτικών ιστοσελίδων στην Ευρώπη, οι οποίες άλλαξαν την πολιτική απορρήτου τους, συμμορφούμενες στις διατάξεις του ΓΚΠΔ (GDPR), ενώ αυξήθηκαν σημαντικά οι ειδοποιήσεις συγκατάθεσης για την πολιτική των cookies. Το τελευταίο ο Bollinger (2021) το χαρακτηρίζει ως φαινόμενο, το οποίο έχει εξαπλωθεί σε όλο το διαδίκτυο.

Παρά την ύπαρξη νομοθετικού πλαισίου προστασίας των προσωπικών δεδομένων, τόσο σε εθνικό όσο και σε ενωσιακό επίπεδο, μελετητές από αρκετούς επιστημονικούς κλάδους διατυπώνουν ορισμένους προβληματισμούς σχετικά με το πραγματικό και ουσιαστικό επίπεδο προστασίας των χρηστών του διαδικτύου (Ishmaev, 2019). Κι αυτό γιατί οι χρήστες του διαδικτύου, όπως θα διαπιστώσουμε στο ερευνητικό μέρος της παρούσας εργασίας, φαίνεται να αγνοούν τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να προστατεύουν αποτελεσματικά τα προσωπικά τους δεδομένα, μη γνωρίζοντας ή μη κατανοώντας εν τέλει το περιεχόμενο των δικαιωμάτων τους σύμφωνα με τον ΓΚΠΔ (GDPR).

Στη συνέχεια θα επιχειρήσουμε να μελετήσουμε τις έννοιες της πολιτικής απορρήτου στις ενημερωτικές ιστοσελίδες υπό το πρίσμα της εφαρμογής του ΓΚΠΔ (GDPR), αλλά και της πολιτικής των cookies, που απασχολούν ολοένα και περισσότερο τους χρήστες του διαδικτύου, καθώς όπως αναφέρει ο Bollinger (2021) οι ειδοποιήσεις για συγκατάθεση έρχονται με τη μορφή αναδυόμενων παραθύρων και banners στο πρόγραμμα περιήγησης, που ρωτούν το χρήστη εάν συμφωνεί με τη συλλογή προσωπικών δεδομένων και την παρακολούθηση των προτιμήσεων του.

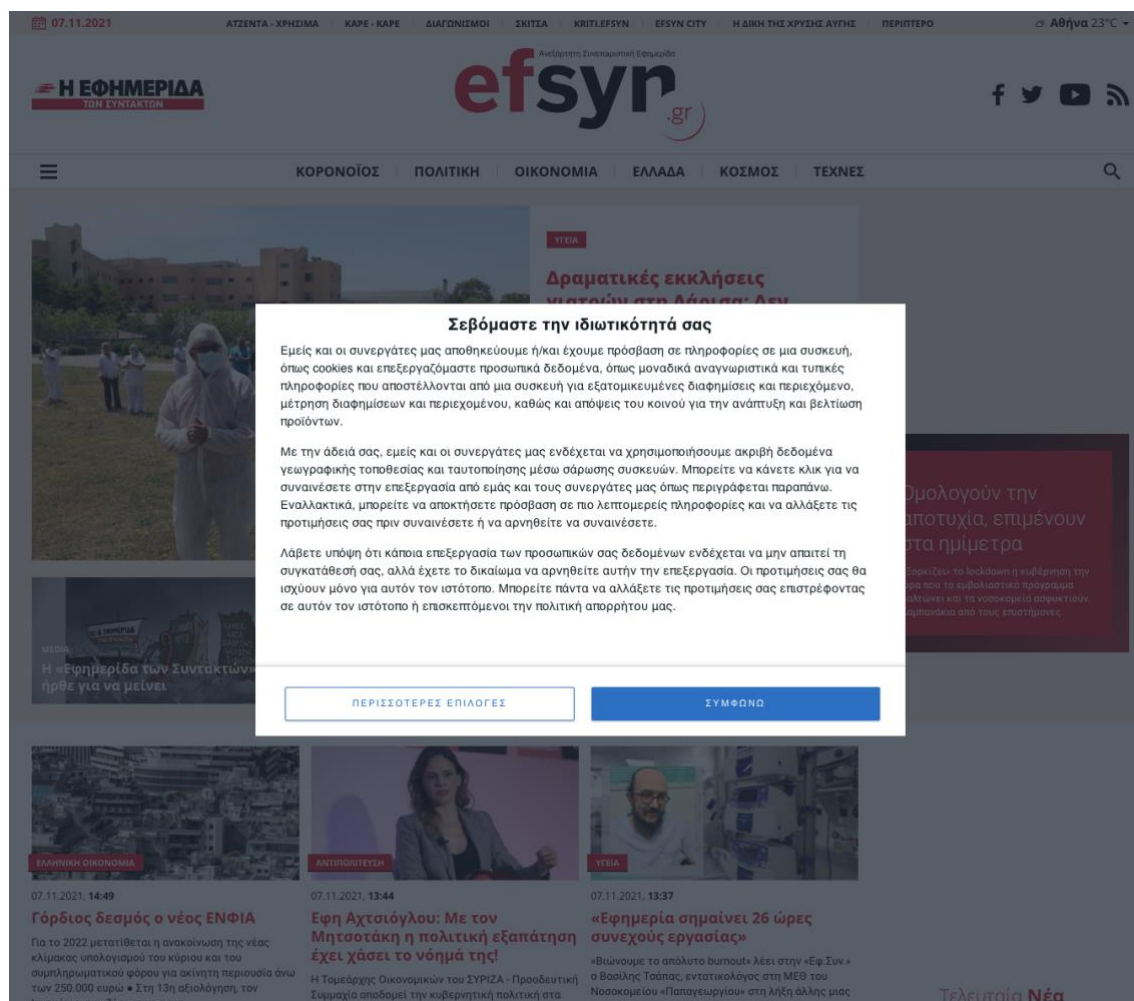


### 2.3.1 Πολιτική απορρήτου στις ενημερωτικές ιστοσελίδες ως απόρροια του δικαιώματος ενημέρωσης

Το άρθρο 12 ΓΚΠΔ (δικαίωμα ενημέρωσης) κατά τον Ιγγλεζάκη (2020) αποτελεί θεμελιώδη διάταξη κι έχει το χαρακτήρα «γενικής ρήτηρας» για την άσκηση των δικαιωμάτων του υποκειμένου των δεδομένων. Κατά την Αιτιολογική Σκέψη 53 κάθε οργανισμός (στην προκειμένη περίπτωση δημοσιογραφικός) που συλλέγει προσωπικά δεδομένα μέσω διαδικτύου οφείλει να το γνωστοποιεί στο χρήστη – υποκείμενο προσωπικών δεδομένων σε γλώσσα απλή, εύκολα κατανοητή και ευανάγνωστη. Η ενημέρωση αυτή λαμβάνει χώρα με ένα «έγγραφο» εύκολα προσβάσιμο στους επισκέπτες της ιστοσελίδας. Το έγγραφο αυτό αποτελεί την πολιτική απορρήτου της ιστοσελίδας.

Ο ΓΚΠΔ (GDPR) δεν αναφέρει ποιο πρέπει να είναι το περιεχόμενο της ανωτέρω ενημέρωσης του υποκειμένου των δεδομένων – χρήστη της ιστοσελίδας. Συνάγεται, όμως, εύκολα το συμπέρασμα από την επισκόπηση του ΓΚΠΔ (GDPR) ότι ο κάθε οργανισμός θα πρέπει να αναφέρει: α) ποια δεδομένα συλλέγει, β) τους τρόπους συλλογής κι αποθήκευσης δεδομένων, γ) τους σκοπούς επεξεργασίας και τέλος δ) εάν τυγχάνουν μεταβίβασης σε τρίτους (Sharma, 2020), όπως ακριβώς παρατηρούμε στην πολιτική απορρήτου της ιστοσελίδας efsyn.gr (Εικόνα 1).

Η πολιτική απορρήτου των ενημερωτικών ιστοσελίδων, η οποία είναι σύμφωνη με τις διατάξεις του ΓΚΠΔ (GDPR), αποτελεί απόδειξη ότι οι δημοσιογραφικοί οργανισμοί ως υπεύθυνοι επεξεργασίας δεδομένων συμμορφώνονται με τον Κανονισμό και δεν απειλούνται από τα βαρύτατα πρόστιμα που έχει επιβάλλει ο ΓΚΠΔ (GDPR). Επιπροσθέτως με το νέο νομικό πλαίσιο ο υπεύθυνος επεξεργασίας υποχρεούται να λαμβάνει τεχνικά κι οργανωτικά μέτρα ώστε η επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων να είναι σύννομη και να αποφεύγεται το ενδεχόμενο παραβίασης των προσωπικών δεδομένων.



Εικόνα 1 Πολιτική απορρήτου από ενημερωτική ιστοσελίδα efsyn.gr

Ένα άλλο θέμα είναι ότι κατά την περιήγηση στο διαδίκτυο, οι περισσότεροι ιστότοποι αποθηκεύουν μια μικρή ποσότητα δεδομένων στα προγράμματα περιήγησης των καταναλωτών, γνωστά ως cookies. Αυτά τα cookies χρησιμοποιούνται από τον ιστότοπο για σημαντικά πράγματα, όπως η διαχείριση συνεδριών για να λειτουργήσει ο ιστότοπος, αλλά μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για εξατομίκευση διαφημίσεων ή παρακολούθηση του καταναλωτή (Nyquist & Liljedahl Hildebrand, 2021). Όσο περισσότερα cookies βρίσκονται σε έναν υπολογιστή τόσο περισσότερες πληροφορίες συλλέγονται για ένα άτομο. Σταδιακά αρχίζει μέσω των αναζητήσεων του ατόμου να σκιαγραφείται η προσωπικότητά του. Ενδιαφέροντα, πολιτικές και θρησκευτικές πεποιθήσεις, οικογενειακή κατάσταση, σεξουαλικές προτιμήσεις, εργασία και κάθετι – υποτίθεται- ενδόμυχο, βρίσκονται αποθηκευμένα ως cookies. Η συσσώρευση αυτών των πληροφοριών μπορεί να αποτελέσει μεγάλο πλήγμα στην ιδιωτικότητα του ατόμου. Οι

δικτυακοί τόποι των μέσων επικοινωνίας χρησιμοποιούν cookies για να εξατομικεύσουν το περιεχόμενο στις ανάγκες των επισκεπτών τους (Αντωνόπουλος κ.α., 2015).

Μέχρι τη θέση σε εφαρμογή του ΓΚΠΔ (GDPR), το τοπίο σχετικά με τη χρήση των cookies στην ΕΕ ήταν νεφελώδες και καθόλου ξεκάθαρο. Ο ΓΚΠΔ (GDPR) επανέφερε στο προσκήνιο το ζήτημα των cookies, παρά το γεγονός ότι ο Κανονισμός δεν αναφέρεται σε αυτά, παρά μόνο στην Αιτιολογική Σκέψη 30<sup>11</sup> (Καρκατζούνης, 2019).

Βασικό ευρωπαϊκό νομοθέτημα για τα cookies αποτελεί η Οδηγία 2002/58/EK, όπως έχει τροποποιηθεί με την Οδηγία 2009/136/EK και ισχύει μέχρι σήμερα. Σε αντίθεση με τον Κανονισμό, η παραπάνω Οδηγία, γνωστή κι ως “Cookies Directive”, ρυθμίζει τον διάυλο επικοινωνίας, αλλά για να ισχύσει στα κράτη μέλη αυτά οφείλουν να τη μεταφέρουν στο εθνικό τους δίκαιο (Μήτρου, 2004). Παρόλα αυτά πρόκειται για ένα ξεπερασμένο νομοθέτημα, το οποίο αναμένεται να αντικατασταθεί από τον Κανονισμό ePrivacy, ο οποίος έχει προταθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή τον Ιανουάριο του 2017, χωρίς μέχρι σήμερα τα όργανα της ΕΕ να έχουν καταλήξει σε ένα τελικό κείμενο (Voss, 2017).

Στην Ελλάδα η εγκατάσταση και η χρήση cookies ρυθμίζεται από την παράγραφο 5 του άρθρου 4 του ν. 3471/2006<sup>12</sup> (προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών). Ο νόμος αυτός μεταφέρει στο εθνικό δίκαιο την Οδηγία 2002/58/EK, όπως έχει τροποποιηθεί με την Οδηγία 2009/136/EK κι εφαρμόζεται σε συγκεκριμένα ζητήματα, ως ειδικότερος του ΓΚΠΔ (GDPR).

Σύμφωνα με τον ορισμό της ΑΠΔΠΧ για τα cookies<sup>13</sup> αυτά είναι «μικρά αρχεία με πληροφορίες που μια ιστοσελίδα (συγκεκριμένα ο εξυπηρετητής ιστού - web server) αποθηκεύει στον υπολογιστή ενός χρήστη, ώστε κάθε φορά που ο χρήστης συνδέεται στην

---

<sup>11</sup> Βλ. Αιτιολογική Σκέψη 30: «Τα φυσικά πρόσωπα μπορεί να συνδέονται με επιγραμμικά αναγνωριστικά στοιχεία ταυτότητας, τα οποία παρέχονται από τις συσκευές, τις εφαρμογές, τα εργαλεία και τα πρωτόκολλα τους, όπως διευθύνσεις διαδικτυακού πρωτοκόλλου, **αναγνωριστικά cookies** ή άλλα αναγνωριστικά στοιχεία όπως ετικέτες αναγνώρισης μέσω ραδιοσυχνοτήτων. Αυτά μπορεί να αφήνουν ίχνη τα οποία, ιδίως όταν συνδυαστούν με μοναδικά αναγνωριστικά στοιχεία ταυτότητας και άλλες πληροφορίες που λαμβάνουν οι εξυπηρετητές (servers), μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να δημιουργηθεί το προφίλ των φυσικών προσώπων και να αναγνωριστεί η ταυτότητά τους».

<sup>12</sup> Η παρ. 5 του άρθρου 4 ν.3471/2006 ορίζει ότι «η αποθήκευση και η πρόσβαση σε πληροφορίες αποθηκευμένες σε τερματικό εξοπλισμό χρήστη επιτρέπεται μόνο αν ο συνδρομητής ή χρήστης έχει δώσει τη συγκατάθεσή του μετά από σαφή και εκτενή ενημέρωση».

<sup>13</sup> Βλ. περισσότερες πληροφορίες για τη χρήση cookies και συναφών τεχνολογιών στο διαδίκτυο στην ιστοσελίδα της ΑΠΔΠΧ [https://www.dpa.gr/el/enimerwtiko/thematikes\\_enotites/electronikesepikoinwnies/cookies/cookies\\_diadiktuo\\_cookies](https://www.dpa.gr/el/enimerwtiko/thematikes_enotites/electronikesepikoinwnies/cookies/cookies_diadiktuo_cookies)

ιστοσελίδα η τελευταία να ανακτά τις εν λόγω πληροφορίες και να προσφέρει στον χρήστη σχετικές με αυτές υπηρεσίες».

Η ιστοσελίδα θα πρέπει να παρέχει ενημέρωση στο χρήστη όχι μόνο σχετικά με τα cookies που τοποθετεί στον υπολογιστή του χρήστη (“First Party” cookies, το υλικό που έχει ληφθεί από τη διεύθυνση που βλέπει ο χρήστης στο παράθυρο του προγράμματος περιήγησής του) αλλά και σχετικά με τα cookies από Τρίτα Μέρη (third-party cookies, το υλικό που έχει ληφθεί από διαφορετική διεύθυνση από αυτή που βρίσκεται ο χρήστης) κυρίως για τους σκοπούς συμπεριφορικής διαφήμισης. Κάθε ιστοσελίδα που χρησιμοποιεί συμπεριφορική διαφήμιση οφείλει να παρέχει πληροφορίες σχετικά με τη συλλογή και τη χρήση δεδομένων, τις οποίες οι χρήστες πρέπει να είναι σε θέση να εντοπίσουν με ευχέρεια. Με την υιοθέτηση του ΓΚΠΔ (GDPR) έχει παρατηρηθεί ότι η χρήση περιεχομένου από τρίτους στις ενημερωτικές ιστοσελίδες της ΕΕ, το οποίο υπερτερεί σε σχέση με το πρωτότυπο περιεχόμενο, έχει μειωθεί δραματικά (Libert et al., 2018).

Βασική προϋπόθεση για να είναι επιτρεπτή η εγκατάσταση cookies είναι η συγκατάθεση του χρήστη και μάλιστα μετά από κατάλληλη ενημέρωσή του (Καρκατζούνης, 2019). Παρόλα αυτά σύμφωνα με την ΑΠΔΠΧ υπάρχουν περιπτώσεις cookies και συναφών τεχνολογιών που εξαιρούνται από την υποχρέωση λήψης συγκατάθεσης. Αυτές είναι ουσιαστικά όσες θεωρούνται τεχνικά απαραίτητες για την πραγματοποίηση της σύνδεσης στην ιστοσελίδα ή για την παροχή της υπηρεσίας διαδικτύου<sup>14</sup>.

Οι επισκέπτες ιστοσελίδας πρέπει να παρέχουν τη συγκατάθεσή τους στη τοποθέτηση cookies κατά τρόπο ρητό και σαφή, δηλαδή με δήλωση ή με σαφή θετική ενέργεια (π.χ. με συμπλήρωση τετραγωνιδίου). Κατά συνέπεια, τυχόν προσυμπληρωμένα τετραγωνίδια δεν συνεπάγονται ότι ο χρήστης συναινεί νομίμως στην επεξεργασία, διότι η συγκατάθεσή του δεν είναι ελεύθερη ούτε ρητή, όπως απαιτεί το άρθρο 7 του ΓΚΠΔ (GDPR) <sup>15</sup> και η Αιτιολογική Σκέψη 32<sup>16</sup> (Bollinger, 2021).

<sup>14</sup> Συγκεκριμένα η ΑΠΔΠΧ στην ιστοσελίδα της αναφέρει ενδεικτικά : cookies που «θυμούνται» τις επιλογές του συνδρομητή ή χρήστη σχετικά με την παρουσίαση της ιστοσελίδας, cookies που είναι απαραίτητα για την αναγνώριση ή/και διατήρηση περιεχομένου που εισάγει ο συνδρομητής ή χρήστης κατά τη διάρκεια μιας σύνδεσης (session) σε ιστοσελίδα καθ’ όλη τη διάρκεια της συγκεκριμένης σύνδεσης, cookies που είναι απαραίτητα για την αυθεντικοποίηση του συνδρομητή ή χρήστη σε υπηρεσίες που απαιτούν αυθεντικοποίηση

<sup>15</sup> Το άρθρο 7 ΓΚΠΔ ορίζει με σαφήνεια την έννοια της έγκυρης συγκατάθεσης <https://gdpr-text.com/el/read/article-7/>

<sup>16</sup> Στην αιτιολογική σκέψη 32 του GDPR, αναφέρεται ότι « Η συγκατάθεση θα πρέπει να παρέχεται με σαφή θετική ενέργεια η οποία να συνιστά ελεύθερη, συγκεκριμένη, ρητή και εν πλήρει επιγνώσει ένδειξη της συμφωνίας Διπλωματική Εργασία

Συνεπώς, προεπιλεγμένο τετραγωνίδιο το οποίο οι χρήστες πρέπει να απο-επιλέξουν προκειμένου να αρνηθούν να δώσουν τη συγκατάθεσή τους δεν είναι συμβατό προς τον κανονισμό ΓΚΠΔ (GDPR) ούτε προς τον ν. 3471/2006.

Η πολιτική cookies πρέπει να παρουσιάζεται ευκρινώς και με απλή γλώσσα στην ιστοσελίδα. Θα πρέπει να περιγράφει με εύληπτο τρόπο τις διαθέσιμες ρυθμίσεις απορρήτου, καθώς και να παρέχει στο χρήστη τη δυνατότητα επιλογής των ρυθμίσεων απορρήτου ανά σκοπό, χωρίς προεπιλεγμένες από τον πάροχο ρυθμίσεις (αρχή της διαφάνειας). Οι πληροφορίες τις οποίες ο πάροχος υπηρεσιών πρέπει να παρέχει στον επισκέπτη της ιστοσελίδας περιλαμβάνουν τη διάρκεια λειτουργίας των cookies καθώς και το εάν τρίτοι πάροχοι μπορούν να έχουν πρόσβαση στα cookies (Bollinger, 2021, Degeling et al., 2019).

Συνοψίζοντας, στο παρόν κεφάλαιο γίνεται συζήτηση για την έννοια της ιδιωτικότητας και την ιστορική της εξέλιξη, λαμβάνοντας υπόψη τη διάκριση του ιδιωτικού από το δημόσιο βίο στα ΜΜΕ. Η έλευση της διαδικτυακής και ψηφιακής τεχνολογίας έχει οδηγήσει στην αύξηση της ορατότητας της ιδιωτικής ζωής των δημοσίων προσώπων μέσω των αφηγήσεων στα ΜΜΕ, που λαμβάνουν συνήθως τη μορφή σκανδάλων. Η ιδιωτικότητα με το πέρασμα των χρόνων από ιδιοκτησιακή και σωματική γίνεται πληροφοριακή. Ο καθένας από εμάς που σερφάρει στο διαδίκτυο, ακόμη και σε ενημερωτικές ιστοσελίδες, αυτοβούλως ανοίγει την πόρτα παραβίασης της ιδιωτικής του ζωής παρέχοντας πληροφορίες που συνιστούν προσωπικά δεδομένα, τα οποία συλλέγονται και επεξεργάζονται ακόμη και χωρίς τη συγκατάθεση του υποκειμένου και χρησιμοποιούνται για θεμιτούς, αλλά κυρίως για αθέμιτους σκοπούς. Παρά τη θέσπιση αυστηρότερου νομικού πλαισίου για την προστασία από την παράνομη επεξεργασία των δεδομένων κυρίως στο διαδίκτυο, βασικό ερώτημα προς διερεύνηση στο εμπειρικό μέρος της παρούσας εργασίας αποτελεί η πρόσληψη της έννοιας του ΓΚΠΔ (GDPR) από τους χρήστες – επισκέπτες των ενημερωτικών ιστοσελίδων στη χώρα μας.

---

του υποκειμένου των δεδομένων υπέρ των δεδομένων που τον αφορούν. [...] η σιωπή, τα προσυμπληρωμένα τετραγωνίδια ή η αδράνεια δεν θα πρέπει να εκλαμβάνονται ως συγκατάθεση».

## **ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΟ**



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο πρώτο κεφάλαιο του εμπειρικού μέρους της εργασίας παρουσιάζεται η ταυτότητα της έρευνας. Ειδικότερα αναλύεται ο τύπος της έρευνας που επιλέχθηκε, τα ερευνητικά ερωτήματα και η στοχοθεσία, το μεθοδολογικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε και περιγράφεται η διαδικασία συλλογής των δεδομένων του δείγματος της έρευνας. Επίσης, γίνεται μία μικρή αναφορά σε θέματα δεοντολογίας κι ηθικής που οφείλαμε να λάβουμε υπόψη μας κατά τη διαδικασία της συλλογής των δεδομένων της έρευνας.

### 3.1. Τύπος, ερευνητικά ερωτήματα και στόχοι της έρευνας

Αναμφίβολα η χρήση του διαδικτύου με σκοπό την ενημέρωση αυξάνει σταδιακά κάθε χρόνο. Οι χρήστες που χρησιμοποιούν σε τακτική βάση το διαδίκτυο για την πληροφόρηση τους αποτελούν την πλειοψηφία των καταναλωτών των ειδήσεων. Πρόσφατη μελέτη<sup>17</sup> μάλιστα δείχνει ότι το 63% των Ελλήνων χρηστών του διαδικτύου εμπιστεύθηκε τις ενημερωτικές ιστοσελίδες για την ενημέρωση του σχετικά με την πανδημία του κορωνοϊού.

Η ολοένα αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου από τους χρήστες των διαδικτυακών μέσων ενημέρωσης σε συνδυασμό με την υιοθέτηση του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (GDPR) τον Μάιο του 2018, που, όπως προαναφέρθηκε αποτελεί επακόλουθο της ραγδαίας εξάπλωσης του Διαδικτύου, θέτουν μια σειρά από ερωτήματα, τα οποία μέσω της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, απαντώνται στη συνέχεια κι αφορούν στην πλοήγηση των χρηστών στο διαδίκτυο και τη γνώση της συλλογής κι επεξεργασίας των προσωπικών τους πληροφοριών.

Ως εκ τούτου, το βασικό ερευνητικό ερώτημα που προκύπτει από την επισκόπηση της βιβλιογραφίας του πρώτου μέρους της παρούσας εργασίας είναι: *Πως οι χρήστες των ενημερωτικών ιστοσελίδων προσλαμβάνουν την έννοια του ΓΚΠΔ (GDPR) και κατ' επέκταση των προσωπικών δεδομένων;* Ειδικότερα, η έρευνα επιχειρεί να εξετάσει εάν οι χρήστες που επισκέπτονται τις ενημερωτικές ιστοσελίδες γνωρίζουν ότι κατά την πλοήγηση τους

---

<sup>17</sup> Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Δημοσιογραφικών Σπουδών και Επικοινωνιακών Εφαρμογών του Τμήματος Επικοινωνίας και Μ.Μ.Ε. του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και είναι διαθέσιμη στο: <https://medianalysis.net/media-research/erevna-ellines-koronoios/>

παρέχουν προσωπικά δεδομένα και εάν γνωρίζουν ότι υπάρχουν συγκεκριμένες διατάξεις στον ΓΚΠΔ, που τους προστατεύουν σε περίπτωση παραβίασης τους (παράνομη και κακόβουλη επεξεργασία τους). Επίσης διερευνάται κατά πόσο η ιδεολογική ταύτιση με το μέσο ενημέρωσης που επιλέγεται δύναται να επηρεάσει τη συμπεριφορά των χρηστών στη συγκατάθεση τους και κατ' επέκταση στην ανεπιφύλακτη αποδοχή των όρων απορρήτου και πολιτικής cookies των ενημερωτικών ιστοσελίδων.

Για τη διερεύνηση των ανωτέρω προβληματισμών επιλέχθηκε η διεξαγωγή μίας πρωτογενούς περιγραφικής έρευνας, η οποία έχει ως σκοπό τον προσδιορισμό και την εκτίμηση των χαρακτηριστικών μιας δεδομένης κατάστασης. Μέσα από την ποσοτική ανάλυση των δεδομένων γίνεται προσπάθεια κατανόησης της συμπεριφοράς του κοινού των ενημερωτικών ιστοσελίδων σε σχέση με τα προσωπικά του δεδομένα και πως αυτό συζητά τον ΓΚΠΔ (GDPR)) μέσω της αντικειμενικής μέτρησης κι αριθμητικής ανάλυσης.

Η ποσοτική ανάλυση αποβλέπει στην επαλήθευση μιας υπόθεσης μέσω αριθμητικών στοιχείων. Συνεπώς, στόχος είναι η γενίκευση. Δηλαδή, καταλήγει σε γενικεύσεις και σε εμπειρικά θεμελιωμένες θεωρίες, μέσω ερευνητικών υποθέσεων (Babbie, 2011). Βασίζεται σε αριθμητικά δεδομένα ή χαρακτηριστικά περιπτώσεων ή υποκειμένων που δείχνουν τη σύνδεση μεταξύ της κοινωνικής πραγματικότητας και θεωρίας (Παπαγεωργίου, 1998). Η μορφή της είναι σταθερή και δύσκαμπτη, ενώ επιτρέπει έρευνα σε μεγάλο δείγμα του πληθυσμού, το οποίο θεωρείται πιο αντιπροσωπευτικό. Δομείται σε πλέγμα μεταβλητών, δηλαδή σε χαρακτηριστικά που διαφοροποιούνται στις περιπτώσεις που περιλαμβάνονται στο δείγμα.

