

ΓΕΝΙΚΟ ΛΥΚΕΙΟ ΝΕΑΣ ΠΕΡΑΜΟΥ
ΣΧΟΛΙΚΟ ΕΤΟΣ 2015-16
ΤΜΗΜΑ Α1
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΘΕΜΑ: «ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ»

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΧΑΛΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Στις μέρες μας, με την εξέλιξη της τεχνολογίας, όλο και περισσότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργούνται. Τα κυριότερα από αυτά είναι:

Facebook



Το Facebook είναι το δημοφιλέστερο κοινωνικό δίκτυο. Ξεκίνησε στις 4 Φεβρουαρίου 2004, με ιδρυτή τον Μαρκ Ζάκερμπεργκ.

Χρήση

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. Η εγγραφή είναι δωρεάν και, όπως έχει δηλώσει ο δημιουργός του, «είναι δωρεάν και θα είναι για πάντα».

Ο Μαρκ Ζάκερμπεργκ ίδρυσε το Facebook ως μέλος του Πανεπιστημίου Χάρβαρντ. Αρχικά δικαίωμα συμμετοχής είχαν μόνο οι φοιτητές του Χάρβαρντ, ενώ αργότερα επεκτάθηκε για την Ivy League (χαρακτηρισμός μιας ομάδας οκτώ ελίτ πανεπιστημίων των ΗΠΑ). 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. Το 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.

Χρήστες και επισκεψιμότητα

Το Facebook είχε το 2013 πάνω από 1 δισεκατομμύριο ενεργούς χρήστες. 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. 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. Ακόμα παρέχει παιχνίδια και υπάρχει η δυνατότητα ανεβάσματος φωτογραφιών και βίντεο. Το Facebook έχει την υψηλότερη επισκεψιμότητα ανάμεσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχοντας περισσότερους από 20 δισεκατομμύρια επισκέπτες ανά μήνα για το Μάιο του 2015.

Κοινωνική ζωή

Το Facebook έχει επηρεάσει την κοινωνική ζωή και δραστηριότητα των ανθρώπων με ποικίλους τρόπους. Καθώς είναι διαθέσιμο μέσω πολλών φορητών συσκευών, επιτρέπει στους χρήστες να βρίσκονται συνεχώς σε επικοινωνία με φίλους, συγγενείς και άλλους γνωστούς σε οποιοδήποτε μέρος του πλανήτη και αν βρίσκονται, αρκεί να έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Έχει επίσης τη δυνατότητα να ενώσει ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα και απόψεις μέσω ομάδων και άλλων σελίδων, κι έχει συμβεί να ενώσει μέλη οικογενειών και φίλους που είχαν χαθεί χάρη στην ευρέως διαδεδομένη χρήση του ιστοτόπου.

Υγεία

Πρόσφατες έρευνες έχουν δείξει ότι το Facebook επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στην αυτοεκτίμηση των ατόμων προκαλώντας αισθήματα ζήλιας, με τις φωτογραφίες από διακοπές και ταξίδια να προκαλούν τη μεγαλύτερη δυσαρέσκεια. Άλλες κυρίαρχες αιτίες ζήλιας περιλαμβάνουν δημοσιεύσεις και φωτογραφίες από φίλους που απεικονίζουν την οικογενειακή ευτυχία και τη φυσική ομορφιά - τέτοια ζηλόφθονα αισθήματα κάνουν τους ανθρώπους να νιώθουν μόνοι και ανικανοποίητοι με τη δική τους ζωή. Μία μελέτη που πραγματοποιήθηκε από κοινού από δύο γερμανικά πανεπιστήμια ανακάλυψε ότι ένας στους τρεις ανθρώπους ήταν πιο ανικανοποίητος με τη ζωή του έπειτα από την επίσκεψή του στο Facebook, και μία άλλη μελέτη από το Utah Valley University βρήκε ότι ένιωθαν χειρότερα για τη ζωή τους έπειτα από αύξηση του χρόνου που ξόδευαν στο Facebook.

