ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ 2ου ΤΕΤΡΑΜΗΝΟΥ

ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ



|  |  |
| --- | --- |
| ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΜΑΘΗΤΕΣ: |  |
| Βασιλειάδης Αλέξανδρος |  |
| Δημητριάδης Δημήτρης |  |
| Ιορντάνοβ Γιώργος |  |
| Κοβράκης Γιάννης |  |
| Λατιφλάρι Φράντσι |  |
| Μαμόγλου Δημήτρης |  |
| Μαμόγλου Κωνσταντίνος |  |
| Μαρκόπουλος Κυριάκος |  |
| Μώλος Γιώργος |  |
| Ντόγας Γιώργος |  |
| Πολύζου Ιφιγένεια |  |
| Σελεμενάκης Χρήστος |  |
| Σουσανίδου Αλεξάνδρα |  |
| Συμεωνίδης Μανώλης |  |
| Τζήκας Γιώργος |  |
| Τσακίρης Νίκος |  |

|  |
| --- |
| Υπεύθυνοι Καθηγητές: |
| Κεσσόπουλος Μιχαήλ |
| Πετρίδου Θηρεσία |

**ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1Ο : Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ: σελ 4 -19**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2Ο: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ**

**2.1.: τι είναι κοινωνική δικτύωση σελ. 20**

**2.2.: δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα σελ. 20-22**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3Ο: ΤΟΜΕΙΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

**(FACEBOOK, TWITTER)**

**3.1. : κοινωνική δικτύωση και επιχειρηματικότητα σελ.23-26**

**3.2.1. : η επίδραση των κοινωνικών δικτύων στο κοινωνικό πλαίσιο : οφέλη και κίνδυνοι σελ. 27-28**

**3.2.3. επιμέρους προβλήματα που σχετίζονται με την κοινωνική δικτύωση σελ. 29-30**

**3.3. κοινωνική δικτύωση και πολιτική σελ. 31-32**

**3. 3.1.τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να επηρεάσουν το εκλογικό αποτέλεσμα. σελ. 33-35**

**3.3.3. δύο ενδιαφέροντα παραδείγματα σελ.36**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4Ο:Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ FACEBOOK ΣΤΗ ΖΩΗ ΜΑΣ**

**Εισαγωγικά σελ.36-37**

**4.1.οικονομικές επιπτώσεις τεχνολογίας**

**επικοινωνιών σελ. 37-40**

**4.2. η επίδραση στον άνθρωπο σελ. 41-44**

**4.3. η κοινωνική δικτύωση και ο νέος ανθρωπολογικός**

**τύπος σελ. 45-46**

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5Ο: ΑΣΦΑΛΗΣΧΡΗΣΗ ΤΟΥ FACEBOOK ΚΑΙ ΤΟΥ TWITTER

## 5.1.: οι κίνδυνοι ανάλογα με την ηλικία σελ. 47-52

### 5.2. αντιμετώπιση απειλών στο διαδίκτυο σελ. 52-53

**5.3. συμβουλές για ασφαλή κοινωνική δικτύωση σελ.53-55**

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ σελ. 56**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1Ο**

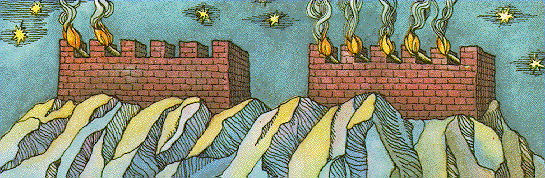
**Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΑΡΧΑΙΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ**

Από τα περιστέρια, ακολούθους της θεάς Αφροδίτης, που έστελναν μηνύματα στους ερωτευμένους, μέχρι τις φρυκτωρίες, που μετέδωσαν στις Μυκήνες το οπτικό μήνυμα για την πτώση της Τροίας, έως τους διαστημικούς δορυφόρους και το Ίντερνετ, η ιστορία των τηλεπικοινωνιών συνδέεται με την ανάγκη του ανθρώπου να επικοινωνήσει, να διαδώσει και να πληροφορηθεί. Ο Σοφοκλής, εξάλλου, αποκαλεί κόρη της Ελπίδας τη θεά Φήμη και η Ίριδα ήταν η πρώτη ουράνια μαντατοφόρισσα των θεών του Ολύμπου. Την Ίριδα, όπως γνωρίζουμε, διαδέχτηκε ο θεός Ερμής. Από αυτό καταλαβαίνουμε ότι οι Αρχαίοι Έλληνες έδιναν πολλή μεγάλη σημασία στην επικοινωνία και την πληροφόρηση. Βλέπουμε ότι από τα πολύ παλιά χρόνια ο άνθρωπος έβαλε το μυαλό του να δουλέψει και επινόησε αρκετούς τρόπους επικοινωνίας. Οι τρόποι επικοινωνίας που επινόησαν οι αρχαίοι ήταν πολύπλοκοι και δύσκολοι στην εφαρμογή τους. Αργότερα τα πράγματα απλοποιήθηκαν και φτάσαμε σήμερα να μπορούμε να επικοινωνούμε με κάθε σημείο του πλανήτη πολύ εύκολα και γρήγορα.

**ΑΡΧΑΙΑ ΕΛΛΑΔΑ**

Ο πρώτος τύπος επικοινωνίας ήταν με πεζούς ή έφιππους δρομείς. Ο Φιδιππίδης έγινε ο γνωστότερος αγγελιοφόρος δρομέας, που μετέφερε από τον Μαραθώνα στην Αθήνα το μήνυμα της νίκης των Ελλήνων κατά των Περσών, ιδρύοντας εν αγνοία του αλλά και προς τιμή του το αγώνισμα του Μαραθώνιου. Αλλά και το Ολυμπιακό αγώνισμα της σκυταλοδρομίας είναι το κατάλοιπο αρχαίου ταχυδρομικού συστήματος. Η σκυτάλη στην αρχαιότητα είχε το μεταφερόμενο μήνυμα.

**Φρυκτός= πυρσός + ώρα =φροντίδα**

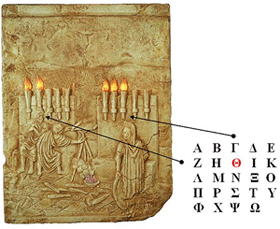


Η ανάγκη για κάτι γρηγορότερο από τους ταχυδρόμους, οδήγησε στην απόφαση να δημιουργηθεί σύστημα μηνυμάτων με φωτιά. Όταν η Τροία έπεσε στα χέρια των Ελλήνων η υπόλοιπη Ελλάδα το έμαθε μέσα σε μια ημέρα χρησιμοποιώντας αυτό το σύστημα επικοινωνίας. Για την μετάδοση του μηνύματος χρησιμοποιήθηκε το σύστημα της πυρσείας δηλαδή η χρήση φωτεινών αναμεταδοτών από βουνοκορφή σε βουνοκορφή. Η διαδρομή του συστήματος ήταν από την Ίδη της Τροίας στο Έρμαιο της Λήμνου μετά στο όρος Άθω, στο Μάκιστο της Εύβοιας κατόπιν, μετά στον Εύριπο, στον Κιθαιρώνα, στα Μέγαρα και τέλος στις Μυκήνες. Οι κορυφές των βουνών δεν επιλέχθηκαν τυχαία. Ακόμα και σήμερα παρατηρούμε ότι υπάρχει καλή ορατότητα μεταξύ τους.

**Υδραυλικός τηλέγραφος (ο τηλέγραφος του Αινεία)**



Γύρω στα 330 π.χ. ο Αρκάδας στρατηγός Αινείας ο Τακτικός επινόησε ένα έξυπνο σύστημα τηλεγραφίας. Στους σηματοδοτικούς σταθμούς υπήρχαν 2 πανομοιότυποι κάδοι κυλινδρικοί γεμάτοι με νερό μέχρι το ίδιο σημείο που είχαν στη βάση τους από μια βρύση ίδιας διαμέτρου, ώστε όταν έτρεχε νερό η ροή του να ήταν ίδια και στους δύο κάδους. Το ύψος των κάδων ήταν περίπου 1,50 μέτρα και το πλάτος τους περίπου μισό μέτρο. Πάνω στο νερό του κάθε κάδου επέπλεε ένα ξύλινο ραβδί που ήταν κάθετα στηριγμένο σε έναν κυλινδρικό φελό που είχε διάμετρο λίγο μικρότερη από τους κάδους. Το ραβδί ήταν χωρισμένο σε παράλληλους κύκλους που είχαν απόσταση περίπου 6 εκατοστά μεταξύ τους. Στα κενά αυτών των κύκλων ήταν σημειωμένες διάφορες κωδικοποιημένες πληροφορίες στρατιωτικής κυρίως φύσης οι ίδιες και στους 2 κάδους. Η επικοινωνία γινόταν ως εξής όταν επρόκειτο να μεταδοθεί ένα μήνυμα. Ειδοποιούσαν τον επόμενο σταθμό υψώνοντας έναν πυρσό. Όταν ο επόμενος σταθμός ειδοποιούσε και αυτός με έναν πυρσό ότι ήταν έτοιμος, ο πομπός ύψωνε τον πυρσό του και πάλι και τότε άνοιγαν και οι δύο τις βρύσες ταυτόχρονα. Όταν το ραβδί καθώς κατέβαινε έφτανε στο μήνυμα που ήθελαν να μεταδώσουν τότε ο πομπός έσβηνε τον πυρσό και τότε έκλειναν και οι δύο βρύσες. Το μήνυμα είχε μεταδοθεί. Το σύστημα αυτό βασίζεται στο συγχρονισμό κινήσεων πομπού και δέκτη.

**Ο τηλέγραφος του Πολύβιου**

Ο Έλληνας ιστορικός Πολύβιος είχε επινοήσει ένα σύστημα σηματοδότησης, όπου τα γράμματα της αλφαβήτου ήταν χωρισμένα σε πέντε ομάδες πέντε στήλες από πέντε γράμματα στην κάθε μία. (Η τελευταία στήλη είχε ένα γράμμα λιγότερο). Μετά τις στήλες αυτές τις έγραφαν σε πέντε πινακίδες. Η μετάδοση του μηνύματος γινόταν πάλι με πυρσούς. Ο πομπός πρώτα υψώνει τον πυρσό από αριστερά για να δείξει ποια πινακίδα πρέπει να προσέξει ο δέκτης έναν πυρσό για την 1η πινακίδα δύο για την 2η κτλ. Ύστερα υψώνει τον πυρσό από δεξιά για να δείξει ποιο γράμμα πρέπει να προσέξει ο άλλος. Θα πρέπει επίσης να έχουν μια διόπτρα για να βλέπουν καλύτερα.

**Ανακλαστήρες ενίσχυσης**



Τα σήματα από τις φωτιές λέγεται ότι βοηθούσαν με ειδικούς ανακλαστήρες να φανούν αρκετά μακριά. Όπως λέει η ιστορία, ο περίφημος φάρος της Αλεξάνδρειας χρησιμοποίησε ειδικούς ανακλαστήρες και ίσως κάποιο ειδικό φακό, ώστε να στέλνει το φως του στην μέγιστη δυνατή απόσταση. Λέγεται μάλιστα ότι παρατηρώντας μέσα από αυτό το φακό υπήρχε η δυνατότητα να φανούν ευκολότερα τα μακρινά πλοία αλλά και με τη βοήθεια του να καούν από μακριά εχθρικά πλοία.

**Ακουστικός τηλέγραφος**



Κάποιες αναφορές λένε για ειδικές μεταλλικές συσκευές (τηλεβόες) που χρησιμοποιήθηκαν από τον στρατό του Μεγάλου Αλεξάνδρου για τις ακουστικές επικοινωνίες. Η εμβέλειά τους λέγεται ότι ήταν περίπου 2500 μέτρα. Είχαν τη μορφή μεταλλικών κυκλικά αναδιπλωμένων χωνιών που κρεμάζονταν σε τρίποδα.

Κάποιοι λένε ότι εδώ έχουμε και την πρώτη μορφή ακουστικού ραντάρ που έδινε τη δυνατότητα ακρόασης μακρινών κινήσεων των εχθρών. Το ακουστικό ραντάρ ξαναχρησιμοποιήθηκε με επιτυχία στον 20ο αιώνα για έγκαιρη προειδοποίηση των Άγγλων όταν πλησίαζαν τα Γερμανικά βομβαρδιστικά.

**ΑΛΛΟΙ ΛΑΟΙ**

Οι Κινέζοι, οι Πέρσες, οι Καρχηδόνιοι όλοι έκαναν χρήση του οπτικού τηλέγραφου. Οι Πέρσες χρησιμοποίησαν το σύστημα των φρυκτωριών κατά τις επιθέσεις τους εναντίον της Ελλάδας. Είχαν επίσης οργανώσει ένα μυστικό δίκτυο επικοινωνίας στην κορυφή της Πεντέλης με ασπίδες οι οποίες αντανακλούσαν τις ακτίνες του ήλιου. Το σύστημα αυτό ονομάστηκε ηλιοτρόπιο ή ηλιογράφος και διατηρήθηκε για αρκετούς αιώνες. Οι Ρωμαίοι όμως που έμαθαν τόσα πολλά από τους Έλληνες στα θέματα της επιστήμης και της τέχνης και που ήταν και οι ίδιοι σπουδαίοι μηχανικοί συντέλεσαν πολύ λίγο στην εξέλιξη της τηλεγραφίας. Είχαν εγκαταστήσει ένα μεγάλο σύστημα φρυκτωριών. Οι στρατοί των αρχαίων είχαν ιδιαίτερο σύστημα σηματοδοτών και γι αυτό το λόγο είχαν κτιστεί χιλιάδες πύργοι. Όταν πολιορκούσαν μια πόλη οι επιτιθέμενοι έστηναν κοντάρια στα οποία είχαν στερεώσει πυρσούς και μετέδιδαν σήματα. Την ημέρα χρησιμοποιούσαν και χρωματιστές σημαίες αντί για φωτιά.

**Κίνα (σωληνώσεις επικοινωνιών)**



Μέσα στο περιβόητο Σινικό τείχος (περίπου 9 μέτρα ψηλό, με πύργους των 12 μέτρων και μήκος 6400χιλ) υπάρχουν μεταλλικές σωλήνες. Φωνάζοντας μέσα σε αυτές η φωνή φτάνει από το ένα φυλάκιο στο άλλο. Έτσι μεταδίδονταν τα μηνύματα κατά μήκος του τείχους.

**Σήματα καπνού**

Οι Ινδιάνοι της Βόρειας Αμερικής χρησιμοποιούσαν σήματα καπνού με κάποιο κώδικα για τις επικοινωνίες τους.

**Ταχυδρομεία Ίνκας**

Η μέθοδος των αγγελιοφόρων – δρομέων εξελίχθηκε λίγο πολύ από όλους τους λαούς αλλά γνώρισε εκπληκτική εξέλιξη από τους Ίνκας. Η μορφή επικοινωνίας που χρησιμοποιήθηκε στα οροπέδια των Άνδεων ήταν με οργανωμένο σύστημα δρομέων. Η ταχύτητα του δικτύου ήταν τέτοια που αυτοί που έμεναν στην πρωτεύουσα τους πάνω στο βουνό έτρωγε φρέσκο θαλασσινό ψάρι της ίδιας ημέρας.

**Σφυρίγματα**

Οι Γκουάντσε, οι κάτοικοι των Καναρίων Νήσων, χρησιμοποιούσαν μια ειδική γλώσσα σφυριγμάτων για να επικοινωνούν σε μεγάλες αποστάσεις. Λέγεται ότι με τα σφυρίγματα αυτά μπορούσαν να επικοινωνούν σε απόσταση 4 χιλιομέτρων.

**ΒΥΖΑΝΤΙΟ**

Οι Βυζαντινοί είχαν τους καμινοβιγλάτορες δηλαδή τις βίγλες (παρατηρητήρια) και τα καμίνια που διατηρούσαν άσβηστη τη φλόγα των πυρσών. Το σύστημα επικοινωνίας των Βυζαντινών έφτανε μέχρι την ταρσό της Μικράς Ασίας μια απόσταση δηλαδή 700 χιλιομέτρων και η απόσταση από φανό σε φανό ήταν περίπου 100 χιλιόμετρα. Ο Κ. Πορφυρογέννητος αναφέρει ότι το μήνυμα έφτανε στην Κωνσταντινούπολη σε μία ώρα. Μετά την κατάκτηση του Βυζαντίου από τους Σταυροφόρους το 1204 αυτοί χρησιμοποίησαν το τηλεπικοινωνιακό σύστημα των πύργων (οι Τούρκοι τους ονόμαζαν κουλέδες). Είχαν φτιάξει πολλούς πύργους τους οποίους ονόμαζαν και φανούς (Το Φανάρι της Κωνσταντινούπολης από αυτό πήρε το όνομά του).



**ΜΕΣΑΙΩΝΑΣ**

Καμιά σημαντική αλλαγή δεν έγινε από την αρχαιότητα μέχρι τη Γαλλική επανάσταση στις τηλεπικοινωνίες. Μόνο το τηλεσκόπιο (17ος αι) βοήθησε ώστε να γίνονται κατανοητά οπτικά σήματα από πολύ μεγάλες αποστάσεις. Οι Ολλανδοί χρησιμοποίησαν τους μύλους κολλώντας γράμματα στη φτερωτή ως σύστημα επικοινωνίας δεδομένου ότι η γεωγραφική μορφή της χώρας τους είναι επίπεδη και οι ανεμόμυλοι χιλιάδες.

Επίσης ο Conte(1792) χρησιμοποίησε αερόστατα για να μεταδώσει μηνύματα. Το κάθε αερόστατο είχε 8 κυλίνδρους που ανεβοκατέβαιναν με χειρισμούς από το έδαφος και έτσι μπορούσε να μεταδώσει 256 διαφορετικά σήματα. Παρόμοια αερόστατα χρησιμοποιήθηκαν κατά την πολιορκία του Παρισιού από τους Γερμανούς το 1871. 

**19ος αιώνας**

**Ταχυγράφος ή τηλέγραφος**

Ο Ταχυγράφος ή τηλέγραφος του Γάλλου Κλώντ Σαπέ ήταν η αρχή μιας νέας εποχής. Η συσκευή λειτουργούσε με 3 περιστρεφόμενες μεταλλικές ράβδους που μπορούσαν να μεταδώσουν 196 σήματα και ήταν τοποθετημένη πάνω σε πολύ ψηλό στύλο. Ο χειρισμός γινόταν από το έδαφος με τροχαλίες και οι χειριστές χρησιμοποιούσαν τηλεσκόπιο για να διαβάζουν πιο εύκολα τα μηνύματα τα οποία έφταναν πολύ γρήγορα στον προορισμό τους. Βασικό μειονέκτημα της μεθόδου αυτής ήταν ότι λειτουργούσε μόνο την ημέρα και όταν το επέτρεπαν οι καιρικές συνθήκες.