Ο Robson (2010) προσπάθησε να συνοψίσει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που έχουν οι δειγματοληπτικές έρευνες, όπως αυτή που πραγματοποιήσαμε στην παρούσα εργασία. Συγκεκριμένα, τα δεδομένα επηρεάζονται από τα χαρακτηριστικά των αποκρινόμενων και πολλές φορές ενδέχεται να υπάρχει μεροληψία από τη μεριά τους σε θέματα πεποιθήσεων, στάσεων κ.α. Από την άλλη, οι δειγματοληπτικές έρευνες προσφέρουν μια σχετικά απλή κι άμεση προσέγγιση για τη μελέτη στάσεων, πεποιθήσεων και κινήτρων. Παρέχουν μεγάλα σύνολα τυποποιημένων δεδομένων με χαμηλό κόστος και μπορεί να είναι εξαιρετικά αποτελεσματικές. Τέλος, επιτρέπουν την ανωνυμία, η οποία μπορεί να ενθαρρύνει την ειλικρίνεια όταν αφορά ευαίσθητα θέματα.



Στην επιστημονική ποσοτική έρευνα ο στόχος είναι η γενίκευση δηλαδή η περιγραφή μιας ή περισσότερων μεταβλητών του πληθυσμού, καθώς κι η εξήγηση των σχέσεων μεταξύ μεταβλητών του πληθυσμού (Χαλικιάς, κ.α. 2015). Συνεπώς χρειάζεται να συγκεντρωθούν και να αναλυθούν πληροφορίες για τις διάφορες μεταβλητές του πληθυσμού. Επειδή η συγκέντρωση πληροφοριών είναι μια δύσκολη, χρονοβόρα, ακριβή και μερικές φορές αδύνατη διαδικασία, συλλέγονται πληροφορίες από ένα δείγμα του πληθυσμού και βασιζόμενοι στα δεδομένα (στοιχεία) που επιλέξαμε από το δείγμα διεξάγουμε τις αναλύσεις (Παπαγεωργίου, 1998). Οι αναλύσεις αυτές βασίζονται στα δεδομένα του δείγματος, που είναι εσκεμμένα κι αυστηρά επιλεγμένα με επιστημονική ακρίβεια. Έτσι η ποσοτική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα μας είναι η δειγματοληπτική, η οποία συνίσταται στη συλλογή δεδομένων μέσω ενός αυτοσυμπληρούμενου διαδικτυακού ερωτηματολογίου κλειστών ερωτήσεων, αλλά κι ερωτήσεων της κλίμακας Likert από έναν πληθυσμό. Πληθυσμός καλείται το σύνολο των μονάδων από τις οποίες ένα δείγμα επιλέγεται, ενώ δείγμα το μέρος του πληθυσμού που έχει επιλεγεί από το δειγματοληπτικό πλαίσιο.

### 3.2. Δείγμα της έρευνας

Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, η διαδικασία μέσω της οποίας γίνεται η επιλογή των υποκειμένων μιας μελέτης από το σύνολο ενός μεγαλύτερου πληθυσμού ονομάζεται δειγματοληψία. Για να είναι μία έρευνα επιτυχής θα πρέπει το δείγμα από το οποίο θα συλλέξουμε τα δεδομένα για τη στατιστική ανάλυση να αποτελεί αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού. Ο Καραγιώργος (2002) τονίζει ότι το μέγεθος του δείγματος κι ο τρόπος επιλογής των μονάδων του αποτελούν τους βασικούς παράγοντες, που μπορούν να προσδιορίσουν το βαθμό αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος. Όσο πιο μεγάλο είναι το μέγεθος του δείγματος της έρευνας τόσο μεγαλύτερη είναι κι η αντιπροσωπευτικότητά του, καθώς το μέγιστο μέγεθος του δείγματος συμπίπτει και με τον πληθυσμό.

Στην παρούσα έρευνα, στην οποία το εργαλείο της έρευνας μας είναι ένα διαδικτυακό ερωτηματολόγιο κλειστών ερωτήσεων, όπως θα αναλυθεί στη συνέχεια, επιλέξαμε την τεχνική της απλής, τυχαίας δειγματοληψίας (simple random sampling), προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι κάθε μέλος του πληθυσμού έχει την ίδια πιθανότητα να συμπεριληφθεί

στο δείγμα. Εξ αρχής ορίσαμε ότι οι 200 πρώτοι χρήστες που θα ανταποκριθούν στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου θα αποτελέσουν το δείγμα της έρευνας μας, θεωρώντας αυτό ως ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα. Ο υπερσύνδεσμος του ερωτηματολογίου, που δημιουργήθηκε στη δωρεάν πλατφόρμα Google Forms, διαμοιράστηκε κατ' αρχήν στην προσωπική σελίδα του ερευνητή στο μέσο κοινωνική δικτύωσης Facebook (787 φίλοι), αλλά και στο Instagram (1565 ακόλουθοι) με τη μορφή story, αλλά και χρήση υπερσυνδέσμου στο βιογραφικό, αλλά και σε διάφορες ομάδες του Facebook (π.χ. EAP - FORUM Σχολής Κοινωνικών Επιστημών με 4.800 μέλη). Επίσης, ο υπερσύνδεσμος του διαδικτυακού ερωτηματολογίου εστάλη και με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email) σε λίστα 167 ηλεκτρονικών διευθύνσεων από τον ευρύτερο οικογενειακό και φιλικό κύκλο του ερευνητή. Παρόλα αυτά υπάρχει μεγάλη δυσκολία να προσδιοριστεί ο ακριβής αριθμός του πληθυσμού, δεδομένου ότι δεν μπορούμε να γνωρίζουμε εάν όλοι οι παραπάνω χρήστες του διαδικτύου χρησιμοποιούν τις ενημερωτικές ιστοσελίδες για την ενημέρωσή τους.

### 3.3. Μέθοδος συλλογής υλικού - Εργαλείο έρευνας

Το εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα μας για τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων είναι ένα ερωτηματολόγιο με 25 κλειστές ερωτήσεις, που δημιουργήθηκε στη δωρεάν πλατφόρμα Google Forms και διαμοιράστηκε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ομάδες, φόρουμ) ως υπερσύνδεσμος.

Κατά το Φίλια (1996) το Ερωτηματολόγιο είναι ένα έντυπο το οποίο απευθύνεται ομοιόμορφα στα υποκείμενα του δείγματος και στο οποίο σημειώνονται οι απαντήσεις ή αποκρίσεις ενός συγκεκριμένου ατόμου (του ερωτώμενου) με σκοπό να συγκεντρωθούν οι ζητούμενες πληροφορίες για ένα ζήτημα/πρόβλημα. Η κατασκευή του δεν είναι απλή, καθώς από τον τρόπο που δομείται, διαμορφώνεται κι εφαρμόζεται, εξαρτάται η εγκυρότητα των συμπερασμάτων της ερευνητικής προσπάθειας, καθώς επιδρά στην ποιότητα των δεδομένων που συλλέγονται.

Ο Παρασκευόπουλος (1999) προσδιορίζει τις ενέργειες που πρέπει να προηγηθούν για την κατάρτιση του κατάλληλου ερωτηματολογίου. Ο προσδιορισμός κι η εξειδίκευση του στόχου της έρευνας είναι οι έννοιες που πρέπει να καθοριστούν εξ αρχής, καθώς πάνω σε αυτές θα στηριχτεί η διαμόρφωση των ερωτήσεων. Η επιλογή της μεθόδου συλλογής είναι,

επίσης, καθοριστικής σημασίας για το σχεδιασμό του κατάλληλου ερωτηματολογίου. Για παράδειγμα, αν το ερωτηματολόγιο πρόκειται να συμπληρωθεί από τον ίδιο τον ερωτώμενο, χωρίς την παρέμβαση ερευνητή, τότε πρέπει να δοθεί έμφαση στην τεχνική αρτιότητα του ερωτηματολογίου και στη διευκρίνιση, μέσω γραπτών επεξηγήσεων, των σημείων που είναι πιθανό να παρερμηνευτούν. Τέλος, τα χαρακτηριστικά του ερωτώμενου πληθυσμού πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά το σχεδιασμό των ερωτηματολογίων, και πιο συγκεκριμένα, αυτό αφορά στη διατύπωση των ερωτήσεων και την επιλογή των κατάλληλων λέξεων.

Ο Robson (2010) αναφέρει ότι ένα καλό ερωτηματολόγιο προσφέρει έγκυρη μέτρηση των ερευνητικών ερωτημάτων, εξασφαλίζει τη συνεργασία των ερωτώμενων κι αποσπά ακριβείς πληροφορίες. Γι' αυτό το λόγο προτείνει ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να περιλαμβάνουν τα ερωτηματολόγια προκειμένου να οδηγούν σε ένα επιτυχημένο αποτέλεσμα έρευνας. Λαμβάνοντας υπόψη αυτά τα χαρακτηριστικά, δημιουργήσαμε ένα σχέδιο του ερωτηματολογίου, το οποίο συμπληρώθηκε μετά από συζήτηση με την επιβλέπουσα και τις γόνιμες παρατηρήσεις της. Με τη μορφή που έλαβε δοκιμάστηκε πιλοτικά σε ένα δείγμα 12 ατόμων, προκειμένου να διαπιστωθεί η αποτελεσματικότητα του εργαλείου της έρευνας μας. Όλοι αποκρίθηκαν ότι δεν αντιμετώπισαν προβλήματα κατανόησης ή σύγχυσης, βρίσκοντας μάλιστα την έκταση του σύντομη.

Θεωρούμε ότι το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα μας έχει πληρότητα, αναφέρεται δηλαδή σε όλες τις πτυχές του ερευνώμενου χαρακτηριστικού, είναι διατυπωμένο με σαφήνεια, συνοχή, σε απλή γλώσσα χωρίς τεχνικούς όρους, ιδιωματισμούς, λέξεις σπάνιες και δύσκολες. Οι ερωτήσεις είναι σύντομες χωρίς άχρηστες ή ενοχλητικές λεπτομέρειες, που κουράζουν τον ερωτώμενο ή του δημιουργούν την αίσθηση ότι θα χάσει πολύ χρόνο. Καταφέραμε να αποφύγουμε τις διαφορούμενες ερωτήσεις ή τις ερωτήσεις που κατευθύνουν προς μία απάντηση.

Ο Javeau (2000) θεωρεί ότι πρέπει να προετοιμάζουμε τον ερωτώμενο πριν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου με ομαλό τρόπο εισαγωγής κι αναφέρεται στην «οικονομία» του ερωτηματολογίου. Κατ' αρχήν το ερωτηματολόγιο μας ξεκινά με ένα εισαγωγικό/συνοδευτικό σημείωμα, το οποίο αποτελεί τη μόνη επικοινωνία μεταξύ ερευνητή – ερωτώμενου. Περιέχει την ταυτότητα του ερευνητή και της επιβλέπουσας (ίδρυμα, θέση, όνομα, email), τον σκοπό και τον στόχο της έρευνας, τη σημαντικότητα της έρευνας και τον τρόπο επιλογής του δείγματος. Επισημαίνεται ότι το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και δεν υπάρχει καμία περίπτωση ταυτοποίησης του ερωτώμενου κι αποκάλυψης

της ταυτότητας του. Ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει με ειλικρίνεια σε όλες τις ερωτήσεις, ενώ δεν προβλέπεται κάποιο αντάλλαγμα για τη συμπλήρωση της έρευνας, η οποία γίνεται αποκλειστικά για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

Αναφορικά με τη δομή του ερωτηματολογίου αυτή κρίνεται κατάλληλη και οι πόροι του ερωτηματολογίου κατανέμονται με τον βέλτιστο τρόπο (Javeau, 2000). Εφαρμόζεται σειρά διαδοχής των ερωτήσεων. Στην αρχή τίθενται ερωτήσεις δημογραφικού χαρακτήρα και στη συνέχεια εφαρμόζεται μια λογική σειρά στη διατύπωση των ερωτήσεων, που έχουν χωριστεί σε ενότητες, που αντιστοιχούν στα κεφάλαια του θεωρητικού μέρους. Το ερωτηματολόγιο, το οποίο είναι αισθητικά όμορφο κρίνεται εύκολο στη χρήση, στην ανάγνωση και στη συμπλήρωση. Άλλωστε η αρτιότητα εμφάνισης του ερωτηματολογίου από τεχνικής άποψης επηρεάζει εξίσου σημαντικά το βαθμό ανταπόκρισης του κοινού (Λαγουμιντζής, κ.α. 2015)

Για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας, όπως προαναφέρθηκε, χρησιμοποιήθηκαν μόνο ερωτήσεις κλειστού τύπου. Αναλυτικότερα, η 1<sup>η</sup> ενότητα περιλαμβάνει επτά ερωτήσεις βαθμονόμησης, οι οποίες αφορούν σε δημογραφικά στοιχεία, στοιχεία που αφορούν την ιδεολογική και πολιτική τοποθέτηση του ερωτώμενου. Αποφεύγεται οποιαδήποτε σύνδεση με τα πολιτικά κόμματα. Η 2<sup>η</sup> ενότητα περιλαμβάνει τρεις ερωτήσεις που αφορούν τη χρήση του διαδικτύου στον τομέα της ενημέρωσης. Συγκεκριμένα, δυο ερωτήσεις βαθμονόμησης και μία διαβαθμισμένης κλίμακας (κλίμακα Likert). Η 3<sup>η</sup> ενότητα αναφέρεται στο διαδίκτυο και την έννοια της ιδιωτικότητας σε αυτό. Περιλαμβάνει συνολικά έξι ερωτήσεις, εκ των οποίων τέσσερις είναι ερωτήσεις βαθμονόμησης, μία διαβαθμισμένης κλίμακας (κλίμακα Likert) και μία πολλαπλής επιλογής, όπου ο ερωτώμενος μπορεί να επιλέξει περισσότερες από μία απαντήσεις. Η ερώτηση αυτή μάλιστα δεν απαντήθηκε από τους χρήστες που δήλωσαν στην προηγούμενη ερώτηση ότι έχουν διαβάσει πλήρως τις πολικές απορρήτου των ενημερωτικών σελίδων. Τέλος, η 4<sup>η</sup> ενότητα αποτελείται από εννέα ερωτήσεις, εκ των οποίων τέσσερις είναι διαβαθμισμένης κλίμακας (κλίμακα Likert) και οι υπόλοιπες πέντε ερωτήσεις βαθμονόμησης.

### **3.4. Δεοντολογία και ηθική κατά τη συλλογή των δεδομένων της έρευνας**

Η έρευνα με τη χρήση του διαδικτύου καθίσταται εν μέρει προβληματική και δύναται εξ αρχής να αντιμετωπίσει σφάλματα κάλυψης εξαιτίας της μη καθολικής επικράτησής του

στον πληθυσμό. Όπως αναφέρει ο Παπάνης (2011) η χρήση των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων, ειδικά στις περιπτώσεις που ο ερωτώμενος δεν έχει καμία ευκαιρία αλληλεπίδρασης με τον ερευνητή, μπορεί να οδηγήσει σε μια άλλη πηγή σφάλματος, που οφείλεται στη μη κατανόηση ή διαστρέβλωση των οδηγιών. Η χρήση ερωτηματολογίων αυτή καθ' αυτή δεν είναι η εγκυρότερη μέθοδος, εφόσον, συνήθως, αποτυπώνει γεγονότα που συντελέστηκαν στο παρελθόν (υπερεκτίμηση, υποτίμηση γεγονότων). Άλλοι πάλι μελετητές θεωρούν ότι μόνο η χρήση πολλών μεθόδων παράλληλα (πείραμα, ερωτηματολόγιο, παρατήρηση, συνέντευξη) μπορεί να άρει τις ανεπάρκειες των οργάνων μέτρησης, γεγονός όμως, που αυξάνει το κόστος σε πόρους και χρόνο. Το σίγουρο, όμως, είναι ότι το διαδίκτυο αποτελεί πλούσια πηγή δεδομένων σε εύκολα προσβάσιμη μορφή (Ισαρη & Πουρκός, 2015) και οι δεοντολογικές ανησυχίες των μελετητών αφορούν σε ζητήματα συναίνεσης κι ανωνυμίας.

Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε με τη συμπλήρωση ενός αυτοσυμπληρούμενου ερωτηματολογίου δεν υπήρχε κάποια άμεση αλληλεπίδραση μεταξύ ερευνητή και ερωτώμενου (Φίλιας, 1996). Όπως επισημάνθηκε ανωτέρω, η μόνη επικοινωνία με τον ερωτώμενο αποτέλεσε το συνοδευτικό κείμενο οδηγιών στην αρχή της έρευνας, όπου μετά την πλήρη πληροφόρηση για το σύνολο των πληροφοριών του ερευνητικού εγχειρήματος, ζητήθηκε από τον κάθε ερωτώμενο η συναίνεση για τη συμμετοχή του. Είναι λογικό ο ερευνητής να αγνοεί πολλούς από τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή μιας απόκρισης σε μια ερώτηση. Η εγκυρότητα, όμως, μιας απόκρισης μπορεί να ελεγχθεί με την εισαγωγή ανάλογων ερωτήσεων σε διάφορα σημεία, αλλά αυτή η δυνατότητα μπορεί να σημαίνει ότι ακόμη κι ασήμαντες αλλαγές στη διατύπωση μπορεί να επιφέρουν ριζικές αλλαγές στην απόκριση. Είναι σχεδόν αδύνατο να εκτιμηθεί εάν ο ερωτώμενος αντιμετώπισε τις ερωτήσεις με προσοχή και σοβαρότητα, ή θεώρησε ότι πρόκειται για μια ανιαρή αγγαρεία, που ολοκλήρωσε βιαστικά (Ιωσηφίδης, 2008).

Η ανωνυμία των ερωτώμενων ήταν απόλυτα εγγυημένη στην ποσοτική έρευνα, καθώς δεν ζητήθηκε η αναγραφή οποιουδήποτε δεδομένου που μπορεί να αποκαλύψει τα στοιχεία της ταυτότητας του ερωτώμενου (π.χ. όνομα, email). Ακόμη κι οι απαντήσεις στα θέματα της ιδεολογικής τοποθέτησης, που κρίνονται ως ευαίσθητης φύσης, ήταν αδύνατο να αντιστοιχιστούν σε συγκεκριμένους χρήστες, καθώς η εφαρμογή της Google δεν παρέχει τέτοιες δυνατότητες. Τέλος, πρέπει να αναφέρουμε ότι στην ως άνω αναφερόμενη επικοινωνία με τον κάθε ερωτώμενο επισημάνθηκε η δυνατότητα του να αποχωρήσει από

Διπλωματική Εργασία

τη διαδικασία οποιαδήποτε στιγμή χωρίς μάλιστα να αποθηκευτούν οποιεσδήποτε επιλογές του μέχρι εκείνη τη στιγμή.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ & ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί παρουσιάζονται τα ευρήματα που προέκυψαν από τις απαντήσεις των χρηστών ενημερωτικών ιστοσελίδων που συμμετείχαν στη διαδικτυακή έρευνα αναφορικά με τις αντιλήψεις για τον ΓΚΠΔ (GDPR) και συγκεκριμένα τη συλλογή κι επεξεργασία των προσωπικών τους δεδομένων κατά την πλοήγησή τους σε αυτές. Θα επιχειρήσουμε να προβούμε σε περιγραφική στατιστική ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν κατά το χρονικό διάστημα από 08.11.2021 έως 27.11.2021 μέσω της πλατφόρμας Google Forms. Το τυχαίο δείγμα που χρησιμοποιήθηκε ανέρχεται στους 200 ανώνυμους χρήστες του διαδικτύου.

Οι θεματικές ενότητες στις οποίες διαρθρώνεται το κεφάλαιο αυτό ακολουθούν τις θεματικές ενότητες του ερωτηματολογίου οι οποίες είναι (α) τα δημογραφικά στοιχεία και ιδεολογική τοποθέτηση, (β) η χρήση του διαδικτύου, (γ) διαδίκτυο και ιδιωτικότητα και (δ) προσωπικά δεδομένα, ΓΚΠΔ (GDPR) και Δημοσιογραφία.

### 4.1. Δημογραφικά Στοιχεία και Ιδεολογική τοποθέτηση

Η πρώτη θεματική ενότητα του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει δεδομένα που αφορούν στην ταυτότητα της έρευνας, δηλαδή το φύλο των ερωτώμενων, την ηλικία τους, το μορφωτικό τους επίπεδο, το επαγγελματικό τους προφίλ, τον τόπο διαμονής τους, την ιδεολογική και πολιτική τους τοποθέτηση.

Στον Πίνακα 1 αποτυπώνονται τα δημογραφικά στοιχεία των 200 συμμετεχόντων:

	Συχνότητα (N)	Ποσοστό (%)
<b>Φύλο</b>		
Ανδρας	76	38
Γυναίκα	124	62
<b>Ηλικιακή Ομάδα</b>		
15-24	19	9,50
25-39	100	50
40-54	70	35
55 και άνω	11	5,50



<b>Μορφωτικό επίπεδο</b>		
Αναλφάβητος	0	0
Απόφοιτος Δημοτικού	2	1
Απόφοιτος Γυμνασίου	4	2
Απόφοιτος Λυκείου/ΙΕΚ	56	28
Απόφοιτος Πανεπιστημιακής σχολής / ΤΕΙ	72	36
Κάτοχος μεταπτυχιακού /διδακτορικού διπλώματος	66	33
<b>Επαγγελματική Ενασχόληση</b>		
Άνεργος	19	9,5
Εργαζόμενος στο δημόσιο τομέα πλην σωμάτων ασφαλείας	34	17
Εργαζόμενος στον ιδιωτικό τομέα	59	29,5
Αυτοαπασχολούμενος Ελεύθερος επαγγελματίας/Επιστήμονας	59	29,5
Στρατιωτικός/Αστυνομικός/Πυροσβέστης/Λιμενικό Σώμα	13	6,5
Μαθητής/Φοιτητής	10	5
Συνταξιούχος	6	3
<b>Τόπος Κατοικίας</b>		
Μεγάλο αστικό κέντρο	59	29,5
Μικρή ή μεσαίου μεγέθους αστική περιοχή	124	62
Αγροτική περιοχή/χωριό	17	8,5
<b>Πολιτική Τοποθέτηση</b>		
Άκρα Αριστερά	5	2,5
Αριστερά	26	13
Κεντροαριστερά	52	26
Κέντρο	32	16
Κεντροδεξιά	4	2
Δεξιά	14	7
Άκρα Δεξιά	2	1
Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	51	25,5
<b>Ιδεολογική Τοποθέτηση</b>		
Δημοκρατικός Σοσιαλισμός	23	11,5
Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	41	20,5
Οικολογία	12	6
Φιλελευθερισμός – Δημοκρατικό Κέντρο	48	24
Κομμουνισμός	14	7
Νεοφιλελευθερισμός	10	5
Σοσιαλδημοκρατία	37	18,5
Συντηρητισμός	6	3
Εθνικισμός	9	4,5

Πίνακας 1 Δημογραφικά Στοιχεία Δείγματος (N=200)

Από αυτούς η πλειοψηφία των συμμετεχόντων ήταν γυναίκες (62%). Το ποσοστό των ανδρών ανέρχεται μόλις στο 38%. Επίσης, η πλειοψηφία των ερωτώμενων προέρχεται από



την ηλικιακή ομάδα των 25-39 (50%). Ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα των 40-54 (35%), η ηλικιακή ομάδα των 15-24 (9,5%) και τέλος η ηλικιακή ομάδα των 55 και άνω (5,5%). Αν και το δείγμα της έρευνας μας είναι αρκετά μικρό (200) και δεν μας επιτρέπει να προβούμε σε γενικεύσεις, παρατηρούμε μία σημαντική μεταβολή σε σχέση με το φύλο και τη χρήση του διαδικτύου, καθώς η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι γυναίκες (62%).

Σε όλες τις έρευνες που έχουν γίνει στην Ελλάδα, αλλά και την Ευρώπη κατά την τελευταία δεκαετία έχει παρατηρηθεί μια έμφυλη ανισότητα στη χρήση του διαδικτύου, με τους άνδρες να χρησιμοποιούν με μεγαλύτερη συχνότητα το διαδίκτυο. Η Τρευλάκη (2017) σχολιάζοντας την έρευνα του World Internet Project<sup>18</sup> για την Ελλάδα αποδίδει το χάσμα μεταξύ των φύλων στο γεγονός ότι η σχέση μεταξύ γυναικών και τεχνολογίας υπήρξε ανέκαθεν δύσκολη υπόθεση. Οι άντρες είναι εκείνοι που «ελέγχουν» την τεχνολογία, αν θεωρήσει κανείς ότι οι γυναίκες είναι αποκλεισμένες από την κατανόηση της τεχνικής και των φυσικών αρχών με τις οποίες λειτουργούν οι μηχανές. Ο Flemming (2000) άλλωστε έχει υποστηρίξει ότι η κυριαρχία των υπολογιστών ανήκει πρωταρχικά στο αρσενικό φύλο.

Το έμφυλο χάσμα φαίνεται να μειώνεται στις τρεις τελευταίες μετρήσεις του World Internet Project Greece κι όπως παρατηρείται στην Έρευνα του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών (2020)<sup>19</sup> η χρήση του διαδικτύου στις γυναίκες συνεχίζει να εμφανίζει αυξητική τάση, πράγμα το οποίο αποτυπώθηκε στη δική μας έρευνα. Επίσης, όσον αφορά τους λόγους που η πλειοψηφία αυτών που απάντησαν στο διαδικτυακό ερωτηματολόγιο είναι γυναίκες, θα μπορούσαμε να υποθέσουμε ότι ενδεχομένως συμμετέχουν περισσότερο ενεργά σε διαδικτυακές έρευνες σε σχέση με τους άνδρες. Αυτό βέβαια αποτελεί στοιχείο για μία μελλοντική έρευνα.

Στη συνέχεια κύριο χαρακτηριστικό των ερωτώμενων είναι το υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Η συντριπτική πλειοψηφία δηλώνει ότι έχει περατώσει τις πανεπιστημιακές σπουδές (69%) και μάλιστα ένας στους δυο εξ αυτών δηλώνει ότι κατέχει και μεταπτυχιακό/διδακτορικό τίτλο σπουδών. Το 28% είναι απόφοιτοι Λυκείου/IEK, ενώ το 2% είναι απόφοιτοι Γυμνασίου και μόλις το 1% απόφοιτοι Δημοτικού. Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός πως

<sup>18</sup> Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών. (2016). *Το διαδίκτυο στην Ελλάδα 2015. Κύριος ερευνητής Ν. Δεμερτζής* (<http://ekke.gr/wp/?p=312>).