Σύμφωνα με την καθηγήτρια ψυχολογίας Susan Krauss Whitbourne, παρόλο που το Facebook προσφέρει την επιλογή να μπορείς να "κάνεις φίλο" κάποιον άλλον χρήστη αλλά και να διαγράψεις κάποιον από φίλο ή να απορρίψεις ένα αίτημα φιλίας. Η Whitebourne αναφέρεται στους χρήστες που έχουν διαγραφεί από άλλους χρήστες ως θύματα αποξένωσης. Η διαγραφή κάποιου ατόμου είναι σπάνια μια κοινή απόφαση και το άτομο συχνά δε γνωρίζει ότι έχει διαγραφεί.

Ακόμη, έχουν παρατηρηθεί κάποιες αρνητικές μεταβολές στην ψυχολογική κατάσταση των χρηστών του Facebook. Συγκεκριμένα, πραγματοποιήθηκε μια έρευνα από ερευνητές του πανεπιστημίου του Michigan, οι οποίοι μελέτησαν για 2 εβδομάδες 82 νεαρούς ενήλικες χρήστες του ιστοτόπου και κυρίως με ποιον τρόπο σχετιζόταν η χρήση του κοινωνικού δικτύου με τα αισθήματα ψυχικής ικανοποίησης του κάθε χρήστη. Τελικά, οι ερευνητές κατέληξαν στο δυσάρεστο

συμπέρασμα πως όσο περισσότερο οι νέοι χρησιμοποιούσαν το Facebook, τόσο χειρότερα ένιωθαν στη συνέχεια και τόσο περισσότερο το επίπεδο ικανοποίησής τους και χαράς από τη ζωή έπεφτε.

Instagram

Το Instagram είναι μια δωρεάν εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης που δίνει την δυνατότητα λήψης, επεξεργασίας και κοινοποίησης φωτογραφιών και βίντεο στο διαδίκτυο. Οι χρήστες μπορούν να μοιράζονται φωτογραφίες και βίντεο με τους ακολούθους τους (followers) ή με επιλεγμένη ομάδα φίλων, να σχολιάζουν και να δηλώνουν ότι μια δημοσίευση τους αρέσει.



Ιστορία

Η δημοφιλής εφαρμογή δημιουργήθηκε από δύο απόφοιτους του Πανεπιστημίου του Στάντφορντ, τους Κέβιν Σίστρομ και Μάικ Κρίγκερ και ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2010. Μόλις δύο μήνες αργότερα, τον Δεκέμβριο του 2010, ο αριθμός των εγγεγραμμένων χρηστών έφτασε το 1.000.000. Σήμερα η εφαρμογή μετράει 20 δισεκατομμύρια φωτογραφίες από όλο τον κόσμο και 200 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες. Το όνομά της προέρχεται από τον συνδυασμό των λέξεων Instant (στιγμιαίο) και telegram (τηλεγράφημα). Το 2012 η εφαρμογή αγοράστηκε από το Facebook, προς ένα δισεκατομμύριο δολάρια Η.Π.Α.

Χαρακτηριστικά εφαρμογής

Ο χρήστης μπορεί να τραβήξει μια φωτογραφία μέσω της εφαρμογής ή να χρησιμοποιήσει κάποια που έχει ήδη αποθηκευμένη στο τηλέφωνό του. Πριν την κοινοποίηση μπορεί να εφαρμόσει εφέ και φίλτρα, να επισημάνει άλλους χρήστες στις δημοσιεύσεις του (tag), να προσθέσει περιγραφή και τοποθεσία και να την κοινοποιήσει κατευθείαν στο Facebook, στο Twitter, στο Flickr, στο Tumblr και στο Foursquare.

Οι φωτογραφίες έχουν τετράγωνο σχήμα, παρόμοιο με το καρέ των φωτογραφικών μηχανών Kodak Instamatic και Polaroid. Οι χρήστες μπορούν να τις επεξεργαστούν και να διαμορφώσουν το τελικό αποτέλεσμα μέσω ειδικά σχεδιασμένων φίλτρων και ειδικών εργαλείων επεξεργασίας. Η δυνατότητα εγγραφής και διαμοιρασμού βίντεο ενσωματώθηκε στο Instagram τον Ιούνιο του 2013. Η εγγραφή βίντεο υποστηρίζεται προς το παρόν μόνο στις εφαρμογές iPhone και Android. Η μέγιστη διάρκεια του βίντεο είναι τα 15 δευτερόλεπτα με ελάχιστο χρόνο τα τρία δευτερόλεπτα.