**Ηλεκτρικός τηλέγραφος**

Ο ηλεκτρισμός έδωσε μεγάλη βοήθεια στην εξέλιξη των τηλεπικοινωνιών. Πρώτος ο Μορς (ζωγράφος το επάγγελμα) ανακάλυψε το 1844 τον. Αυτός ήταν μια κινούμενη χάρτινη κορδέλα πάνω στην οποία ακουμπούσε η μύτη ενός μολυβιού που ήταν προσαρμοσμένο σε εκκρεμές με ηλεκτρομαγνήτη. (Τα γνωστά σήματα Μορς με τελείες και παύλες).



**Τηλέφωνο (1876)**



Οι πρώτοι που χρησιμοποίησαν το τηλέφωνο (όχι ηλεκτρικό) ήταν όπως είδαμε οι Κινέζοι πριν 2000 χρόνια με το σύστημα των σωλήνων στο Σινικό τείχος. ΟΙ Κινέζοι επίσης είχαν εφεύρει και ένα άλλο σύστημα, δηλαδή δύο χάρτινά κύπελλα συνδεδεμένα με σπάγγο όπως το παιδικό παιχνίδι που γνωρίζουμε. Το ηλεκτρικό τηλέφωνο όμως εφευρέθηκε όπως ξέρουμε το 1876 από τον Γκράχαμ Μπελ.

**Ο ασύρματος (1895)**

Ο Μαρκόνι εφεύρε το 1895 τον ασύρματο σε ηλικία μόλις 21 ετών. Από αυτή την εφεύρεση ωφελήθηκε κυρίως η ναυσιπλοΐα.

Μετά τον Μαρκόνι έχουμε μια σειρά από εφευρέσεις στον τομέα της τηλεπικοινωνίας (Ραδιόφωνο, τηλεόραση, κινητό τηλέφωνο, δορυφόροι).

**Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ INTERNET**

Το σημερινό Internet αποτελεί εξέλιξη του ARPANET, ενός δικτύου που άρχισε να αναπτύσσεται πειραματικά στα τέλη της δεκαετίας του 60 στις ΗΠΑ.

**Δεκαετία ‘60: Ένα ενδιαφέρον πείραμα ξεκινά**

Στα πανεπιστήμια των ΗΠΑ οι ερευνητές ξεκινούν να πειραματίζονται με τη διασύνδεση απομακρυσμένων υπολογιστών μεταξύ τους. Το δίκτυο ARPANET γεννιέται το 1969 με πόρους του προγράμματος ARPA (Advanced Research Project Agency) του Υπουργείου Άμυνας, με σκοπό να συνδέσει το Υπουργείο με στρατιωτικούς ερευνητικούς οργανισμούς και να αποτελέσει ένα πείραμα για τη μελέτη της αξιόπιστης λειτουργίας των δικτύων. Στην αρχική του μορφή, το πρόγραμμα απέβλεπε στον πειραματισμό με μια νέα τεχνολογία γνωστή σαν μεταγωγή πακέτων (packet switching), σύμφωνα με την οποία τα προς μετάδοση δεδομένα κόβονται σε πακέτα και πολλοί χρήστες μπορούν να μοιραστούν την ίδια επικοινωνιακή γραμμή.

Στόχος ήταν η δημιουργία ενός διαδικτύου που θα εξασφάλιζε την επικοινωνία μεταξύ απομακρυσμένων δικτύων, έστω και αν κάποια από τα ενδιάμεσα συστήματα βρίσκονταν προσωρινά εκτός λειτουργίας. Κάθε πακέτο θα είχε την πληροφορία που χρειάζονταν για να φτάσει στον προορισμό του, όπου και θα γινόταν η επανασύνθεσή του σε δεδομένα τα οποία μπορούσε να χρησιμοποιήσει ο τελικός χρήστης.

Το παραπάνω σύστημα θα επέτρεπε σε υπολογιστές να μοιράζονται δεδομένα και σε ερευνητές να υλοποιήσουν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

**Δεκαετία ‘70: Οι πρώτες συνδέσεις**

Το 1973, ξεκινά ένα νέο ερευνητικό πρόγραμμα που ονομάζεται Internetting Project (Πρόγραμμα Διαδικτύωσης) προκειμένου να ξεπεραστούν οι διαφορετικοί τρόποι που χρησιμοποιεί κάθε δίκτυο για να διακινεί τα δεδομένα του. Στόχος είναι η διασύνδεση πιθανώς ανόμοιων δικτύων και η ομοιόμορφη διακίνηση δεδομένων από το ένα δίκτυο στο άλλο. Από την έρευνα γεννιέται μια νέα τεχνική, το Internet Protocol (IP) (Πρωτόκολλο Διαδικτύωσης), από την οποία θα πάρει αργότερα το όνομά του το Internet. Διαφορετικά δίκτυα που χρησιμοποιούν το κοινό πρωτόκολλο IP μπορούν να συνδέονται και να αποτελούν ένα διαδίκτυο. Σε ένα δίκτυο IP όλοι οι υπολογιστές είναι ισοδύναμοι, οπότε τελικά οποιοσδήποτε υπολογιστής του διαδικτύου μπορεί να επικοινωνεί με οποιονδήποτε άλλον.

Επίσης, σχεδιάζεται μια άλλη τεχνική για τον έλεγχο της μετάδοσης των δεδομένων, το Transmission Control Protocol (TCP) (Πρωτόκολλο Ελέγχου Μετάδοσης). Ορίζονται προδιαγραφές για τη μεταφορά αρχείων μεταξύ υπολογιστών (FTP) και για το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (E-mail). Σταδιακά συνδέονται με το ARPANET ιδρύματα από άλλες χώρες, με πρώτα το University College of London (Αγγλία) και το Royal Radar Establishment (Νορβηγία).

**Δεκαετία ‘80: Ένα παγκόσμιο δίκτυο για την ακαδημαϊκή κοινότητα**

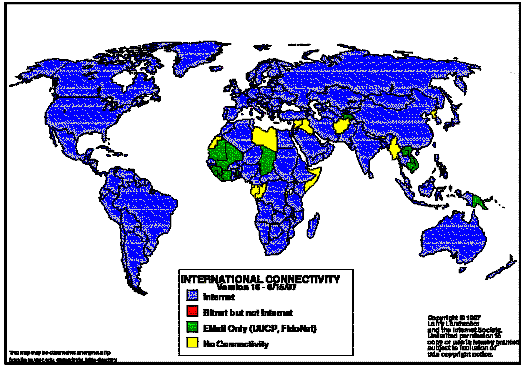
Το 1983, το πρωτόκολλο TCP/IP (δηλ. ο συνδυασμός των TCP και IP) αναγνωρίζεται ως πρότυπο από το Υπουργείο Άμυνας των ΗΠΑ. Η έκδοση του λειτουργικού συστήματος Berkeley UNIX το οποίο περιλαμβάνει το TCP/IP συντελεί στη γρήγορη εξάπλωση της διαδικτύωσης των υπολογιστών. Εκατοντάδες Πανεπιστήμια συνδέουν τους υπολογιστές τους στο ARPANET, το οποίο επιβαρύνεται πολύ και το 1983, χωρίζεται σε δύο τμήματα: στο MILNET (για στρατιωτικές επικοινωνίες) και στο νέο ARPANET (για χρήση αποκλειστικά από την πανεπιστημιακή κοινότητα και συνέχιση της έρευνας στη δικτύωση).

Το 1985, το National Science Foundation (NSF) δημιουργεί ένα δικό του γρήγορο δίκτυο, το NSFNET χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο TCP/IP, προκειμένου να συνδέσει πέντε κέντρα υπερ-υπολογιστών μεταξύ τους και με την υπόλοιπη επιστημονική κοινότητα. Στα τέλη της δεκαετίας του ‘80, όλο και περισσότερες χώρες συνδέονται στο NSFNET (Καναδάς, Γαλλία, Σουηδία, Αυστραλία, Γερμανία, Ιταλία, κ.α.). Χιλιάδες πανεπιστήμια και οργανισμοί δημιουργούν τα δικά τους δίκτυα και τα συνδέουν πάνω στο παγκόσμιο αυτό δίκτυο το οποίο αρχίζει να γίνεται γνωστό σαν INTERNET και να εξαπλώνεται με τρομερούς ρυθμούς σε ολόκληρο τον κόσμο. Το 1990, το ARPANET πλέον καταργείται.

**Δεκαετία ‘90: Ένα παγκόσμιο δίκτυο για όλους**

Όλο και περισσότερες χώρες συνδέονται στο NSFNET, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα τo 1990.

Το 1993, το εργαστήριο CERN στην Ελβετία παρουσιάζει το World Wide Web (WWW) (Παγκόσμιο Ιστό) που αναπτύχθηκε από τον Tim Berners-Lee. Πρόκειται για ένα σύστημα διασύνδεσης πληροφοριών σε μορφή πολυμέσων (multimedia) που βρίσκονται αποθηκευμένες σε χιλιάδες υπολογιστές του Internet σε ολόκληρο τον κόσμο και παρουσίασής τους σε ηλεκτρονικές σελίδες, στις οποίες μπορεί να περιηγηθεί κανείς χρησιμοποιώντας το ποντίκι. To γραφικό αυτό περιβάλλον έκανε την εξερεύνηση του Internet προσιτή στον απλό χρήστη. Παράλληλα, εμφανίζονται στο Internet διάφορα εμπορικά δίκτυα που ανήκουν σε εταιρίες παροχής υπηρεσιών Internet (Internet Service Providers - ISP) και προσφέρουν πρόσβαση στο Internet για όλους. Οποιοσδήποτε διαθέτει PC και modem μπορεί να συνδεθεί με το Internet σε τιμές που μειώνονται διαρκώς. Το 1995, το NSFNET καταργείται πλέον επίσημα και το φορτίο του μεταφέρεται σε εμπορικά δίκτυα.



Η κατάσταση σύνδεσης ανά χώρα, όπως είχε στις 15/6/1997. Με μωβ εμφανίζονται οι χώρες με πλήρη σύνδεση στο Internet, με πράσινο οι χώρες που διαθέτουν πρόσβαση μόνον στην υπηρεσία E-mail και με κίτρινο οι χώρες που δεν διαθέτουν κανένα είδος σύνδεσης.

Η ανακάλυψη του WWW σε συνδυασμό με την ευκολία απόκτησης πρόσβασης στο Internet προσέλκυσε έναν μεγάλο αριθμό καινούργιων χρηστών και έφερε την “έκρηξη” που παρακολουθήσαμε τα τελευταία χρόνια.

Σήμερα, όπως φαίνεται και από την παραπάνω εικόνα, το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της Γης ζει σε χώρες που είναι συνδεδεμένες στο Internet. Παρατηρούμε ότι καθημερινά περιοδικά και εφημερίδες εκδίδονται “on-line” και μας παραπέμπουν στις διευθύνσεις τους, επιχειρήσεις και ιδιώτες φτιάχνουν τις δικές τους σελίδες στο WWW, κλπ. Είναι προφανές ότι το Internet δεν αποτελεί πλέον ένα δίκτυο των φοιτητών και των ερευνητών, αλλά ότι επεκτείνεται και επιδρά στις καθημερινές πρακτικές όλων μας. Ήδη μιλάμε για ηλεκτρονικό εμπόριο, τηλεεργασία, τηλεκπαίδευση, τηλεϊατρική, κλπ. μέσα από το Interne

**ΤΟ FACEBOOK & Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ.**



**Το Facebook είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης.Οι χρήστες μπορούν να δημιουργούν προφίλ με φωτογραφίες τους, λίστες με τα ενδιαφέροντα τους,και άλλες προσωπικές πληροφορίες. Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν με τους φίλους τους και άλλους χρήστες μέσα από ιδιωτικά ή δημόσια μηνύματακαι ένα χαρακτηριστικό γνώρισμα συνομιλίας το ονομαζόμενο chat.Μπορούν επίσης να δημιουργήσουν και να συμμετάσχουν σε ομάδες συμφερόντων καισε "like pages",μερικά από τα οποία συντηρούνται από οργανισμούς ως μέσο διαφήμισης.Για να κατευναστούν οι ανησυχίες για την προστασία της ιδιωτικής ζωής, το Facebook επιτρέπει στους χρήστες να επιλέγουν τις δικές τους ρυθμίσεις προστασίας της ιδιωτικής ζωής τουςκαι να επιλέξουν ποιος μπορεί να δει συγκεκριμένα μέρη του προφίλ τους.Η ιστοσελίδα είναι δωρεάν για τους χρήστες, και δημιουργεί έσοδα από τις διαφημίσεις, όπως διαφημίσεις banner κλπ. το Facebook απαιτεί το όνομα του χρήστη και την εικόνα του προφίλ του (αν υπάρχει) να είναι προσβάσιμα από όλους.Οι χρήστες μπορούν να ελέγχουν ποιος βλέπει άλλες πληροφορίες που έχουν κοινά, καθώς και ποιος μπορεί να τους βρει στις αναζητήσεις, μέσω των ρυθμίσεων προστασίας.**

**Η ιδέα ξεκίνησε από το Facemash, μια υπηρεσία που κατασκεύασε ο Mark Zuckerberg για τους σπουδαστές του Harvard όπου ο καθένας έβαζε φωτογραφίες του και οι υπόλοιποι ψήφιζαν αν είναι όμορφος ή όχι. Για να το κάνει αυτό και να βρει φωτογραφίες από όλους του σπουδαστές του Πανεπιστημίου, παραβίασε τους υπολογιστές της Γραμματείας και πήρε φωτογραφίες όλων των σπουδαστών. Σύντομα έστειλε τη σελίδα και σε άλλα πανεπιστήμια για να γίνει γνωστή αλλά η επιτροπή ασφάλειας του Harvard την κατέβασε και του απαγγέλθηκαν κατηγορίες για παραβίαση πνευματικών δικαιωμάτων και παραβίασης του προσωπικού απορρήτου. Τελικά οι κατηγορίες αποσύρθηκαν.**

**Το επόμενο εξάμηνο, όταν ήταν στο 3ο έτος πλέον, ξεκίνησε όλη η ιδέα του Facebook και τον Φεβρουάριο του 2004 η σελίδα ανέβηκε στο TheFacebook.com. Όλοι άρχισαν να συζητούν αυτό το facebook και κατά πόσο θα μπορούσε να φύγει από το Harvard και να γίνει παγκόσμιο. Σε συνέντευξη που έδωσε στην Harvard Crimson, την εφημερίδα των σπουδαστών του Harvard είπε: “Νομίζω είναι χαζό να περιμένω άλλα 2 χρόνια να αποφοιτήσω για να το φτιάξω. Μπορώ να το κάνω σε μία βδομάδα και καλύτερα από όλους!” Όταν το κατασκεύασε το είπε σε μερικούς φίλους. Εκείνοι του πρότειναν να το στείλει με mail στα 300 άτομα της λίστας Kirkland House που είναι ομάδα φοιτητών του Harvard. Μέσα στην πρώτη μέρα λειτουργίας είχε 12.000 με 15.000 εγγεγραμμένους χρήστες!!!**

**Αρχικά επιτρεπόταν η εγγραφή μόνο στους σπουδαστές του Harvard. Μέσα σε ένα μήνα ενημερώθηκαν οι σπουδαστές των Πανεπιστημίων Stanford, Columbia, και Yale. Σύντομα το έμαθαν τα περισσότερα σχολεία σε ΗΠΑ και Καναδά. Τον Ιούνιο του 2004 ιδρύεται η εταιρία Facebook Inc και αγοράζεται το όνομα Facebook.com για 200.000$. Η σελίδα μεταφέρθηκε από το TheFacebook.com στο νέο όνομα. Αργότερα τον ίδιο χρόνο κατασκευάστηκε η δεύτερη έκδοση του facebook (τώρα είμαστε στην 4η) και δόθηκε άδεια εγγραφής μελών σε υπαλλήλους μεγάλων εταιριών όπως η Microsoft και η Apple.**

**Στις 26 Σεπτεμβρίου 2006, το facebook άνοιξε για το κοινό. Όσοι ήταν άνω των 13 χρόνων και διέθεταν e-mail μπορούσαν να εγγραφούν. Τέλος, τον Οκτώβριο του 2008 η εταιρία ανακοίνωσε το παγκόσμιο κέντρο της στο Δουβλίνο της Ιρλανδίας. Πλέον ο ιδρυτής της είναι ο νεότερος δισεκατομμυριούχος στον κόσμο (είναι 25 χρονών σήμερα) και η εταιρία του είχε κέρδη 300.000.000$ στο 2008. Η σελίδα είναι η 2η πιο δημοφιλής στον κόσμο, αμέσως μετά την Google.**

**ΤΟ TWITTER**

Η προέλευση του Twitter ανάγεται σε μια "μονοήμερη συνεδρία καταιγισμού ιδεών", που πραγματοποιήθηκε από μέλη του διοικητικού συμβουλίου της εταιρείας Odeo. Ο Jack Dorsey, που τότε ήταν προπτυχιακός φοιτητής στο Πανεπιστήμιο της Νέας Υόρκης, εισήγαγε την ιδέα ενός ατόμου που θα χρησιμοποιούσε μια υπηρεσία SMS για την επικοινωνία με μια μικρή ομάδα. Το αρχικό κωδικό όνομα του έργου για την υπηρεσία ήταν twttr, μια ιδέα που αργότερα ο Williams αποδίδει στον Noah Glass, εμπνευσμένο από το Flickr και το πέντε χαρακτήρων μήκος της αμερικανικής SMS συντομογραφίας . Οι προγραμματιστές που αρχικά θεώρησαν το "10958" ως ένα σύντομο κώδικα, όπου αργότερα άλλαξε σε "40404" για την "ευκολία της χρήσης και απομνημόνευσης ». Οι εργασίες για το έργο που ξεκίνησε στις 21 Μαρτίου του 2006, όταν ο Dorsey δημοσίευσε το πρώτο μήνυμα Twitter στις 21:50 μ.μ : «μόλις δημιούργησα το twttr μου". "... Συναντήσαμε τη λέξη« twitter », και ήταν απλά τέλειο. Ο ορισμός ήταν « μια σύντομη έκρηξη της ασήμαντης πληροφορίας, » και « το τιτίβισμα από τα πουλιά ». Και αυτό είναι ακριβώς ό,τι ήταν το προϊόν." - Jack Dorsey

Το πρώτο πρωτότυπο Twitter χρησιμοποιήθηκε ως μια εσωτερική υπηρεσία για τους εργαζόμενους του Odeo και η πλήρης έκδοση εισήχθη δημοσίως στις 15 Ιουλίου του 2006.Τον Οκτώβριο του 2006, ο Biz Stone, ο Evan Williams, ο Dorsey, και άλλα μέλη της Odeo σχημάτισαν την Obvious Corporation και απέκτησε το σύνολο του ενεργητικού της - συμπεριλαμβανομένων των Odeo.com καιTwitter.com -. από τους επενδυτές και τους μετόχους. Ο Williams απέλυσε τον Glass ο οποίος ήταν σιωπηλός για συμμετοχή του στην εκκίνηση του Twitter μέχρι το 2011. Το Twitter αναδύθηκε μέσα στην δική του εταιρεία τον Απρίλιο του 2007.   
Το σημείο καμπής για την δημοτικότητα του Twitter ήταν το 2007 στο συνέδριο Southwest Interactive (SXSWi). Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, η χρήση του Twitter αυξήθηκε από 20.000 tweets ανά ημέρα σε 60.000.  
  