<sup>19</sup> Η έκθεση της Έρευνας World Internet Project Greece σε συνεργασία με το ΕΚΚΕ <https://www.dianeosis.org/research/media/>  
Διπλωματική Εργασία

κανένας από τους 200 ερωτώμενους δεν δηλώνει αναλφάβητος. Η ίδια θετική συσχέτιση ανάμεσα στο μορφωτικό επίπεδο και τη χρήση του διαδικτύου παρατηρείται σε όλες τις έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί την τελευταία δεκαετία κι αναφέρθηκαν ανωτέρω. Ο Norris (2001) υποστηρίζει ότι η εκπαίδευση είναι σε θέση να βελτιώσει τη γενική ικανότητα για αναλυτική σκέψη και «φιλτράρισμα» των πληροφοριών, πράγμα που συντελεί στην αντιμετώπιση της αθρόας «εισροής» τους κατά την ώρα της «online» ενασχόλησης, αλλά και στην ενίσχυση της ευρύτερης γνώσης, της γλώσσας και των δεξιοτήτων.

Παράλληλα, η πλειοψηφία των ερωτώμενων δηλώνουν αυτοαπασχολούμενοι ελεύθεροι επαγγελματίες/επιστήμονες (29,5%) κι εργαζόμενοι στον ιδιωτικό τομέα (29,5%). Το 17% εργάζεται στον δημόσιο τομέα πλην των σωμάτων ασφαλείας, ενώ το 9,5% είναι άνεργοι. Το 6,5% είναι στρατιωτικοί/αστυνομικοί/πυροσβέστες/λιμενικό σώμα, το 5% μαθητές/φοιτητές και μόλις το 3% συνταξιούχοι.

Όσον αφορά τη γεωγραφική κατανομή των συμμετεχόντων στην έρευνα η συντριπτική πλειονότητα των ερωτώμενων (62%) προέρχεται από μικρή ή μεσαίου μεγέθους αστική περιοχή, το 29,5% δήλωσε ότι διαμένει σε μεγάλο αστικό κέντρο, ενώ μόλις το 8,5% των ερωτώμενων κατοικεί σε αγροτική περιοχή ή χωριό. Τα ευρήματα της έρευνας επιβεβαιώνουν αυτό που παρατηρούν όλες οι έρευνες την τελευταία δεκαετία και συγκεκριμένα ότι υπάρχει σημαντική διάσταση μεταξύ των κατοίκων αστικών και αγροτικών περιοχών, με τους κατοίκους των ημιαστικών να βρίσκονται στο ενδιάμεσο διάστημα. Η Τρευλάκη (2017) υποστηρίζει ότι οι προσδιοριστικοί παράγοντες που διαφοροποιούν τη μια περιοχή από την άλλη σε σχέση με τη χρήση του διαδικτύου μπορεί να σχετίζονται με τη διαφορετική διάρθρωση του πληθυσμού των περιοχών όσον αφορά τα κοινωνικά και οικονομικά τους χαρακτηριστικά. Μπορεί, βέβαια, να σχετίζονται και με τις τοπικές ιδιαιτερότητες της περιοχής που είτε θα την κάνουν δεκτική στη χρήση του διαδικτύου, είτε θα αποτελέσουν περιοριστικό παράγοντα.

Το ψηφιακό χάσμα μεταξύ αστικών και αγροτικών περιοχών είναι ένα φαινόμενο παγκόσμιο, όπως αποδεικνύει η πρόσφατη έρευνα της Διεθνούς Ένωσης Τηλεπικοινωνιών (2021)<sup>20</sup> σύμφωνα με την οποία παγκοσμίως, οι άνθρωποι στις αστικές περιοχές έχουν διπλάσιες πιθανότητες να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο από εκείνους στις αγροτικές

---

<sup>20</sup> Η έκθεση της Έρευνας της ITU με τίτλο Measuring digital development: Facts and figures 2021 <https://www.benton.org/headlines/measuring-digital-development-facts-and-figures-2021>  
Διπλωματική Εργασία

περιοχές. Στην Αφρική το χάσμα είναι μεγαλύτερο σε σχέση με οποιαδήποτε άλλη ήπειρο του πλανήτη, ενώ την ίδια ώρα στις ανεπτυγμένες οικονομίες το ποσοστό συνδεσιμότητας στις αστικές περιοχές (89%) είναι μόλις τέσσερις ποσοστιαίες μονάδες υψηλότερο από ό,τι στις αγροτικές περιοχές (85%).

Τέλος, όσον αφορά το ιδεολογικό προφίλ των συμμετεχόντων το 26% δηλώνουν ότι τοποθετούνται στην Κεντροαριστερά, ενώ το 25,5% επέλεξε να μην τοποθετηθεί. Το 16% τοποθετείται στο Κέντρο, το 13% στην Αριστερά, το 9% στην Κεντροδεξιά, το 7% στη Δεξιά, το 2,5% στην Άκρα Αριστερά και το 1% στην Άκρα Δεξιά.

Επίσης, όσον αφορά τους ιδεολογικούς χαρακτηρισμούς ή ταυτότητες, που ταιριάζουν καλύτερα στις ιδέες των ερωτώμενων ανεξαρτήτως της πολιτικής επιλογής τους στις εκλογές το 24% των ερωτώμενων εκφράζεται από τον Φιλελευθερισμό-Δημοκρατικό Κέντρο, το 18,5% από τη Σοσιαλδημοκρατία, το 11,5% από το Δημοκρατικό Σοσιαλισμό, το 7% από τον Κομμουνισμό, το 6% από την Οικολογία, το 5% από τον Νεοφιλελευθερισμό, το 4,5% από τον Εθνικισμό και το 3% από τον Συντηρητισμό, ενώ το 20,5% επέλεξε να μην τοποθετηθεί.

## 4.2. Χρήση του Διαδικτύου

### 4.2.1. Συχνότητα ενημέρωσης από το διαδίκτυο

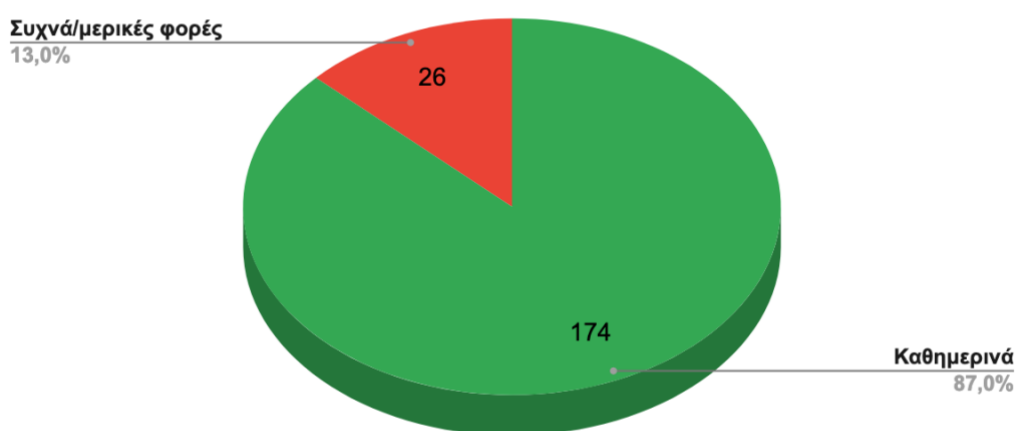
Η ερώτηση 8 του ερωτηματολογίου (βλ. Παράρτημα Α) «Πόσο συχνά ενημερώνεστε από το διαδίκτυο;» αποτελεί ερώτηση επαλήθευσης της ιδιότητας των συμμετεχόντων στην έρευνα ως χρηστών των ενημερωτικών ιστοσελίδων. Πράγματι από τις απαντήσεις των 200 συμμετεχόντων στην έρευνα προκύπτει ότι όλοι επιλέγουν για την ενημέρωσή τους το διαδίκτυο, αφού κανένας δεν επέλεξε την απάντηση «ποτέ». Το συντριπτικό ποσοστό 87% (174 συμμετέχοντες) μάλιστα ενημερώνεται από το διαδίκτυο σε καθημερινή βάση, ενώ το 13% (26 συμμετέχοντες) συχνά ή μερικές φορές, όπως αποτυπώνεται στο Γράφημα 1.

Σύμφωνα με την Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από Νοικοκυριά και Άτομα της ΕΛΣΤΑΤ (2021)<sup>21</sup> μέσα στο πρώτο τρίμηνο του 2021 το συντριπτικό ποσοστό 90,4% χρησιμοποίησε το διαδίκτυο για διάβασμα online ειδήσεων σε

<sup>21</sup> Το Δελτίο Τύπου της Έρευνας Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από Νοικοκυριά και Άτομα που διενήργησε η ΕΛΣΤΑΤ (2021) <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SFA20/-Διπλωματική-Εργασία>

ιστοσελίδες, εφημερίδες και περιοδικά. Επομένως, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η διαδικτυακή ενημέρωση λαμβάνει καθολικό χαρακτήρα στο σύνολο των χρηστών του διαδικτύου. Κατά τους Boczkowski et al. (2018) τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν παίξει σημαντικό ρόλο στο πόσοι άνθρωποι έχουν πρόσβαση στις ειδήσεις την τελευταία δεκαετία. Τα δίκτυα που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι και ο τρόπος με τον οποίο τα κοινωνικά δίκτυα προβάλλουν ειδήσεις έχουν, ωστόσο, αλλάξει σημαντικά.

### Πόσο συχνά ενημερώνεστε από το διαδίκτυο;



Γράφημα 1 Συχνότητα χρήσης διαδικτύου για ενημέρωση

Η επόμενη ερώτηση της θεματικής ενότητας για τη χρήση του διαδικτύου αφορά στο μέσο από το οποίο επιλέγουν να ενημερωθούν οι συμμετέχοντες, δηλαδή από το σπίτι και τη σταθερή σύνδεση του υπολογιστή τους, από το κινητό τους τηλέφωνο και τις έξυπνες συσκευές σε οποιοδήποτε μέρος, από τον χώρο της εργασίας τους ή από το χώρο του σχολείου/Πανεπιστημίου συνδυαστικά με την συχνότητα. Παρουσιάζεται μεγάλη συνέπεια με την προηγούμενη ερώτηση καθώς και στις τέσσερις περιπτώσεις η απάντηση «καθημερινά ή σχεδόν καθημερινά» αποτελεί την πιο συχνή απάντηση.

Το 73% των ερωτώμενων που χρησιμοποιεί τον σταθερό του υπολογιστή για την ενημέρωσή του το κάνει καθημερινά ή έστω καθημερινά, ενώ το ποσοστό αυτό αυξάνεται στο 86% μεταξύ αυτών που χρησιμοποιούν για την ενημέρωσή τους φορητές συσκευές (π.χ. smartphone, tablet, laptop), επιβεβαιώνοντας την κυριαρχία των έξυπνων συσκευών και στην ενημέρωση.

Στα ίδια συμπεράσματα καταλήγει και η Έρευνα Digital News Report 2021 του Ινστιτούτου Reuters<sup>22</sup> κατά την οποία τα smartphones είναι πλέον πολύ μπροστά σε χρήση για πρόσβαση στη διαδικτυακή ενημέρωση από τους υπολογιστές όσον αφορά την εβδομαδιαία χρήση, με 70% και 55% αντίστοιχα. Πάνω από τα δύο τρίτα (69%) των Ελλήνων στο διαδίκτυο ενημερώνονται μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ποσοστό πολύ υψηλότερο από τις περισσότερες χώρες που συμμετέχουν στην έρευνα του Ινστιτούτου.

#### 4.2.2. Κριτήρια επιλογής του διαδικτυακού μέσου για την ενημέρωση των χρηστών

Σύμφωνα με τον Βέγλη (2018) οι χρήστες του διαδικτύου που θέλουν να είναι ενημερωμένοι χρησιμοποιούν εργαλεία και υπηρεσίες που παρέχουν περιεχόμενο από πολλαπλές πηγές. Ένα τέτοιο εργαλείο είναι οι μηχανές ειδησεοσυλλογής (news-aggregators), οι οποίες συλλέγουν διαδικτυακό περιεχόμενο από διαδικτυακές ειδησεογραφικές πηγές και τις παρουσιάζουν όλες μαζί στο χρήστη, επιτρέποντας του με τον τρόπο αυτό να έχει πρόσβαση σε σημαντικό όγκο ειδήσεων μέσα από ένα συγκεκριμένο περιβάλλον.

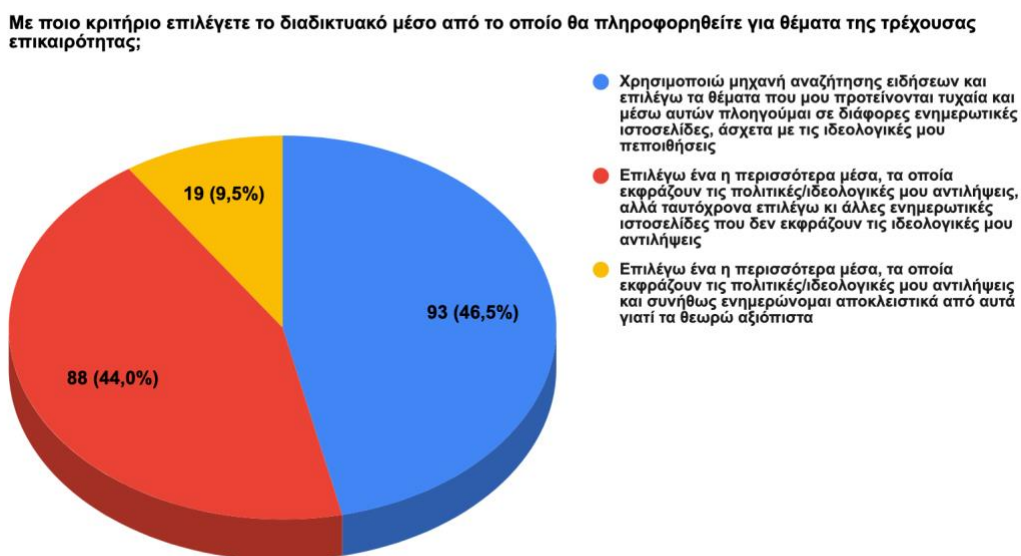
Όπως φαίνεται στο Γράφημα 2 που ακολουθεί ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να απαντήσουν στην ερώτηση «Με ποιο κριτήριο επιλέγετε το διαδικτυακό μέσο από το οποίο θα πληροφορηθείτε για θέματα της τρέχουσας επικαιρότητας;» προκειμένου να διαπιστωθεί εάν η ενημέρωση τους καθενός στο διαδίκτυο εξαρτάται αποκλειστικά από τις ιδεολογικές του καταβολές ή εάν γίνεται τυχαία με τη βοήθεια των μηχανών ειδησεοσυλλογής, που χρησιμοποιούνται ολοένα και περισσότερο και διευκολύνουν, όπως προαναφέρθηκε, την εμπειρία του χρήστη μέσα στην πληθώρα της πληροφορίας που διακινείται σε ημερήσια βάση.

Το 46,5% των ερωτώμενων (93 ερωτώμενοι) επιλέγει να χρησιμοποιεί μηχανή αναζήτησης ειδήσεων και να επιλέγει τα θέματα που προτείνονται τυχαία και μέσω αυτών να πλοηγείται σε διάφορες ενημερωτικές ιστοσελίδες, άσχετα με τις ιδεολογικές του πεποιθήσεις. Το 44% (88 ερωτώμενοι) επιλέγει ένα ή περισσότερα μέσα, τα οποία εκφράζουν τις πολιτικές/ιδεολογικές του αντιλήψεις, αλλά ταυτόχρονα επιλέγει κι τις ενημερωτικές ιστοσελίδες που δεν εκφράζουν τις ιδεολογικές του αντιλήψεις. Μόνο 19 ερωτώμενοι

<sup>22</sup> Η έκθεση της έρευνας Digital News Report 2021 του Ινστιτούτου Reuters <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>  
Διπλωματική Εργασία

(9,5%) επιλέγουν να ενημερώνονται αποκλειστικά μόνο από μέσα, τα οποία εκφράζουν τις πολιτικές/ιδεολογικές τους αντιλήψεις, θεωρώντας αυτά αξιόπιστα.

Το μικρό ποσοστό επιλογής μονόπλευρης ενημέρωσης από ιδεολογικά προσκείμενα ΜΜΕ μπορεί να εξηγηθεί από το μεγάλο ποσοστό έλλειψης εμπιστοσύνης στα ΜΜΕ, αλλά και στα πολιτικά κόμματα σύμφωνα με την Έρευνα Friedrich Naumann Foundation που έδωσε στη δημοσιότητα η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ)<sup>23</sup>. Στην παραπάνω έρευνα μόλις το 13% απάντησε ότι εμπιστεύεται τα ΜΜΕ.

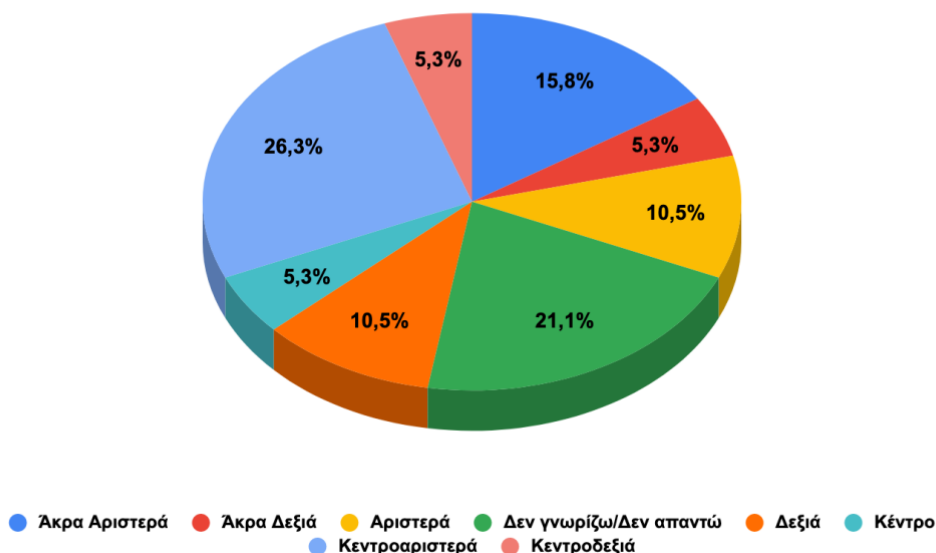


**Γράφημα 2 Κριτήριο επιλογής διαδικτυακού μέσου ενημέρωσης**

Ενδιαφέρον έχει να δούμε που τοποθετείται πολιτικά αυτό το 9,5% που επιλέγει αποκλειστική ενημέρωση από μέσα τα οποία εκφράζουν τις πολιτικές/ιδεολογικές του αντιλήψεις. Στο Γράφημα 3 προκύπτει ότι το 26,3% (5 απαντήσεις) από αυτούς τοποθετείται στην Κεντροαριστερά, το 21,1% (4 απαντήσεις) δεν τοποθετείται πολιτικά σε κανένα χώρο, το 15,8 % (3 απαντήσεις) στην Άκρα Αριστερά, το 10,5% (2 απαντήσεις) στην Αριστερά, το 10,5% (2 απαντήσεις) στη Δεξιά, το 5,3% (1 απάντηση) στο Κέντρο και το 5,3% (1 απάντηση) στην Κεντροδεξιά. Αξιοσημείωτο πάντως είναι το γεγονός πως η πλειοψηφία αυτών που τοποθετήθηκαν στα Άκρα είτε της Αριστεράς (3 από 5) είτε της

<sup>23</sup> Η έρευνα στην ιστοσελίδα της ΕΛΣΤΑΤ [https://www.statistics.gr/el/-/nws\\_20210215\\_gr](https://www.statistics.gr/el/-/nws_20210215_gr)  
Διπλωματική Εργασία

Δεξιάς (1 από 2) επιλέγει αποκλειστική ενημέρωση από μέσα που εκφράζουν τις αντιλήψεις τους.



Γράφημα 3 Πολιτική τοποθέτηση συμμετεχόντων που ενημερώνονται αποκλειστικά από φύλα προσκείμενα ιδεολογικά μέσα

### 4.3. Διαδίκτυο και Ιδιωτικότητα

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας προσεγγίσαμε σε θεωρητικό επίπεδο την έννοια της ιδιωτικότητας, τόσο σε κοινωνικό επίπεδο όσο και στο διαδίκτυο. Στην παρούσα θεματική ενότητα της εμπειρικής έρευνας συζητάμε τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων για την έννοια της ιδιωτικότητας αποκλειστικά στο διαδίκτυο. Οι ερωτήσεις αφορούν κυρίως στο βαθμό εμπιστοσύνης των χρηστών του διαδικτύου κατά τη διάρκεια συλλογής προσωπικών πληροφοριών από τους παρόχους των διαδικτυακών ιστοτόπων. Επίσης, διερευνάται το κατά πόσο γνωρίζουν οι χρήστες των ενημερωτικών ιστοσελίδων για τις πολιτικές απορρήτου, αλλά και τις πολιτικές των cookies, έννοιες οι οποίες συνδέονται πλέον άμεσα με τον ΓΚΠΔ (GDPR), αφού για πρώτη φορά γίνεται αναφορά σε Αιτιολογική Σκέψη που συνοδεύει τον ΓΚΠΔ (GDPR), όπως προαναφέρθηκε στο θεωρητικό μέρος της παρούσας διπλωματικής εργασίας.



#### 4.3.1. Έλεγχος της Ιδιωτικότητας στο διαδίκτυο κι ανησυχίες παραβίασης της

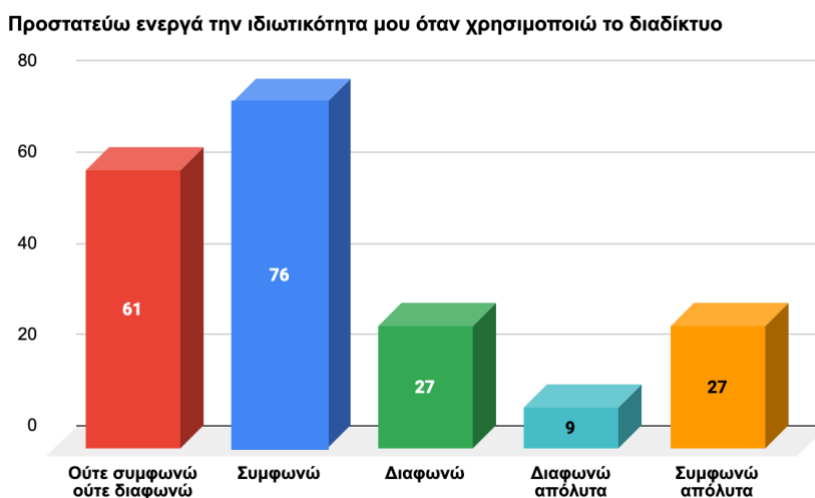
Οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες (48%) αποδέχονται ότι «δεν υπάρχει ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο» (Γράφημα 4) και ότι «δεν έχουν τίποτα να κρύψουν». Παράλληλα θεωρούν ότι αυτό συνιστά πρόβλημα, εκφράζουν δε μεγαλύτερη ανησυχία ότι η ιδιωτικότητά τους μπορεί να παραβιάζεται από τις μεγάλες εταιρείες (78,5%) κι άλλα πρόσωπα (71%) παρά από την κυβέρνηση (65%) και το 59,5% δεν θεωρεί ότι οι ανησυχίες αυτές για την παραβίαση της ιδιωτικότητας τους δεν είναι υπερβολικές.



**Γράφημα 4 Δεν υπάρχει ιδιωτικότητα και πρέπει να το δεχτούμε**

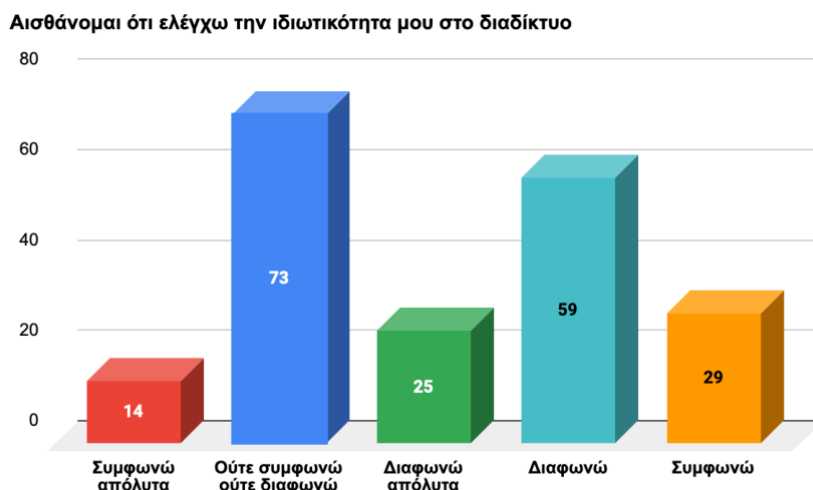
Παρόλα αυτά δηλώνουν ότι ασχολούνται και μάλιστα ενεργά με το ζήτημα αυτό και ότι είναι σε θέση να προστατέψουν τον ιδιωτικό τους χώρο online (Γράφημα 5) σε ποσοστό 51,5%. Μόνο το 18% παραδέχεται ότι δεν προστατεύει την ιδιωτικότητά του ενώ το 30,5% τηρεί μία ουδέτερη στάση καθώς ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί πως προστατεύει ενεργά την ιδιωτικότητά του.





Γράφημα 5 Αυτοπροστασία ιδιωτικότητας στο διαδίκτυο

Μεγάλο ποσοστό των ερωτώμενων στην έρευνα, το 36,5% (73 απαντήσεις) παραδέχεται πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί ότι κατέχει τον έλεγχο της ιδιωτικότητας του στο διαδίκτυο (Γράφημα 6). Μόλις 14 συμμετέχοντες (7%) συμφωνούν απόλυτα ότι ελέγχουν την ιδιωτικότητα τους, ενώ 29 (14,5%) συμφωνούν. Το 42% (84 απαντήσεις) των ερωτώμενων πάντως δεν αισθάνεται πως ελέγχει την ιδιωτικότητα του στο διαδίκτυο.

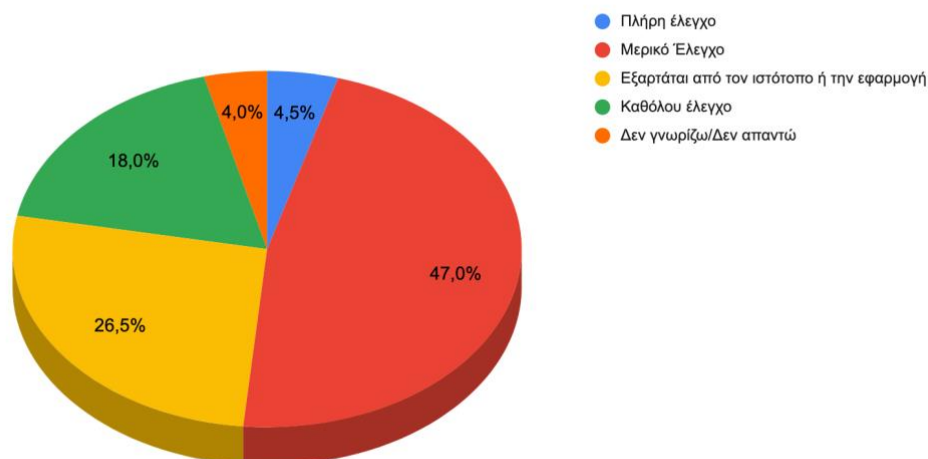


Γράφημα 6 Έλεγχος ιδιωτικότητας στο διαδίκτυο

Από τους συμμετέχοντες στην έρευνα ζητήθηκε να απαντήσουν στο ερώτημα «Πόσο έλεγχο νιώθετε ότι έχετε στις πληροφορίες που παρέχετε διαδικτυακά π.χ. την ικανότητα διόρθωσης, αλλαγής ή διαγραφής αυτών των πληροφοριών;» (Γράφημα 7). Το 47% (94 συμμετέχοντες) θεωρεί πως έχει μερικό έλεγχο, το 26,5% (53 συμμετέχοντες) πιστεύει ότι

ο έλεγχος εξαρτάται από τον ιστότοπο ή την εφαρμογή, ενώ το 4% (8 συμμετέχοντες) επιλέγει την απάντηση «δεν ξέρω/δεν απαντώ». Μόλις 9 συμμετέχοντες (4,5%) αναφέρουν ότι έχουν τον πλήρη έλεγχο όταν παρέχουν προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο, ενώ το 18% (36 συμμετέχοντες) παραδέχεται ότι δεν έχει καθόλου έλεγχο.