Αντίδραση στο συνέδριο ήταν ιδιαίτερα θετική. Ο Blogger Scott Beale είπε ότι το Twitter κυριάρχησε απόλυτα στο SXSWi. Ο κοινωνικού λογισμικού ερευνητής Danah Boyd είπε ότι το Twitter άγγιξε το συνέδριο. Το προσωπικό του Twitter έλαβε βραβείο Web με την παρατήρηση "θα θέλαμε να σας ευχαριστήσουμε σε 140 χαρακτήρες ή λιγότερο. Και μόλις το έκανε!"   
  
Το πρώτο εκτός της Γης μήνυμα Twitter δημοσιεύτηκε από τον Διεθνή Διαστημικό Σταθμό από τον αστροναύτη της NASA TJ Creamer στις 22 Γενάρη του 2010. Μέχρι τα τέλη Νοεμβρίου 2010, κατά μέσο όρο μια ντουζίνα ενημερώσεις ανά ημέρα στάλθηκαν σε κοινόχρηστο λογαριασμό των αστροναυτών , @ NASA\_Astronauts. Η NASA έχει επίσης φιλοξένησε πάνω από 25 "tweetups», γεγονότα που παρέχουν στους επισκέπτες VIP πρόσβαση σε εγκαταστάσεις της NASA και ομιλητές με στόχο την αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων των συμμετεχόντων για την προώθηση των στόχων της προβολής της NASA.  
  
Τον Αύγουστο του 2010, η εταιρεία όρισε τον Adam Bain από την News Corp.'s Fox Audience Network ως πρόεδρο των εσόδων. Στις 14 Σεπτεμβρίου του 2010, το Twitter ξεκίνησε μια ανασχεδιασμένη ιστοσελίδα που περιλαμβάνει ένα νέο λογότυπο.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2Ο: ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ**

**2.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ**

Οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης (social networks) που στοχεύουν στη δημιουργία on-line κοινοτήτων από ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα και δραστηριότητες έχουν γίνει ιδιαιτέρως δημοφιλείς στις μέρες μας. Οι υπηρεσίες αυτές λειτουργούν κυρίως στο Διαδίκτυο και προσφέρουν πολλαπλούς τρόπους επικοινωνίας και διάδρασης στους εγγεγραμμένους χρήστες τους που συνήθως προϋποθέτουν τη δημιουργία προσωπικών προφίλ των χρηστών. Οι χρήστες των υπηρεσιών αυτών μπορούν να δημοσιοποιούν και να μοιράζονται προσωπικές πληροφορίες με άλλες ομάδες χρηστών, όπως π.χ. θέματα σχετικά με τα χόμπι τους, την εργασία τους, τις προτιμήσεις τους, τα αγαπημένα τους πρόσωπα, κ.α. μέσα από το προσωπικό τους προφίλ, αλλά και υπό μορφή μηνυμάτων, φωτογραφιών, βίντεο, κ.ο.κ.

Αναμφίβολα οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν μία νέα μορφή εκκοινώνησης και επικοινωνίας, ιδιαιτέρως ανάμεσα στους νέους αλλά όχι μόνο. Ταυτόχρονα όμως, οι υπηρεσίες αυτές προσδίδουν και μια καινούργια διάσταση στην έννοια του “προσωπικού χώρου”, δημιουργώντας σοβαρές ανησυχίες για παραβίαση της ιδιωτικότητας των χρηστών τους, των οποίων τα προσωπικά δεδομένα δημοσιοποιούνται στο Διαδίκτυο με πρωτοφανή τρόπο και ποσότητα.

Το θέμα αυτό απασχολεί τις Αρχές Προστασίας Δεδομένων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το Μάρτιο του 2008 η Διεθνής Ομάδα για την Προστασία των Προσωπικών Δεδομένων στις Τηλεπικοινωνίες (IWGDPT) εξέδωσε ένα έγγραφο συστάσεων για τις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης. Το έγγραφο, στη διαμόρφωση της οποίας συμμετείχε ενεργώς και η ελληνική Αρχή, απευθύνεται στους παρόχους και στους χρήστες των υπηρεσιών αυτών.

* 1. **ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ**

**Twitter**: Το **Twitter** (Τουίτερ) είναι ένας [ιστοχώρος](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B1" \o "Ιστοσελίδα) κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα (μέχρι 140 χαρακτήρες), τα οποία ονομάζονται τουίτς (Tweets). Τα μηνύματα μπορούν να αναγνωστούν και από μη συνδεδεμένους χρήστες, αλλά μόνο οι συνδεδεμένοι μπορούν να δημοσιεύσουν κείμενα. Δημιουργήθηκε τον Μάρτιο του 2006 από τον Τζακ Ντόρσεϊ και δημοσιεύθηκε τον Ιούλιο του ίδιου χρόνου. Η υπηρεσία έγινε γρήγορα δημοφιλής και σήμερα έχει 500 εκατομμύρια χρήστες. Είναι ένας από τους δέκα πιο δημοφιλείς ιστοτόπους του διαδικτύου.Από τα πιο ευρέως διαδεδομένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στην ουσία χρησιμοποιείται για την συνομιλία με φίλους ή γνωστούς αλλά κυρίως για την συνομιλία με αγνώστους και την δημιουργία φιλικών ή ερωτικών δεσμών. Επίσης μπορεί κανείς να δημοσιεύσει τις απόψεις του και πιθανά να ανταλλάξει απόψεις οποιασδήποτε φύσης με άλλους .Είναι πολύ εύκολο στην χρήση για αυτό και είναι τόσο δημοφιλές.

Πολλές φορές ωστόσο χρησιμοποιείται ως μέσω εξαπάτησης αφού η πιστοποίηση του λογαριασμού γίνεται μόνο στους λογαριασμούς δημοσίων προσώπων. Επίσης πολλοί χρήστες περνούν πολλές ώρες χρησιμοποιώντας το με αποτέλεσμα να εθίζονται σε αυτό. Τέλος, πολλοί χρήστες το χρησιμοποιούν αποκλειστικά για να δημοσιεύσουν το τι κάνουν ή που βρίσκονται κάθε λεπτό σαν να εξαρτάται η ζωή τους από αυτό.

**Facebook:** Το Facebook είναι [ιστοχώρος](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%83%CE%B5%CE%BB%CE%AF%CE%B4%CE%B1" \o "Ιστοσελίδα) κοινωνικής δικτύωσης που ξεκίνησε στις 4 Φεβρουαρίου του 2004. Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μέσω μηνυμάτων με τις επαφές τους και να τους ειδοποιούν όταν ανανεώνουν τις προσωπικές πληροφορίες τους. Όλοι έχουν ελεύθερη πρόσβαση στο να συμμετάσχουν σε δίκτυα που σχετίζονται μέσω πανεπιστημίου, θέσεων απασχόλησης ή γεωγραφικών περιοχών.

Ο [Μαρκ Ζάκερμπεργκ](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%B1%CF%81%CE%BA_%CE%96%CE%AC%CE%BA%CE%B5%CF%81%CE%BC%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%BA" \o "Μαρκ Ζάκερμπεργκ) ίδρυσε το Facebook ως μέλος του πανεπιστημίου του [Harvard](http://el.wikipedia.org/wiki/Harvard" \o "Harvard). Αρχικά δικαίωμα συμμετοχής είχαν μόνο οι φοιτητές του[Harvard](http://el.wikipedia.org/wiki/Harvard) ενώ αργότερα επεκτάθηκε για την [Ivy League](http://el.wikipedia.org/w/index.php?title=Ivy_League&action=edit&redlink=1" \o "Ivy League (δεν έχει γραφτεί ακόμα)). Το όνομα της ιστοσελίδας προέρχεται από τα έγγραφα παρουσίασης των μελών πανεπιστημιακών κοινοτήτων μερικών Αμερικάνικων κολεγίων και προπαρασκευαστικών σχολείων που χρησιμοποιούσαν οι νεοεισερχόμενοι σπουδαστές για να γνωριστούν μεταξύ τους. Tο 2005 το δικαίωμα πρόσβασης επεκτάθηκε σε μαθητές συγκεκριμένων λυκείων και μέλη ορισμένων μαθητικών κοινοτήτων, ενώ το 2006 η υπηρεσία έγινε προσβάσιμη σε κάθε άνθρωπο του πλανήτη που η ηλικία του ξεπερνούσε τα 13 χρόνια.

Το Facebook σήμερα έχει πάνω από 1 δισεκατομμύριο ενεργούς χρήστες, κατατάσσοντάς το έτσι στη λίστα ταξινόμησης του [Alexa](http://el.wikipedia.org/w/index.php?title=Alexa&action=edit&redlink=1" \o "Alexa (δεν έχει γραφτεί ακόμα)) ως ένα από τα δημοφιλέστερα web sites του πλανήτη (2ο μετά το [Google](http://el.wikipedia.org/wiki/Google" \o "Google)). Επίσης, το Facebook είναι ένα από τα δημοφιλέστερα sites για ανέβασμα φωτογραφιών με πάνω από 14 εκατομμύρια φωτογραφίες καθημερινά. Με αφορμή τη δημοτικότητά του, το Facebook έχει υποστεί κριτική και κατηγορηθεί σε θέματα που αφορούν τα προσωπικά δεδομένα και τις πολιτικές απόψεις των ιδρυτών του. Ωστόσο η συγκεκριμένη ιστοσελίδα παραμένει η πιο διάσημη κοινωνική περιοχή δικτύωσης σε πολλές αγγλόφωνες χώρες.[[εκκρεμεί παραπομπή](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%92%CE%B9%CE%BA%CE%B9%CF%80%CE%B1%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CE%B9%CE%B1:%CE%A0%CE%B1%CF%81%CE%AC%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7_%CF%80%CE%B7%CE%B3%CF%8E%CE%BD" \o "Βικιπαίδεια:Παράθεση πηγών)]

Το Facebook είναι ένας καλός τρόπος δικτύωσης με φίλους και γνωστούς. Παρά το ότι ενέχει κινδύνους (κυρίως για παραβίαση προσωπικών δεδομένων), ο προσεκτικός χρήστης δεν έχει πρόβλημα. Το Facebook ακόμα παρέχει παιχνίδια και υπάρχει η δυνατότητα ανεβάσματος φωτογραφιών και βίντεο.

**MSN Messenger** : Τα Windows Live Spaces (γνωστά από τους χρήστες τους ως MSN Spaces) είναι ένας ιστότοπος της Microsoft για τη δημιουργία ιστολογίων και κοινωνικών συνομιλιών. Η υπηρεσία κυκλοφόρησε αρχικά το 2004 με την ονομασία MSN Spaces, ως ο κύριος ανταγωνιστής των MySpace, Bebo και 360° της Yahoo!. Τα Windows Live Spaces φιλοξενούν 27 εκατομμύρια επισκέπτες το μήνα από τον Αύγουστο του 2007 Όχι. Αν και για να λειτουργήσει το msn χρειάζεσαι ένα λογαριασμό e-mail, το msn καθαυτό είναι ό,τι σου είπαν και πιο πάνω: ένα πρόγραμμα μέσω του οποίου επικοινωνείς “ζωντανά” (δηλ. εκείνη τη στιγμή) με φίλους σου είτε πληκτρολογώντας τον διάλογο σε ειδικό παράθυρο είτε μιλώντας μαζί τους με μικρόφωνο είτε βλέποντας οι μεν τους δε σε βίντεο μέσω κάμερας είτε με όλα αυτά μαζί.

**Skype:** Το Skype είναι ένα δωρεάν και απλό πρόγραμμα που σας επιτρέπει να πραγματοποιείτε δωρεάν κλήσεις μέσω υπολογιστών παντού στον κόσμο. Το Skype μπορεί να εγκατασταθεί γρήγορα και εύκολα. Απλά κατεβάστε το, εγγραφείτε, και σε μερικά λεπτά μπορείτε να συνδέσετε τα ακουστικά σας, το μικρόφωνό σας καθώς και την διαδικτυακή κάμερά σας και να κάνετε κλήσεις ή και βίντεοκλήσεις με τους φίλους σας.

διαδικτυακή κάμερά σας και να κάνετε κλήσεις ή και βίντεοκλήσεις με τους φίλους σας. Το Skype έχει εξαιρετική ποιότητα ήχου - εικόνας και παρέχει υψηλή ασφάλεια με κρυπτογράφηση end-to-end. Ακόμη, στο Skype δεν απαιτείται να ξαναρυθμίσετε το firewall ή το router σας – απλά δουλεύει!

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3Ο: ΤΟΜΕΙΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ( FACEBOOK, TWITTER)**

**3.1. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**

Η χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και το Twitter, ως πλατφόρμων συνεργασίας συνδέει τις επιχειρήσεις με τον υπόλοιπο κόσμο με δεκάδες διαφορετικούς τρόπους. Τα εν λόγω εργαλεία φέρνουν την τεχνολογία σε επαφή με τις επιχειρήσεις, συνδέουν τους ανθρώπους με τις πληροφορίες, καθιερώνουν πιθανούς νέους δρόμους προς την αγορά και βελτιώνουν την επικοινωνία με τους πελάτες και τη διάδοση του εμπορικού σήματος.

Τα παραπάνω ευρήματα καταδεικνύουν ότι ο κόσμος των επιχειρήσεων βρίσκεται στα πρόωρα στάδια της υιοθέτησης αυτών των εργαλείων καθώς και στη διαδικασία υιοθέτησης σημαντικών προκλήσεων - όπως είναι η ανάγκη για διαχείριση των εργαλείων αυτών και η συμμετοχή του ΙΤ, που μπορεί να επηρεάσουν την ολοκλήρωση και υιοθέτηση των νέων πλατφορμών και τεχνολογιών. Όσο αφορά στην επιχειρηματική στρατηγική, τα social media χρησιμοποιούνται ως μέσα δημιουργίας εταιρικής εικόνας, ενημέρωσης, επικοινωνίας και ανάπτυξης σχέσεων με τους πελάτες και έχουν απίστευτη δυναμική. Οι εταιρείες που χρησιμοποιούν σωστά τα social networks μπορούν να «χτίσουν» την εικόνα τους, να αναπτύξουν τις δημόσιες σχέσεις τους καθώς και να δημιουργήσουν και ή να επηρεάσουν θετικά τις συζητήσεις που γίνονται γύρω από το brand τους «εκτοξεύοντας» την αναγνωσιμότητα και αξιοπιστία τους.

Οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης δημιουργούν ένα σημαντικό αριθμό ευκαιριών και προκλήσεων στον επιχειρησιακό κόσμο. Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται μια έκρηξη τεχνολογικών εφαρμογών που βασίζονται στη λογική της Κοινωνικής Δικτύωσης στα πλαίσια του Παγκόσμιου Ιστού, γεγονός που δε μπορεί παρά να επηρεάζει την επιχειρηματική δραστηριότητα στο σύνολό της. Οι νέες τεχνολογίες, όπως τα ιστολόγια (blogs), τα wikis, η κοινωνική σήμανση (tagging), οι ιστοχώροι κοινωνικής δικτύωσης, δημιουργούν ευκαιρίες για νέους τρόπους ενδοεταιρικής συνεργασίας και διαχείρισης της γνώσης, αλλάζουν το τοπίο στην παροχή υπηρεσιών αλλά και στις διεπιχειρησιακές ανταλλαγές, ενώ παράλληλα αναδιαμορφώνουν τις υπάρχουσες επιχειρησιακές εφαρμογές. Τα κύρια πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης σε μια επιχείρηση είναι ποικίλα.

Αναλυτικότερα, κύριο πλεονέκτημα είναι η δυνατότητα που προσφέρεται στην επιχείρηση να απευθυνθεί σε αγορά τεράστιου μεγέθους, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς. Επιπλέον η τμηματοποίηση της αγοράς με βάση διάφορα κριτήρια όπως γεωγραφικά, κοινωνικά, δημογραφικά, εθνικά, θρησκευτικά γίνεται πολύ πιο εύκολα, ενώ η «πληροφορία» μεταφέρεται εύκολα και με γρήγορους ρυθμούς.. Οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα σε μια επιχείρηση να προσφέρει συνεχώς κίνητρα στους καταναλωτές, γεγονός που αυξάνει την πιστότητα στα προϊόντα και υπηρεσίες της. Βασικό πλεονέκτημα είναι και η συνεχής και εύκολή ανατροφοδότηση σχετικά με τη συμπεριφορά και τον βαθμό ικανοποίησης των καταναλωτών, γεγονός που διευκολύνει την έρευνα και συμβάλλει στην ανάπτυξη της επιχείρησης. Επίσης, τα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης κάνουν εφικτή την παρουσίαση της επιχείρησης 24 ώρες του εικοσιτετράωρου όλο τον χρόνο, μειώνουν το λειτουργικό κόστος, ενώ τέλος διευκολύνεται η εύρεση νέου προσωπικού.. Υπάρχουν πολλές μεγάλες εταιρίες που αυτή τη στιγμή απολαμβάνουν και εκμεταλλεύονται τα οφέλη του social media marketing.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Coca-Cola, που προσέγγισε το κοινό της μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, το photo και video sharing. Είναι σημαντικό να σημειωθεί

το 88% των εταιριών μέχρι το 2013 θα χρησιμοποιούν εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης στο μάρκετινγκ, ενώ πολλές από αυτές χρησιμοποιούν τα κοινωνικά μέσα αποκλειστικά ως μάρκετινγκ εργαλεία. Επίσης, η χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και το Twitter, ως πλατφόρμων συνεργασίας συνδέει τις επιχειρήσεις με τον υπόλοιπο κόσμο με δεκάδες διαφορετικούς τρόπους. Τα εν λόγω εργαλεία φέρνουν την τεχνολογία σε επαφή με τις επιχειρήσεις, συνδέουν τους ανθρώπους με τις πληροφορίες, καθιερώνουν πιθανούς νέους δρόμους προς την αγορά και βελτιώνουν την επικοινωνία με τους πελάτες και τη διάδοση του εμπορικού σήματος. Τα παραπάνω ευρήματα καταδεικνύουν ότι ο κόσμος των επιχειρήσεων βρίσκεται στα πρόωρα στάδια της υιοθέτησης αυτών των εργαλείων καθώς και στη διαδικασία υιοθέτησης σημαντικών προκλήσεων - όπως είναι η ανάγκη για διαχείριση των εργαλείων αυτών και η συμμετοχή του ΙΤ, που μπορεί να επηρεάσουν την ολοκλήρωση και υιοθέτηση των νέων πλατφορμών και τεχνολογιών.