Πόσο έλεγχο νιώθετε ότι έχετε στις πληροφορίες που παρέχετε διαδικτυακά π.χ. την ικανότητα διόρθωσης, αλλαγής ή διαγραφής αυτών των πληροφοριών;



**Γράφημα 7 Πόσο έλεγχο νιώθετε ότι έχετε στις πληροφορίες που παρέχετε διαδικτυακά;**

Στον Πίνακα 2 που ακολουθεί έχει ενδιαφέρον να εξετάσουμε το προφίλ των 9 συμμετεχόντων που αναφέρουν ότι έχουν τον πλήρη έλεγχο όταν παρέχουν προσωπικές πληροφορίες. Χαρακτηριστικό των ατόμων αυτών, 5 γυναίκες και 4 άνδρες, είναι το υψηλό μορφωτικό επίπεδο. 4 από αυτούς είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος, 3 απόφοιτοι Πανεπιστημιακής Σχολής/ΤΕΙ και 2 Απόφοιτοι Λυκείου/ΙΕΚ. Η ηλικιακή ομάδα 25-39 είναι κυρίαρχη, όπως ακριβώς και στο σύνολο της έρευνας, καθώς 6 από τους συμμετέχοντες που δηλώνουν ότι έχουν τον πλήρη έλεγχο ανήκουν σε αυτήν. 2 συμμετέχοντες ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 15-24, ενώ 1 στην ηλικιακή ομάδα 40-54.

Α/Α	ΦΥΛΟ	ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ	ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ
1	Γυναίκα	15-24	Απόφοιτος Λυκείου/ΙΕΚ
2	Άνδρας	15-24	Απόφοιτος Λυκείου/ΙΕΚ
3	Γυναίκα	25-39	Απόφοιτος Πανεπιστημιακής σχολής / ΤΕΙ
4	Γυναίκα	25-39	Απόφοιτος Πανεπιστημιακής σχολής / ΤΕΙ
5	Άνδρας	25-39	Απόφοιτος Πανεπιστημιακής σχολής / ΤΕΙ
6	Άνδρας	25-39	Κάτοχος μεταπτυχιακού /διδακτορικού διπλώματος
7	Γυναίκα	25-39	Κάτοχος μεταπτυχιακού /διδακτορικού διπλώματος
8	Γυναίκα	25-39	Κάτοχος μεταπτυχιακού /διδακτορικού διπλώματος
9	Άνδρας	40-54	Κάτοχος μεταπτυχιακού /διδακτορικού διπλώματος

**Πίνακας 2 Προφίλ συμμετεχόντων που έχουν πλήρη έλεγχο όταν δίνουν προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο**

Τα ευρήματα της έρευνας μας συμφωνούν με αυτά άλλων ερευνών πάνω στις στάσεις των χρηστών που έδειξαν ότι το ζήτημα της ιδιωτικότητας και της συλλογής των προσωπικών πληροφοριών είναι από τη μια κάτι που απασχολεί ιδιαίτερα τους χρήστες του διαδικτύου (TRUSTe, 2014· Madden, 2014) αλλά από την άλλη τις παραχωρούν άμεσα στο βαθμό που κρίνουν ότι έχουν κάτι να κερδίσουν—τάση που ανιχνεύθηκε ήδη από τις αρχές του 21ου αιώνα— (Brown, 2001· Spiekermann et al., 2001).

Το 2007 οι Norberg et al. (2007) καθιέρωσαν τον όρο «ιδιωτικό παράδοξο» (privacy paradox) για να περιγράψουν αυτή τη διχοτόμηση ανάμεσα στην προθυμία των ατόμων να παραχωρήσουν πρόσβαση στα δεδομένα τους με σχεδόν μηδαμινά ανταλλάγματα και στις εκπεφρασμένες ανησυχίες τους για την παραβίαση της ιδιωτικότητας τους (Kokolakis, 2017). Κατά τους Δεμερτζής κ.α. (2020) η ανησυχία για την παραβίαση της ιδιωτικότητας αντισταθμίζεται από την αυξανόμενη εμπλοκή των ατόμων σε διαδικτυακές διαδικασίες και τη καταγεγραμμένη αποδοχή τους ότι δεν υπάρχει πλέον ιδιωτικότητα. Οι χρήστες τείνουν να πιστεύουν ότι μη έχοντας «τίποτα να κρύψουν» μπορούν να παραχωρούν τα δεδομένα τους και, εν τέλει, την προσωπική τους ζωή σε εταιρίες ή κυβερνήσεις επιλήσιμονες, όμως, της μοίρας αυτών των δεδομένων ή των αποτελεσμάτων της επεξεργασίας τους. Οι Δεμερτζής κ.α. (2020) παρατηρούν ότι η προστασία των προσωπικών δεδομένων, αν και συνδέεται, δεν ταυτίζεται με την ιδιωτικότητα. Ο ετεροαναφορικός χαρακτήρας του δικαιώματος στην προστασία των προσωπικών δεδομένων προϋποθέτει την προστασία της

Διπλωματική Εργασία

ιδιωτικότητας και της προσωπικότητας του υποκειμένου αλλά και την κατάληξη στο αν και κατά πόσο το περιεχόμενο των δεδομένων των χρηστών είναι και περιεχόμενο της πληροφοριακής ελευθερίας και αυτονομίας τους.

Οι Oetzel και Gonja (2011) απέδωσαν την ευκολία στην παροχή προσωπικών πληροφοριών στη δυσκολία κατανόησης της παραβίασης διαδικτυακής ιδιωτικότητας λόγω έλλειψης κοινωνικών αναπαραστάσεων. Στερημένοι από σχήματα που θα τους επιτρέψουν να νοηματοδοτήσουν τα προβλήματα που αυτή η παραβίαση μπορεί να επιφέρει, οι χρήστες υπολογίζουν τα ρίσκα και τα οφέλη της αποκάλυψης προσωπικών πληροφοριών επηρεασμένοι, κυρίως, από γνωστικές προκαταλήψεις (Acquisti and Grossklags, 2007) ή από τον ευριστικό κανόνα των συναισθημάτων, σύμφωνα με τον οποίο οι άνθρωποι υποτιμούν τους κινδύνους που σχετίζονται με την απόκτηση κάποιου αρεστού αγαθού, ενώ τους υπερεκτιμούν όταν συσχετίζονται με κάτι που τους προκαλεί απarέσκεια (Finucane et al., 2000).

Οι Demertzis και Tsekeris (2018) σημειώνουν ότι η απόφαση ενός ατόμου να παραχωρήσει την ιδιωτική του πληροφορία στο Διαδίκτυο σχετίζεται με πολλούς παράγοντες όπως το προσωπικό συμφέρον, ο ψηφιακός εγγραμματισμός κι η κοινωνική του επίγνωση. Οι Wilson και Valacich (2012) εντοπίζουν κι άλλους δύο παράγοντες που συμβάλλουν στην εκδήλωση του ιδιωτικού παράδοξου: την αμεσότητα του οφέλους και τη διάχυση του ρίσκου.

Όσον αφορά τις πηγές παραβίασης της διαδικτυακής ιδιωτικότητας τα ευρήματα της έρευνας μας ταυτίζονται με τα αποτελέσματα παρόμοιων ερευνών. Η «dataveillance» (παρακολούθηση δεδομένων), όπως χαρακτηριστικά έχει ονομάσει το φαινόμενο ο Roger Clarke (1988), επιτρέπει σε κυβερνήσεις και εταιρίες να παρατηρούν τα άτομα με στόχο μια άνευ προηγουμένου συγκέντρωση προσωπικής πληροφορίας, αλλά και μια μορφή ελέγχου (Clarke, 1994). Σύμφωνα με τον Lyon (2001), η συστηματική προσοχή που δίνεται στις ζωές των ανθρώπων είναι μέρος μιας ευρύτερης διαδικασίας διατήρησης του κοινωνικού ελέγχου και της οικονομικής διαχείρισης, η οποία προκειμένου να επιτευχθεί πρέπει να θολώσει τα όρια ανάμεσα το ιδιωτικό και το δημόσιο.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων οι κυβερνήσεις συγκεντρώνουν τη χαμηλότερη ανησυχία πράγμα το οποίο σημειώνεται και στην έρευνα των Dinev και Hart (2008), η οποία οδηγείται στο συμπέρασμα ότι η μεγαλύτερη πρόσβαση σε προσωπικά

δεδομένα εκ μέρους κυβερνήσεων μπορεί να είναι καλοδεχούμενη από τους χρήστες ως μια αναγκαία πρακτική που θα εξασφαλίζει προστασία, τάξη καθώς και βολικές κι άνετες συναλλαγές. Σύμφωνα με τους Amoore and De Goede (2005) οι κυβερνήσεις επιτηρούν και συλλέγουν πληροφορίες και στοιχεία επιδιώκοντας να αντιμετωπίσουν διαδικτυακά εγκλήματα, απάτη, τρομοκρατία ή άλλες παραβάσεις, να εγκαταστήσουν μια πιο αποτελεσματική γραφειοκρατία, να ελέγξουν την μετανάστευση. Ανάλογα, ωστόσο, με την κοινωνική ή πολιτική κατάσταση μιας χώρας, οι κυβερνήσεις μπορούν με τη συλλογή και την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων να αποκλείσουν ομάδες από συγκεκριμένες υπηρεσίες (Ganesh et al., 2016), να ασκήσουν λογοκρισία, να καθορίσουν και να εντοπίσουν μια κοινωνική ή πολιτική απειλή (Hache and Jansen, 2018) αλλά και να ελέγξουν τις ροές επικοινωνίας μιας ολόκληρης χώρας.

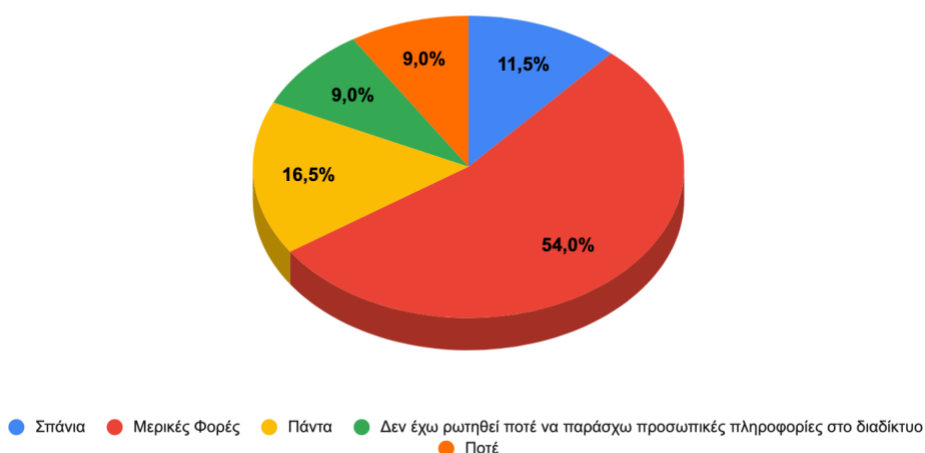
Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων, όπως προαναφέρθηκε, θεωρούν πιο πιθανό οι μεγάλες εταιρίες και τα μεμονωμένα πρόσωπα να παραβιάσουν την ιδιωτικότητα τους. Ενδεχομένως να ισχύει αυτό που παρατηρούν οι Δεμερτζής κ.α. (2020) ότι δηλαδή οι περισσότεροι χρήστες του διαδικτύου είχαν ήδη εμπειρίες στοχοποιημένων διαφημίσεων και προτάσεων για υπηρεσίες και προϊόντα με δεδομένο το προφίλ των αναζητήσεών τους. Σύμφωνα με τον Srnicek (2017) η νέα οικονομία λειτουργεί μέσα από τη συνδεσιμότητα, καθώς βασικός πόρος αυτών των εταιριών που σηματοδοτεί μια συστηματική στροφή στην διαδικασία της κερδοφορίας τους και γενικά στον παγκόσμιο καπιταλισμό είναι τα δεδομένα των χρηστών τους, τα οποία όπως παρατήρησε και ο Van Dijck (2013) τυγχάνουν εκμετάλλευσης με σκοπό το κέρδος.

Στο δεδομένα των χρηστών του διαδικτύου στοχεύουν και μεμονωμένα άτομα με αμφιλεγόμενους στόχους κυρίως παραβατικής φύσης, όπως κλοπή ταυτότητας, υποκλοπή τραπεζικών δεδομένων, εκβιασμό ή παρενόχληση. Οι Park et al. (2018) παρατήρησαν ότι οι ανησυχίες των χρηστών για την παραβίαση των δεδομένων τους από άλλα άτομα συσχετίζονται με την έλλειψη επίγνωσης ως προς την ίδια τη φύση και την ουσία της ιδιωτικότητας: οι συγκεκριμένες ανησυχίες αφορούν την «κοινωνική ιδιωτικότητα» και το πώς οι ψηφιακές τεχνολογίες την απειλούν σε επίπεδο διαπροσωπικών σχέσεων, έκθεσης κι αμηχανίας ενώπιον του κοινωνικού ή επαγγελματικού περίγυρου. Αυτό, ωστόσο, διαφέρει από τη «θεσμική ιδιωτικότητα» και τις παραβιάσεις που μπορεί να γίνουν από εταιρίες ή κυβερνήσεις.

#### 4.3.2. Πολιτικές απορρήτου και πολιτική για τα cookies

Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να απαντήσουν στο ερώτημα «όταν σας ζητείται να παρέχετε προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο, πόσο συχνά θα λέγατε ότι ενημερώνεστε για τους όρους συλλογής και περαιτέρω χρήσης των δεδομένων σας;» (Γράφημα 8). Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων 54% δηλώνει ότι μερικές φορές ενημερώνεται για τους όρους συλλογής των δεδομένων τους όταν παρέχουν προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο, ενώ το 11,5% σπάνια. Το 9% αναφέρει ότι δεν έχει ερωτηθεί ποτέ ώστε να παράσχει προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο. Από την άλλη το 16,5% δηλώνει ότι ενημερώνεται πάντα για τους όρους συλλογής δεδομένων, ενώ το 9% δεν ενημερώνεται ποτέ.

Γενικά, όταν σας ζητείται να παρέχετε προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο, πόσο συχνά θα λέγατε ότι ενημερώνεστε για τους όρους συλλογής και περαιτέρω χρήσεις των δεδομένων σας;



Γράφημα 8 Συχνότητα ενημέρωσης για τους όρους συλλογής δεδομένων

Ενδιαφέρον έχει να σκιαγραφήσουμε το προφίλ των παραπάνω ατόμων, οι οποίοι είτε ενημερώνονται πάντα είτε δεν ενημερώνονται ποτέ για τους όρους συλλογής και περαιτέρω χρήσης των δεδομένων των χρηστών του διαδικτύου. Τα στοιχεία τα οποία μας ενδιαφέρουν είναι το φύλο τους, η ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν και το μορφωτικό τους επίπεδο.

Όπως προαναφέρθηκε το 16,5% των συμμετεχόντων στην έρευνα δηλώνει ότι ενημερώνεται πάντα για τους όρους συλλογής και χρήσης των δεδομένων που καλείται να δώσει κατά την πλοήγησή του στο διαδίκτυο. Το 69,7% εξ αυτών είναι γυναίκες (23) και το 30,3% άνδρες (10). Κυρίαρχη ηλικιακή ομάδα αναδεικνύεται και πάλι η 25-39 με ποσοστό 60,6%, ενώ η πλειοψηφία εξ αυτών διακρίνεται για το υψηλό μορφωτικό της

επίπεδο. Το 36,4% έχει αποφοιτήσει από Πανεπιστημιακή σχολή/ΤΕΙ, το 33,3% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος και το 30,3% είναι απόφοιτοι Λυκείου/ΙΕΚ.

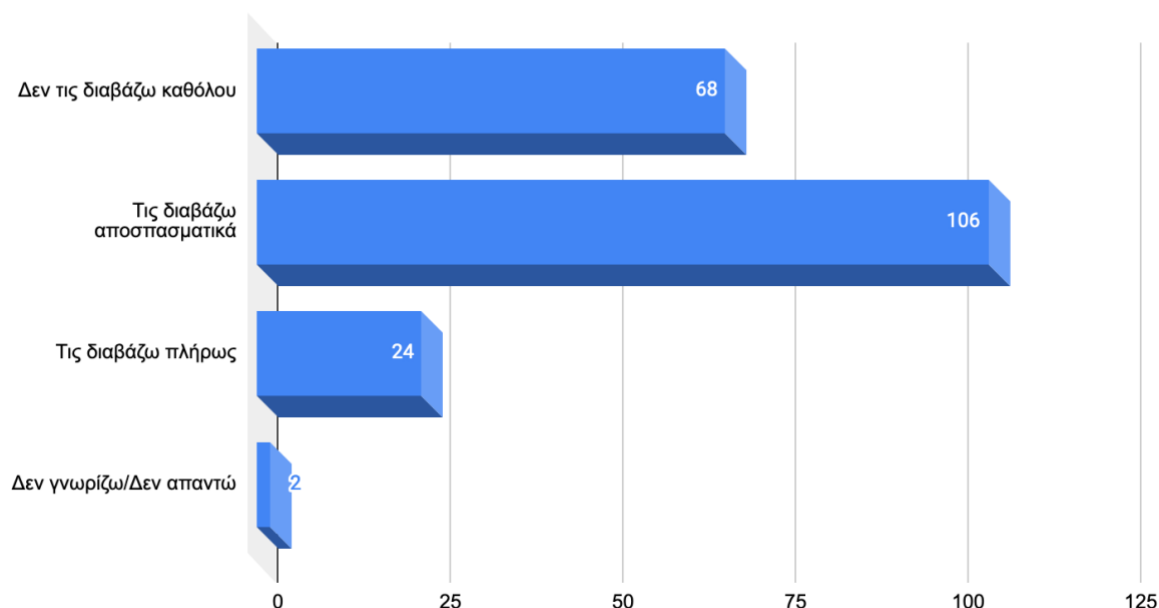
Από την άλλη ποσοστό 9% των συμμετεχόντων στην έρευνα δηλώνει ότι δεν ενημερώνεται ποτέ για τους όρους συλλογής και χρήσης των δεδομένων που καλείται να δώσει κατά την πλοήγησή του στο διαδίκτυο. Το 61,1% εξ αυτών είναι γυναίκες (11) και το 38,9% άνδρες (7). Κυρίαρχη ηλικιακή ομάδα αποδεικνύεται η 40-54 με ποσοστό 55,6%, ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 25-39 με ποσοστό 33,3% και από 5,6% για τις ηλικιακές ομάδες 15-24 και 55 και άνω. Έκπληξη αποτελεί το γεγονός ότι η πλειοψηφία αυτών που δεν ενημερώνονται ποτέ για τους όρους συλλογής και περαιτέρω χρήσης των δεδομένων των χρηστών του διαδικτύου διαθέτουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο, καθώς το 38,9% εξ αυτών είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού διπλώματος, το 33,3% έχει αποφοιτήσει από Πανεπιστημιακή σχολή/ΤΕΙ, το 22,2% είναι απόφοιτοι Λυκείου/ΙΕΚ και το 5,6% απόφοιτοι Δημοτικού.

Όπως αναφέρθηκε στο δεύτερο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους της παρούσας διπλωματικής εργασίας κάθε ιστοσελίδα οφείλει να διαθέτει πολιτική απορρήτου και πολιτική για τα cookies σύμφωνη με τις διατάξεις του ΓΚΠΔ (GDPR). Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που αφορούν τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων βάσει της εμπειρίας τους κατά την πλοήγησή τους σε ενημερωτικές ιστοσελίδες.

Η πλειοψηφία των ερωτώμενων, δηλαδή 106 συμμετέχοντες (53%) παραδέχεται απαντώντας στην επόμενη ερώτηση ότι διαβάζει αποσπασματικά τις δηλώσεις απορρήτου στο διαδίκτυο (Γράφημα 9). 68 από αυτούς (34%) παραδέχεται ότι δεν τις διαβάζει καθόλου, 2 από αυτούς επέλεξαν την απάντηση Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ, ενώ μόλις το 12% (24 συμμετέχοντες) δηλώνει ότι τις διαβάζει πλήρως.



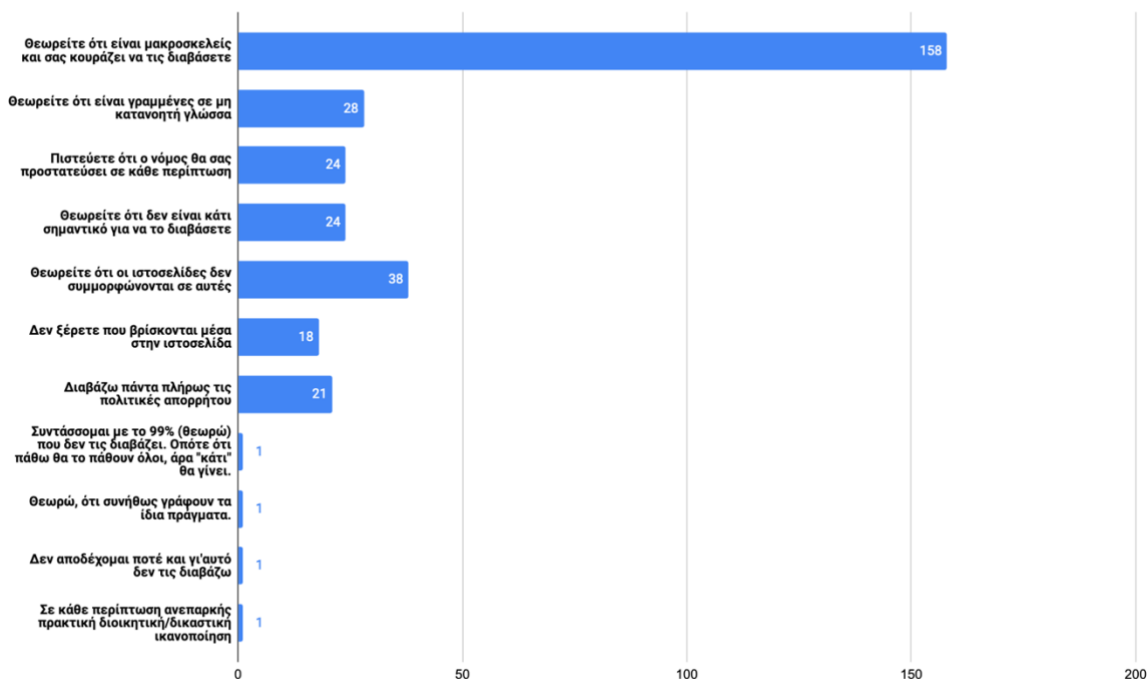
**Όταν σκέφτεστε τις δηλώσεις απορρήτου στο Διαδίκτυο, ποια από τις παρακάτω προτάσεις περιγράφει καλύτερα αυτό που κάνετε συνήθως;**



**Γράφημα 9 Ανάγνωση δηλώσεων απορρήτου στο διαδίκτυο**

Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους χρήστες που απάντησαν στην προηγούμενη ερώτηση ότι δεν διαβάζουν τις πολιτικές απορρήτου στο διαδίκτυο ή τις διαβάζουν αποσπασματικά να προσδιορίσουν τους λόγους για τους οποίους αποφεύγουν να το κάνουν. Η ερώτηση αυτή ήταν ανοιχτού τύπου και πολλαπλής επιλογής, καθώς μπορούσαν να επιλέξουν μέχρι 3 απαντήσεις, αλλά και να προσθέσουν οι ίδιοι έναν λόγο για τον οποίο δεν διαβάζουν τις πολιτικές απορρήτου στο διαδίκτυο. Η συντριπτική πλειοψηφία 79% (158 συμμετέχοντες) απάντησε ότι ο βασικότερος λόγος που δεν διαβάζουν τις πολιτικές απορρήτου είναι ότι αυτές είναι μακροσκελείς και θεωρούν ότι είναι κουραστικό γι' αυτούς να τις διαβάσουν (Γράφημα 10). Οι 38 (19%) από τους συμμετέχοντες θεωρούν ότι έτσι κι αλλιώς οι ιστοσελίδες δεν συμμορφώνονται στις πολιτικές απορρήτου, ενώ 28 (14%) θεωρούν ότι είναι γραμμένες σε μη κατανοητή γλώσσα. 24 (12%) από τους συμμετέχοντες δεν τις θεωρούν σημαντικές, ενώ άλλοι 24 (12%) πιστεύουν ότι η νομοθεσία θα τους προστατεύσει σε κάθε περίπτωση. Ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 9% (18 συμμετέχοντες) δεν γνωρίζει που θα τις βρει μέσα στην ιστοσελίδα. Από την άλλη 21 (10,5%) συμμετέχοντες αναφέρουν ότι διαβάζουν πλήρως τις πολιτικές απορρήτου. Από αυτούς οι 19 είχαν απαντήσει στην προηγούμενη ερώτηση ότι διαβάζουν πλήρως τις πολιτικές απορρήτου.





Γράφημα 10 Λόγοι που οι χρήστες δεν διαβάζουν τις πολιτικές απορρήτου

Το ανωτέρω ζήτημα έχει απασχολήσει αρκετές έρευνες σε παγκόσμιο επίπεδο και τα αποτελέσματα εμφανίζονται να μην διαφέρουν αρκετά. Οι Obar και Oeldorf-Hirsch (2018) υποστηρίζουν ότι η πλειονότητα των χρηστών του διαδικτύου βλέπουν τα στοιχεία της ειδοποίησης του απορρήτου ως ένα ανεπιθύμητο εμπόδιο για τον πραγματικό λόγο που οι χρήστες επιλέγουν το Διαδίκτυο και γι' αυτό το λόγο αγνοούν τις πολιτικές απορρήτου. Ο Matthan (2018) υποστηρίζει ότι η λήψη συγκατάθεσης είναι δυσκίνητη, κι έτσι οι πολιτικές απορρήτου συντάσσονται στην ευρύτερη δυνατή γλώσσα για να δώσουν στις εταιρείες σημαντικό περιθώριο στη μεταφορά δεδομένων από τρίτους – τόσο που δεν χρειάζεται να ζητηθεί ποτέ ξανά η συγκατάθεση των χρηστών». Κατά τον ίδιο «η συγκατάθεση δεν προστατεύει πλέον αποτελεσματικά το προσωπικό απόρρητο στο σημερινό μας πλούσιο σε δεδομένα κόσμο».