Ο διαρκής κίνδυνος που κρύβει η χρήση των social networking sites είναι οι εξωτερικές «εισβολές» στα εταιρικά ΙΤ δίκτυα. Τέτοιες επιθέσεις μπορεί να οδηγήσουν σε απώλεια απόρρητων πληροφοριών και να δημιουργήσουν προβλήματα στα συστήματα πληροφορικής της εταιρείας. Ωστόσο, δεν γνωρίζουμε με σαφήνεια πόσο συχνά ευθύνεται η χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τέτοιες επιθέσεις και το είδος της ζημιάς που μπορεί να προκληθεί. Τα εταιρικά συστήματα ασφάλειας δικτύων μπορούν σίγουρα να συμβάλουν στον περιορισμό τέτοιων κινδύνων, μέσω της φραγής πρόσβασης σε συγκεκριμένα sites. Και πάλι όμως, μεγάλο μέρος του κινδύνου οφείλεται στη μη ασφαλή χρήση του internet από τους εργαζομένους. Μόνο αλλάζοντας αυτές τις συμπεριφορές θα μπορέσουν οι εταιρείες να κάνουν ένα σημαντικό βήμα προς την ενίσχυση της ασφάλειας.. Είναι γεγονός ότι η κοινωνική δικτύωση εγείρει ζητήματα και ανησυχίες όσον αφορά τις επιπτώσεις της στην παραγωγικότητα, τη φήμη και την ασφάλεια των επιχειρήσεων. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις δεν θα πρέπει να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν συγκεκριμένες κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη χρήση και την κατάχρηση της κοινωνικής δικτύωσης. Με τη διαφορά ότι αυτές οι κατευθυντήριες γραμμές δεν θα πρέπει να δίνουν έμφαση στον έλεγχο της συμπεριφοράς των εργαζομένων όσον αφορά την κοινωνική δικτύωση, αλλά στον προσανατολισμό της χρήσης προς θετικές, δημιουργικές κατευθύνσεις, υπέρ των οργανισμών και των εργαζομένων. Τρόπος να γυρίσουμε στην προ social media εποχή δεν υπάρχει. Μπορούμε όμως να αναδείξουμε την προστιθέμενη αξία τους για τους οργανισμούς και να προωθήσουμε την αποτελεσματική τους χρήση..

Τα κυριότερα μειονεκτήματα των εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης στις επιχειρήσεις είναι :

1. κόστος χρόνου που συνεπάγεται η διαδικασία ενημέρωσης των πελατών, η δημιουργία και επεξεργασία πληροφοριών,
2. μη αποδοχή της νέας εφαρμογής από το προσωπικό της εταιρείας λόγω έλλειψη γνώσεων και δεξιοτήτων,
3. μη ασφαλές περιβάλλον κατά την δημοσίευση πληροφοριών στο Διαδίκτυο, και
4. ελεύθερη δημοσίευση κριτικών από πλάτες και ανταγωνιστές.

Τέλος, η χρήση των κοινωνικών δικτύων σε ώρα εργασίας επηρεάζει την απόδοση των υπαλλήλων. Μάλιστα, το φαινόμενο αυτό οδηγεί όχι μόνο σε αντιπαραγωγικότητα, αλλά και σε μεγάλη χρηματική ζημία. Επίσης ένα μεγάλο ποσοστό μπαίνει στον λογαριασμό του έστω και για λίγο, αν και ελάχιστοι παραδέχονται ότι αυτό επηρεάζει την ποιότητα της εργασίας τους. Δύο στους τρεις υποστηρίζουν ότι δεν πρέπει να διακοπεί η επαφή με τα κοινωνικά δίκτυα εν ώρα εργασίας, ενώ οι υπόλοιποι το θεωρούν αναγκαίο.

**3.2.1. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ : ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ**

Οι επιδράσεις από τη χρήση και την εξάπλωση των κοινωνικών δικτύων επεκτείνονται σε

πολλούς τομείς της κοινωνικής ζωής του ατόμου: στην εργασία, στον ελεύθερο χρόνο του, στην ψυχολογία του και στην ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων. Ιδιαίτερη επίδραση έχουν τα κοινωνικά δίκτυα στους εφήβους και τους νέους. «Έχουμε υποστεί μια κοινωνική αλλαγή τα τελευταία τέσσερα ή πέντε χρόνια και τώρα σχεδόν ο κάθε φοιτητής διαχειρίζεται τις σχέσεις του μέσω του Facebook», παρατητρεί ο καθηγητής W. K. Campbell, του Πανεπιστημίου της Georgia των Η.Π.Α.

Τα κοινωνικά δίκτυα δεν αποτελούν δημιούργημα κάποιας μεγάλης εταιρείας. Όταν έγιναν δημοφιλή από τους ενδιαφερόμενους, ήρθε σαν αποτέλεσμα η τεράστια αναγνωρισιμότητα. Αυτό γίνεται γιατί απευθύνονται σε όλο τον κόσμο ανεξαρτήτως κοινωνικής τάξης. Οι λόγοι της τεράστιας διάδοσής τους είναι η δημιουργία μίας εικονικής πραγματικότητας άνευ περιορισμών. Ωστόσο δεν είναι λίγοι οι άνθρωποι που τα χρησιμοποιούν προς καλλιέργεια των ενδιαφερόντων τους. Το Facebook αποτελεί πλέον σημαντικό παράγοντα στην ανάπτυξη των ανθρώπινων σχέσεων. Για παράδειγμα στην ταινία «The Social Network», που αναφέρεται στη ζωή του ιδρυτή του Facebook Μαρκ Ζάκερμπεργκ, καθίσταται σαφές ότι το δίκτυο προσέλκυσε τους νέους ηλικίας 18-30 ετών που επιδόθηκαν σε ένα παιχνίδι ηλεκτρονικού κουτσομπολιού.

Η χρήση online κοινωνικών δικτύων προσφέρει στους χρήστες τους πολλά οφέλη και πλεονεκτήματα όπως η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων, εφόσον το Διαδίκτυο συγκεντρώνει πλήθος άτομα από όλο τον κόσμο και η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με άτομα που μπορεί να βρίσκονται σε μεγάλη γεωγραφική απόστασητο ένα από το άλλο, εφόσον το Διαδίκτυο καταργεί τις αποστάσεις.

Επίσης, στα βασικά οφέλη ανήκει η δυνατότητα δημιουργίας μεγάλης ποικιλίας κοινωνικών δεσμών με άτομα από διαφορετικές χώρες, κοινωνίες, πολιτισμούς και με διαφορετικές συνήθειες και χαρακτηριστικά, η δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε μεγάλο πλήθος κοινωνικών ομάδων και η αναζήτηση της ομάδας που εκφράζει και ωφελεί το άτομο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, η δυνατότητα επαφής με πολλούς διαφορετικούς πολιτισμούς και επομένως η δυνατότητα διεύρυνσης των γνώσεων και των πνευματικών οριζόντων του ατόμου, η δυνατότητα δραστηριοποίησης και σύμπραξης για κοινούς σκοπούς με άτομα που μπορεί να βρίσκονται οπουδήποτε στη γη και επομένως η ενίσχυση του κοινού σκοπού με μεγάλο πλήθος συμμετεχόντων.

Πολλές μελέτες συσχετίζουν τη συναισθηματική πληρότητα με την ενεργό δράση στο Facebook, με τη συντήρηση ή και παγίωση των φιλικών δεσμών, ακόμα και αυτών που είχαν σιγήσει για δεκαετίες, με τη διασφάλιση συναισθηματικής κάλυψης σε περιόδους δυσχερειών, με ενδυνάμωση της αντίληψης διασύνδεσης με μια ευρύτερη παγκόσμια κοινότητα, με τη στήριξη των τοπικών δικτύων.

Εκτός όμως από τα σημαντικά οφέλη υπάρχουν και σοβαροί κίνδυνοι που σχετίζονται με την online κοινωνική δικτύωση. Κάποιοι από τους κινδύνους αυτούς αφορούν και την δικτύωση στον πραγματικό κόσμο. Για παράδειγμα, όπως υπάρχει ο κίνδυνος του “αγνώστου” κατά την κοινωνικοποίηση σε πραγματικούς χώρους όπως το σχολείο, η εργασία ή το μπαρ, το ίδιο ισχύει και κατά την online κοινωνική δικτύωση. Υπάρχουν όμως επιπλέον κίνδυνοι που οφείλονται στο μέγεθος και στη φύση του κυβερνοχώρου.

Βασικό μειονέκτημα είναι η έκθεση σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό κινδύνων κοινωνικού χαρακτήρα. Ενώ θα περίμενε κανείς ότι το Διαδίκτυο λόγω της απόστασης που εμπεριέχει, θα προφύλασσε τα άτομα από την επαφή με πραγματικούς κινδύνους, είναι πολλές οι

περιπτώσεις όπου ιδιαίτερα οι νέοι βιώνουν έντονα καταστάσεις μέσα από την χρήση του κυβερνοχώρου, οι οποίες είναι τραυματικές για την ψυχική τους υγεία εξαιτίας της χρήσης online κοινωνικών δικτύων και της επαφής τους με πλήθος αγνώστων ατόμων.

Επίσης σημαντικό είναι η επιβλαβής έκθεση της προσωπικής ζωής του ατόμου. Τα online κοινωνικά δίκτυα είναι χώροι όπου μπορεί να συγκεντρώνεται πλήθος διαφορετικών και άγνωστων ατόμων.

Η καταχώρηση και δημοσίευση προσωπικών στοιχείων σε αυτά, καθιστά τους χρήστες τους ευάλωτους σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό ατόμων, συχνά με ανεξέλεγκτες συνέπειες. Επιπλέον, υπάρχει ο κίνδυνος εξαπάτησης, δηλαδή η σύνδεση με άτομα που ισχυρίζονται ότι είναι κάποιοι που δεν είναι στην πραγματικότητα. Οι χρήστες του Διαδικτύου μπορούν να διατηρήσουν την ανωνυμία τους όταν έρχονται σε επαφή με άλλους χρήστες, αλλά μπορούν εύκολα και να εξαπατήσουν ή να εξαπατηθούν από τους υπόλοιπους χρήστες εξαιτίας αυτής της δυνατότητας. Η επαφή και η διασύνδεση με παντελώς αγνώστους ενέχει περισσότερους κινδύνους απ’ ότι η επαφή με αγνώστους στον πραγματικό κόσμο, γιατί δεν υπάρχει η αμεσότητα και η δυνατότητα ανάπτυξης κριτικής σκέψης και αντίδρασης. Άλλοι εξίσου σημαντικοί κίνδυνοι είναι η παρενόχληση από άτομα εντελώς άγνωστα μέλη του κοινωνικού δικτύου χωρίς τη δυνατότητα προστασίας ή αντιμετώπισης τέτοιων ενεργειών, η κλοπή των προσωπικών δεδομένων και γενικά η απειλή της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών, η εύκολη μετάδοση και επαφή με ηλεκτρονικό περιεχόμενο που δεν είναι ασφαλές για τους χρήστες του, όπως κακόβουλο λογισμικό, πορνογραφικό υλικό, υλικό προσηλυτισμού, υλικό εθισμού σε επικίνδυνες ουσίες, υλικό με θέμα τη βία, ρατσιστικό περιεχόμενο κ.ά.

Εξίσου σημαντικές είναι οι επιδράσεις τους στην ψυχολογία των ατόμων. Η χρήση των κοινωνικών δικτύων είναι πλέον ένα πολύ συχνό φαινόμενο και κατά συνέπεια αποτελεί αντικείμενο μελέτης και της ψυχολογίας. Αφενός η επιστήμη της ψυχολογίας μπορεί να ωφεληθεί από την παρατήρηση της συμπεριφοράς των ατόμων που είναι μέλη κοινωνικών δικτύων και αφετέρου η χρήση των online κοινωνικών δικτύων έχει άμεση συσχέτιση με την ψυχολογία του ανθρώπου. Η κατάχρηση των κοινωνικών δικτύων και του κυβερνοχώρου γενικότερα μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την ψυχολογία των ατόμων. Επίσης, όταν η χρήση των κοινωνικών δικτύων από άλλα μέλη στρέφεται εναντίον κάποιου, αυτό επιδρά άμεσα στην ψυχολογία του. Είναι πολύ συχνά τα φαινόμενα παρενόχλησης, δυσφήμησης, προσπάθειας χειραγώγησης μέσω των κοινωνικών δικτύων.

Κοινωνικά δίκτυα όπως το facebook συσχετίζονται και με έντονες ψυχολογικές επιδράσεις όπως η κατάθλιψη. Τα κοινωνικά δίκτυα δεν ανταποκρίνονται στην πραγματική υλική υπόσταση αλλά ανάγονται στη σφαίρα του ιδεατού. Παρόλα αυτά, ασκούν επιρροή στον ψυχολογικό κόσμο της νεολαίας και αλλάζουν τη μορφή και τη λειτουργία των σχέσεων. Αυτή η επιρροή μπορεί να καταλήξει ακόμα και σε κατάθλιψη.

Μια πρόσφατη μελέτη της ψυχολογίας αποκαλύπτει υψηλά επίπεδα ναρκισσισμού στο Facebook. Οι online στοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook μπορεί να είναι χρήσιμα εργαλεία για την ανίχνευση αν κάποιος είναι ναρκισσιστής. Οι άνθρωποι που είναι ναρκισσιστές χρησιμοποιούν το Facebook για να προωθήσουν τον εαυτό τους με τρόπο που μπορούν να αναγνωριστούν από τους άλλους. Οι ερευνητές, των οποίων τα αποτελέσματα περιλαμβάνονται στο τεύχος Οκτωβρίου του περιοδικού Personality and Social Psychology Bulletin, έδωσαν ερωτηματολόγια προσωπικότητας σε περίπου 130 χρήστες του Facebook, ανέλυσαν το περιεχόμενο της σελίδας και έβαλαν ανεκπαίδευτους ανθρώπους να δουν την ιστοσελίδα και να βαθμολογίσουν το ναρκισσισμό του κάθε ατόμου. Οι ερευνητές βρήκαν ότι ο αριθμός των φίλων στο Facebook και τα wallposts στο προφίλ συσχετίζονται με τον ναρκισσισμό. Αυτό κατά τους ερευνητές είναι σύμφωνο με το πώς συμπεριφέρονται οι ναρκισσιστές στον πραγματικό κόσμο και με τη σύναψη ρηχών σχέσεων. Οι παρατηρητές

χρησιμοποιούν τρία κριτήρια, την ποσότητα των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων, την ελκυστικότητα του ατόμου και τον βαθμό της αυτοπροβολής στο πλαίσιο της κύριας φωτογραφίας για να σχηματίσουν μια εικόνα της προσωπικότητας του ατόμου

(McPherson, L. Smith-Lovin, and J. Cook, 2001).

Στο διαδίκτυο οι περισσότεροι ψάχνουν για μια ευκαιρία για αισθησιασμό, για σεξ, για τη συναισθηματική αρπαχτή, κυκλοφορούν βρυκόλακες του μεσονυχτίου, που τρέφονται από τα ερείπια των αποκαμωμένων προσωπικοτήτων. Είναι και τα παιδιά, που μπαίνουν για χαβαλέ ή από την κοινωνική πίεση, αυτοί που εγγράφονται για πλάκα, για να ειρωνευθούν, να χλευάσουν, να κατακρίνουν, να ηθικολογήσουν, να προβάλουν τις σκοτεινές ή τις ιδανικές πλευρές του εαυτού... άλλοι για να μεθέξουν μιας συλλογικής εξομολόγησης, για να καθαρθούν, να ψυχαναλυθούν, ή απλά να αφήσουν το ψηφιακό αποτύπωμα του εαυτού τους.

Υπάρχουν και πολλοί ανώμαλοι, που μέσα από την ανωνυμία ή την ψευδοπροσωπία

παραπλανούν, ελλοχεύουν, καραδοκούν... Και κάποιοι άλλοι διαφημίζονται, αναδεικνύονται σε πρωτεργάτες, σε αρχηγούς ομάδων και κινημάτων, επαναστάτες διαδικτυακοί και τιμητές των υπολοίπων. Και οι σημερινές γυναίκες, ανενδοίαστες, απροκάλυπτες, ποζάρουν ημίγυμνες, χωρίς ενοχές και άλλοθι.

Τέλος, οι περισσότεροι ανήλικοι μέσω του δικτυακού ιστού έχουν γίνει θεατές πορνογραφικού υλικού, ακραίων ιδεολογικών τάσεων, βίας, με αποτέλεσμα να βιώνουν καθημερινά ιντερνετικά ακραίες ιδεολογίες τύπου ναζισμού, ενώ άλλες φορές παίρνει τη μορφή του προσηλυτισμού και της «εκπαίδευσής» τους στην παραγωγή ναρκωτικών ουσιών ή και κατασκευής βομβών αυτοσχέδιου τύπου.

## 3.2.3. ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΠΡΟΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑ ΜΕ ΤΗΝ Κ.Δ. ΣΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

## Α.Ο ΕΘΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Όποιος περνά μεγάλο μέρος της ημέρας του κοιτάζοντας οθόνες καταλαβαίνει τι σημαίνει κούραση στα μάτια. Αλλά τι προκαλεί η ψηφιακή εμμονή στο μυαλό μας; Ο όρος «Διαταραχή Ψηφιακής Προσοχής» (Digital Attention Disorder) περιγράφει τον εθισμό στα κοινωνικά δίκτυα και στους υπολογιστές γενικότερα, αναφέρει το περιοδικό «Τhe Week».   
  
Πώς λειτουργεί; Πριν από περίπου 50 χρόνια, ο ψυχολόγος B.F. Skinner ενώ πειραματιζόταν με ποντίκια και περιστέρια παρατήρησε ότι η μη προβλεψιμότητα της ανταμοιβής ήταν σημαντικό κίνητρο για τα ζώα. Αν η ανταμοιβή ερχόταν είτε προβλέψιμα είτε πολύ σπάνια, το ζώο τελικά έχανε το ενδιαφέρον του. Όταν όμως βρισκόταν σε αναμονή ανταμοιβής οποία ερχόταν με ικανοποιητική συχνότητα, ο εγκέφαλος των ζώων αποδέσμευε ντοπαμίνη, έναν νευροδιαβιβαστή που ρυθμίζει κατά βάση την ευχαρίστηση.

Και τι σχέση έχει αυτό με το Διαδίκτυο; Μερικοί ερευνητές πιστεύουν ότι στη διακεκομμένη τροφοδότηση -με τη μορφή μηνυμάτων, tweets και άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης- το μυαλό μας αντιδρά αναγνωρίζοντάς την ως ανταμοιβή, όπως τα ποντίκια του Skinner.   
  
O εθισμός στο Ίντερνετ ξεκινάει από πολύ μικρή ηλικία. Οι περισσότεροι άντρες αποκτούν υπολογιστή ή video game όταν είναι πέντε ή έξι ετών, κι έτσι η ανάπτυξή τους είναι συνδεδεμένη με αυτές τις δραστηριότητες. «Και οι γυναίκες εθίζονται, αλλά συνήθως σε μεγαλύτερη ηλικία, και προτιμούν τα social media από τα παιχνίδια -που τα προτιμούν οι άντρες-, δείχνοντας ότι συνδυάζουν καλύτερα τον εθισμό με την πραγματική ζωή από ό,τι οι άντρες» υποστηρίζει η Hilarie Cash, διευθύντρια του προγράμματος απεξάρτησης από το Ίντερνετ «reStart».

**Β.CYBERBULLING**

Μια νέα μορφή επικίνδυνης ψυχοσωματικής κακοποίησης και θυματοποίησης ανηλίκων εμφανίστηκε και στην Ελλάδα. Πρόκειται για το cyberbullying ή διαδικτυακός εκφοβισμός. Σκοπός είναι ο ευτελισμός και η τρομοκρατία του συμμαθητή ή γνωστού τους. Είναι ένα νέο φαινόμενο που δυστυχώς βρίσκεται σε ανοδική πορεία και στην Ελλάδα ανάμεσα στους νέους που έχουν ιδιαίτερη επαφή με το διαδίκτυο.Σύμφωνα με τον προϊστάμενο του τμήματος Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος της Ασφάλειας Αττικής, Μανώλη Σφακιανάκη η υπηρεσία του δέχεται τουλάχιστον 200 τηλεφωνικές καταγγελίες για cyberbullying όπου οι 15 καταθέτουν μήνυση και αφορούν ηλικίες 11 έως 18 χρόνων.Οι καταγγελίες αφορούν σε ποσοστό 82% ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Οι δράστες, εκείνοι που τρομοκρατούν, συνήθως συμμετέχουν σε group φίλων οι οποίοι κακοποιούν ψυχικά ή και σωματικά τα θύματά τους. Εξαναγκάζουν εκβιαστικά πολλές φορές τα θύματα να συμμετέχουν σε πράξεις ή παραλείψεις, δήθεν υπηρετώντας όλοι μαζί τον ίδιο σκοπό, που τις περισσότερες φορές μπορεί να είναι ο εξευτελισμός και η τρομοκράτηση συμμαθητή τους.Το συγκεκριμένο «έγκλημα» διαπράττεται με την μορφή αποστολής κειμένων, e-mail, ή άμεσων μηνυμάτων με κακό περιεχόμενο. Με την κακόβουλη δημοσίευση φωτογραφιών ή μηνυμάτων σε ιστολόγια ή άλλες ιστοσελίδες με μοναδικό σκοπό την παρενόχληση.

Άλλες φορές γίνεται χρήση του ονόματος του θύματος από τρίτο κακόβουλο πρόσωπο με

σκοπό τη διάδοση φημών και ψευδών γεγονότων και καταστάσεων. 'Άλλοτε γίνεται με

ανώνυμες τηλεφωνικές κλήσεις και μηνύματα με σκοπό την πρόκληση φόβου και ταραχής στο

θύμα. Υπάρχουν περιπτώσεις σκόπιμης αποστολής ειδικών προγραμμάτων Trojan Horses για να δημιουργήσουν πρόβλημα στο θύμα, με την υποκλοπή κωδικών email για παράδειγμα, ο οποίος ανήκει σε συμμαθητή τους.Το ζήτημα που ανακύπτει είναι ότι η συγκεκριμένη μορφή τρομοκράτησης έχει αυξητικές τάσεις από παιδιά σε παιδιά με τραγικές ψυχοσωματικές συνέπειες.

Το αρμόδιο αστυνομικό προσωπικό έχει αναλάβει αρκετές υποθέσεις παραβίασης προσωπικών δεδομένων από νεαρά άτομα που έρχονται και καταγγέλλουν την παράνομη δημοσιοποίηση προσωπικών τους δεδομένων σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως το facebook ή το hi5.Μέσα στην τριετία 2006-2009 κατά τη διάρκεια των 24ωρων διαδικτυακών ερευνών, οι αστυνομικοί έχουν εντοπίσει 89 νέους ανθρώπους που είχαν εκδηλώσει και μερικοί ήθελαν να υλοποιήσουν την επιθυμία τους να αυτοκτονήσουν.

**3.3. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

**3. 3.1.ΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΕΠΗΡΕΑΣΟΥΝ ΤΟ ΕΚΛΟΓΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ**



Τη μετρήσιμη αλλά περιορισμένη επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο εκλογικό αποτέλεσμα έδειξε μελέτη που διεξήχθη σε εκατομμύρια χρήστες του Facebook την ημέρα των ενδιάμεσων αμερικανικών εκλογών του 2010.

Τα στοιχεία προέκυψαν από τη μελέτη που δημοσίευσε στο [διαδίκτυο](http://www.nature.com/nature/journal/v489/n7415/full/nature11421.html) το περιοδικό *Nature.*Για τις ανάγκες της έρευνας ένα ειδικό μήνυμα με το σύνθημα «βγάλε το εκλογικό αποτέλεσμα», έδειχνε σε κάθε χρήστη εικόνες από φίλους που είπαν ότι είχαν ήδη ψηφίσει. Αυτό και μόνο, ήταν αρκετό για να οδηγήσει 340.000 πολίτες να ψηφίσουν σε όλη την επικράτεια. Βέβαια, οι ερευνητές δεν κατάφεραν να καθορίσουν αν η ψήφος ήταν υπέρ των Δημοκρατικών ή των Ρεπουμπλικανών.

Οι επιστήμονες που εργάζονται για το Facebook και για Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνια, υποστηρίζουν ότι η μελέτη είναι η πρώτη που δείχνει ότι τα κοινωνικά δίκτυα πιθανόν να έχουν τουλάχιστον κάποιο αντίκτυπο στις εκλογές και προσθέτουν ότι τα ευρήματα θα μπορούσαν να έχουν συνέπειες πέραν της εκλογής. Για παράδειγμα, η έρευνα που τώρα διεξάγεται αφορά στη χρήση των κοινωνικών δικτύων για να βοηθηθούν οι άνθρωποι να χάσουν βάρος.

Το σημαντικό -αν όχι η έκπληξη- είναι ότι η εκλογική μελέτη έδειξε ότι η επιρροή ήταν πολύ πιθανότερο να καταγραφεί ανάμεσα σε στενούς φίλους, κάτι που σημαίνει ότι οι «ισχυροί δεσμοί» στον κυβερνοχώρο είναι πιθανότερο να επηρεάσουν τη συμπεριφορά συγκριτικά με τους «αδύναμους». Κατέγραψε, επίσης, έναν έμμεσο αντίκτυπο από τα μηνύματα: οι φίλοι των φίλων επηρεάστηκαν και αυτοί. «Αυτό που δείξαμε είναι ότι ο κόσμος του διαδικτύου και ο πραγματικός κόσμος αλληλοεπηρεάζονται» είπε ο καθηγητής γενετικής ιατρικής και πολιτικής επιστήμης, James H. Fowler.

Στις 2 Νοεμβρίου 2010, την ημέρα των εκλογών για το Κογκρέσο, σχεδόν κάθε μέλος του Facebook που έκανε sign in, δηλαδή συνδέθηκε με τη σελίδα κοινωνικής δικτύωσης (61 εκατομ. συνολικά) έλαβε στην κορυφή της ροής ειδήσεων (newsfeed) ένα ουδέτερο μήνυμα: «βγάλε το εκλογικό αποτέλεσμα». Aυτό συμπεριελάμβανε μία υπενθύμιση ότι «σήμερα είναι Ημέρα Εκλογών», ένα σύνδεσμο στα τοπικά εκλογικά κέντρα, ένα κουμπί «Ψήφισα» κι ένα μετρητή που έδειχνε το συνολικό αριθμό χρηστών του Facebook που ψήφισαν καθώς και περίπου έξι φωτογραφίες των φίλων του μέλους που είχαν δηλώσει ότι ψήφισαν.

Δύο τυχαία επιλεγμένες ομάδες των 600.000 χρηστών του Facebook η κάθε μία δεν έλαβαν τις φωτογραφίες. Η μία έλαβε μόνο το μήνυμα «βγάλε το εκλογικό αποτέλεσμα» και η άλλη δεν έλαβε κανένα εκλογικό μήνυμα.

Eξετάζοντας τους δημόσιους εκλογικούς καταλόγους, οι ερευνητές μπόρεσαν να συγκρίνουν το πραγματικό αποτέλεσμα στις δύο ομάδες. Διαπίστωσαν ότι το μήνυμα που έδειχνε φίλους οι οποίοι είχαν ψηφίσει ήταν άμεσα συνδεδεμένο με τις 60.000 περισσότερες ψήφους σε όλη την επικράτεια και έμμεσα με τις 280.000 που παρακινήθηκαν από φίλους φίλων. Αυτό που ονόμασαν αποτέλεσμα «κοινωνικής επιρροής».

Αξιοσημείωτο εύρημα είναι, επίσης, ότι 4% αυτών που ισχυρίστηκαν ότι είχαν ψηφίσει δεν έλεγαν την αλήθεια. Επειδή μόνο το 1% των χρηστών Facebook δηλώνει ανοιχτά τις πολιτικές του προτιμήσεις, οι ερευνητές ανέφεραν ότι δεν μπορούσαν να προσδιορίσουν το εάν ο πολιτικός προσανατολισμός επηρέαζε την κοινωνική δικτύωση και την εκλογική συμπεριφορά.

Η μελέτη χρηματοδοτήθηκε από το ίδρυμα James S. McDonnell και την Science of Generosity Initiative του Πανεπιστημίου Notre Dame η οποία υποστηρίζεται από το Ίδρυμα John Templeton.

Παλαιότερες μελέτες έδειξαν ότι μια πληθώρα μεθόδων για την κινητοποίηση δυνάμει ψηφοφόρων έχουν απογοητευτικό αποτέλεσμα. Η πιο αποτελεσματική μέθοδος είναι το να πηγαίνεις πόρτα-πόρτα, ενώ το e-mail είναι μια από τις λιγότερο αποτελεσματικές.

Αν και ο αριθμός των ψήφων που προέκυψε από το μήνυμα στο Facebook ήταν μικρός συγκριτικά με το [συνολικό αποτέλεσμα](http://elections.gmu.edu/Turnout_2010G.html) (περίπου 90,7 εκατομμύρια, ή 37,8% του εκλογικού σώματος), οι ερευνητές ανέφεραν ότι θα μπορούσε να κάνει τη διαφορά στην εκλογή συγκεκριμένων ατόμων. Εξάλλου, τόνισαν ότι η προεδρική εκλογή του 2000 κρίθηκε με μικρότερο από το 0,01% των ψήφων στη Φλόριντα.

## 3.3.2.ONLINE ΜΕΣΑ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ (ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ)

Το μήνυμα μιας νέας επιστημονικής εργασίας τού ελληνικής καταγωγής καθηγητή της επιστήμης των υπολογιστών Παναγιώτη Μεταξά, η οποία δημοσιεύεται στο τελευταίο τεύχος του κορυφαίου επιστημονικού περιοδικού «Science» είναι ότι τα ιντερνετικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επηρεάσουν κατά πολύ τις πολιτικές εξελίξεις. Η μελέτη, με τίτλο «Τα κοινωνικά μέσα και οι εκλογές», έγινε σε συνεργασία με την επίκουρη καθηγήτρια επιστήμης των υπολογιστών, Ένι Μουσταφαράτζ, του Κολεγίου Wellesley στη Μασαχουσέτη, όπου διδάσκει και ο Π. Μεταξάς.

Οι δύο ερευνητές περιγράφουν ορισμένες μεθόδους με τις οποίες οι κάθε είδους πολιτικοί προπαγανδιστές, οι κακόβουλοι αποστολείς μαζικής ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (spam) και οι χάκερ χρησιμοποιούν τις λεγόμενες «βόμβες Google» και «βόμβες Twitter». Πρόκειται για ειδικά προγράμματα λογισμικού που σκοπίμως παραμορφώνουν τα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης και κατακλύζουν τα κοινωνικά μέσα με κατευθυνόμενα μηνύματα. Με αυτό τον τρόπο, καταβάλλουν συνειδητές προσπάθειες να επηρεαστεί η γνώμη των εκλογέων για τους υποψήφιους ή γενικότερα για ένα πολιτικό κόμμα.

Με αφορμή και τις επικείμενες οριακές αμερικανικές εκλογές, όπου γίνεται σκληρή μάχη μεταξύ Ομπάμα και Ρόμνεϊ, οι δύο ερευνητές επισημαίνουν ότι όλοι σχεδόν οι υποψήφιοι και τα κόμματά τους αξιοποιούν δεόντως τα social media -περισσότερο από κάθε προηγούμενη εκλογική αναμέτρηση στις ΗΠΑ- προκειμένου να επηρεάσουν τις αντιλήψεις των ψηφοφόρων υπέρ των δικών τους απόψεων και εναντίον των πολιτικών αντιπάλων τους, καθώς και για να αντλήσουν χρηματικές εισφορές από τους πολίτες.

Σύμφωνα με τον Π. Μεταξά, υπάρχουν πολλοί ενδιαφερόμενοι που προσπαθούν να πληροφορήσουν, αλλά και να επηρεάσουν τις αποφάσεις των πολιτών μέσω των κοινωνικών δικτύων. Διαφημιστές και προπαγανδιστές επιδιώκουν τη χειραγώγηση των μηχανών αναζήτησης, ώστε αυτές να παρέχουν αποτελέσματα που έχουν ανέβει στην κορυφή της αναζήτησης, χωρίς να το αξίζουν.

Η εδώ και χρόνια έρευνα του Έλληνα ειδικού της πληροφορικής έχει εντοπίσει διάφορες

περιπτώσεις, όπου διαφόρων ειδών προπαγανδιστές έχουν καταφέρει να διασπείρουν ψευδείς πληροφορίες για ιατρικά, θρησκευτικά, οικονομικά και πολιτικά θέματα. Ειδικότερα

όσον αφορά τα πολιτικά θέματα, αυτές οι πρακτικές αυξάνονται ιδιαίτερα λίγο πριν από τις εκλογές, όταν δεν υπάρχει αρκετός χρόνος για να ανακαλυφθεί και να ξεσκεπαστεί η παραπληροφόρηση.

Αναφερόμενος ειδικότερα στη σημασία της έρευνάς του για την ελληνική πολιτική σκηνή, ο κ. Μεταξάς επισήμανε ότι η Ελλάδα «περνάει μία περίοδο κρίσης, όπου ο εκνευρισμός, η

απογοήτευση και η δυσκολία διαβίωσής μας μειώνει την ικανότητα κριτικής σκέψης. Το ελληνικό Διαδίκτυο περιλαμβάνει, για παράδειγμα, δεκάδες ιστολόγια (blogs) που έχουν

φτιαχτεί μόνο και μόνο για να εκμεταλλεύονται τις διαφημίσεις από τις μηχανές αναζήτησης. Επειδή, λοιπόν, αυτά τα blogs δεν ανήκουν σε δημοσιογράφους που κάνουν έρευνα για να γράφουν άρθρα, απλώς αντιγράφουν άρθρα και φήμες χωρίς αξιολόγηση. Το αποτέλεσμα είναι αυτά τα “άρθρα” να εμφανίζονται στη κορυφή των αναζητήσεων μας και να δημιουργούν την αίσθηση ότι “βούιξε το Ίντερνετ”. Αλλά η αλήθεια είναι ότι αυτά δεν είναι όντως αντιπροσωπευτικά».

**3.3.3.ΔΥΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ**

**Α. ΤΟ ΚΟΜΜΑ ΤΩΝ ΠΕΙΡΑΤΩΝ ΤΟΥ INTERNET**

Είναι κι αυτό μια πραγματικότητα. Το Κόμμα των Πειρατών του Internet μετά την πρόσφατη δικαστική περιπέτεια των δημιουργών του στη Σουηδία, αποτέλεσε μια από τις εκπλήξεις των ευροεκλογών του Ιουνίου του 2009. Κατόρθωσε να συγκεντρώσει το 7,1% των ψήφων και να εκλέξει έναν ευρωβουλευτή. Η ιδρυτική του διακήρυξη και η προεκλογική εκστρατεία του επικεντρώθηκαν στην ελευθερία του λόγου και στην αντίθεση στους περιορισμούς διακίνησης πληροφοριών στο Διαδίκτυο, στην προστασία της προσωπικότητας και στη διαφάνεια στη δημόσια ζωή. Είναι χαρακτηριστικό ότι η Νεολαία του Κόμματος των Πειρατών αποτελεί την μεγαλύτερη νεολαιίστικη οργάνωση στη Σουηδία και με ποσοστό που στις ηλικίες 18-30 ετών κυμαίνεται στο εντυπωσιακό 20%. Ωστόσο, το πιο σημαντικό συμπέρασμα από την σύντομη ιλιγγιώδη πορεία αυτού του κόμματος είναι οι δυνατότητες που προσφέρει το Διαδίκτυο στην πολιτική οργάνωση και επικοινωνία.

**Β. Η ΚΙΝΑ ΠΡΩΤΟΠΟΡΟΣ ΣΤΟΝ ΚΥΒΕΡΝΟΠΟΛΕΜΟ**

Σύμφωνα με έκθεση ανεξάρτητης επιτροπής που έγινε για λογαριασμό του Κογκρέσου των ΗΠΑ, είναι πολύ πιθανό η κυβέρνηση της Κίνας να αναπτύσσει δυνατότητες κυβερνοπολέμου και να αξιοποιεί ομάδες από hackers για την άντληση δεδομένων από αμερικανικά δίκτυα και εταιρείες. Στη λίστα των πιθανών στόχων περιλαμβάνονται δίκτυα του Πενταγώνου που μεσολαβούν στις στρατιωτικές επικοινωνίες και αποθηκεύουν κρυπτογραφημένα δεδομένα.