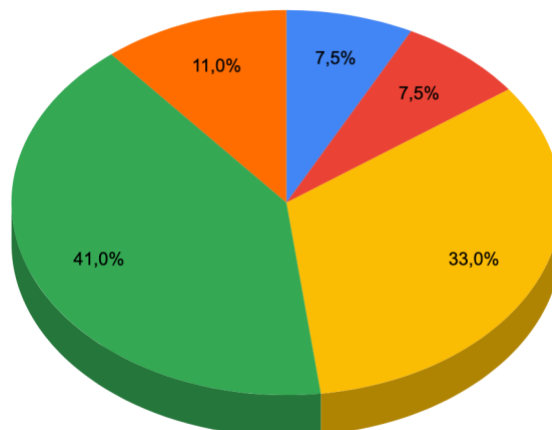
Το γεγονός ότι η πλειοψηφία των χρηστών του διαδικτύου δεν διαβάζει τις πολιτικές απορρήτου, αγνοώντας μάλιστα τις σχετικές ειδοποιήσεις που έγιναν υποχρεωτικές με την υιοθέτηση του ΓΚΠΔ (GDPR) σε καμία περίπτωση δεν δείχνει απάθεια κι αδιαφορία από την πλευρά των χρηστών, καθώς όπως αναφέρει ο Madrigal (2012) θα χρειαστούν 76 εργάσιμες ημέρες για να διαβάσουν (οι χρήστες) όλες τις πολιτικές απορρήτου που συναντούν σε έναν χρόνο χρήσης του Διαδικτύου.

Επίσης, η έρευνα των Strahilevitz και Kugler (2016) ασχολείται με τη γλώσσα στην οποία είναι γραμμένες οι πολιτικές απορρήτου, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι οι πολιτικές απορρήτου είναι γραμμένες σε μη κατανοητή γλώσσα, τεχνική κατά κύριο λόγο με πολλές νομικές εκφράσεις τις οποίες δεν μπορεί να κατανοήσει ακόμη κι ένας χρήστης με υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Στην ίδια έρευνα διαπιστώνεται ότι ακόμη κι αν η γλώσσα ήταν απλή, ο μέσος χρήστης και πάλι δεν θα διάβαζε τις πολιτικές απορρήτου και θα αγνοούσε οποιαδήποτε ειδοποίηση στις φόρμες συγκατάθεσης, καθώς αυτές οι ειδοποιήσεις φαίνεται να περιορίζουν την επιθυμία των ανθρώπων να λαμβάνουν πληροφορίες ή ψυχαγωγία, να διεξάγουν συναλλαγές ή να παίζουν παιχνίδια με όσο το δυνατόν λιγότερες παρεμβολές.

Η 16<sup>η</sup> ερώτηση του ερωτηματολογίου της έρευνας αφορά την περίπτωση που η ενημέρωση γίνεται από διαδικτυακά μέσα που εκφράζουν τους χρήστες πολιτικά/ιδεολογικά κι εξετάζεται κατά πόσο αυτοί νιώθουν ασφαλείς ώστε να παρέχουν πληροφορίες για αυτούς χωρίς να διαβάσουν την πολιτική απορρήτου και την πολιτική των cookies (Γράφημα 11). Το 41% (82 συμμετέχοντες) νιώθουν ιδιαίτερα ανασφαλείς σε κάθε περίπτωση, ενώ το 33% (66 συμμετέχοντες) νιώθουν ότι είναι ασφαλείς όσον αφορά τα διαδικτυακά μέσα που τους εκφράζουν πολιτικά/ιδεολογικά, αλλά δεν νιώθουν ασφαλείς και θεωρούν ως ενδεχόμενο οι προσωπικές πληροφορίες τους να χρησιμοποιηθούν ακόμη και με παράνομο τρόπο από τρίτους συνεργάτες της φίλα προσκείμενης ιδεολογικά ιστοσελίδας. Το 7,5% (15 συμμετέχοντες) δηλώνει ιδιαίτερα ανασφαλές και γι' αυτό πάντα διαβάσει την πολιτική απορρήτου και την πολιτική των cookies, ενώ το 11% (22 συμμετέχοντες) επέλεξε να μην απαντήσει στη συγκεκριμένη ερώτηση. Τέλος, μόνο το 7,5% (15 συμμετέχοντες) νιώθουν απόλυτα ασφαλείς ότι οι πληροφορίες τους δεν θα τύχουν παράνομης επεξεργασίας. Πιστεύουν μάλιστα πως κάτι τέτοιο είναι ιδεολογικά αντίθετο με την ιδεολογία που το επιλεχθέν για την ενημέρωσή τους μέσο πρεσβεύει.

**Πόσο ασφαλείς νιώθετε ώστε να παρέχετε πληροφορίες για εσάς χωρίς να διαβάσετε την πολιτική απορρήτου και την πολιτική των cookies όταν ενημερώνεστε από διαδικτυακά μέσα που σας εκφράζουν πολιτικά/ιδεολογικά;**

- Νιώθω απόλυτα ασφαλής ότι οι πληροφορίες μου δεν θα τύχουν παράνομης επεξεργασίας καθώς κάτι τέτοιο είναι ιδεολογικά αντίθετο με την ιδεολογία που το μέσο πρεσβεύει.
- Νιώθω ιδιαίτερα ανασφαλής και γι' αυτό πάντα διαβάζω την πολιτική απορρήτου και την πολιτική των cookies
- Νιώθω ασφαλής ότι οι πληροφορίες μου δεν θα τύχουν παράνομης επεξεργασίας από την ενημερωτική ιστοσελίδα, αλλά δεν νιώθω ασφαλής για την περαιτέρω χρησιμοποίησή τους από τρίτους συνεργάτες της ιστοσελίδας.
- Νιώθω ιδιαίτερα ανασφαλής σε κάθε περίπτωση
- Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ



**Γράφημα 11 Πολιτική απορρήτου και cookies σε πολιτικά/ιδεολογικά προσκεείμενα μέσα**

#### 4.4. Προσωπικά Δεδομένα, ΓΚΠΔ (GDPR) και Δημοσιογραφία

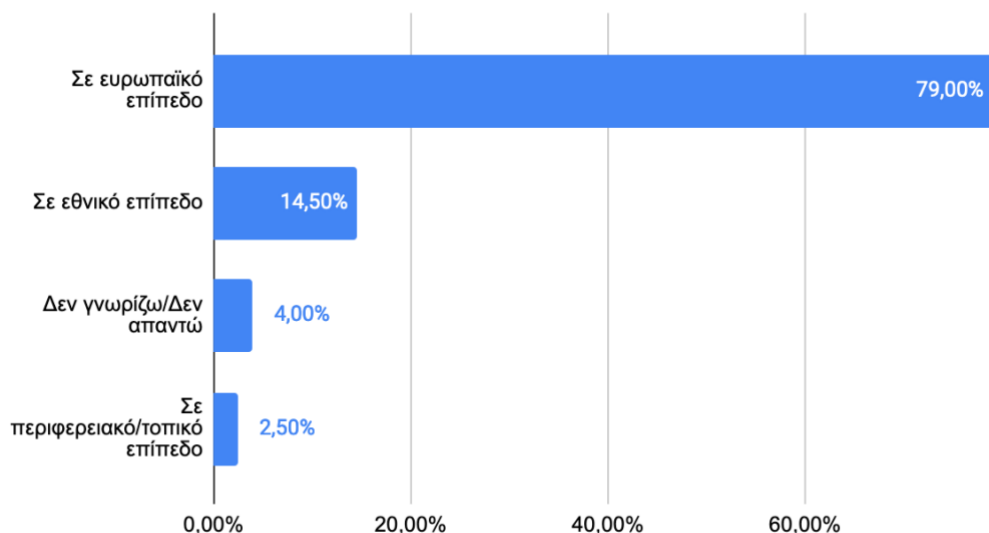
Η τέταρτη θεματική ενότητα της έρευνας ασχολείται με την έννοια των προσωπικών δεδομένων. Από τα ευρήματα της έρευνας θα προσπαθήσουμε να κατανοήσουμε τις αντιλήψεις των χρηστών των ενημερωτικών ιστοσελίδων για τον ΓΚΠΔ (GDPR) και τα προσωπικά δεδομένα γενικότερα. Επίσης, θα παρακολουθήσουμε τις απόψεις τους για τον τρόπο που επεξεργάζονται οι δημοσιογράφοι τα προσωπικά δεδομένα δημοσίων προσώπων κι ιδιωτών κι εάν συμφωνούν με την εξαίρεση που εισάγει το άρθρο 85 του ΓΚΠΔ (GDPR).

##### 4.4.1. Προστασία προσωπικών δεδομένων

Η πρώτη ερώτηση αυτής της θεματικής ενότητας αναφέρεται στην τοπική εφαρμογή των κανόνων προστασίας των προσωπικών δεδομένων και συγκεκριμένα ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν μεταξύ τεσσάρων επιλογών (Γράφημα 12). Το 79% (158 συμμετέχοντες) θεωρούν ότι η επιβολή των κανόνων για την προστασία των προσωπικών δεδομένων θα πρέπει να πραγματοποιείται σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ενώ το 14,5% (29 συμμετέχοντες) έχει τη γνώμη ότι οι παραπάνω κανόνες θα πρέπει να επιβάλλονται σε εθνικό επίπεδο. Μόλις 5 συμμετέχοντες (2,5%) πιστεύουν ότι η επιβολή των κανόνων για Διπλωματική Εργασία

την προστασία των προσωπικών δεδομένων θα πρέπει να επιβάλλονται σε τοπικό/περιφερειακό επίπεδο, ενώ το 4% (8 συμμετέχοντες) επέλεξε να μην δώσει απάντηση.

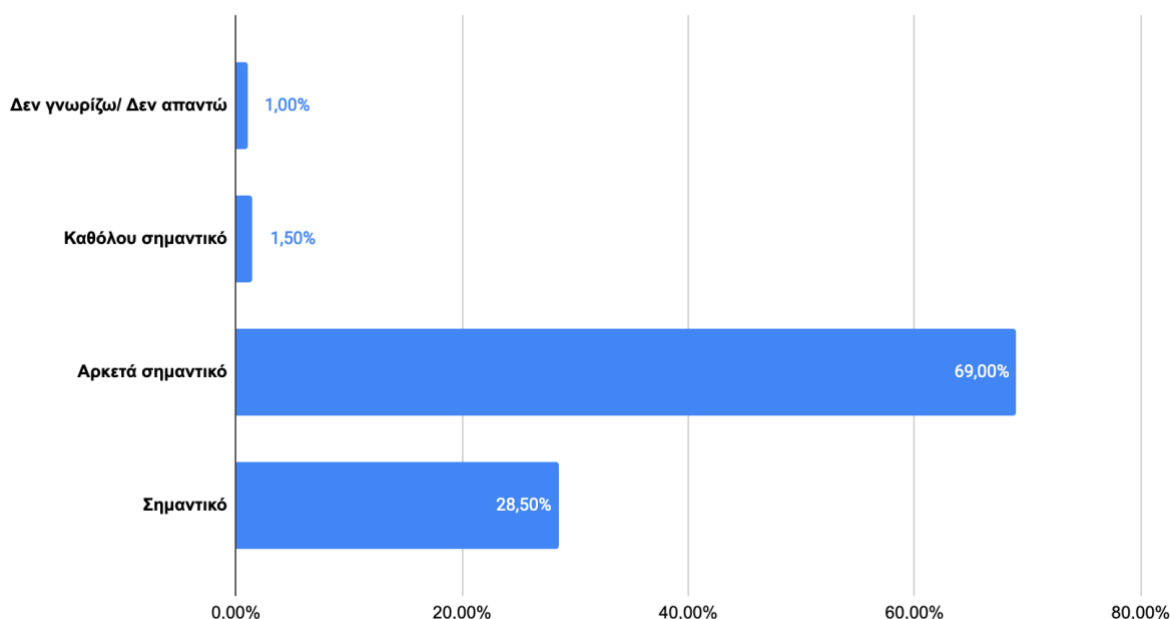
**Κατά τη γνώμη σας η επιβολή των κανόνων για την προστασία των προσωπικών δεδομένων θα έπρεπε να πραγματοποιείται ... ;**



**Γράφημα 12 Τοπική εφαρμογή κανόνων προστασίας προσωπικών δεδομένων**

Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στη δεύτερη ερώτηση της θεματικής ενότητας επιβεβαιώνουν την πλειοψηφική τάση που υπήρχε στην πρώτη κι αφορούσε την επιβολή των κανόνων για την προστασία των προσωπικών δεδομένων σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Το 69% (138 συμμετέχοντες) θεωρούν αρκετά σημαντικό να έχουν ίδια δικαιώματα και την ίδια προστασία των προσωπικών τους στοιχείων ανεξάρτητα από τη χώρα στην οποία είναι εγκατεστημένη η αρχή ή η ιδιωτική εταιρία που προσφέρει την υπηρεσία, ενώ το 28,5% (57 συμμετέχοντες) το θεωρούν σημαντικό. 3 από τους συμμετέχοντες (1,5%) δεν το θεωρούν καθόλου σημαντικό, ενώ 2 (1%) επέλεξε να μην απαντήσει (Γράφημα 13).

Πόσο σημαντικό ή όχι είναι για σας να έχετε ίδια δικαιώματα και την ίδια προστασία των προσωπικών σας στοιχείων ανεξάρτητα από τη χώρα στην οποία είναι εγκατεστημένη η αρχή ή η ιδιωτική εταιρία που προσφέρει την υπηρεσία;



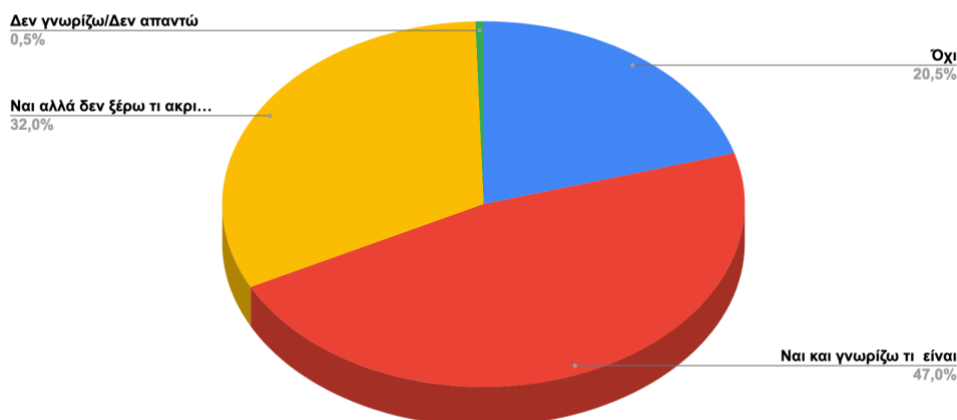
Γράφημα 13 Πόσο σημαντικό είναι να έχετε τα ίδια δικαιώματα προστασίας ανεξάρτητα με τη χώρα σας;

#### 4.4.2. Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR)

Η 19<sup>η</sup> ερώτηση του ερωτηματολογίου της έρευνας αναφέρεται για πρώτη φορά στον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων (GDPR), που εφαρμόζεται σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ από τον Μάιο του 2018, δηλαδή περίπου 3,5 έτη. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα καλούνται να απαντήσουν στην ερώτηση «Έχετε ακούσει ποτέ για τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων ή GDPR, ο οποίος τέθηκε σε ισχύ το 2018;».

Παρατηρώντας το Γράφημα 14 διαπιστώνουμε πως το 79% (158 συμμετέχοντες) έχει ακούσει την ύπαρξη του ΓΚΠΔ (GDPR), ενώ 94 από αυτούς (47%) γνωρίζουν ακριβώς τι είναι. Οι υπόλοιποι 64 συμμετέχοντες (32%), που έχουν ακούσει την ύπαρξη του ΓΚΠΔ (GDPR) δεν γνωρίζουν ακριβώς τι είναι. Από την άλλη, 41 συμμετέχοντες (20,5%) αγνοούν την ύπαρξη του ΓΚΠΔ (GDPR). Ένας (0,5%) επέλεξε να μην απαντήσει.

Έχετε ακούσει ποτέ για τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων ή GDPR, ο οποίος τέθηκε σε ισχύ το 2018;



Γράφημα 14 Γνώση ύπαρξης ΓΚΠΔ

Η κοινωνικο-δημογραφική ανάλυση η οποία παρουσιάζεται στον Πίνακα 3 που ακολουθεί μας δείχνει τα ακόλουθα:

- Το ποσοστό των γυναικών που δηλώνουν ότι γνωρίζουν ακριβώς τι είναι ο ΓΚΠΔ ανέρχεται στο 56,4% και προηγούνται ελάχιστα σε σχέση με τους άνδρες που συγκεντρώνουν ποσοστό 43,6%.
- Σε αυτούς που αγνοούν την ύπαρξη του ΓΚΠΔ υπερτερούν οι άνδρες με το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό 78,6%, ενώ οι γυναίκες συγκεντρώνουν το 21,4%.
- Η ηλικιακή ομάδα 25-39 υπερτερεί ανάμεσα σε αυτούς που γνωρίζουν τι ακριβώς είναι ο ΓΚΠΔ με ποσοστό 53,2% κι έπεται η ομάδα 40-54 με ποσοστό 40,4%.
- Ανάμεσα σε αυτούς που δεν γνωρίζουν καθόλου τον ΓΚΠΔ υπερτερεί και πάλι η ηλικιακή ομάδα 25-39 με ποσοστό 36,6% κι έπεται η ομάδα 40-54 με ποσοστό 29,3%.
- Το 85,2% που απάντησαν ότι γνωρίζουν τι ακριβώς είναι ο ΓΚΠΔ έχουν λάβει το ελάχιστο πανεπιστημιακή εκπαίδευση.
- Ανάμεσα σε αυτούς που δεν γνωρίζουν καθόλου τον ΓΚΠΔ υπερτερούν οι απόφοιτοι Λυκείου/ΙΕΚ με ποσοστό 56,1%.
- Οι Αυτοαπασχολούμενοι ελεύθεροι επαγγελματίες/επιστήμονες εμφανίζονται με ποσοστό 43,6% να γνωρίζουν τι ακριβώς είναι ο ΓΚΠΔ περισσότερο από όλες τις άλλες κατηγορίες, με την ομάδα των εργαζόμενων στον ιδιωτικό τομέα να ακολουθεί με ποσοστό 26,6%.
- Ανάμεσα σε αυτούς που δεν γνωρίζουν καθόλου τον ΓΚΠΔ υπερτερούν οι εργαζόμενοι στον ιδιωτικό τομέα με ποσοστό 30%

- Όσον αφορά την πολιτική τοποθέτηση των συμμετεχόντων που γνωρίζουν τι ακριβώς είναι ο ΓΚΠΔ υπερτερούν – όπως και στο σύνολο της έρευνας – όσοι τοποθετούνται στην Κεντροαριστερά. Ενδεικτικό πάντως είναι ότι στην ερώτηση αυτή 23 από τους 94 ερωτώμενου επέλεξαν να μην απαντήσουν. Επίσης, εντύπωση προκαλεί ότι το 100% αυτών που δηλώνουν ότι τοποθετούν τον εαυτό τους πολιτικά στην Άκρα Αριστερά γνωρίζουν τι ακριβώς είναι ο ΓΚΠΔ.
- Ανάμεσα σε αυτούς που δεν γνωρίζουν καθόλου τον ΓΚΠΔ υπερτερούν όσοι τοποθετούνται στην Κεντροαριστερά με ποσοστό 17,1%.

	Ναι και γνωρίζω τι είναι	Ναι αλλά δεν ξέρω τι ακριβώς είναι	Όχι	Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ
<b>Φύλο</b>				
Άνδρας	41	23	11	1
Γυναίκα	53	41	3	0
<b>Ηλικιακή Ομάδα</b>				
15-24	5	7	7	0
25-39	50	34	15	1
40-54	38	20	12	0
55 και άνω	1	3	7	0
<b>Μορφωτικό επίπεδο</b>				
Αναλφάβητος	0	0	0	0
Απόφοιτος Δημοτικού	0	0	2	0
Απόφοιτος Γυμνασίου	0	2	2	0
Απόφοιτος Λυκείου/IEK	14	19	23	0
Απόφοιτος Πανεπιστημιακής σχολής / ΤΕΙ	40	2	9	0
Κάτοχος μεταπτυχιακού /διδασκτορικού διπλώματος	40	20	5	1
<b>Επαγγελματική Ενασχόληση</b>				
Άνεργος	4	8	6	1
Εργαζόμενος στο δημόσιο τομέα πλην σωμάτων ασφαλείας	16	13	5	0
Εργαζόμενος στον ιδιωτικό τομέα	25	22	12	0
Αυτοαπασχολούμενος Ελεύθερος επαγγελματίας/Επιστήμονας	41	12	6	0
Στρατιωτικός/Αστυνομικός/Πυροσβέστης/Λιμενικό Σώμα	5	4	4	0
Μαθητής/Φοιτητής	2	4	4	0
Συνταξιούχος	1	1	3	0
<b>Πολιτική Τοποθέτηση</b>				
Άκρα Αριστερά	5	0	0	0
Αριστερά	12	9	5	0
Κεντροαριστερά	28	17	7	0
Κέντρο	12	14	6	0
Κεντροδεξιά	10	4	4	0
Δεξιά	4	5	4	1

Άκρα Δεξιά	0	1	1	0
Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ	23	14	14	0

Πίνακας 3 Γνώση ΓΚΠΔ και κοινωνικο-δημογραφική ανάλυση

Από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην επόμενη ερώτηση διαπιστώνουμε ότι σε μεγάλο ποσοστό οι συμμετέχοντες γνωρίζουν τα δικαιώματα του υποκειμένου των προσωπικών δεδομένων που εγγυάται ο ΓΚΠΔ (GDPR), αλλά ελάχιστοι από αυτούς έχουν ασκήσει τα δικαιώματα αυτά σε δικές τους προσωπικές υποθέσεις. Περισσότερο γνωστό σε ποσοστό 68% φαίνεται να είναι το δικαίωμα πρόσβασης στα δεδομένα του υποκειμένου, ενώ περισσότερο άγνωστο σε ποσοστό 50% είναι το δικαίωμα να εναντιώνεσαι όταν οι αποφάσεις λαμβάνονται αυτοματοποιημένα (π.χ. ένας αλγόριθμος αποφασίζει για την πιστοληπτική ικανότητα ενός λήπτη δανείου).

Στο Γράφημα 15 παρατηρούμε αναλυτικά τις απαντήσεις των συμμετεχόντων για κάθε δικαίωμα ξεχωριστά. Όπως προαναφέρθηκε, το δικαίωμα πρόσβασης στα δεδομένα είναι περισσότερο γνωστό από τα υπόλοιπα. Το 44% (88 απαντήσεις) το γνωρίζει, αλλά δεν το έχει ασκήσει ποτέ μέχρι σήμερα. Το 24% (48 απαντήσεις) δηλώνει πως όχι μόνο το γνωρίζει, αλλά το έχει ασκήσει τα τελευταία 3,5 χρόνια από την εφαρμογή του ΓΚΠΔ (GDPR). Το 27,5% (55 απαντήσεις) δεν το γνωρίζει, ενώ 9 συμμετέχοντες (4,5%) επιλέγει να μην απαντήσει.

Το δικαίωμα διόρθωσης των δεδομένων όταν είναι λανθασμένα ακολουθεί καθώς είναι γνωστό σε ποσοστό 62%. 37 συμμετέχοντες (18,5%) όχι μόνο το γνωρίζουν, αλλά έχει χρειαστεί να το ασκήσουν, ενώ 87 συμμετέχοντες (43,5%) δηλώνουν ότι απλά το γνωρίζουν χωρίς να το έχουν ασκήσει. Από την άλλη, το 34% (68 συμμετέχοντες) αγνοούν την ύπαρξη του συγκεκριμένου δικαιώματος, ενώ 8 συμμετέχοντες (4%) επιλέγουν να μην απαντήσουν.

Ακολουθούν τα δικαιώματα αντίρρησης στο άμεσο μάρκετινγκ (άμεσο μάρκετινγκ είναι μια μορφή διαφήμισης όπου κάποιος επικοινωνεί μαζί σου άμεσα με email ή SMS) και φορητότητας των δεδομένων σου από τον έναν πάροχο στον άλλο με συνολικό ποσοστό γνώσης 59,5%. Είναι εντυπωσιακό ότι το δικαίωμα αντίρρησης στο άμεσο μάρκετινγκ φαίνεται να έχει ασκηθεί από το 28,5% (57 απαντήσεις), ενώ το δικαίωμα φορητότητας από το 21% (42 απαντήσεις). Το 38,5% (77 απαντήσεις) και το 31% (62 απαντήσεις) γνωρίζουν το δικαίωμα φορητότητας και το δικαίωμα αντίρρησης στο άμεσο μάρκετινγκ αντίστοιχα, αλλά δεν τα έχουν ασκήσει. Από την άλλη, 75 συμμετέχοντες (37,5%) δεν γνωρίζουν καθόλου το δικαίωμα αντίρρησης στο άμεσο μάρκετινγκ, ενώ αυτοί που δεν γνωρίζουν το

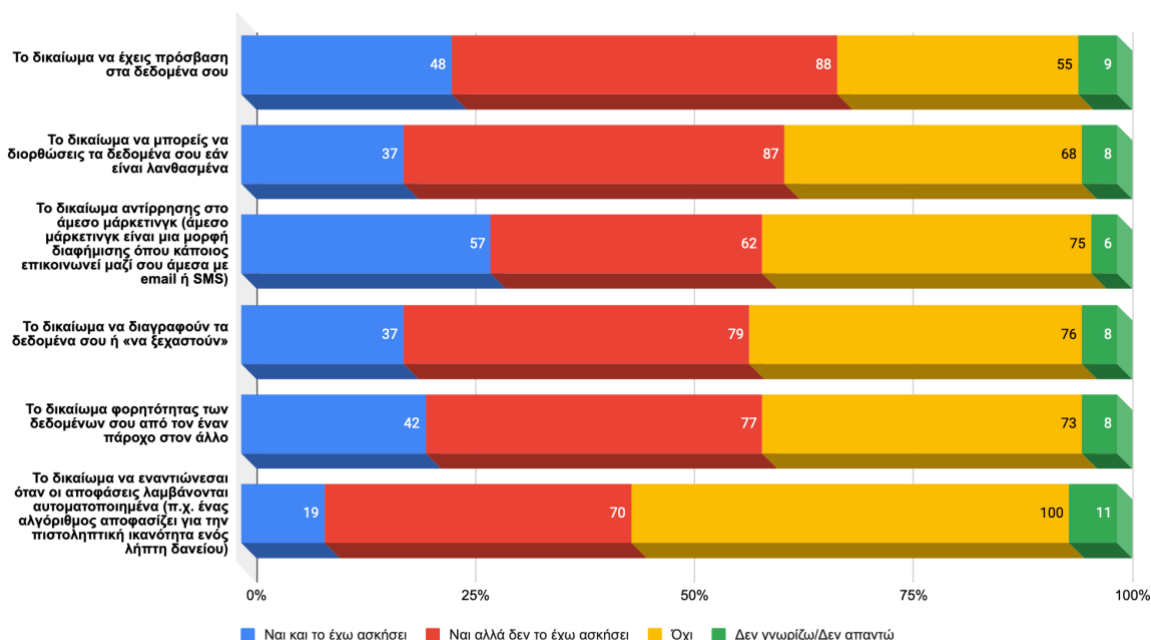


δικαίωμα φορητότητας δεδομένων ανέρχονται σε 73 συμμετέχοντες (36,5%). Όσον αφορά το δικαίωμα αντίρρησης 6 συμμετέχοντες (3%) επιλέγουν να μην απαντήσουν, ενώ για το δικαίωμα φορητότητας το ποσοστό ανέρχεται στο 4% (8 συμμετέχοντες).

Το δικαίωμα διαγραφής των δεδομένων ή αλλιώς το «δικαίωμα στη λήθη» που εισάγει κι εγγυάται ο ΓΚΠΔ (GDPR) δεν φαίνεται να είναι ιδιαίτερα γνωστό μεταξύ των συμμετεχόντων άσχετα αν το 58% αναφέρει ότι το γνωρίζει. 76 συμμετέχοντες (38%) παραδέχεται ότι δεν το γνωρίζει καθόλου, ενώ 8 συμμετέχοντες (4%) επιλέγουν να μην απαντήσουν. 79 συμμετέχοντες (39,5%) αποκρίθηκαν ότι γνωρίζουν για το δικαίωμα στη λήθη, αλλά ουδέποτε το έχουν ασκήσει, όπως έχουν κάνει μέχρι σήμερα 37 συμμετέχοντες (18,5%).

Το λιγότερο γνωστό δικαίωμα από αυτά που εγγυάται ο ΓΚΠΔ (GDPR) σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας αποδεικνύεται το δικαίωμα να εναντιώνεσαι όταν οι αποφάσεις λαμβάνονται αυτοματοποιημένα (π.χ. ένας αλγόριθμος αποφασίζει για την πιστοληπτική ικανότητα ενός λήπτη δανείου). 100 από τους συμμετέχοντες (50%) δεν γνωρίζουν καθόλου για την ύπαρξη του. Μόλις 19 συμμετέχοντες (9,5%) έχουν ασκήσει το δικαίωμα αυτό στις προσωπικές τους υποθέσεις, ενώ το 35% (70 απαντήσεις) αν και το γνωρίζει δεν το έχει ασκήσει μέχρι και σήμερα. Τέλος, 11 συμμετέχοντες (5,5 %) επέλεξαν να μην απαντήσουν.

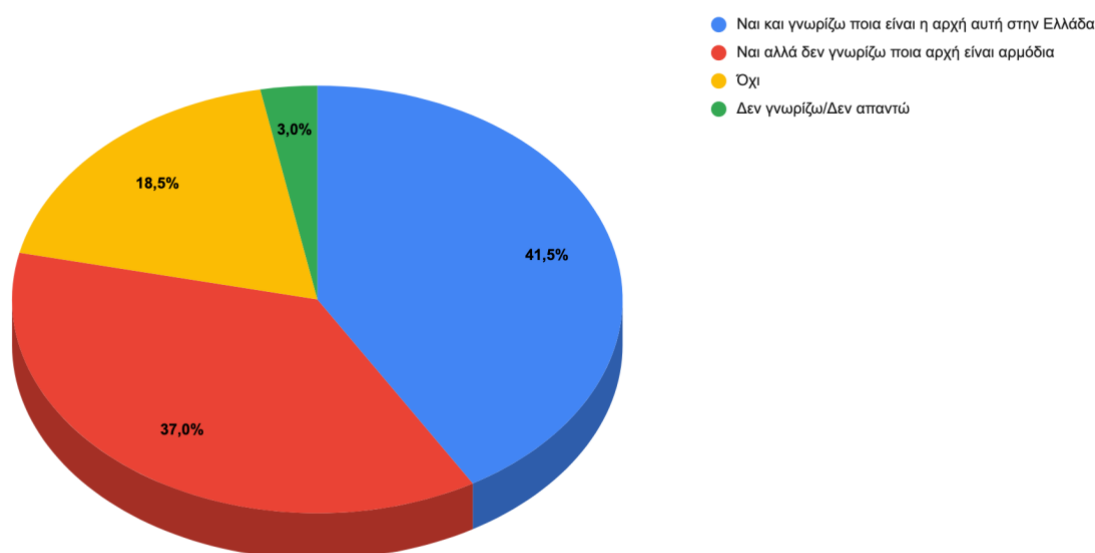
Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR) εγγυάται έναν αριθμό από δικαιώματα. Έχετε ακούσει ποτέ τα παρακάτω δικαιώματα;



Γράφημα 15 Γνώση των δικαιωμάτων υποκειμένου που εγγυάται ο ΓΚΠΔ

Η πλειοψηφία των ερωτώμενων (78,5%) φαίνεται στο Γράφημα 16 να γνωρίζει ότι στην Ελλάδα υπάρχει μία δημόσια Αρχή που είναι υπεύθυνη για την προστασία των δικαιωμάτων που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη ερώτηση κι αφορούν τα προσωπικά δεδομένα. Από αυτούς 83 συμμετέχοντες (41,5%) δηλώνουν ότι γνωρίζουν ποια είναι αυτή η Αρχή, χωρίς βέβαια να ζητείται να μας την υποδείξουν κιόλας. Το 37% (74 συμμετέχοντες) δεν γνωρίζουν ποια είναι η Αρχή αυτή. Μόλις 37 συμμετέχοντες (18,5%) αναφέρουν ότι αγνοούν εντελώς την ύπαρξη οποιασδήποτε Αρχής στην Ελλάδα, που είναι επιφορτισμένη με την προστασία των δικαιωμάτων που απορρέουν από την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων των υποκειμένων σύμφωνα με τις διατάξεις του ΓΚΠΔ. Τέλος, 6 συμμετέχοντες (3%) επιλέγουν να μην απαντήσουν.

Έχετε ακούσει για την ύπαρξη δημόσιας αρχής στην Ελλάδα που είναι υπεύθυνη για την προστασία των δικαιωμάτων σας όσον αφορά τα προσωπικά σας δεδομένα;



Γράφημα 16 Ποσοστά γνώσης της Αρχής που είναι υπεύθυνη για την προστασία των προσωπικών δεδομένων στην Ελλάδα

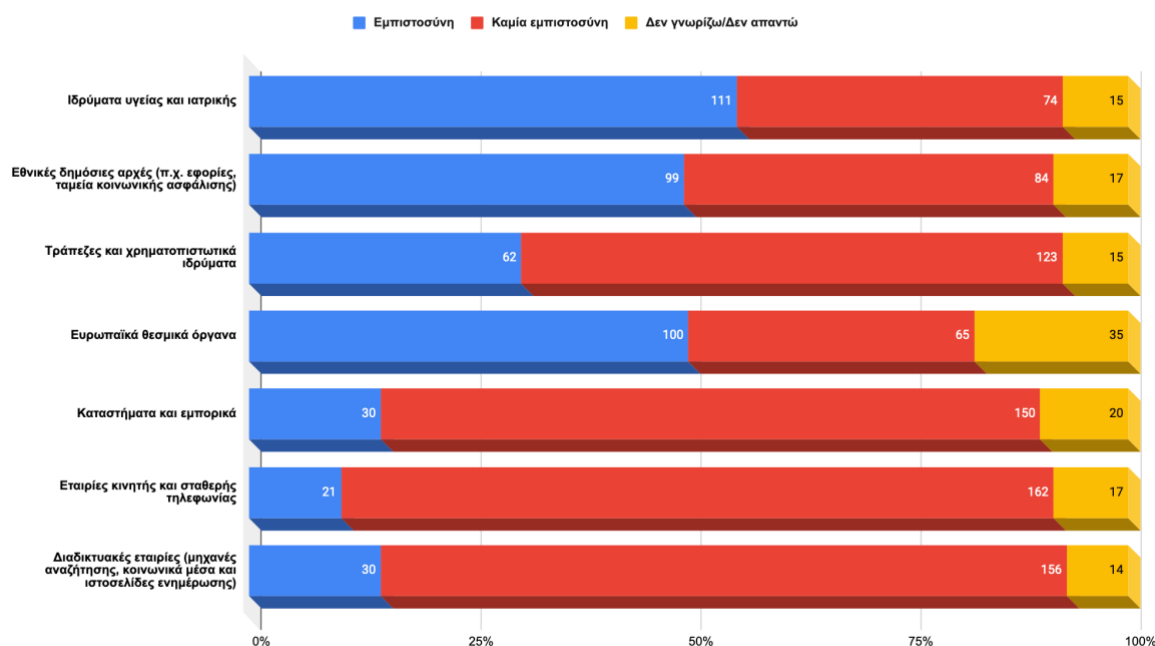
#### 4.4.3. Βαθμός εμπιστοσύνης χρηστών ενημερωτικών ιστοσελίδων σε αρχές και εταιρίες που συλλέγουν προσωπικά δεδομένα

Στην επόμενη ερώτηση ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να αναφέρουν σε τι βαθμό εμπιστεύονται διάφορες αρχές (δημόσιες και ιδιωτικές) και ιδιωτικές εμπορικές εταιρίες, οι οποίες συλλέγουν προσωπικά δεδομένα. Είναι εντυπωσιακό το γεγονός ότι τα ποσοστά εμπιστοσύνης σε δημόσιες αρχές, ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα και ιδρύματα υγείας

αγγίζουν ή ξεπερνούν το 50%, σε αντίθεση με τις εταιρίες του ιδιωτικού τομέα (τράπεζες, εταιρίες τηλεφωνίας, καταστήματα), που λαμβάνουν πολύ χαμηλό ποσοστό εμπιστοσύνης.

Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων αποτυπώνονται στο Γράφημα 17. Τα ιδρύματα υγείας και ιατρικής λαμβάνουν το υψηλότερο ποσοστό εμπιστοσύνης (55,5%), ενώ οι εταιρίες κινητής και σταθερής τηλεφωνίας το χαμηλότερο (10,5%).

Σε τι βαθμό εμπιστεύεστε τις ακόλουθες αρχές και ιδιωτικές εταιρίες να προστατεύσουν τα προσωπικά στοιχεία σας;



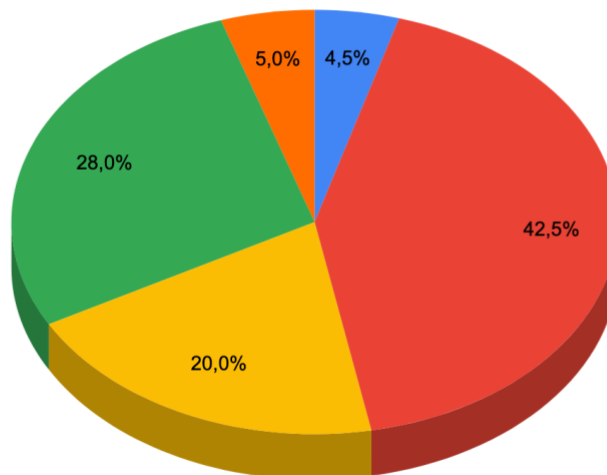
**Γράφημα 17 Βαθμός εμπιστοσύνης χρηστών σε αρχές και εταιρίες που επεξεργάζονται δεδομένα**

Στην επόμενη ερώτηση οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να σκεφτούν την πιθανότητα κάποιες από τις πληροφορίες που έχουν συλλεχθεί κι επεξεργάζονται από κρατικές αρχές και ιδιωτικές εταιρίες να χρησιμοποιηθούν από τους ανωτέρω για διαφορετικό σκοπό απ' αυτόν για τον οποίο συλλέχθηκαν, χωρίς να υπάρξει δική τους προηγούμενη ενημέρωση (π.χ. για άμεσο μάρκετινγκ, στοχευμένη διαδικτυακή διαφήμιση, δημιουργία προφίλ). Στη συνέχεια ρωτήθηκαν «Πόσο ανήσυχος/η είστε για την πιθανότητα να χρησιμοποιηθούν οι πληροφορίες σας για διαφορετικό σκοπό και μάλιστα χωρίς προηγούμενη ενημέρωσή σας;».

Σύμφωνα με το Γράφημα 18 το 42,5% (85 απαντήσεις) φαίνεται να ανησυχεί, αλλά μόνο το 28% (56 απαντήσεις) φαίνεται να ανησυχεί πολύ για ένα τέτοιο ενδεχόμενο. 40 από τους συμμετέχοντες (20%) δηλώνουν ότι ανησυχούν λίγο, ενώ το 4,5% (9 συμμετέχοντες) δεν ανησυχεί καθόλου. Τέλος, 10 συμμετέχοντες (5%) δεν απάντησαν.

Πόσο ανήσυχος/η είστε για την πιθανότητα να χρησιμοποιηθούν οι πληροφορίες σας για διαφορετικό σκοπό και μάλιστα χωρίς προηγούμενη ενημέρωσή σας;

- Καθόλου ανήσυχος/η
- Ανήσυχος/η
- Λίγο ανήσυχος/η
- Πολύ ανήσυχος/η
- Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ



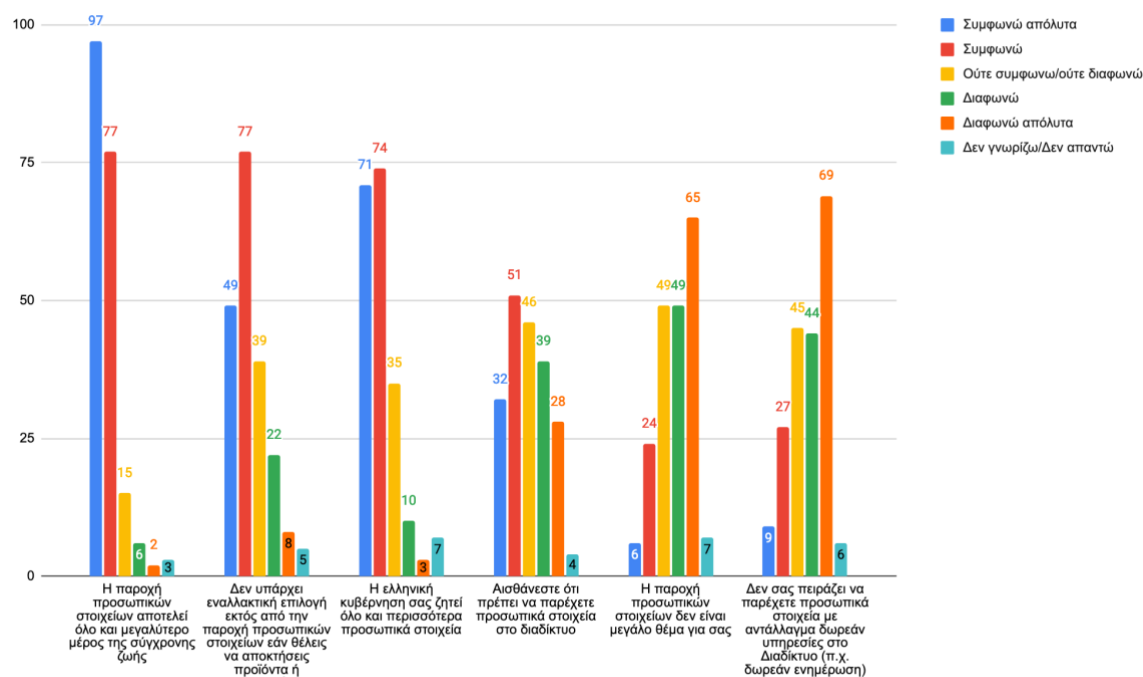
**Γράφημα 18 Βαθμός ανησυχίας για χρήση πληροφοριών για διαφορετικό σκοπό και χωρίς προηγούμενη ενημέρωση**

Στη συνέχεια ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να απαντήσουν σε έξι ερωτήσεις σχετικές με την παροχή προσωπικών στοιχείων στο διαδίκτυο, οι οποίες αποτυπώνονται στο Γράφημα 19 που ακολουθεί. Βασικός σκοπός των ερωτήσεων αυτών είναι η κατανόηση των στάσεων των συμμετεχόντων και η σημασία την οποία αυτοί αποδίδουν στα προσωπικά δεδομένα.

Το 87% των συμμετεχόντων πιστεύουν ότι η παροχή προσωπικών στοιχείων αποτελεί όλο και μεγαλύτερο μέρος της σύγχρονης ζωής, εκ των οποίων το 55,7% το πιστεύει απόλυτα. Μόλις 8 συμμετέχοντες διαφωνούν με την παραδοχή ότι η παροχή προσωπικών στοιχείων αποτελεί όλο και μεγαλύτερο μέρος της σύγχρονης ζωής.

Το 41,5% των συμμετεχόντων αισθάνονται ότι πρέπει να παρέχουν τα προσωπικά τους στοιχεία στο διαδίκτυο, ενώ το 63% των συμμετεχόντων θεωρούν ότι στην περίπτωση που κάποιος επιθυμεί να αποκτήσει προϊόντα ή υπηρεσίες, δεν έχει άλλη εναλλακτική επιλογή εκτός από την παροχή των προσωπικών του στοιχείων, ίσως όχι μόνο των απολύτως απαραίτητων.

Το 72,5% πιστεύει ότι η ελληνική κυβέρνηση ζητάει όλο και περισσότερα προσωπικά δεδομένα στο διαδίκτυο, αλλά μόνο το 36% των συμμετεχόντων θεωρούν μεγάλο θέμα γι' αυτούς την παροχή προσωπικών στοιχείων στο διαδίκτυο.



Γράφημα 19 Σκέψεις για την παροχή προσωπικών στοιχείων

#### 4.4.4. ΓΚΠΔ και Δημοσιογραφία

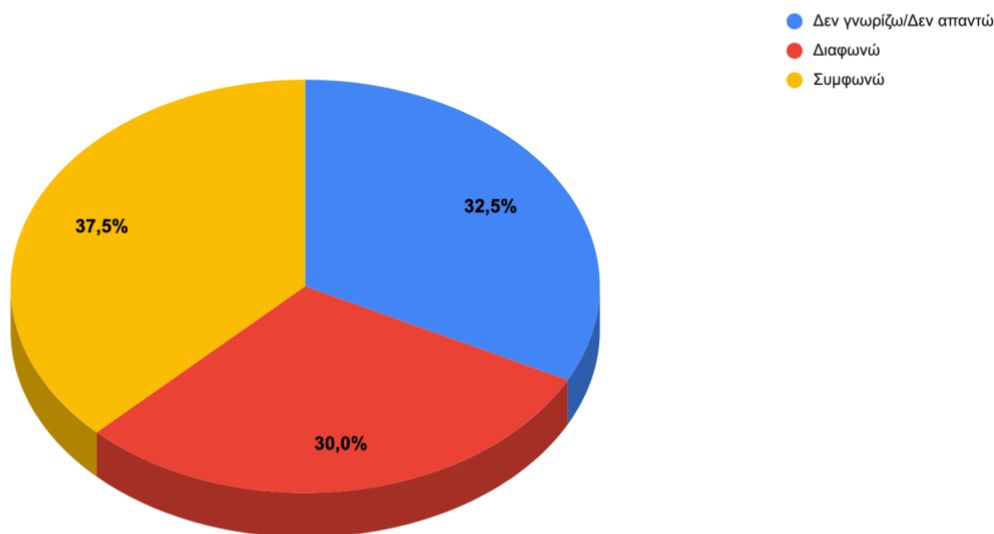
Η τελευταία ερώτηση της έρευνας σχετίζεται με τον τρόπο με τον οποίο δουλεύουν οι δημοσιογράφοι και συγκεκριμένα με τον τρόπο που επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα τα οποία συλλέγουν κατά τη διάρκεια της δημοσιογραφικής έρευνας. Περιλαμβάνει έξι υποερωτήματα, τα οποία έχουν ως σκοπό την κατανόηση των αντιλήψεων των χρηστών των ενημερωτικών ιστοσελίδων για τις πρακτικές των δημοσιογράφων και των ΜΜΕ σε σχέση με την ιδιωτικότητα δημοσίων προσώπων κι ιδιωτών.

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας έγινε διεξοδική ανάλυση της εξαίρεσης του άρθρου 85 ΓΚΠΔ. Ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες η γνώμη τους σχετικά με την πλήρη απαλλαγή των δημοσιογράφων από τις διατάξεις του Κανονισμού, όταν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα για τις δημοσιογραφικές και συντακτικές τους δραστηριότητες. Σύμφωνα με το Γράφημα 20 το 37,5% (75 συμμετέχοντες) φαίνεται να συμφωνεί με το νομικό πλαίσιο του ΓΚΠΔ (GDPR) για την

πλήρη απαλλαγή των δημοσιογράφων, ενώ το 30% (60 συμμετέχοντες) δεν συμφωνεί. Στη συγκεκριμένη ερώτηση το 32,5% (65 συμμετέχοντες) επέλεξε να μην απαντήσει.

Οι διαφορετικές αντιλήψεις των συμμετεχόντων για τη δημοσιογραφική εργασία αντικατοπτρίζουν τους λόγους για τους οποίους υιοθετήθηκε η εξαίρεση του άρθρου 85 ΓΚΠΔ (GDPR) κι ανατέθηκε στον εθνικό νομοθέτη κάθε κράτους μέλους να θεσπίσει νόμους που θα ρυθμίζουν την εξισορρόπηση των δικαιωμάτων προστασίας δεδομένων και της ελευθερίας της έκφρασης σε περιπτώσεις εντάσεων μεταξύ της ιδιωτικής ζωής και της ελευθερίας της έκφρασης. Η Reventlow (2019) υποστηρίζει ότι για τις χώρες που έχουν υιοθετήσει εθνική νομοθεσία που περιέχει δημοσιογραφική εξαίρεση, η ικανότητα προστασίας της ελευθερίας της έκφρασης θα εξαρτηθεί από την ποιότητα αυτών των νόμων περί προστασίας δεδομένων και από το εάν οι εθνικές αρχές τους εφαρμόζουν σύμφωνα με τα ισχύοντα πρότυπα του διεθνούς δικαίου.

Το νομικό πλαίσιο του ΓΚΠΔ (GDPR) προβλέπει πλήρη απαλλαγή των δημοσιογράφων από τις διατάξεις του Κανονισμού, όταν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα για τις δημοσιογραφικές και συντακτικές δραστηριότητές τους.



Γράφημα 20 Συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τη δημοσιογραφική εξαίρεση του άρθρου 85 ΓΚΠΔ;

Η συντριπτική πλειοψηφία (80%) των συμμετεχόντων πιστεύουν ότι οι δημοσιογράφοι δεν μπορούν να επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα δημοσίων προσώπων και ιδιωτών και να τα δημοσιοποιούν σε κάθε περίπτωση για να ικανοποιηθεί η περιέργεια του κοινού και το 82% πιστεύει ότι τα άτομα έχουν το δικαίωμα να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τα παραπάνω δεδομένα που αποθηκεύονται από τον υπεύθυνο του Μέσου ενημέρωσης.

Το 84% των συμμετεχόντων αξιώνει από τους δημοσιογράφους να ενεργούν με καλή πίστη και να μεταφέρουν με ακρίβεια τα γεγονότα στο κοινό σε οποιοδήποτε μέσο κι αν εργάζονται, ενώ το 88,5% των συμμετεχόντων πιστεύει ότι οι δημοσιογράφοι θα πρέπει να εκτιμούν τον δυνητικό αντίκτυπο που μπορεί να προκληθεί στις ζωές των ανθρώπων από τη διάδοση των πληροφοριών πριν προχωρήσουν στη δημοσίευση των προσωπικών πληροφοριών.

Έκπληξη προκαλεί το γεγονός ότι το 51% πιστεύει ότι οι δημοσιογράφοι παραβιάζουν το δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή όταν δημοσιεύουν φωτογραφίες δημοσίων προσώπων χωρίς την συγκατάθεσή τους σε υποθέσεις δημοσίου συμφέροντος. Ενδεχομένως η διατύπωση της συγκεκριμένης ερώτησης να προκάλεσε παρανοήσεις κι οι ερωτώμενοι να μην έδωσαν σημασία στο σημείο «υποθέσεις δημοσίου συμφέροντος». Σύμφωνα με την Ακριβοπούλου (2011) η συγκατάθεση είναι ένα σημαντικό στοιχείο για τον καθορισμό του αν μια δημοσίευση για μια λεπτομέρεια από την ιδιωτική ζωή κάποιου συγκρούεται με το δικαίωμα του ίδιου στην ιδιωτική ζωή. Από την άλλη πληροφορίες από την ιδιωτική ζωή μπορούν να δημοσιεύονται χωρίς τη συγκατάθεση, αν υπερισχύει το δημόσιο συμφέρον, δηλαδή εάν η αποκάλυψη των πληροφοριών δικαιολογείται από το δημόσιο συμφέρον ή ενδιαφέρον, τα οποία θεωρούνται ότι υπερισχύουν του σκεπτικού του ιδιωτικού απορρήτου του συγκεκριμένου ατόμου.

Η έννοια του δημοσίου συμφέροντος συνιστά, επομένως, μια "εναλλακτική αιτιολογία" για τη δημοσίευση. Είναι δύσκολο να προσδιοριστεί ξεκάθαρα το δημόσιο συμφέρον λόγω του κινδύνου να εξαιρεθούν ορισμένα θέματα ή να προταθεί ένας στενός ορισμός. Κατά τον καθορισμό του δημοσίου συμφέροντος, έχει σημασία για τους δημοσιογράφους το εάν η είδηση είναι σε θέση να συμβάλλει σε μια γενικότερη συζήτηση στη δημόσια σφαίρα και όχι για το αν θα καταφέρουν να επιτύχουν πλήρως το στόχο αυτό (Council of Europe, 2018).

Ο Αθανασιάδης (2008) υποστηρίζει ότι τα Δημόσια πρόσωπα αναπόφευκτα και συνειδητά θέτουν τους εαυτούς τους ανοιχτούς σε έλεγχο και κριτική από δημοσιογράφους και το ευρύ κοινό. Το δικαίωμα τους να κρατήσουν την ιδιωτική τους ζωή, μακριά από τα μάτια του κοινού είναι, ως εκ τούτου, πιο περιορισμένο. Οι δημοσιογράφοι θα πρέπει να σέβονται τις νόμιμες προσδοκίες των δημόσιων προσώπων στην ιδιωτικότητα, όταν ασκούν αμιγώς ιδιωτικές δραστηριότητες, αν η δημοσίευση δεν συμβάλλει σε ένα θέμα δημοσίου συμφέροντος (Council of Europe, 2018).