Η νέα αυτή έκθεση έρχεται να προστεθεί στην ετήσια έκθεση του Πενταγώνου σχετικά με την στρατιωτική ισχύ της Κίνας, η οποία προειδοποιεί ότι ο κινεζικός στρατός έχει δημιουργήσει μονάδες κυβερνοπολέμου για την ανάπτυξη ιών που θα μπορούσαν να εξουδετερώσουν τους υπολογιστές του εχθρού. Ίσως κάποιες μεγάλες δυνάμεις να προσπαθούν να οδηγήσουν τις στρατιωτικές συγκρούσεις του μέλλοντος μακριά από τα πεδία των μαχών σε εδάφη όπου θα μπορούν να «πολεμήσουν» πιο αποτελεσματικά.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4Ο:Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ FACEBOOK ΣΤΗ ΖΩΗ ΜΑΣ**

**Εισαγωγικά**

«Εάν λίγα χρόνια πριν μου λέγανε ότι η ερώτηση του μέλλοντος θα ήταν "έχεις facebook", θα κοίταγα απορημένος. Ήρθε η μέρα όμως που αυτό έγινε πραγματικότητα. Οι διαπροσωπικές σχέσεις πέρασαν σε νέο επίπεδο και η προθυμία μας να ξεμπροστιάζουμε κάθε τι προσωπικό και ιδιωτικό μας, χωρίς κανένας να μας υποχρεώνει άμεσα έγινε και αυτό αυτονόητο. Πλέον δε φωτογραφιζόμαστε για την ανάμνηση μιας ωραίας στιγμής, αλλά για να προβάλλουμε τις φωτογραφίες μας στο facebook, ξορκίζοντας ανασφάλειες και ταΐζοντας τη ματαιοδοξία του ασήμαντου στα σημαντικά εαυτού μας. Ανέραστη διαδικασία κάθε φωτογραφία, κρύα, υποκριτική διαδικασία. Μέχρι χθες περπατούσαμε στο δρόμο αποπνέοντας ο ένας στον άλλο μυστήριο και γοητεία για αυτό που μέσα μας κρυμμένο μας έκανε δεκαδικούς πολύπλοκους, σήμερα όλοι ακέραιοι απολαμβάνουμε το μεγαλείο της απολυτότητας και μεγαλοπιανόμαστε πίσω από ηλεκτρονικά προφίλ, ενός εαυτού που η κοινωνία μας ζήτησε να έχουμε. Και άντε και όλα αυτά γίνανε και τώρα μαζεμένοι όλοι μαζί, σε γειτονιές του ένα κλικ μακριά, χαίρουμε μιας συμφωνίας μυστικής, γιατί και πάλι αναλωνόμαστε σε φθηνές λέξεις; Γιατί οι σκέψεις μας είναι μαγνήτες εύκολης αποδοχής και επιβράβευσης μασημένης τροφής, μικροκλιματικής εμβέλειας; Αφού ξέρεις ότι τα "θέλω σου" είναι άλλο χρώμα, γιατί βλέπεις τα πράγματα φιλτραρισμένα μέσα από τους φακούς της μόδας και των τάσεων; Γιατί δε σπας τα δεσμά του κοινωνικού προτύπου που σε κρατάει ημιτελή σαν άνθρωπο; Σήμερα άφησες ένα μήνυμα στον τοίχο σου. Σε έκανε καλύτερο άνθρωπο; Επηρέασες δημιουργικά τα γύρω μάτια; Τόλμησες να μιλήσεις για όσα αφορούν τη ζωή σου; Έδωσες τροφή για λίγους; Μήπως τελικά η φράση σου βρίσκει συμπόνια σε μερικά "likes" ικανοποιώντας την εγωκεντρικότητά σου;

Πόσο πολύ πρέπει να ψάξει κανείς να βρει μηνύματα ουσίας και σκέψεις με τόλμη σε αυτό το "facebook". Δεν ζούμε σε εποχές αθώες, κάποιοι παίζουν με το μυαλό μας, ένα μέσο σαν το "facebook" που η ροή και η μετάδοση ειδήσεων και μηνυμάτων γίνεται με τόσο γρήγορους ρυθμούς πρέπει να έχει μέρα με τη μέρα πιο βαθιά μηνύματα. Δημοσιεύσεις για να κάνουμε ο ένας τον άλλον καλύτερο. Προστασία της ιδιωτικότητάς μας και σεβασμό στον εαυτό μας, με ανάλωση λιγότερου χρόνου σε παιχνίδια και δραστηριότητες δίχως ουσία, που γίνονται εθιστικές και πολλές φορές αυτοσκοπός για πολλούς χρήστες αυτού του ιστού κοινωνικής δικτύωσης.Η προβολή ενός fashion εαυτού που ζει πολλά και είναι μέσα σε όλα, καλό είναι να γίνει προβολή θετικών μηνυμάτων. αξιόλογων ιδεών και καθημερινών σκέψεων με κριτική σκοπιά. Όλα τα άλλα πυροτεχνήματα δεν έχουν το ανάλογο φως στη ζωή μας, παρά μόνο αποθεώνουν βιτρίνες και συντηρούν μια κατάσταση σπατάλης νοημοσύνης. Εάν ισχύει ότι ο Θεός ξέρει τα πάντα για σένα, τότε μη δίνεις στο Θεό σου ανεξέλεγκτα στοιχεία για τη ζωή σου, αδειάζοντας με ευκολία κάθε γωνιά του μυαλού σου. Μη μένεις γυμνός με δική σου πρωτοβουλία. Ο Θεός της εποχής είναι η Google. Ρώτα τη Google ποιος είσαι, τι κάνεις, με ποιους μιλάς, τι λες, τι πιστεύεις τι ελπίζεις και τι μισθό παίρνεις. Εύκολα θα πάρεις απαντήσεις. Όσο βέβαια οι σκέψεις σου είναι η αναπαραγωγή ενός υποκριτικού εαυτού, ψηφοθηρικών προθέσεων "like" δεν έχεις τίποτα να φοβάσαι...»

**4.1.ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ**

Είναι πλέον γνωστό πως η ζωή μας κατά ένα μεγάλο βαθμό εξαρτάται από την τεχνολογία. Ειδικότερα όμως σημαντικό ρολό σ’αυτή παίζει η τεχνολογία των επικοινωνιών η οποία τα τελευταία χρόνια έχει γίνει ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής μας δημιουργώντας τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιδράσεις στην καθημερινότητα των ανθρώπων τόσο σε ατομικό επίπεδο, όσο και σε ολόκληρες κοινότητες, λαούς, και συνολικά σε ολόκληρο τον κόσμο.

Η οικονομία συνδέεται με την τεχνολογία επικοινωνιών ως εξής:

• Οι εξελίξεις στον τομέα της επικοινωνίας ( σταθερή και κινητή τηλεφωνία, δίκτυα υπολογιστών ) είναι σημαντικός παράγοντας για την επέκταση και σύνδεση εθνικών οικονομιών σε παγκόσμιο επίπεδο.

• Η παγκόσμια οικονομία η όποια είναι πια γεγονός.

**ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ**

1. Η υπαρκτή δυνατότητα για άμεση επικοινωνία των διαφόρων επιχειρήσεων με τα υποκαταστήματα τους ή με άλλες επιχειρήσεις με σκοπό κατά κύριο λόγο το οικονομικό συμφέρον των εν λόγω εταιρειών αλλά και την εξυπηρέτηση τακτικών θεμάτων. Παράδειγμα σε αυτό θα μπορούσε σε αυτό να αποτελέσει η επικοινωνία δυο επιχειρήσεων σε δυο διαφορετικά σημεία του κόσμου με τη χρήση fax ή η τηλεδιάσκεψη των στελεχών διαφόρων επιχειρήσεων που βρίσκονται σε διαφορετικά σημεία του κόσμου, μέσω ειδικών συστημάτων που συνδυάζουν επικοινωνία ήχου, εικόνας και δεδομένων με σκοπό τη διευκόλυνση οικονομικών συμφωνιών.

2. Η δυνατότητα προβολής των προϊόντων μιας επιχείρησης αλλά και δυνατότητα πραγματοποίησης πωλήσεων σε όλο τον κόσμο με τη βοήθεια δικτύων υπολογιστών. ( Διαφημίσεις προϊόντων -- κρατήσεις αεροπορικών εισιτηρίων -- ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω διαδικτύου σε ιστοσελίδες όπως ebay.com.

3. Ταχεία διάδοση πληροφοριών αφού οι οικονομίες είναι στενά συνδεδεμένα μεταξύ τους. Αυτό έχει ως συνέπεια σε περίπτωση απότομης ανόδου του χρηματιστήριου να επηρεαστούν γρήγορα θετικά όλες οι οικονομίες.( Παράδειγμα σε αυτά αποτελούν οι εξελίξεις που υπάρχουν στην οικονομία σήμερα μετά από καθησυχαστικές δηλώσεις ανώτατων οικονομικών στελεχών για την πορεία της οικονομίας. Οι δηλώσεις αυτές μέσω της τεχνολογίας των επικοινωνιών διαδίδονται ταχύτατα και δημιουργούν θετικό κλίμα στις αγορές. )

4. Μέσω της τεχνολογίας επικοινωνιών επιτυγχάνεται πιο εύκολα η οικονομική ανάλυση πάνω σε διάφορα οικονομικά θέματα( π.χ. προϋπολογισμοί κρατών, επιχειρήσεων ) η οποία βοηθά στη δημιουργία νέων οικονομικών προοπτικών τόσο τη χώρα μας όσο και στον υπόλοιπο τον κόσμο. Ως αποτέλεσμα μπορούν να προταθούν και να εφαρμοθούν κατάλληλες πολιτικές που θα οδηγήσουν στη μέγιστη δυνατή ανάπτυξη και ευημερία.

5. Η ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών και εφαρμογών κινητής επικοινωνίας μπορούν να οδηγήσουν σε αναβάθμιση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας, βελτίωση της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων και του δημόσιου τομέα, καθώς και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών, ενώ θα συμβάλλουν θετικά και στην επίτευξη επιμέρους σημαντικών στόχων όπως η καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής.

6. Πρέπει να αναφερθεί πως η εξέλιξη της τεχνολογίας επικοινωνιών προσφέρει στις μέρες ένα αρκετά ωφέλιμο πλεονέκτημα στην πολιτική. Πιο συγκεκριμένα μέσω τις τεχνολογίας επικοινωνιών οι πολιτικοί της Ελλάδας μπορούν να επικοινωνούν εύκολα και γρήγορα μεταξύ τους αλλά και με τους πολιτικούς του εξωτερικού και να επιλύουν προβλήματα που αφορούν είτε την οικονομία είτε οτιδήποτε άλλο που τους απασχολεί. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα στην βελτίωση της οικονομικής ανάπτυξης της κάθε χώρας

**ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ**



1. Η εξέλιξη της τεχνολογίας είναι υπεύθυνη για τη μεταστροφή μεγάλου μέρους εργατικού δυναμικού από την παραγωγή αγαθών στην παροχή υπηρεσιών. Αυτό οφείλεται στην υιοθέτηση νέων μηχανών σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.

2. Οι συνεχείς εξελίξεις που επιφέρει η τεχνολογία στις μεθόδους και στις διαδικασίες σε πλήθος επαγγελμάτων οδηγούν έντονα στην ανάγκη της δια βίου εκπαίδευσης. Των εργαζομένων, προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικοί και να μην χάσουν τις θέσεις εργασίας που κατέχουν.

3. Είναι βέβαια γεγονός πως η τηλεόραση μπορεί να θεωρηθεί ένα μέσο επικοινωνίας που αναμφίβολα έχει εισβάλλει στη ζωή μας. Έτσι οι διαφημίσεις στα μέσα μαζικής ενημερώσεις επηρεάζουν πλήθος ανθρώπων δημιουργώντας ή υπερτονίζοντας διάφορες ανάγκες προκειμένου να καταναλώσουν τα προϊόντα που προβάλλουν. Το παραπάνω οδηγεί στην υπέρμετρη κατανάλωση αγαθών με αποτέλεσμα οι άνθρωποι να ξοδεύουν περισσότερα από όσα κερδίζουν, να κάνουν δηλαδή χρήση της πιστωτικής φερεγγυότητας.

4. Λόγω της γρήγορης εξέλιξης της τεχνολογίας συχνά στις μέρες μας βλέπουμε να εμφανίζονται νέα μοντέλα κινητών, υπολογιστών και γενικότερα νέα μοντέλα μέσων επικοινωνίας. Η τάση των ανθρώπων και ιδιαίτερα των νέων να αγοράζουν οτιδήποτε νέο κυκλοφορεί στην αγορά, έχει αντίκτυπο στην οικονομική κατάσταση της χώρας και φυσικά στην οικονομική κατάσταση του υποκειμένου.

5. Σε ορισμένες περιπτώσεις , η ευρύτατη διάδοση των υπολογιστών στις εταιρείες έκανε τους υπαλλήλους λιγότερο παραγωγικούς επειδή χρησιμοποιούσαν τους Η/Υ για προσωπική χρήση(e-mail, παιχνίδια, συνομιλίες κλπ). Η χρήση των προσωπικών υπολογιστών όπως και άλλες ψηφιακές δραστηριότητες στο χώρο εργασίας, που δεν συνδέονται με δουλειά, μπορούν να οδηγήσουν σε οικονομικό μαρασμό μιας επιχείρησης, αφού οι εργαζόμενοι απασχολούμενοι με τους υπολογιστές για προσωπική χρήση παραμελούν την εργασία τους και δεν ανταποκρίνονται στα καθήκοντά τους.

(Έρευνα από δημοσιεύματα του Ελληνικού τύπου)

Το διαδίκτυο μας έφερε τόσα πολλά αλλά δημιούργησε και πάρα πολλά άλλα, απρόσμενα κοινωνικά προβλήματα. Η χρήση του Internet δημιούργησε μια σειρά από απρόσμενες κοινωνικές επιπτώσεις.

**Η ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΠΡΟΦΙΛ**

Είναι πλέον γεγονός ότι σήμερα κάθε επιχείρηση που θέλει να σέβεται τον εαυτό της ελέγχει και το βιογραφικό των υποψηφίων υπαλλήλων της, όπως το προφίλ τους στο Facebook, την παρουσία τους στο Twitter, τα αποτελέσματα που βγάζει το Google για το όνομά τους, την ύπαρξη προσωπικής ή επαγγελματικής ιστοσελίδας ή ιστολογίου κ.λ.π.

Το έτος 2010, το 45% των εργοδοτών σε παγκόσμια κλίμακα κατέφυγαν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να ελέγξουν το προφίλ των αιτούντων εργασία, ενώ το 35% απ’ αυτούς δήλωσαν ότι αυτά που είδαν τους ανάγκασαν να μην προχωρήσουν σε πρόσληψη. Αυτό συμβαίνει γιατί η «κακή ηλεκτρονική φήμη ενός εργαζόμενου βλάπτει συνολικά τη φήμη της επιχείρησης.

**4.2. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΟ**

**O AΝΘΡΩΠΙΝΟΣ ΕΓΚΕΦΑΛΟΣ ΥΠΕΡΦΟΡΤΩΝΕΤΑΙ**

Είναι γεγονός ότι με τις ανάγκες που έχει δημιουργήσει η σημερινή τεχνολογία αλλά και με την υπερπληθώρα των πληροφοριών που λαμβάνουμε απ’ όλα τα σύγχρονα μέσα ενημέρωσης (e-mail Facebook, Twitter κ.ά.), ο εγκέφαλός μας έχει αρχίσει να υπερφορτώνεται.

Η ταχύτητα του νέου ψηφιακού κόσμου, που απαιτεί να γνωρίζουμε τα πάντα ακριβώς τη στιγμή που συμβαίνουν, σύντομα θα προκαλέσει στους χρήστες ψυχολογικά προβλήματα, αφού ο εγκέφαλός μας δεν είναι σε θέση να επεξεργαστεί τόσο μεγάλο όγκο πληροφοριών και με τόση ταχύτητα, προειδοποιούν επιστήμονες από το Πανεπιστήμιο της Νότιας Καλιφόρνιας των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής.

Η τεχνολογία είναι πανίσχυρο εργαλείο και το να αφήνεις τον κόσμο να έχει απροσπέλαστη πρόσβαση σε αυτήν είναι σα να δίνεις σε κάποιον κλειδιά αυτοκινήτου χωρίς προηγουμένως να του μάθεις πώς να οδηγεί».

**ΟΙ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ ΤΩΝ ΛΕΞΕΩΝ ΣΤΟ INTERNET**

Οι έφηβοι χρησιμοποιoύν στα SMS της κινητής τηλεφωνίας αλλά και στα emails του Internet συντομογραφίες λέξεων, όπως GR8 αντί για great (μεγάλος, σπουδαίος), CUL8R αντί για see you later (θα σε δω αργότερα) ή και 2nite αντί για tonight (απόψε). Πάντως, αν ανησυχείτε για τις επιδόσεις τους στο σχολείο, και όχι μόνο οι Βρετανοί επιστήμονες μας καθησυχάζουν.

Η σχετική μελέτη έγινε από επιστήμονες του Πανεπιστημίου του Coventry, όπου οι ερευνητές ζήτησαν από 88 παιδιά ηλικίας 10-12 ετών να γράψουν γραπτά μηνύματα περιγράφοντας δέκα διαφορετικά σενάρια. Διαπίστωσαν ότι τα παιδιά που χρησιμοποιούν συντομογραφίες των λέξεων είχαν καλύτερες ικανότητες ανάγνωσης από τα υπόλοιπα παιδιά και αυτό γιατί τα παιδιά αυτά καταγίνονται περισσότερο με τον γραπτό λόγο και το κάνουν περνώντας ευχάριστα.

**ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ FACEBOOK**



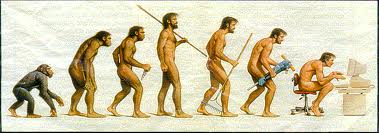
Εκτιμάται ότι μόνο στη Μεγάλη Βρετανία χάνονται κάθε μήνα περισσότερες από 200 εκατομμύρια εργατοώρες από την ενασχόληση των εργαζομένων με τα Facebook και το κόστος υπολογίζεται σε περισσότερα από 140 εκατ. Ευρώ. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι τα προσωπικά στοιχεία των εκατομμυρίων χρηστών του Facebook θα μπορούν να αποτελέσουν μια τεράστια δεξαμενή πληροφοριών στα χέρια των εταιρειών διαφήμισης και επικοινωνίας αλλά και εργαλείο έρευνας αγοράς για τις εταιρείες δημοσκοπήσεων, δηλαδή με απλά λόγια το α πόλυτο όνειρο κάθε πολυεθνικής.

Είναι διαπιστωμένο ότι οι περισσότεροι από τους χρήστες των ιστοσελίδων δημιουργούν επιφανειακές σχέσεις και δεν είναι μάλιστα σε θέση να βρουν πραγματική στήριξη σ’ αυτές. Είναι μάλιστα χαρακτηριστικό, παρά το ότι ακούγεται ως αντιφατικό ότι όσους περισσότερους εικονικούς φίλους έχει δημιουργήσει κάποιος χρήστης σε μια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, τόσο περισσότερο απομονωμένος κοινωνικά είναι στην πραγματική του ζωή.