Ανακεφαλαιώνοντας, από τα αποτελέσματα της έρευνας μας προκύπτει ότι η ενημέρωση από το διαδίκτυο είναι πλέον καθολική, αλλά η πλειοψηφία των χρηστών του διαδικτύου φαίνεται να μην χρησιμοποιεί σωστά το διαδίκτυο, αποφεύγοντας να προστατεύσουν επαρκώς την ιδιωτικότητα τους. Δεν διστάζουν να παραχωρήσουν προσωπικές πληροφορίες στους παρόχους των ιστοσελίδων, αλλά και σε τρίτους συνεργάτες τους με αντάλλαγμα τη δωρεάν ενημέρωση. Δεν ενημερώνονται για τους όρους και τις πολιτικές απορρήτου και cookies κι αγνοούν τις ειδοποιήσεις που υποχρεωτικά συμπεριέλαβαν οι ιστοσελίδες μετά την υιοθέτηση του ΓΚΠΔ (GDPR), ο οποίος όπως σημειώνουν και οι Ryngaert & Taylor (2020) έχει παγκόσμιο αντίκτυπο, καθώς η μονομερής άσκηση δικαιοδοσίας της ΕΕ σε ορισμένες καταστάσεις που συνεπάγονται την προστασία δεδομένων είχε επιπτώσεις σε παγκόσμιες εταιρείες, κυβερνήσεις και χρήστες του Διαδικτύου. Παρά το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων απαντάει ότι γνωρίζει την ύπαρξη του ΓΚΠΔ (GDPR) και μίας ανεξάρτητης Αρχής στην Ελλάδα, η οποία είναι επιφορτισμένη με τον έλεγχο της εφαρμογής των διατάξεων του, επί της ουσίας αποδεικνύεται ότι αγνοεί παντελώς το περιεχόμενο των διατάξεων του και γνωρίζει τα δικαιώματα μόνο ονομαστικά χωρίς να έχει ασκήσει μέχρι και σήμερα κάποιο από αυτά. Τέλος, οι ερωτώμενοι φαίνεται να μην μπορούν να κατανοήσουν την εξαίρεση που εισάγει το άρθρο 85 ΓΚΠΔ (GDPR) για τις περιπτώσεις επεξεργασίας των προσωπικών πληροφοριών για δημοσιογραφικούς σκοπούς, υποστηρίζοντας πάντως ότι το δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή υπερισχύει από το δικαίωμα έκφρασης ακόμη και σε περιπτώσεις υποθέσεων δημοσίου συμφέροντος.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα διπλωματική εργασία επιχειρήθηκε η διερεύνηση των αντιλήψεων των χρηστών των ενημερωτικών ιστοσελίδων για την ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο και κατ' επέκταση για τα προσωπικά δεδομένα, τις πολιτικές απορρήτου και τις πολιτικές των cookies, ιδίως μετά την εφαρμογή του ΓΚΠΔ (GDPR), ο οποίος ισχύει άμεσα σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ από τον Μάιο 2018.

Για τους σκοπούς της εργασίας επιλέχθηκε η διεξαγωγή μίας πρωτογενούς περιγραφικής έρευνας, η οποία έχει ως σκοπό τον προσδιορισμό και την εκτίμηση των χαρακτηριστικών μιας δεδομένης κατάστασης. Η συλλογή των πρωτογενών δεδομένων επιλέχθηκε να γίνει μέσω της συμπλήρωσης ενός κατάλληλα διαμορφωμένου διαδικτυακού ερωτηματολογίου. Η συγκεκριμένη τεχνική προσέφερε έναν ευέλικτο τρόπο προκειμένου να πάρει απαντήσεις σε όλα τα θέματα διερεύνησης, χωρίς την ύπαρξη κενών απαντήσεων. Μέσα από την ποσοτική ανάλυση των δεδομένων γίνεται προσπάθεια κατανόησης της συμπεριφοράς του κοινού των ενημερωτικών ιστοσελίδων σε σχέση με τα προσωπικά του δεδομένα και πως αυτό συζητά τον ΓΚΠΔ (GDPR) μέσω της αντικειμενικής μέτρησης κι αριθμητικής ανάλυσης.

Από την παρούσα έρευνα εξάγονται ορισμένα ενδιαφέροντα αποτελέσματα. Κατ' αρχήν οι χρήστες του Διαδικτύου τείνουν να αποκαλύπτουν τα προσωπικά τους δεδομένα πολύ εύκολα και χωρίς να διαβάζουν τις πολιτικές απορρήτου των ιστοσελίδων. Παρά τη δηλωμένη ανησυχία, το ποσοστό αυτών που έχουν τον απόλυτο έλεγχο των προσωπικών τους δεδομένων στο διαδίκτυο είναι αρκετά χαμηλό. Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR) αναμφίβολα αυξάνει τις δυνατότητες των χρηστών να ελέγχουν τα προσωπικά τους δεδομένα στο διαδίκτυο. Είναι ένα βήμα προς ένα Διαδίκτυο με επίκεντρο τον χρήστη, ο οποίος, όμως, θα πρέπει να είναι ενημερωμένος.

Τα αποτελέσματα της έρευνας επιβεβαιώνουν την ύπαρξη του παραπάνω παράδοξου στην προστασία της ιδιωτικής ζωής στην Ελλάδα, το οποίο παρατηρείται σε πολλά κράτη μέλη της ΕΕ. Σε γενικές γραμμές διαπιστώνεται μια ευρεία γενική επίγνωση του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (79%) μεταξύ των χρηστών των ενημερωτικών ιστοσελίδων, αν και μόνο λίγο λιγότερο από το ένα δεύτερο (47%) έχει ακούσει για τον ΓΚΠΔ (GDPR) και γνωρίζει τι είναι.

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων έχει επίσης ακούσει για τα δικαιώματα που εγγυάται ο ΓΚΠΔ (GDPR), με εξαίρεση το δικαίωμα να έχουν λόγο όταν οι αποφάσεις είναι αυτοματοποιημένες (44,5%). Επιπλέον, οι ερωτηθέντες έχουν αρχίσει μέσα στα τελευταία 3,5 χρόνια εφαρμογής του ΓΚΠΔ (GDPR) να ασκούν τα δικαιώματά τους βάσει του ΓΚΠΔ (GDPR), επικαλούμενοι συχνότερα το δικαίωμα αντίρρησης στη λήψη άμεσου μάρκετινγκ (28,5%). Επιπλέον, η πλειονότητα των ερωτηθέντων (78,5%) γνωρίζει την ύπαρξη δημόσιας αρχής που είναι υπεύθυνη για την προστασία των δικαιωμάτων τους για τα προσωπικά δεδομένα, αλλά μόνο το 41,5% γνωρίζουν ποια είναι η Αρχή αυτή.

Αν και οι περισσότεροι ερωτηθέντες που παρέχουν πληροφορίες στο Διαδίκτυο αισθάνονται ότι έχουν τον έλεγχο αυτών των πληροφοριών (51,5%), μόνο μια μικρή μειοψηφία πιστεύει ότι έχει τον απόλυτο έλεγχο (4,5%). Το 59,5% δεν θεωρεί υπερβολικές τις ανησυχίες που υπάρχουν μεταξύ των χρηστών του διαδικτύου για την παραβίαση της ιδιωτικότητας, ενώ το 90,5% ανησυχεί ότι οι πληροφορίες που το αφορούν ενδέχεται να χρησιμοποιηθούν για διαφορετικό σκοπό και μάλιστα χωρίς την προηγούμενη ενημέρωσή του. Μέρος αυτής της ανησυχίας μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι μόνο το 16,5% από τους ερωτηθέντες δηλώνουν ότι νιώθουν πάντα ενημερωμένοι για τις συνθήκες υπό τις οποίες συλλέγονται και χρησιμοποιούνται τα προσωπικά δεδομένα που παρέχουν στο Διαδίκτυο. Μπορεί επίσης να συνδέεται με το γεγονός ότι αν και το 65% λένε ότι διαβάζουν δηλώσεις απορρήτου στο διαδίκτυο, μόνο το 12% τις διαβάζει πλήρως. Ο κύριος λόγος που οι ερωτηθέντες δεν διαβάζουν πλήρως τις διαδικτυακές δηλώσεις απορρήτου είναι ότι είναι πολύ μεγάλες και κουράζονται να τις διαβάσουν.

Οι κοινωνικο-δημογραφικές αναλύσεις αποκαλύπτουν ορισμένα συνεπή πρότυπα στα αποτελέσματα. Κατ' αρχήν όσο πιο υψηλό είναι το επίπεδο μόρφωσης των ερωτώμενων, τόσο πιο πιθανό είναι να γνωρίζουν για τον ΓΚΠΔ (GDPR) και να είναι πιο ενεργητικοί σχετικά με το απόρρητο στο διαδίκτυο. Ίσως δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι η ηλικιακή ομάδα 25-39 – σε μεγαλύτερο βαθμό από τις άλλες ηλικιακές ομάδες – ενημερώνεται καθημερινά από το Διαδίκτυο, αισθάνονται ότι έχουν τον έλεγχο των προσωπικών δεδομένων που παρέχονται στο διαδίκτυο, γνωρίζουν τις διατάξεις του ΓΚΠΔ (GDPR) και διαβάζουν τις πολιτικές απορρήτου και αισθάνονται ενημερωμένοι σχετικά με τη συλλογή και τη χρήση των προσωπικών τους δεδομένων στο διαδίκτυο.

Η έρευνα που διενεργήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας, προσδίδει ιδιαίτερα χρήσιμα συμπεράσματα αναφορικά με τις απόψεις των χρηστών των ενημερωτικών  
Διπλωματική Εργασία

ιστοσελίδων για την εφαρμογή του ΓΚΠΔ (GDPR), την ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο, τα προσωπικά δεδομένα και τις πολιτικές απορρήτου και των cookies. Παρά το γεγονός ότι καταβλήθηκε κάθε δυνατή προσπάθεια ώστε η διεξαγωγή της έρευνας να ολοκληρωθεί με επιτυχία, τα αποτελέσματα της υπόκεινται σε ορισμένους περιορισμούς.

Αρχικά, το δείγμα που επιλέχθηκε για την έρευνα (200 συμμετέχοντες) είναι ιδιαίτερα μικρό με αποτέλεσμα να μην επιτρέπεται γενίκευση των αποτελεσμάτων στον ευρύτερο πληθυσμό. Ένα μεγαλύτερο δείγμα είναι βέβαιο ότι θα οδηγούσε σε μια περισσότερο ολοκληρωμένη διερεύνηση των στάσεων των χρηστών των ενημερωτικών ιστοσελίδων που σχετίζονται με την επίδραση του ΓΚΠΔ (GDPR).

Το εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα μας για τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων είναι ένα ερωτηματολόγιο με 25 κλειστές ερωτήσεις που δημιουργήθηκε στη δωρεάν πλατφόρμα Google Forms και διαμοιράστηκε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ομάδες, φόρουμ) ως υπερσύνδεσμος. Στις σπουδές των Μέσων και εν γένει στις κοινωνικές σπουδές δεν υπάρχουν πολλές έρευνες σχετικά με την επίδραση του ΓΚΠΔ (GDPR). Ως εκ τούτου υπήρχε μία μικρή δυσκολία κατά τη δημιουργία του ερωτηματολογίου, η οποία ξεπεράστηκε μετά από έλεγχο και πιλοτική μελέτη για την εγκυρότητά και την αξιοπιστία του.

Επίσης, το ερωτηματολόγιο δεν ήταν δυνατό να καλύψει κάθε πτυχή του συγκεκριμένου θέματος. Οι συμμετέχοντες μπορούσαν να απαντήσουν επιλέγοντας μόνο μία επιλογή σε κάθε ερώτημα με αποτέλεσμα να υφίσταται περιορισμός στην έκφραση τους. Ενδεχομένως, η ύπαρξη ανοιχτών ερωτήσεων ή η διεξαγωγή της έρευνας με συνεντεύξεις να είχε διαφορετικά αποτελέσματα, ιδίως με τον συνδυασμό της ποσοτικής με την ποιοτική ανάλυση των δεδομένων, αλλά κάτι τέτοιο δεν ήταν εφικτό στην εποχή της κοινωνικής αποστασιοποίησης.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δείχνουν ότι απαιτείται περαιτέρω έρευνα σε ένα μεγαλύτερο δείγμα, όχι μόνο στην Ελλάδα και την ελληνική γλώσσα, αλλά και στα υπόλοιπα κράτη μέλη της ΕΕ. Η διεξαγωγή μιας συγκριτικής πανευρωπαϊκής μελέτης για την επίδραση του ΓΚΠΔ (GDPR) στη δημοσιογραφία και τους δημοσιογραφικούς οργανισμούς σε συνάρτηση με το θεμελιώδες δικαίωμα έκφρασης, προκειμένου να διαπιστωθεί ο βαθμός στον οποίο οι διαφορές στη νοοτροπία και την κουλτούρα των λαών

επηρεάζουν τον τρόπο υιοθέτησης των αλλαγών που επιβάλλει ο Κανονισμός, καθίσταται αναγκαία.

Όσον αφορά τη Δημοσιογραφία ο συντάκτης του Κανονισμού έχει αποφασίσει, όπως προαναφέρθηκε, να εξαιρέσει τη δημοσιογραφία στο άρθρο 85, πράγμα το οποίο επιβεβαιώνει τη Δημόσια Αξία της Ενημέρωσης (η απόλυτη δέσμευση στο προοίμιο κάθε Κώδικα Δεοντολογίας), από τις υποχρεώσεις επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων και ζητά από τις ευρωπαϊκές χώρες να εγγυηθούν την ελευθεροτυπία.

Η εξαίρεση από τον ΓΚΠΔ (GDPR) δείχνει από μόνη της ότι μάλλον δεν συμφωνεί ο νομοθέτης να κάνει ευνοϊκή χρήση του ΓΚΠΔ (GDPR) ο πολιτικός που ελέγχεται και απαιτεί δημοσιεύσεις κατά παραγγελία, ο φοροφυγάς που πληρώνει για να δημοσιεύεται η δική του εκδοχή, ο κατά συρροή εγκληματίας κι ο ανεύθυνος λειτουργός, ο εκφραστής μιας ρητορικής μίσους και ρατσισμού, που θέλει να ξαναγράψει την ιστορία ή ο απατεώνας που θα μπορούσε να προστατευτεί από την ανωνυμία.

Ο ευρωπαίος νομοθέτης γνωρίζει καλά ότι η δημοσιογραφία διέπεται από ένα τέτοιο αυστηρό αυτορρυθμιστικό – αυτοδεσμευτικό πλαίσιο Αρχών. Λειτουργεί με βάση ένα καταστατικό σύνταξης και δεοντολογίας με αυστηρές προβλέψεις και για το λόγο αυτό ενισχύει την ελευθερία της έκφρασης και την ενημέρωση προς το δημόσιο συμφέρον, εξαιρώντας τη δημοσιογραφία και την ακαδημαϊκή και στατιστική έρευνα. Ο Κώδικας Δεοντολογίας είναι ο GDPR της Δημοσιογραφίας.

Τέλος, σε έναν κόσμο που οι τεχνολογικές εξελίξεις χαρακτηρίζονται ραγδαίες και πολύ σύντομα θα μιλάμε για τον Σημασιολογικό Ιστό (Web 3.0), η συλλογή του όγκου των πληροφοριών από διαφορετικές πηγές και η εξαγωγή συμπερασμάτων για ένα πρόσωπο αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για την ιδιωτικότητα. Όπως αναφέρει ο Solove (2008) η ιδιωτικότητα διαταράσσεται από τη συλλογή μεγάλου όγκου Δεδομένων, η οποία επιτρέπει την παρακολούθηση σε μαζική κλίμακα μέσω της συνάθροισης πληροφοριών που αφορούν ένα πρόσωπο, δεδομένων από πολλές διαφορετικές πηγές, με δυνατότητες πολύπλοκης ανάλυσης των δεδομένων που συγκεντρώνονται και συνδυασμό των δεδομένων με νέους απρόβλεπτους τρόπους και την αποκάλυψη πληροφοριών για ένα πρόσωπο, οι οποίες δεν ήταν άμεσα γνωστές. Ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Ασφάλειας

Πληροφοριών άλλωστε έχει χαρακτηρίσει τα προσωπικά δεδομένα ως το «νέο πετρέλαιο» (“new oil”)<sup>24</sup>.

Παρά τους κινδύνους που ελλοχεύουν για την ιδιωτικότητα απαιτείται μια νέα προσέγγιση των δεδομένων, η οποία να είναι ευέλικτη ώστε να συνδυάζει την καινοτομία με την προστασία των προσωπικών δεδομένων και να παγιωθούν νέοι τρόποι που θα παρέχουν τη δυνατότητα να συμμετέχει ενεργά στη διαχείριση των δεδομένων και να κάνει ξεκάθαρες επιλογές ως προς τη χρήση τους. Αυτή η νέα προσέγγιση ακολουθείται από τον ΓΚΠΔ (GDPR), ο οποίος αποτελεί την θεμελιώδους σημασίας αντίδραση των κρατών μελών της ΕΕ προκειμένου να προστατευτεί η ιδιωτική ζωή των πολιτών τους κατά την εξέλιξη του διαδικτύου. Από την άλλη, όμως, οι πολίτες και κατ’ επέκταση οι χρήστες του διαδικτύου οφείλουν να είναι ενημερωμένοι σε ποιους και γιατί παρέχουν τα προσωπικά δεδομένα τους, που καταλήγουν και για ποιο σκοπό επεξεργάζονται και τέλος, να κατανοήσουν τη σημαντικότητα των δικαιωμάτων που εγγυάται ο ΓΚΠΔ (GDPR) για την προστασία της ιδιωτικής τους ζωής.

---

<sup>24</sup> ENISA, 2011b, pp. 26ff; WEF, 2011/ 2012}

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

### Ελληνόγλωσσες:

Αθανασιάδης, Η. (2008). Όψεις του ιδιωτικού στα ελληνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης. (Αδημοσίευτη Διδακτορική διατριβή), Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ), Αθήνα Ανακτήθηκε 30 Ιανουαρίου 2022 από <http://hdl.handle.net/10442/hedi/22855>

Αθανασιάδης, Η. (2011). Ιδιωτικός χώρος και μέσα ενημέρωσης: η ελληνική περίπτωση, Στο Στέλιος Παπαθανασόπουλος (Επιμ.), Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα (σσ. 266-276). Αθήνα: Καστανιώτης.

Ακριβοπούλου, Χ. (2011). Το δικαίωμα στην προστασία των προσωπικών δεδομένων μέσα από το φακό του δικαιώματος στην ιδιωτική ζωή. ΘΕΩΡΙΑ & ΠΡΑΞΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ. Τεύχος 7/2011. ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ.

Αντωνόπουλος, Ν., Βέγλης, Α. & Γιαννακουλόπουλος, Α. (2015). Η χρήση των cookies στους δικτυακούς τόπους των Μέσων Επικοινωνίας. Επικοινωνιακό Σύστημα, Μέσα και Βιώσιμη Ανάπτυξη. Ανακτήθηκε στις 9 Οκτωβρίου 2021 από <http://antonopoulos.info/papers>

Βέγλης, Α. (2019). E-Book, ΣΔΣ53: Διαδικτυακή Δημοσιογραφία. Πάτρα: ΕΑΠ.

Δεληγιάννη, Ε. (2004). Ηθική των ΜΜΕ. Δημοσιογραφική Δεοντολογία. Εκδόσεις Ι. Σιδέρης.

Δεμερτζής, Ν., Μανδενάκη, Κ. και Τσέκερης, Χ. (2020). Ιδιωτική ζωή και επιτήρηση στο Διαδίκτυο: η εποχή της μετα-ιδιωτικότητας, Κείμενα Εργασίας 2020/32. Αθήνα: ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (Διαθέσιμο στο <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3620556>).

Ιγγλεζάκης, Ι. (2020). Ο Γενικός Κανονισμός προστασίας προσωπικών δεδομένων. Κανονισμός 2016/679 και ο Εφαρμοστικός νόμος (ν. 4624/2019) (3η έκδοση). Interactive learning.

- Τσαρη, Φ. & Πουρκός, Μ. (2015). Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/5826>
- Ιωσηφίδης, Θ. (2008). Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στις Κοινωνικές επιστήμες. Επιστημονική Βιβλιοθήκη.
- Καραγιώργος, Δ. (2002). Μεθοδολογία έρευνας στις επιστήμες αγωγής. Εκδόσεις Σαββάλας.
- Καρκατζούνης, Β. (2019). Cookies και προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. ΔΙΤΕ (π. ΔΙΜΕΕ) Τεύχος 2/2019, σσ. 171-181
- Λαγουμιντζής, Γ., Βλαχόπουλος, Γ. & Κουτσογιάννης, Κ. (2015). Μεθοδολογία της έρευνας στις επιστήμες υγείας [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/5356>
- Λαμπρινουδάκης, Κ., Μήτρου, Α., Γκρίτζαλης, Σ. & Κάτσικας, Σ. (2010). Προστασία της Ιδιωτικότητας & Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνιών. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου
- Μήτρου, Α. (2004). Η νέα Οδηγία 2002/58/EK για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες. Δίκαιο Μέσων Ενημέρωσης & Επικοινωνίας 3/2004, σσ. 371-375.
- Μήτρου, Α. (2017). Ο γενικός Κανονισμός προστασίας προσωπικών δεδομένων. Νέο δίκαιο – νέες υποχρεώσεις – νέα δικαιώματα. Εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα Θεσσαλονίκη.
- Παναγοπούλου-Κουτνατζή, Φ. (2017). Ο Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων 679/2016/ΕΕ. Εισαγωγή και Προστασία Δεδομένων. Εκδόσεις Σάκκουλα Αθήνα Θεσσαλονίκη.
- Παπαγεωργίου, Γ. (1998), Μέθοδοι στην Κοινωνιολογική Έρευνα. Αθήνα: Gutenberg-Τυπωθήτω.
- Παπάνης, Ε. (2011). Μεθοδολογία Έρευνας και Διαδίκτυο. Εκδόσεις Ι. Σιδέρης.
- Παπαχαρίση, Ζ. (2008). Η εικονική σφαίρα 2.0: το διαδίκτυο και η δημόσια σφαίρα. Ζητήματα Επικοινωνίας, τ.7, σελ. 8-26.



Παππάς, Θ. (2002). Η μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας στις ανθρωπιστικές επιστήμες. Εκδόσεις Καρδαμίτσα

Παρασκευόπουλος Ι. (1999). Ερωματολόγιο διαπροσωπικής και ενδοπροσωπικής προσαρμογής. Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα

Ραμονέ, Ι. (2011). Η έκρηξη της Δημοσιογραφίας. Από τα μέσα μαζική ενημέρωσης στη μαζικότητα των μέσων ενημέρωσης. (μτφρ. Θοδωρής Τσαπακίδης) Αθήνα: Εκδόσεις του Εικοστού Πρώτου

Σπυρίδου Λ. (2009), Προβολή δημοσιογραφικού υλικού στο διαδίκτυο: μελέτη της διαδραστικότητας των ηλεκτρονικών εκδόσεων των ελληνικών εφημερίδων (Αδημοσίευτη Διδακτορική διατριβή), Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη Ανακτήθηκε 7 Οκτωβρίου 2021 από <http://ikee.lib.auth.gr/record/113663?ln=el>

Τάσσης, Σπ. (2016). Τεχνολογία και Ιδιωτικότητα. Στο Κοτσαλής Λ. (επιμ.), Προσωπικά Δεδομένα (σσ. 327-352). Αθήνα: Νομική βιβλιοθήκη

Τρευλάκη, Α. (2017). Διαστάσεις του ψηφιακού χάσματος στην Ελλάδα. Κοινωνία της Πληροφορίας. Διακυβέρνηση και Διαδίκτυο (επιμ. Δεμερτζής Ν.). Αθήνα: ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ (ΕΚΚΕ) σελ. 37-59

Φίλιας, Β. (2001). Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών. Αθήνα: Εκδ. Gutenberg.

Χαλικιάς, Μ., Μανωλέσου, Α. & Λάλου, Π. (2015). Μεθοδολογία Έρευνας και Εισαγωγή στη Στατιστική Ανάλυση Δεδομένων με το IBM SPSS STATISTICS [ηλεκτρ. βιβλ.]. Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/5076>

Χρονάκη, Δ. (2018). E-Book, ΣΔΣ52: Δημοσιογραφική Δεοντολογία και Ηθική. Πάτρα: ΕΑΠ.

### **Ξενόγλωσσες:**

Acquisti, A. and Grossklags, J. (2007). «What can behavioral economics teach us about privacy. Στο Acquisti A., Gritzalis S., Lambrinoudakis C., di Vimercati S. (eds), Digital privacy: theory, technology, and practices (σελ. 363-77). Auerbach Publications.



- Amoore, L., and De Goede, M. (2005). «Governance, risk and dataveillance in the war on terror». *Crime, Law and Social Change*, 43: 149-173.
- Babbie E. (2011) Εισαγωγή στην Κοινωνική Έρευνα. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Bardoel, J. (2002). The internet, journalism and public communication policies. *Gazette*, τ. 64 (5), σ. 501-511.
- Boczkowski, P, Mitchelstein, E, Matassi, M (2018). “News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media Vol 20, Issue 10, 2018 *New Media & Society* pp. 3523–3539
- Brown, B. (2001). «Studying the internet experience». Hp Laboratories Technical Report HPL 49. <https://www.hpl.hp.com/techreports/2001/HPL-2001-49.pdf> [πρόσβαση Ιανουάριος 2022].
- Bitiukova, N. (2020). Journalistic Exemption under the European Data Protection Law. Vilnius Institute for Policy Analysis, Policy Paper Series Διαθέσιμο στο: <https://ssrn.com/abstract=3531977>
- Bollinger, D. (2021). Analyzing Cookies Compliance with the GDPR. Master Thesis. Swiss Federal Institute of Technology, Zurich. Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.3929/ethz-b-000477333>
- Clarke, R. (1988). «Information technology and dataveillance». *Communication. ACM* 31 (5): 498-512, <http://www.rogerclarke.com/DV/CACM88.html> [πρόσβαση Ιανουάριος 2022].
- Clarke, R. (1994). «Dataveillance by governments: The technique of computer matching». *Information Technology & People*, 7 (2): 46-85.
- Council of Europe (2018). Guidelines on Safeguarding Privacy in the Media. Ανακτήθηκε στις 28 Ιανουαρίου 2022 από <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/-/guidelines-on-safeguarding-privacy-in-the-med-1>
- Degeling, M., Utz, C., Lentzsch, C., Hosseini, H., Schaub F. & Holz, T. (2019). We Value Your Privacy ... Now Take Some Cookies: Measuring the GDPR’s Impact on Web Privacy Διαθέσιμο στο: DOI:10.14722/ndss.2019.23378

- Demertzis, N. and Tsekeris, C. (2018). «Multifaceted European Public Sphere - Socio-Cultural Dynamics». Στο B. Cammaerts, N. Anstead and R. Stupart, Media@LSE Working Paper Series. Media and Communications, Media@LSE, London School of Economics and Political Science
- Deuze, M. (2003). The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online, *New Media and Society*, Vol.5(2), pp. 203-230.
- Deuze, M. (2010). Journalism and Convergence Culture. In Stuart Allan (Eds.), *The Routledge Companion to News and Journalism*, (pp.267-276), New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Diakopoulos, N. (2014). Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism*, 3(3), σσ. 398-415.
- Dinev, T. and Hart P. (2008). «An extended privacy calculus model for e-commerce transactions». *Information Systems Research*, 17(1): 61-80.
- Eskens, S. (2019). A right to reset your user profile and more: GDPR-rights for personalized news consumers. *International Data Privacy Law*, Volume 9 issue 3, (pp. 153-172). Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1093/idpl/ipz007>
- Finucane, M.L, Alhakami, A., Slovic, P. and Johnson, S.M. (2000). «The Affect Heuristic in Judgment of Risks and Benefits». *Journal of Behavioral Decision Making*, 13 (1): 1-17.
- Flemming, D. (2000). *Formations: A 21st century media studies textbook*. Manchester: University Press.
- Flew, T. (2005). *New Media: An introduction* (2nd edition). Melbourne, VIC: Oxford University Press.
- Freedman, D. (2009). The Political Economy of the ‘New’ News Environment. In Fenton, N. (Ed.), *New Media, Old News* (pp. 35-50). London: Sage.
- Ganesh, M. I., Deutch, J. and Schulte, J. (2016). «Privacy, anonymity, visibility: dilemmas in tech use by marginalised communities». Brighton: IDS, [https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/12110/TacticalTech\\_Online\\_FINAL3.pdf](https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/12110/TacticalTech_Online_FINAL3.pdf) [πρόσβαση Ιανουάριος 2022].