**ΤΟ OVERSHARING**

Ένα από τα φαινόμενα που δημιουργήθηκαν στο Internet είναι και το Oversharing, δηλαδή η τάση να μοιράζεται κάποιος και μάλιστα δημόσια υπερβολικά πολλές προσωπικές πληροφορίες και συχνά χωρίς καμία λογοκρισία των πιο ιδιωτικών του στιγμών. Ο όρος αυτός ψηφίστηκε από το λεξικό Webster τo έτος 2008 ως ο νεολογισμός της χρονιάς. Αυτό που αλλάζει με το Διαδίκτυο είναι ότι αυξάνονται οι άνθρωποι που είναι διατεθειμένοι όχι μόνο να ρίξουν κλεφτές ματιές στις ζωές των άλλων, αλλά να εκθέσουν την δική τους ζωή σε κοινή θέα.

**ΙΝΤΕΡΝΕΤΟΜΑΝΙΑ**



Μια νέα μορφή… εξάρτησης που σκοτώνεi

Το μεγάλο θέμα του εθισμού (addiction) στο Διαδίκτυο αλλά και του εκφοβισμού (cyberbullying) μέσω αυτού απασχολεί τελευταία όλο και περισσότερους επιστήμονες αλλά και απλούς πολίτες.

Οι ομάδες με τον υψηλότερο κίνδυνο για εθισμό είναι οι έφηβοι και οι φοιτητές και σε γενικές γραμμές, το προφίλ του εθισμένου εφήβου είναι αγόρι, ηλικίας 15 ετών, που παίζει παιχνίδια στο Internet με μέσο όρο τις 5,5 ώρες καθημερινά.

Η κατάχρηση του μέσου οδηγεί σε συμπτώματα όπως είναι η καχεξία, η απομόνωση στο δωμάτιο του ενώ σε πολύ σοβαρές περιπτώσεις μπορεί να συνυπάρχει αυτοκτονικός ιδεασμός και σοβαρή καταθλιπτική διαταραχή. Η λύση για την πρόληψη αυτών των φαινομένων είναι η έγκαιρη εξοικείωση του παιδιού με τις νέες τεχνολογίες, κυρίως στο σχολείο, με ισορροπημένη παρουσίαση και έγκαιρη ανίχνευση παθολογικών συμπτωμάτων.

**ΜΕΤΑΛΛΑΓΜΕΝΑ ΜΥΑΛΑ ΛΟΓΩ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ**

Ωστόσο προσπαθώντας να εξάγουμε συμπεράσματα από το ποσοστό της συχνότητας στους άλλους εθισμούς, έχει εκτιμηθεί ότι ποσοστό 5% έως 10% των χρηστών του διαδικτύου είναι πολύ πιθανό να βιώσουν την εμπειρία του εθισμού.

Ένα βασικό χαρακτηριστικό τους είναι ότι αρνούνται πως έχουν εθιστεί στο διαδίκτυο, υποστηρίζοντας ότι δεν μπορεί να εθιστούν σε ένα μηχάνημα. Ωστόσο η φράση τους «ένα ακόμη λεπτό» ως απάντηση σε αυτόν που τους ζητά να κλείσουν το κομπιούτερ είναι συνήθης και παρόμοια με τη φράση "ένα ακόμη ποτό" ενός αλκοολικού.

**ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΑΛΛΑΖΕΙ ΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ ΜΑΣ**

Οι γονείς ξυπνάνε πολύ νωρίς το πρωί ώστε να προλάβουν να ελέγξουν το e-mail τους αλλά και τα μηνύματα που έχουν λάβει στο Facebook και το Twitter, ξυπνάνε τα παιδιά τους που κοιμούνται στο διπλανό δωμάτιο στέλνοντάς τους SMS και όλη η οικογένεια ξεκινάει την ημέρα με τον καθένα να ανοίγει τον δικό του ηλεκτρονικό υπολογιστή και στο δικό του δωμάτιο.

Δεν είναι λίγοι οι γονείς που παραπονιούνται ότι η τεχνολογία κατέστρεψε την οικογενειακή τους γαλήνη καθώς η εποχή όπου όλη η οικογένεια έπαιρνε πρωινό στο ίδιο τραπέζι και σχολίαζαν μαζί τα νέα από την εφημερίδα μοιάζει πολύ μακρινή. Ίσως, κάπως έτσι θα είναι η καθημερινότητά μας στο μέλλον.

**ΤΟ INTERNET Θ’ΑΛΛΑΞΕΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΜΑΣ;**

Ακούγεται σαν σενάριο επιστημονικής φαντασίας, αλλά ένας αυξανόμενος ειδικών πιστεύουν ότι οι σχολικές τάξεις του αύριο είναι πιθανόν να γεμίσουν με μαθητές που θα έχουν πιο διακεκομμένη σκέψη, θα μπορούν να συγκεντρωθούν μέσα από εικόνες αντί για λέξεις, θα έχουν περισσότερες μαθησιακές δυσκολίες και θα είναι λιγότερο ικανοί να ελέγξουν τις ορμές και τα συναισθήματά τους, σε σχέση με τα σημερινά παιδιά.

Σήμερα πάντως το σίγουρο είναι, ότι υπάρχει μια νέα γενιά που μεγαλώνει με την εντύπωση και την πεποίθηση ότι μπορεί να βρει τα πάντα δωρεάν στο Internet είτε αυτό λέγεται ενημέρωση (εφημερίδες), είτε λέγεται διασκέδαση (μουσική, κινηματογράφος), είτε ακόμα και άμεση επικοινωνία (βιντεοτηλέφωνο), μ’ ότι αυτό μπορεί να συνεπάγεται.

Υπάρχουν ενδείξεις ότι ανθρώπινες αντιδράσεις όπως είναι η κατανόηση, ο αλτρουισμός, η συμπόνια, η ανεκτικότητα και η συναισθηματική σταθερότητα δείχνουν να απειλούνται από τον μεγάλο και συνεχή όγκο πληροφοριών που δέχεται ο ανθρώπινος εγκέφαλος.

**4.3. Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΚΑΙ Ο ΝΕΟΣ ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ**

Είναι γενικά παραδεκτό ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εισέλθει τα τελευταία χρόνια για τα καλά στην καθημαρηνότητα του ανθρώπου και έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής του. Είναι επομένως σκόπιμο να γίνει μια αναφορά για τις επιρροές τους πάνω στον άνθρωπο και πως αυτές τον έχουν διαφοροποιήσει από το χτές.

Κύριος τομέας στον οποίο έχουν γίνει τεράστιες αλλαγές για τον άνθρωπο είναι ο πνευματικός τομέας. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν το πλεονέκτημα ή μειονέκτημα να κουβαλάνε στην πλάτη τους μυριάδες πληροφορίες από τις οποίες ο άνθρωπος καλείται να επιλέξει. Είναι έτσι πολύ επικύνδηνο να γεμίσει ο νους του ανθρώπου με άχρηστες πληροφορίες αλλοιώνοντας την κριτική του σκέψη και υπερφορτώνοντας τον εγκέφαλό του. Πρέπει όμως να πούμε ότι αυτή η δυνατότητα της τόσο άμεσης και εύκολης είσπραξης πληροφοριών δεν υπήρχε παλαιότερα πράγμα που δυσκόλευε την χειραφέτηση του ανθρώπου. Καταλήγουμε έτσι στο συμπέρασμα ότι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαμορφώνουν έναν πιο εξελιγμένο και μορφωμένο άνθρωπο από την στιγμή που μπορεί να επιλέγει αυτά που πραγματικά των ωφελούν.

Ένας ακόμη σημαντικός τομέας είναι ο ψυχαγωγικός. Σήμερα πολλά είναι τα άτομα που επιλέγουν να καθίσουν στον υπολογιστή τους και να περάσουν τον ελεύθερο χρόνο τους εκεί συνομιλώντας με τους φίλους τους ή βλέποντας την αναρτήσεις αυτών. Κάτι εντελώς διαφορετικό από αυτό που ξέρουμε για την εποχή των γονέων μας. Παλιά δεν υπήρχε η επικοινωνία μέσω κάποιου ηλεκτρονικού μέσου ήταν δεδομένο ότι το απόγευμα θα μαζεύονταν όλα τα παιδιά για να παίξουν μαζί και όχι το καθένα από την δικιά του ηλεκτρονική συσκευή. Δημιουργείται λοιπόν έτσι στον άνθρωπο το χαρακτηριστικό της αποξένωσης και της ατομικότητας. Χάνεται η επαφή με τα άλλα άτομα και μαζί το στοιχείο της ομαδικότητας και της συμπόνιας.

Επίσης σημαντικές επιρροές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον άνθρωπο είναι αυτές στην ανάπτυξη του ατόμου. Τα μέσα αυτά έχουν γίνει πλέον καθημερινότητα όχι μόνο στους έφηβους αλλά και σε άτομα νεαρότερης ηλικίας ακόμη και σε παιδιά.

Πράγμα εντελώς ακατάλληλο αφού τα μέσα αυτά είναι εθιστικά και ελκύστηκα για τον χρήστη. Μεγαλώνει έτσι το παιδί θεωρώντας δεδομένο ότι πρέπει να αφιερώσει 2-3 ώρες της καθημερινότητας του στα μέσα αυτά δημιουργώντας έτσι σιγά σιγά το αίσθημα του εθισμού. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να παραμελεί τα καθήκοντά του και να είναι συνεχώς επικεντρωμένος στο πως θα βρει την ευκαιρία να μπει για λίγο στον ιστότοπο ώστε να ενημερωθεί για τυχόν νέες ειδοποιήσεις. Διαπλάθεται έτσι στον άνθρωπο ο εθισμός και η ανάγκη να παρακολουθεί τα γεγονότα των φίλων του και πολλές φορές τον επηρεάζει σε τέτοιο σημείο ώστε να υπερβαίνει τα όρια του επιτρεπτού και να τον αποπροσανατολίζει από τους πραγματικούς στόχους του.

Τεράστιας σημασίας επιρροή είναι και αύτη στον κοινωνικό τομέα-ερωτικό τομέα.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν την ιδιότητα να είναι μια καλή πηγή για να έρθεις εύκολα σε επαφή με άλλα άτομα. Επίσης έχουν και το χαρακτηριστικό ότι είναι κατά κάποιο τρόπο απρώσοπα αφού η επαφή γίνεται εξ αποστάσεως αυτό ενθαρίνει κιάλο τους χρήστες να συνάπτουν σχέσεις είτε φιλικές είτε ερωτικές, αυτό επειδή δεν χρειάζεται να δείχνουν εκείνη την στιγμή άνετη ούτε έχουν το άγχος του τι πρέπει να πούνε ώστε να προσεγγίσουν το επιθυμητό πρόσωπο. Αυτού του είδους η επαφή διαφέρει πολύ από την κλασική πρόσωπο με πρόσωπο που όλοι γνωρίζουμε. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ιδιαίτερα το facebook είναι ένας πολύ συχνός τρόπος για να πλησιάσει κάποιος το άτομο που τον ενδιαφέρει καθώς είναι ένα μέσο όπου απελευθερώνεται και ανοίγεται συναισθηματικά χωρίς ιδιαίτερους ενδοιασμούς. Αυτή όμως η εύκολη επαφή δημιουργεί αδύναμες και παροδικές σχέσεις οι οποίες συνήθως είναι μόνο διαδικτυακές. Μαθαίνει έτσι το άτομο να είναι επιπόλαιο σε μια σχέση ή ακόμα να μην μπορεί να δημιουργήσει μια πραγματική. Και γενικότερα αυτή η διαδικασία τον αποκοινωνικοποιεί από τον πραγματικό κόσμο και του αλλοτριώνει την ικανότητα επικοινωνίας πρόσωπο με πρόσωπο.

Συνοψίζοντας όλα τα παραπάνω συμπαιρένουμαι ότι οι επιρροές που ασκούνται στον άνθρωπο από τα μέσα κοινωνικής δικτύωση είναι πολλές και επικύνδηνες, επομένως ο χρήστης θα πρέπει να βάλει τα δικά του όρια και φραγμούς ώστε να μην γίνει υποχείριο αυτών

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5Ο: ΑΣΦΑΛΗΣ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ FACEBOOK ΚΑΙ ΤΟΥ TWITTER

## net3

## 5.1.: ΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΗΛΙΚΙΑ

## Ηλικία μικρότερη των 7 ετών

Οι πρώτες επισκέψεις στο Διαδίκτυο θέτουν τις βάσεις για τη μελλοντική του χρήση και για την απόκτηση καλών συνηθειών από τα παιδιά. Στα παιδιά προσχολικής ηλικίας αρέσουν οι καθορισμένες ρουτίνες και αυτός είναι ο ιδανικός τρόπος για την ανάπτυξη ασφαλέστερων συνηθειών και πρακτικών χρήσης για τα μικρότερα παιδιά.

Τα παιδιά ηλικίας μικρότερης από 7 ετών έχουν περιορισμένη ικανότητα κατανόησης των πληροφοριών που διατίθενται στο Διαδίκτυο και περιορισμένη κριτική ικανότητα, για παράδειγμα, μεταξύ των διαφημίσεων και του πραγματικού περιεχομένου. Σε αυτές τις ηλικίες, οι γονείς πρέπει να βοηθούν τα παιδιά τους να βρουν κατάλληλο υλικό. Τα παιδιά συχνά δεν μπορούν να κατανοήσουν τη διαφορά μεταξύ της χρήσης του Διαδικτύου και των παιχνιδιών ή της ζωγραφικής που κάνουν στο δικό τους υπολογιστή.

## Παιδιά ηλικίας 7 έως 9 ετών

Οι μικροί αυτοί μαθητές θα έλθουν σε επαφή με το Διαδίκτυο στο σχολείο, σε σπίτια φίλων, αλλά και στο δικό τους σπίτι. Οι γονείς και τα παιδιά θα πρέπει να συζητούν σχετικά με τη σωστή χρήση του Διαδικτύου και να συμφωνούν σχετικά με τους κανόνες που θα πρέπει να ακολουθούνται.  Τα παιδιά ηλικίας 7 έως 9 ετών ίσως να έχουν ήδη αναπτύξει μια σωστή αντίληψη του τι ακριβώς βλέπουν. Ωστόσο, δεν είναι ακόμα έτομα να διαχειριστούν όλο το υλικό που προσφέρεται στο Διαδίκτυο, ιδιαίτερα τρομακτικό υλικό ή άλλο ακατάλληλο υλικό (εικόνες, κείμενο ή ήχο).



## Παιδιά ηλικίας 10 έως 12 ετών

Οι μαθητές ενδέχεται να έχουν μάθει ήδη να χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για διάφορες χρήσεις. Οι γονείς μπορούν να υποστηρίζουν το παιδί τους, μαθαίνοντας για διαδικτυακές τοποθεσίες που σχετίζονται με τις σχολικές εργασίες, τα χόμπι του παιδιού ή τα άλλα του ενδιαφέροντα. Η οικογένεια μπορεί επίσης να χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για την οργάνωση θεμάτων που αφορούν όλη την οικογένεια. Έτσι δίνεται η ευκαιρία στους γονείς και τα παιδιά να συζητούν ποιες τοποθεσίες είναι αξιόπιστες και φερέγγυες και που μπορούν να βρουν ποιοτικές πληροφορίες.

Το παιδί εξακολουθεί να χρειάζεται γονική επίβλεψη και έλεγχο, καθώς και κανόνες για τη σωστή χρήση. Ωστόσο, το παιδί ίσως να έχει ήδη βρει τρόπους να αποφεύγει τους κανόνες και την επίβλεψη εάν θεωρεί ότι είναι πολύ περιοριστικοί ή ότι δεν καλύπτουν τις ανάγκες του.

## Παιδιά ηλικίας 13 έως 15 ετών

Σε αυτή την ηλικία, το Διαδίκτυο αποτελεί μέρος της κοινωνικής ζωής του παιδιού: συναντά φίλους και περνά αρκετό χρόνο στο Διαδίκτυο, ενώ αναζητά πληροφορίες για τις σχολικές του εργασίες και τα ενδιαφέροντά του. Καθώς το μορφωτικό επίπεδο του παιδιού είναι υψηλότερο, ανοίγονται περισσότερες ευκαιρίες για χρήση του Διαδικτύου. Ενδέχεται να είναι δύσκολο για τους γονείς να παρακολουθούν τι ακριβώς κάνει το παιδί στο Διαδίκτυο. Στην ηλικία αυτή, τα παιδιά επίσης διακινδυνεύουν και δοκιμάζουν τα όριά τους. Οι τεχνικοί περιορισμοί και οι απαγορεύσεις ενδέχεται να μην είναι αποτελεσματικοί τρόποι για τη βελτίωση της ασφάλειάς τους στο Διαδίκτυο.

Τα παιδιά ηλικίας 13 έως 15 ετών ενδέχεται να θέλουν να διατηρούν τις δραστηριότητές τους μυστικές, ειδικότερα εάν οι γονείς δεν είχαν στο παρελθόν ενδιαφερθεί για τον τρόπο που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο και δεν τον γνωρίζουν. Είναι σημαντικό για την οικογένεια να γίνονται ανοιχτές συζητήσεις και για τους γονείς να ενδιαφέρονται για όσα κάνει το παιδί στο Διαδίκτυο και για εκείνους μαζί με τους οποίους το χρησιμοποιεί.