- Hache, A. and Jansen, F. (2018). «Privacy, surveillance and data tracking: why does it matter for human rights defenders? ». Free media: issues, challenges and proposals, Ιούλιος 2018, <https://www.ritimo.org/Privacy-Surveillance-and-Data-Tracking-Why-Does-it-Matter-for-Human-Rights#nb20> [πρόσβαση Ιανουάριος 2022].
- Haim, M., Graefe, A. & Brosius, HB. (2018). Burst of the Filter Bubble? Effects of personalization on the diversity of Google News. Digital Journalism Volume 6, 3 pp. 330-343. Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338145>
- Hodges, L. (2009). Privacy and the Press. In Wilkins, L. & Christians, C. (Eds.), THE HANDBOOK OF MASS MEDIA ETHICS, (pp. 276-287). New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Ishmaev, G. (2019). Rethinking Trust in the Internet of Things. In Leenes R., Van Brakel R., Gutwirth S. & De Hert P. (Eds). Data Protection and Privacy: The Internet of Bodies, (pp. 203-230). Hart Publishing.
- Javeau, C. (2000). Η έρευνα με ερωτηματολόγιο. (μτφρ. Τζαννόνε – Τζώρτζη, Κ.). Εκδόσεις: Τυποθήτω – Γιώργος Δαρδάνος.
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. International Journal of Cultural Studies 7 (1): 33- 43.
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture – Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.
- Kokolakis, S. (2017). «Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon». Computers & Security, 64: 122- 134.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2007). The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect, Completely Updated and Revised. New York City, USA: Three Rivers Press.
- Libert, T., Graves, L. & Nielsen, RK. (2018). Changes in Third-Party Content on European News Websites after GDPR. Reuters Institute. Διαθέσιμο στο: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/changes-third-party-content-european-news-websites-after-gdpr>
- Lull, J. & Hinerman, S. (1997) (eds.), Media Scandals: Morality and desire in the

Popular Culture Marketplace. Cambridge: Polity Press.

Lyon, D. (2001). *Surveillance Society: Monitoring Everyday Life*. Buckingham: Open University Press.

Madden, M. (2014). «Public perceptions of privacy and security in the post-snowden era». Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2014/11/12/public-privacy-perceptions/> [πρόσβαση Ιανουάριος 2022].

Madrigal, A. (2012). If it was your job to read privacy policies for 8 h per day, it would take you 76 work days to complete the task. <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/03/reading-the-privacy-policies-you-encounter-in-a-year-would-take-76-work-days/253851/>. Accessed 29 Jan 2022.

Matthan, R. (2018). *Privacy 3.0: Unlocking Our Data-Driven Future*. HarperCollins

Norberg, P.A, Horne, D.R and Horne, D.A. (2007). «The privacy paradox: personal information disclosure intentions versus behaviors». *Journal of Consumer Affaires*, 41 (1) : 100-126.

Norris, P. (2001). *Digital divide*. Cambridge: Cambridge University Press.

Nyquist, F. & Liljedahl Hildebrand, T. (2021). Cookies, GDPR and Dark patterns: Effect on consumer privacy, Student Thesis. Blekinge Institute of Technology, Faculty of Computing, Department of Computer Science. Διαθέσιμο στο: <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1570073&dswid=4171>

Obar, J.. and Oeldorf-Hirsch, A. (2018). The Biggest Lie on the Internet: Ignoring the Privacy Policies and Terms of Service Policies of Social Networking Services. *Information, Communication & Society*, pp. 1-20, 2018., TPRC 44: The 44th Research Conference on Communication, Information and Internet Policy, 2016., Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2757465> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2757465>

Oetzel, M.C and Gonja, T. (2011). «The online privacy paradox: a social representations perspective». *Proceedings of CHI'11 extended abstracts on human factors in computing systems*, 7–12 Μαΐου, Vancouver, Canada.

Park, Y.J., Chung, J.E and Shin, D.H. (2018). «The structuration of digital ecosystem, privacy, and big data intelligence». *American Behavioral Scientist*, SAGE Publications, 1-19.

- Reventlow, N.J. (2020). "Can the GDPR and Freedom of expression coexist?". SYMPOSIUM ON THE GDPR AND INTERNATIONAL LAW. AJIL Unbound , Volume 114 , 2020 , pp. 31 – 34. Published online by Cambridge University Press. (Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1017/aju.2019.77>)
- Robson, C. (2010). Η έρευνα του πραγματικού κόσμου (μτφρ. Νταλάκου, Β. & Βασιλάκου, Κ.). Εκδόσεις Gutenberg.
- Ryngaert, C. & Taylor, M. (2020). The GDPR as Global Data Protection Regulation?.AJIL Unbound , Volume 114 , 2020 , pp. 5 - 9 Published online by Cambridge University Press Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1017/aju.2019.80>
- Sanford, M., & Yasserli, T. (2021, April 7). The Kaleidoscope of Privacy: Differences across French, German, UK, and US GDPR Media Discourse. Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.31235/osf.io/4anzs>
- Seaton, J. (2011). Δημόσιο, ιδιωτικό και μέσα ενημέρωση. Στο Στέλιος Παπαθανασόπουλος (Επιμ.) Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα (σσ. 251-265). Αθήνα: Καστανιώτης.
- Sharma, S. (2020). Data Privacy and GDPR Handbook. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Siapera, E. (2012a). Understanding New Media. London: Sage Publications.
- Siapera, E. (2012b). Forms of Online Journalism and Politics, in E. Siapera and A. Veglis (eds) The Handbook of Global Online Journalism, p.p. 155-175, John Wiley and Sons, Inc.
- Solove, D. (2006). A Taxonomy of Privacy. University of Pennsylvania Law Review Vol. 154, No. 3 (Jan., 2006), pp. 477-564 (88 pages). Published By: The University of Pennsylvania (Διαθέσιμο στο : <https://doi.org/10.2307/40041279> ).
- Spiekermann, S., Grossklags, J., Berendt, B. (2001). «E-privacy in 2<sup>nd</sup> generation e-commerce: privacy preferences versus actual behavior". Proceedings of the 3rd ACM conference on electronic commerce. Florida, USA, 38-47.
- Srnicek, N. (2017). Platform Capitalism. Polity Press.
- Strahilevitz, L. and Kugler, M. (2016). "Is Privacy Policy Language Irrelevant to Consumers?" 45 The Journal of Legal Studies S69 Forthcoming, University of Chicago

Coase-Sandor Institute for Law & Economics Research Paper No. 776, Northwestern Law & Econ Research Paper No. 16-19, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2838449>

Thurman, N. & Myllylahti, M. (2009). TAKING THE PAPER OUT OF NEWS. A case study of Taloussanomat, Europe's first online-only newspaper. Journalism Studies Volume 10 Issue 5 pp. 691-708. Διαθέσιμο στο <https://doi.org/10.1080/14616700902812959>

Thurman, N. & Schifferes, S. (2012). THE FUTURE OF PERSONALIZATION AT NEWS WEBSITES. Lessons from a longitudinal study. Journalism studies Volume 13 Issue 5-6. Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.664341>

Thompson, J. (2001), Πολιτικά Σκάνδαλα στην Εποχή της Εικόνας, Στο Σ. Παπαθανασόπουλος (επιμ), Α. Φιλιππάτος (μτφρ), Επικοινωνία και Κοινωνία, Αθήνα: Καστανιώτης.

TRUSTe (2014). US Consumer Confidence Privacy Report Consumer Opinion and Business Impact. Διαθέσιμο [http://www.theagitator.net/wp-content/uploads/012714\\_ConsumerConfidenceReport\\_US1.pdf](http://www.theagitator.net/wp-content/uploads/012714_ConsumerConfidenceReport_US1.pdf), [πρόσβαση Ιανουάριος 2022].

Van Dijck, J. (2013). The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media, Oxford: Oxford University Press.

Vermeer, S., Trilling, D., Kruijemeier, S. & De Vreese, C. (2020). Online News User Journeys: The Role of Social Media, News Websites, and Topics. Digital Journalism Volume 8, Issue 9 pp. 1114-1141. Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1767509>

Voss, WG. (2017). First the GDPR, Now the Proposed ePrivacy Regulation. Journal of Internet Law, Vol. 21, No. 1, pp. 3-11. Διαθέσιμο στο: <https://ssrn.com/abstract=3008765>

Westin, A. (2003). Social and Political Dimensions of Privacy. Journal of Social Issues Volume 59 Issue 2 (pp. 431-453) <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00072>

Wilson, D. and Valacich, J.S. (2012). «Unpacking the privacy paradox: irrational decision-making within the privacy calculus. In: Proceedings of the 33rd international conference on information systems (ICIS2012), 16-19 Δεκεμβρίου, Florida, USA.

## **Παράρτημα Α: Ερωτηματολόγιο έρευνας**

## Αντιλήψεις για τον ΓΚΠΔ (GDPR) από τους χρήστες των ενημερωτικών ιστοσελίδων

Είμαι ο Δημήτριος Μωρίδης, φοιτητής του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών «Σύγχρονες Δημοσιογραφικές Σπουδές» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου και στα πλαίσια της εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας διεξάγω έρευνα με θέμα την πρόσληψη της έννοιας του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (GDPR) από τους χρήστες του διαδικτύου που ενημερώνονται μέσα από τις ενημερωτικές ιστοσελίδες. Για το λόγο αυτό σας παρακαλώ να αφιερώσετε λίγο από τον πολύτιμο χρόνο σας για την συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου κλειστών ερωτήσεων, ακολουθώντας τις οδηγίες σε κάθε ερώτηση.

Οι απαντήσεις σας θα παραμείνουν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τους σκοπούς της παρούσας μελέτης. Μια σύνοψη των αποτελεσμάτων της έρευνας θα σας κοινοποιηθεί μετά την ολοκλήρωση της μελέτης, εφόσον το επιθυμείτε κι αφού αποστείλετε email στην ακόλουθη ηλεκτρονική διεύθυνση. Το ερωτηματολόγιο αυτό είναι ανώνυμο ενώ τα δημογραφικά στοιχεία που ζητούνται αποσκοπούν μόνο στη συλλογή στατιστικών στοιχείων και καλύπτονται από πλήρη εχεμύθεια και προστασία προσωπικών δεδομένων. Σε οποιοδήποτε στάδιο της διαδικασίας συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου μπορείτε να εγκαταλείψετε χωρίς να έχουν αποθηκευτεί οι έως τότε προτιμήσεις σας, καθώς κάτι τέτοιο πραγματοποιείται μόνο με την επιλογή «Υποβολή», που σημαίνει την ανεπιφύλακτη ολοκλήρωση της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Σας παρακαλώ να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις με ειλικρίνεια και με τον τρόπο που ορίζεται κάθε φορά.

Τα στοιχεία του ερωτηματολογίου χρησιμοποιούνται για καθαρά ερευνητικούς – επιστημονικούς λόγους. Για τη συμπλήρωσή του χρειάζονται λιγότερο από δέκα (10) λεπτά και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για το χρόνο και την πολύτιμη συνεισφορά σας.

Υπεύθυνος Έρευνας:

Δημήτριος Α. Μωρίδης

Φοιτητής ΠΜΣ Σύγχρονες Δημοσιογραφικές Σπουδές της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου

std501905@ac.eap.gr

Επιβλέπουσα: Δρ. Δέσποινα Χρονάκη ΕΑΠ, chronaki.despoina@ac.eap.gr

### Δημογραφικά Στοιχεία και Ιδεολογική τοποθέτηση

1. Το φύλο σας;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

☐

Ανδρας

☐

Γυναίκα

2. Η ηλικία σας;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

☐

15-24

☐

25-39

☐

40-54

☐

55 και άνω

3. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

☐

Αναλφάβητος

☐

Απόφοιτος Δημοτικού

☐

Απόφοιτος Γυμνασίου

☐

Απόφοιτος Λυκείου/ΙΕΚ

☐

Απόφοιτος Πανεπιστημιακής σχολής / ΤΕΙ

☐

Κάτοχος μεταπτυχιακού / διδακτορικού διπλώματος

4. Ποια είναι η επαγγελματική σας ενασχόληση

Διπλωματική Εργασία



Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Αυτοαπασχολούμενος Ελεύθερος επαγγελματίας/Επιστήμονας  
☐ Εργαζόμενος στον ιδιωτικό τομέα  
☐ Άνεργος  
☐ Εργαζόμενος στο δημόσιο τομέα πλήν σωμάτων ασφαλείας  
☐ Στρατιωτικός/Αστυνομικός/Πυροσβέστης/Λιμενικό Σώμα  
☐ Μαθητής/Φοιτητής  
☐ Συνταξιούχος

5. Σε τι περιοχή ζείτε;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Σε μεγάλο αστικό κέντρο  
☐ Σε μικρή ή μεσαίου μεγέθους αστική περιοχή  
☐ Σε αγροτική περιοχή/χωριό

6. Που θα τοποθετούσατε ιδεολογικά τον εαυτό σας;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Άκρα Αριστερά  
☐ Αριστερά  
☐ Κεντροαριστερά  
☐ Κέντρο  
☐ Κεντροδεξιά  
☐ Δεξιά  
☐ Άκρα Δεξιά  
☐ Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

7. Επίσης από τους παρακάτω ιδεολογικούς χαρακτηρισμούς ή ταυτότητες θα ήθελα να μου πείτε ανεξαρτήτως του τι ψηφίζετε στις εκλογές ποιος ή ποια ταιριάζει καλύτερα στις δικές σας ιδέες

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Εθνικισμός  
☐ Συντηρητισμός  
☐ Νεοφιλελευθερισμός  
☐ Φιλελευθερισμός – Δημοκρατικό Κέντρο  
☐ Σοσιαλδημοκρατία  
☐ Οικολογία  
☐ Δημοκρατικός Σοσιαλισμός  
☐ Κομμουνισμός  
☐ Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

## Χρήση του Διαδικτύου

8. Πόσο συχνά ενημερώνεστε από το διαδίκτυο;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Καθημερινά  
☐ Συχνά/μερικές φορές  
☐ Ποτέ

9. Θα μπορούσατε να μου απαντήσετε πόσο συχνά

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά

Διπλωματική Εργασία

	Καθημερινά ή σχεδόν καθημερινά	Δυο ή τρεις φορές τη βδομάδα	Μια φορά τη βδομάδα	Δυο ή τρεις φορές το μήνα	Λιγότερο συχνά	Ποτέ
Χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για να ενημερωθείτε μέσω σταθερής σύνδεσης στο σπίτι						
Χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για να ενημερωθείτε μέσω φορητής συσκευής (π.χ. smartphone, tablet, laptop)						
Χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για να ενημερωθείτε στον χώρο που εργάζεστε						
Χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για να ενημερωθείτε σε οποιοδήποτε άλλο χώρο (π.χ. σχολείο, πανεπιστήμιο κτλ)						

10. Με ποιο κριτήριο επιλέγετε το διαδικτυακό μέσο από το οποίο θα πληροφορηθείτε για θέματα της τρέχουσας επικαιρότητας;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Επιλέγω ένα ή περισσότερα μέσα τα οποία εκφράζουν τις πολιτικές/ιδεολογικές μου αντιλήψεις και συνήθως ενημερώνομαι αποκλειστικά από αυτά γιατί τα θεωρώ αξιόπιστα
- ☐ Επιλέγω ένα ή περισσότερα μέσα τα οποία εκφράζουν τις πολιτικές/ιδεολογικές μου αντιλήψεις αλλά ταυτόχρονα επιλέγω κι άλλες ενημερωτικές ιστοσελίδες που δεν εκφράζουν τις ιδεολογικές μου αντιλήψεις
- ☐ Χρησιμοποιώ μηχανή αναζήτησης ειδήσεων και επιλέγω τα θέματα που μου προτείνονται τυχαία και μέσω αυτών πληροφορούμαι σε διάφορες ενημερωτικές ιστοσελίδες, άσχετα με τις ιδεολογικές μου πεποιθήσεις

## Διαδίκτυο και Ιδιωτικότητα

11. Σε ποιο βαθμό κάνετε κάποια ή κάποιες από τις παρακάτω σκέψεις;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Δεν υπάρχει ιδιωτικότητα και πρέπει να το δεχτούμε					
Ανησυχώ μήπως οι κυβερνήσεις παραβιάζουν την ιδιωτικότητα μέσω του διαδικτύου					
Ανησυχώ μήπως μεγάλες εταιρίες παραβιάζουν την ιδιωτικότητα μέσω του διαδικτύου					
Ανησυχώ μήπως άλλα πρόσωπα παραβιάζουν την ιδιωτικότητα μέσω του διαδικτύου					

Προστατεύω ενεργά την ιδιωτικότητα μου όταν χρησιμοποιώ το διαδίκτυο					
Οι ανησυχίες για παραβίαση της ιδιωτικότητας στο διαδίκτυο είναι υπερβολικές					
Αισθάνομαι ότι ελέγχω την ιδιωτικότητα μου στο διαδίκτυο					

12. Πόσο έλεγχο νιώθετε ότι έχετε στις πληροφορίες που παρέχετε διαδικτυακά

πχ την ικανότητα διόρθωσης αλλαγής ή διαγραφής αυτών των πληροφοριών;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Πλήρη έλεγχο
- ☐ Μερικό Έλεγχο
- ☐ Καθόλου έλεγχο
- ☐ Εξαρτάται από τον ιστότοπο ή την εφαρμογή
- ☐ Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

13. Γενικά όταν σας ζητείται να παρέχετε προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο πόσο συχνά θα λέγατε ότι ενημερώνεστε για τους όρους συλλογής και περαιτέρω χρήσεις των δεδομένων σας;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Πάντα
- ☐ Μερικές Φορές
- ☐ Δεν έχω ρωτηθεί ποτέ να παράσχω προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο
- ☐ Ποτέ
- ☐ Σπάνια

14. Όταν σκέφτεστε τις δηλώσεις απορρήτου στο Διαδίκτυο ποια από τις παρακάτω προτάσεις περιγράφει καλύτερα αυτό που κάνετε συνήθως;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Τις διαβάζω πλήρως
- ☐ Τις διαβάζω αποσπασματικά
- ☐ Δεν τις διαβάζω καθόλου
- ☐ Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

15. Ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους συνήθως δεν διαβάσετε δηλώσεις απορρήτου ή τις διαβάσετε μόνο εν μέρει; (μέχρι 3 απαντήσεις) \*

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν

- ☐ Θεωρείτε ότι είναι μακροσκελείς και σας κουράζει να τις διαβάσετε
- ☐ Θεωρείτε ότι είναι γραμμένες σε μη κατανοητή γλώσσα
- ☐ Πιστεύετε ότι ο νόμος θα σας προστατεύσει σε κάθε περίπτωση
- ☐ Θεωρείτε ότι δεν είναι κάτι σημαντικό για να το διαβάσετε
- ☐ Θεωρείτε ότι οι ιστοσελίδες δεν συμμορφώνονται σε αυτές
- ☐ Δεν ξέρετε που βρίσκονται μέσα στην ιστοσελίδα
- ☐ Διαβάζω πάντα πλήρως τις πολιτικές απορρήτου
- ☐ Άλλο:

16. Στην περίπτωση που ενημερώνεστε από διαδικτυακά μέσα που σας εκφράζουν πολιτικά/ιδεολογικά πόσο ασφαλείς νιώθετε ώστε να παρέχετε πληροφορίες για εσάς χωρίς να διαβάσετε την πολιτική απορρήτου και την πολιτική των cookies; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

- ☐ Νιώθω απόλυτα ασφαλής ότι οι πληροφορίες μου δεν θα τύχουν παράνομης επεξεργασίας καθώς κάτι τέτοιο είναι ιδεολογικά αντίθετο με την ιδεολογία που το μέσο πρεσβεύει

Διπλωματική Εργασία

☐ Νιώθω ασφαλής ότι οι πληροφορίες μου δεν θα τύχουν παράνομης επεξεργασίας από την ενημερωτική ιστοσελίδα αλλά δεν νιώθω ασφαλής για την περαιτέρω χρησιμοποίησή τους από τρίτους συνεργάτες της ιστοσελίδας.

☐ Νιώθω ιδιαίτερα ανασφαλής σε κάθε περίπτωση

## Προσωπικά Δεδομένα ΓΚΠΔ (GDPR) και Δημοσιογραφία

17. Κατά τη γνώμη σας η επιβολή των κανόνων για την προστασία των προσωπικών δεδομένων θα έπρεπε να πραγματοποιείται ... ; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

☐ Σε ευρωπαϊκό επίπεδο

☐ Σε εθνικό επίπεδο

☐ Σε περιφερειακό/τοπικό επίπεδο

☐ Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

☐ Νιώθω ιδιαίτερα ανασφαλής και γι' αυτό πάντα διαβάζω την πολιτική απορρήτου και την πολιτική των cookies

☐ Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

18. Πόσο σημαντικό ή όχι είναι για σας να έχετε ίδια δικαιώματα και την ίδια προστασία των προσωπικών σας στοιχείων ανεξάρτητα από τη χώρα στην οποία είναι εγκατεστημένη η αρχή ή η ιδιωτική εταιρία που προσφέρει την υπηρεσία; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

☐ Αρκετά σημαντικό

☐ Σημαντικό

☐ Καθόλου σημαντικό

☐ Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ

19. Έχετε ακούσει ποτέ για τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων ή GDPR, ο οποίος τέθηκε σε ισχύ το 2018; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη

☐ Ναι και γνωρίζω τι είναι

☐ Ναι αλλά δεν ξέρω τι ακριβώς είναι

☐ Όχι

☐ Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

20. Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR) εγγυάται έναν αριθμό από δικαιώματα. Έχετε ακούσει ποτέ τα παρακάτω δικαιώματα;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά

	Ναι και το έχω ασκήσει	Ναι αλλά δεν το έχω ασκήσει	Όχι	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ
Το δικαίωμα να έχεις πρόσβαση στα δεδομένα σου				

Το δικαίωμα να μπορείς να διορθώσεις τα δεδομένα σου εάν είναι λανθασμένα				
Το δικαίωμα αντίρρησης στο άμεσο μάρκετινγκ (άμεσο μάρκετινγκ είναι μια μορφή διαφήμισης όπου κάποιος επικοινωνεί μαζί σου άμεσα με email ή SMS)				
Το δικαίωμα να διαγραφούν τα δεδομένα σου ή «να ξεχαστούν»				
Το δικαίωμα φορητότητας των δεδομένων σου από τον έναν πάροχο στον άλλο				
Το δικαίωμα να εναντιώνεσαι όταν οι αποφάσεις λαμβάνονται αυτοματοποιημένα (π.χ. ένας αλγόριθμος αποφασίζει για την πιστοληπτική ικανότητα ενός λήπτη δανείου)				

21. Έχετε ακούσει για την ύπαρξη δημόσιας αρχής στην Ελλάδα που είναι υπεύθυνη για την προστασία των δικαιωμάτων σας όσον αφορά τα προσωπικά σας δεδομένα;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Ναι και γνωρίζω ποια είναι η αρχή αυτή στην Ελλάδα  
☐ Ναι αλλά δεν γνωρίζω ποια αρχή είναι αρμόδια  
☐ Όχι  
☐ Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

22. Διάφορες αρχές (κυβερνητικές και τοπικές αρχές, υπηρεσίες) και ιδιωτικές εταιρίες συλλέγουν και αποθηκεύουν προσωπικά στοιχεία σχετικά με σας. Σε τι βαθμό εμπιστεύεστε τις ακόλουθες αρχές και ιδιωτικές εταιρίες να προστατεύσουν τα προσωπικά στοιχεία σας;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά

	Εμπιστοσύνη	Καμία εμπιστοσύνη	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ
Ιδρύματα υγείας και ιατρικής			
Εθνικές δημόσιες αρχές (π.χ. εφορίες, ταμεία κοινωνικής ασφάλισης)			

Τράπεζες και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα			
Ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα			
Καταστήματα και εμπορικά			
Εταιρίες κινητής και σταθερής τηλεφωνίας			
Διαδικτυακές εταιρίες (μηχανές αναζήτησης, κοινωνικά μέσα και ιστοσελίδες ενημέρωσης)			

23. Στην προηγούμενη περίπτωση συλλογής και επεξεργασίας των προσωπικών σας στοιχείων από κρατικές αρχές και ιδιωτικές εταιρίες υποθέστε ότι υπάρχει η πιθανότητα κάποιες από τις πληροφορίες που σας αφορούν να χρησιμοποιηθούν από τους ανωτέρω για διαφορετικό σκοπό απ' αυτόν για τον οποίο τις συλλέχθηκαν, χωρίς να υπάρξει δική σας προηγούμενη ενημέρωση (π.χ. για αμέσο μάρκετινγκ, στοχευμένη διαδικτυακή διαφήμιση, δημιουργία προφίλ). Πόσο ανήσυχος/η είστε για την πιθανότητα να χρησιμοποιηθούν οι πληροφορίες σας για διαφορετικό σκοπό και μάλιστα χωρίς προηγούμενη ενημέρωσή σας;

- ☐ Ανήσυχος/η  
☐ Όχι ανήσυχος/η  
☐ Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

24. Συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις ακόλουθες δηλώσεις

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Συμφωνώ	Διαφωνώ	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ
Η παροχή προσωπικών στοιχείων αποτελεί όλο και μεγαλύτερο μέρος της σύγχρονης ζωής			
Δεν υπάρχει εναλλακτική επιλογή εκτός από την παροχή προσωπικών στοιχείων εάν θέλεις να αποκτήσεις προϊόντα ή υπηρεσίες			
Η ελληνική κυβέρνηση σας ζητεί όλο και περισσότερα προσωπικά στοιχεία			
Αισθάνεστε ότι πρέπει να παρέχετε προσωπικά στοιχεία στο διαδίκτυο			
Η παροχή προσωπικών στοιχείων δεν είναι μεγάλο θέμα για σας			
Δεν σας πειράζει να παρέχετε προσωπικά στοιχεία με αντάλλαγμα δωρεάν υπηρεσίες στο Διαδίκτυο (π.χ. δωρεάν ενημέρωση)			

25. Συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Συμφωνώ	Διαφωνώ	Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ
Το νομικό πλαίσιο του ΓΚΠΔ (GDPR) προβλέπει πλήρη απαλλαγή των δημοσιογράφων από τις διατάξεις του Κανονισμού, όταν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα για τις δημοσιογραφικές και συντακτικές δραστηριότητές τους.			
Οι δημοσιογράφοι μπορούν να επεξεργάζονται τα προσωπικά δεδομένα δημόσιων προσώπων και ιδιωτών και να τα δημοσιοποιούν σε κάθε περίπτωση για να ικανοποιηθεί η περιέργεια του κοινού.			
Οι δημοσιογράφοι παραβιάζουν το δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή όταν δημοσιεύουν φωτογραφίες δημοσίων προσώπων χωρίς την συγκατάθεσή τους σε υποθέσεις δημοσίου συμφέροντος.			
Οι δημοσιογράφοι οφείλουν να ενεργούν με καλή πίστη και οι αρμοδιότητές τους περιλαμβάνουν την παροχή γεγονότων με πιστότητα και ακριβείς πληροφορίες σύμφωνα με την ηθική της δημοσιογραφίας.			
Κατά τη δημοσίευση προσωπικών πληροφοριών, οι δημοσιογράφοι θα πρέπει να δώσουν προσοχή στον δυνητικό αντίκτυπο των πληροφοριών στη ζωή των ανθρώπων πριν από τη διάδοση.			
Τα άτομα έχουν το δικαίωμα να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τα δεδομένα που αποθηκεύονται από το υπεύθυνο του Μέσου ενημέρωσης			

**Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:**

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.