# Η απειλή του διαδικτύου για παιδιά και γονείς

**Το ένα στα τρία παιδιά έχει πέσει θύμα διαδικτυακού εκφοβισμού**

Είναι ένα φαινόμενο που παρουσιάζει έξαρση στα σχολεία του εξωτερικού, ενώ τα τελευταία δύο χρόνια έχει κάνει την εμφάνισή του και σε πολλά σχολεία της χώρας μας. Έφηβοι ηλικίας 12-16 ετών φαίνεται να αποτελούν την πιο ευαίσθητη κοινωνική ομάδα που επηρεάζεται από το φαινόμενο. Είναι χαρακτηριστικό ότι όπως λένε οι ειδικοί, **το ένα στα τρία παιδιά έχει πέσει θύμα διαδικτυακού εκφοβισμού, ενώ σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε επτά ευρωπαϊκές χώρες η Ελλάδα βρίσκεται στην δεύτερη θέση μετά τη Ρουμανία με ποσοστό 26,8%, όταν ο μέσος όρος στην Ευρώπη είναι 21,9%.**

Περιστατικά διαδικτυακού εκφοβισμού εντοπίζονται σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όμως (Facebook, Hi5, Twitter, MySpace, YouTube, κτλ.) αλλά και σε δωμάτια επικοινωνίας, γνωστά ως chat rooms. **Οι δράστες πραγματοποιούν ανώνυμες κλήσεις στα κινητά τηλέφωνα των θυμάτων, ενώ παράλληλα μπορεί να τους στέλνουν και μηνύματα με σκοπό να προκαλέσουν φόβο και ταραχή.**  
  
**Το φαινόμενο του «cyberbullying» μπορεί να μοιάζει αθώα πλάκα μεταξύ των παιδιών, μπορεί όμως να έχει πολύ σοβαρές συνέπειες για τη ψυχική, ακόμη και τη σωματική υγεία του θύματος.**



### 

**Απειλές του Facebook και του Twitter**

**1 στα 10 παιδιά θύμα εκβιασμού ή παρενόχλησης στο internet!**

Μια νέα μελέτη δημοσιεύει στοιχεία που αποκαλύπτουν πως ένα στα δέκα παιδιά δέχεται εκβιασμό ή κυβερνο - παρενόχληση όταν σερφάρει μέσα στο ίντερνετ. Το επιπλέον ανησυχητικό στοιχείο είναι ότι εξαιτίας της χρήσης του διαδικτύου οι νέοι είναι εκτεθειμένοι σε κινδύνους 24 ώρες το 24ωρο.  Οι ειδικοί υποστηρίζουν πως η κυβερνο-παρενόχληση μπορεί να είναι πιο επιζήμια από την συμβατική παρενόχληση αφού οι δράστες παραμένουν ανώνυμοι, άρα μπορούν μέσα από την ανωνυμία τους να εκφράσουν πολλά περισσότερα συκοφαντικά σχόλια.

**Facebook  και Twitter το πιο πρόσφορο έδαφος!**

  Έρευνα στην Σουηδία απέδειξε ότι τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης όπως το facebook, το twitter κλπ αποτελούν ένα νέο και πρόσφορο έδαφος παρενόχλησης και προσβολής από τους ίδιους τους συμμαθητές των χρηστών. Η καθηγήτρια ψυχολογίας Ann Frisen από το πανεπιστήμιο  του Γκέτεμποργκ στη Σουηδία δήλωσε πως ο τύπος αυτός παρενόχλησης είναι πιο σοβαρός από ότι ο συμβατικός.

Τα θύματα του διαδικτύου δεν βρίσκουν πουθενά καταφύγιο διαφυγής. Η τεχνολογία επιτρέπει στην συνεχόμενη παρενόχληση μέσα από μηνύματα κινητού τηλεφώνου και ιστοσελίδων, ενώ συγχρόνως τα συκοφαντικά σχόλια μπορούν να κυκλοφορήσουν παντού και άμεσα χωρίς καμία δυνατότητα παρεμπόδισής τους. Το πιο ανησυχητικό είναι ότι ο εντοπισμός του δράστη είναι εξαιρετικά δύσκολος!

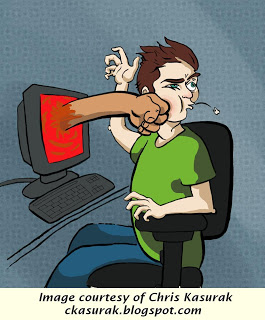
**Οι συμμαθητές προσβάλλουν και εκβιάζουν μέσω Facebook.**

  Η καθηγήτρια Frisen υποστήριξε πως η παρενόχληση σχετίζεται άμεσα με συμμαθητές συνήθως από σχολείο. Οι μορφές παρενόχλησης χωρίζονται σε τρεις κυρίως κατηγορίες:

1. τις ανώνυμες, με χρήση nickname και ψεύτικου profile, από συμμαθητές που συνήθως είναι αδύναμοι χαρακτήρες και καταπιεσμένοι από τους υπόλοιπους μαθητές στο σχολείο. Συνηθίζουν να προσβάλλουν , να συκοφαντούν και να κάνουν φραστικές επιθέσεις στους πιο ισχυρούς, με την ασφάλεια που τους παρέχει η ανωνυμία τους, γεγονός που δεν μπορεί να συμβεί στην καθημερινότητα.

 2. τις επώνυμες, όπου συμμαθητές αντίπαλων ομάδων κάνουν κόντρες μεταξύ τους μέσω διαδικτύου είτε ανταλλάσοντας προσβολές, είτε μετρώντας τη δύναμή τους με βάση το ποιος έχει πιο πολλούς φίλους! Συχνά κάποιος "πρώην" απειλεί και εκβιάζει με δημοσιοποίηση προσωπικών στιγμών ή διαδίδει δε χρόνο ρεκόρ συκοφαντικά σχόλια τα οποία την επόμενη ημέρα αποτελούν το θέμα συζήτησης σε όλο το σχολείο!

  3. τις "σεξουαλικού περιεχομένου" παρενοχλήσεις στις οποίες οι έφηβοι εκδηλώνουν ανώνυμα, σεξουαλικές προτιμήσεις, συμπεριφορές και τάσεις που δεν θα τολμούσαν ποτέ να εκφράσουν στο σχολείο σε μια face to face συνάντηση με τον συμμαθητή τους!

****

**Οι γονείς δίνουν πολλές φορές το λάθος μήνυμα!**

  Πρόταση της ψυχολόγου Ann Frisen προς τους γονείς είναι να ελέγχουν όσο το δυνατόν το περιεχόμενο των ιστοσελίδων που επισκέπτονται τα παιδιά τους αλλά να αναθεωρήσουν και οι ίδιοι το περιεχόμενο που δημοσιεύουν στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης αλλά και στους υπόλοιπους ιστοτόπους.

  Συχνά είναι οι γονείς που δίνουν το λάθος μήνυμα, δείχνοντας υπερβολική "άνεση" στις συνομιλίες τους με τους άγνωστους διαδικτυακούς φίλους και στις πληροφορίες που ανταλλάσουν, στέλνοντας το σήμα στα παιδιά τους πως στο internet όλα επιτρέπονται.

**Cyberbullying**

Με το φαινόμενο ηλεκτρονικού εκφοβισμού (Cyberbullying) αναφερόμαστε στην ενδο και εξωσχολική βία που εκδηλώνεται μέσω ηλεκτρονικών συσκευών. Περιλαμβάνει την επαναλαμβανόμενη αποστολή ηλεκτρονικών ή τηλεφωνικών μηνυμάτων με απειλητικό, ρατσιστικό ή σεξιστικό περιεχόμενο, δημιουργία προφίλ διαδικτυακά με ψευδή στοιχεία, ανάρτηση ψεύτικων ειδήσεων, προσωπικών πληροφοριών, φωτογραφιών, βιντεοσκοπημένου υλικού καθώς και την υποκίνηση ενός ατόμου να λάβει μέρος σε μια ομάδα που έχει σκοπό την άσκηση βίας.

### 5.2. AΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΑΠΕΙΛΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

**Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος:**  
Οι πολίτες μπορούν να απευθύνονται στο Tμήμα δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος για εγκληματικές πράξεις που γίνονται μέσω Διαδικτύου και τιμωρούνται από τη νομοθεσία.

Οι εγκληματικές πράξεις που συνήθως καταγγέλλονται είναι:

1. Απάτες μέσω Διαδικτύου (Ισπανικό Λόττο - Νιγηριανές επιστολές - Εικονικές Δημοπρασίες κ.ά.)

2. Cracking (ψηφιακοί βανδαλισμοί-Deface και άλλα)

3. Διακίνηση ή Πειρατεία Λογισμικού (on-line πώληση Μp3 και κινηματογραφικών ταινιών, αλλά και λογισμικού)

4. Απάτες με πιστωτικές κάρτες μέσω Internet (Ηλεκτρονικές Αγορές on line μέσω ιστοσελίδων απατηλών-χρέωση πιστωτικών καρτών εν αγνοία του κατόχου)

5. Διακίνηση ναρκωτικών. (On-line αγορά και πώληση ναρκωτικών ουσιών)

6. Συκοφαντική δυσφήμηση και παραβίαση προσωπικών δεδομένων μέσω

Διαδικτύου(Δημοσίευση ερωτικών φωτογραφιών και προσωπικών στοιχείων εν αγνοία των θυμάτων)

7. Εκβίαση – Απειλές μέσω Internet

**5.3. ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΑΣΦΑΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ**

Σας παρουσιάζουμε 7 πράγματα που μπορείτε να κάνετε για να διατηρείτε το λογαριασμό σας ασφαλή:

1)Επιλέξτε ισχυρό κωδικό πρόσβασης: Χρησιμοποιήστε τουλάχιστον έξι χαρακτήρες, συνδυάζοντας γράμματα, ψηφία και σημεία στίξης (όπως ! και &)

2)Βεβαιωθείτε ότι οι λογαριασμοί email που χρησιμοποιείτε είναι ασφαλείς

3)Να αποσυνδέεστε πάντοτε από το Facebook όταν χρησιμοποιείτε κοινόχρηστο υπολογιστή

4)Να χρησιμοποιείτε πάντοτε λογισμικό προστασίας από τους ιούς στον υπολογιστή σας

5)Προσθέστε μια ερώτηση ασφαλείας στο λογαριασμό σας .Με την ερώτηση ασφαλείας μπορείτε να επιβεβαιώσετε εύκολα ότι είστε ο κάτοχος του λογαριασμού σας, σε περίπτωση που δεν έχετε πρόσβαση σε αυτόν.Για να προσθέσετε μια ερώτηση ασφαλείας στο λογαριασμό σας, πηγαίνετε στη σελίδα Ρυθμίσεις ασφάλειας: Πατήστε πάνω δεξιά σε οποιαδήποτε σελίδα του Facebook και επιλέξτε Ρυθμίσεις λογαριασμού. Πατήστε Ασφάλεια στην αριστερή στήλη.Πατήστε την ενότητα Ερώτηση ασφαλείας και ακολουθήστε τα βήματα που εμφανίζονται στην οθόνη. Αν έχετε ήδη προσθέσει ερώτηση ασφαλείας στο λογαριασμό σας, η συγκεκριμένη ενότητα δεν εμφανίζεται. Πώς να επιλέξετε καλή ερώτηση ασφαλείας: Επιλέξτε μια ερώτηση και μια απάντηση που δεν πρόκειται να ξεχάσετε. Μην αποκαλύπτετε τη μυστική σας ερώτηση σε τρίτους. Δώστε μια αρκετά συγκεκριμένη και μη προβλέψιμη απάντηση.

6)Χρησιμοποιήστε τις επιπλέον λειτουργίες ασφαλείας του Facebook

Ενεργές συνδέσεις: Τι είναι οι Ενεργές συνδέσεις; Η ενότητα Ενεργές συνδέσεις της σελίδας "Ρυθμίσεις ασφάλειας" περιέχει μια λίστα με τις πιο πρόσφατες συνδέσεις στο λογαριασμό σας στο Facebook. Κάθε καταχώριση περιλαμβάνει την ημερομηνία, την ώρα, την τοποθεσία (κατά προσέγγιση) της σύνδεσης, καθώς και τον τύπο της συσκευής με την οποία συνδεθήκατε στο λογαριασμό σας. Επίσης, στα δεξιά κάθε καταχώρισης θα δείτε την επιλογή να τερματίσετε οποιαδήποτε ενεργή σύνδεση.Κωδικοί πρόσβασης εφαρμογώνΠώς χρησιμοποιώ τους "Κωδικούς πρόσβασης εφαρμογών";Για να αποκτήσετε έναν κωδικό πρόσβασης εφαρμογών: Μεταβείτε στη σελίδα Ρυθμίσεις ασφάλειας (Λογαριασμός > Ρυθμίσεις λογαριασμού > Ασφάλεια)Βρείτε την ενότητα "Κωδικοί πρόσβασης εφαρμογών" και πατήστε Επεξεργασία. Πατήστε το σύνδεσμο Δημιουργία κωδικών πρόσβασης εφαρμογών. Πληκτρολογήστε το όνομα της εφαρμογής και πατήστε Δημιουργία κωδικού πρόσβασης. Μεταβείτε στην εφαρμογή και χρησιμοποιήστε τον κωδικό πρόσβασης για να συνδεθείτε. Εγκρίσεις σύνδεσης. Τι είναι οι εγκρίσεις σύνδεσης; Πώς μπορώ να ενεργοποιήσω αυτή τη ρύθμιση;

Οι εγκρίσεις σύνδεσης είναι μια πρόσθετη λειτουργία ασφαλείας. Είναι παρόμοια με τις ειδοποιήσεις σύνδεσης, αλλά με ένα επιπλέον βήμα ασφαλείας. Αν ενεργοποιήσετε τις εγκρίσεις σύνδεσης, θα σας ζητείται να πληκτρολογείτε έναν ειδικό κωδικό σύνδεσης κάθε φορά που θα προσπαθείτε να συνδεθείτε στο λογαριασμό σας στο Facebook από νέο υπολογιστή ή κινητό. Αφού συνδεθείτε, έχετε την επιλογή να δώσετε όνομα στη συσκευή και να την αποθηκεύσετε στο λογαριασμό σας. Δεν χρειάζεται να πληκτρολογήσετε κωδικό όταν συνδέεστε με κάποια από τις αναγνωρισμένες συσκευές. Ειδοποιήσεις σύνδεσης. Τι είναι οι Ειδοποιήσεις σύνδεσης; Οι Ειδοποιήσεις σύνδεσης είναι μια προαιρετική λειτουργία ασφαλείας, η οποία σας ειδοποιεί κάθε φορά που μια νέα συσκευή συνδέεται στο λογαριασμό σας.

7)Κωδικοί μίας χρήσης: Τι είναι ο κωδικός μίας χρήσης;Ο κωδικός μίας χρήσης είναι μια προαιρετική δυνατότητα ασφαλείας για την προστασία του λογαριασμού σας όταν συνδέεστε στο Facebook από δημόσιο υπολογιστή. Για να λάβετε κωδικό μίας χρήσης, στείλτε SMS στο 32665 με το μήνυμα "otp". Θα σας απαντήσουμε με έναν μοναδικό, προσωρινό κωδικό 8 χαρακτήρων. Ο κωδικός μίας χρήσης ισχύει για 20 λεπτά και δεν μπορεί να ξαναχρησιμοποιηθεί.

[***Διαχείριση της εκτίμησης απειλής***](http://www.tabby.eu/el/05-gre-threat-assesment-management.html)

****

Το Διαδίκτυο χρησιμοποιείται παγκοσμίως και έχει πολλαπλές λειτουργίες. Το πρόβλημα ανακύπτει όταν το Διαδίκτυο γίνεται μέσο κακοποίησης και στοχοποιεί νεαρά άτομα, τα οποία είναι πιο ευάλωτα, πιο εκτεθειμένα και συχνά υποτιμούν τον κίνδυνο που είναι συνυφασμένος με τις απειλές και τις συμπεριφορές παρενόχλησης. Τα θύματα ακυρώνουν κάθε προσωπική και επαγγελματική βοήθεια, επειδή έχουν την τάση να υποτιμούν τον κίνδυνο των σοβαρών απειλών, όταν δεν τις θεωρούν ιδιαίτερα πειστικές. Οι έφηβοι είναι πιθανό να είναι διστακτικοί να πουν σε κάποιον ενήλικο τι συμβαίνει όταν είναι συνδεδεμένοι στο Διαδίκτυο ή όταν χρησιμοποιούν το κινητό τους τηλέφωνο, είτε επειδή έχουν τραυματιστεί συναισθηματικά, είτε γιατί πιστεύουν ότι είναι δικό τους λάθος, ή, τέλος, επειδή φοβούνται μεγαλύτερη τιμωρία ή το ότι θα υποστούν περιορισμούς στη χρήση του Διαδικτύου και των κινητών τηλεφώνων τους.

Οι μαθητές/μαθήτριες και οι νέοι γενικότερα δεν είναι σε θέση να κατανοήσουν ποια συμπεριφορά είναι ιδιαίτερα επιβλαβής ή αποτελεί σοβαρή απειλή για την πρόκληση βλάβης.  
Τα περισσότερα θύματα των συμπεριφορών αυτών συνήθως δεν τις αναφέρουν στην αστυνομία ή σε άλλους ενήλικες, επειδή και τα ίδια έχουν κατά κάποιο τρόπο συμμετάσχει σε αυτές, αντιδρώντας για παράδειγμα στην επιθετικότητα. Αναφέρουν το συμβάν μόνο όταν γνωρίζουν ότι υπάρχει κάποιος στο σχολείο, ο οποίος δεν θα τους κατακρίνει και θα είναι σε θέση να χειριστεί την κατάσταση.

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

http://alexandrospapanis.blogspot.com/2009/09/t-facebook.html

http://mathisi20.gr/tags/t458

http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%

CF%85%CE%B1%CE%BA%CF%8C%CF%82\_%CE%B5%CE%BA%CF%86%CE%BF%CE%B

2%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82

http://athensmagazine.gr/portal/weird/17692

http://www.inews.gr/96/ta-meionektimata-tou-Facebook.htm

http://efivoidimosiografoi.pbworks.com/w/page/36345627/%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD

%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC%20%CE%94%CE%AF%CE%BA%CF%84%

CF%85%CE%B1

http://www.metexo.net/%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%C

E%BA%CE%AC-%CE%B4%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%B1/

[http://my.aegean.gr](http://my.aegean.gr/web/article2835.html)

[http://www.saferinternet.gr](http://www.saferinternet.gr/index.php?objId=Category18&childobjId=Category24&parentobjId=Page)

[http://www.slideshare.net](http://www.slideshare.net/npapastam/ss-8096008)

[https://www.dias.ac.cy](https://www.dias.ac.cy/scholeia/lyk-vergina-lar/el/ck/Η%20ΕΠΙΔΡΑΣΗ%20ΤΩΝ%20ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ%20ΔΙΚΤΥΩΝ%20ΣΤΗ%20ΖΩΗ%20ΤΩΝΝΕΩΝ.pdf)

[http://tpelab2011-14.wikispaces.com](http://tpelab2011-14.wikispaces.com/5.+Θετικές+διαστάσεις+του+facebook)

[http://www.plushost.gr](http://www.plushost.gr/)

[http://www.vodafone.gr](http://www.vodafone.gr/portal/client/cms/viewCmsPage.action?pageId=10642)

[http://epidraseis-koinonikon-diktuon.blogspot.gr](http://epidraseis-koinonikon-diktuon.blogspot.gr/)

<http://www.grsr.gr/preview.php?c_id=489>

<http://www.alexfilos.com/?p=1188>  Facebook

<http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>  Twitter

<http://en.wikipedia.org/wiki/MSN>  M.S.N

<http://www.plushost.gr/mesa-koinonikhs-diktyoshs-ilektroniko-emporio/>

<http://www.pamepreveza.gr/News/AllArticles/tabid/142/articleId/2899/--cyberbullying--.aspx>

<http://www.matrix24.gr/2012/10/online-%CE%BC%CE%B5%CF%83%CE%B1-%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%85%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%83-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%85%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CF%83-%CF%80%CE%BF%CE%BB/>