Για να χρησιμοποιήσει κάποιος το Instagram πρέπει να κατεβάσει και να εγκαταστήσει πρώτα την εφαρμογή στο κινητό του τηλέφωνο, να δημιουργήσει ένα λογαριασμό με όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης καθώς και να συμπληρώσει στοιχεία στο προφίλ του. Η εφαρμογή διατίθεται

για συσκευές Apple iOS, Android και Windows Phone. Για σύνδεση στο λογαριασμό από πρόγραμμα περιήγησης ιστού (web browser), πηγαίνει κανείς στη διεύθυνση <http://instagram.com/> και συνδέεται με το όνομα χρήστη και τον κωδικό του για το Instagram.

Υπάρχουν βασικοί όροι χρήσης που απαιτείται να τηρούν οι χρήστες του Instagram, όπως το ότι οφείλουν να είναι τουλάχιστον 13 ετών, ή το ότι υπάρχουν περιορισμοί στο ανέβασμα βίαιων, γυμνών, μερικώς γυμνών ή με σεξουαλικό υπονοούμενο φωτογραφιών, ενώ παράλληλα καθορίζουν και την ευθύνη για τον λογαριασμό και την δραστηριότητα που προέρχεται από αυτόν.

Εργαλεία επεξεργασίας

Με τα εργαλεία επεξεργασίας ο χρήστης μπορεί να περικόψει μια φωτογραφία (cropping), να ευθυγραμμίσει (straighten), να ρυθμίσει τους χρωματικούς τόνους με τα εργαλεία φωτεινότητα (brightness), αντίθεση (contrast), φωτεινοί τόνοι (highlights) και σκοτεινοί τόνοι (shadows), την οξύτητα (shapren), την πυκνότητα (saturation) και τη θερμοκρασία του χρώματος, να θολώσει κάποια περιοχή (titl shift) και να προσθέσει βινιέτα.

Twitter

Το twitter είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα (μέχρι 140 χαρακτήρες), τα οποία ονομάζονται 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 250 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες.



Snapchat

Το Snapchat είναι μια εφαρμογή αποστολής βίντεο, η οποία δημιουργήθηκε από τους Evan Spiegel, Bobby Murphy και Reggie Brown όσο αυτοί φοιτούσαν στο Πανεπιστήμιο Stanford. Χρησιμοποιώντας αυτή την εφαρμογή οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να τραβήξουν φωτογραφίες, βίντεο, να προσθέσουν κείμενα και ζωγραφιές και να τα στείλουν σε μια ελεγχόμενη

λίστα φίλων. Αυτές οι φωτογραφίες και τα βίντεο ονομάζονται snaps. Οι χρήστες θέτουν ένα χρονικό όριο για το πόση ώρα μπορούν οι αποδέκτες να βλέπουν τα snaps τους, μετά από το οποίο το Snapchat υπόσχεται να τα διαγράψει από τον διακομιστή (server) του αποδέκτη.



Χριστίνα Πετροπούλου

Κωνσταντίνα Ρόζη

Νίνα Σύμπουρα

Φανή Φαλαγγά

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ FACEBOOK

Η χρήση του Facebook έχει να κάνει κυρίως με τα νέα φίλων και γνωστών, με την καθημερινή επικοινωνία μέσω μηνυμάτων και με την ενημέρωση από επιχειρήσεις και σελίδες άλλων ενδιαφερόντων.

Μπορεί κανείς να επισκεφθεί το Facebook μέσω του www.facebook.com από υπολογιστή, μέσω του m.facebook.com από κινητές συσκευές ή μέσω των Android, iOS, Windows Phone κ.λπ. εφαρμογών. Επίσης, υπάρχει και η διεύθυνση 0.facebook.com, η οποία λειτουργεί για δωρεάν πλοήγηση μέσω των κινητών συσκευών με χρήση 3G/4G, όχι μέσω WiFi, και η οποία απλώς δε δείχνει οπτικό υλικό όπως φωτογραφίες και βίντεο.

Εκτός, όμως, από τους προηγούμενους βασικούς τρόπους σύνδεσης, το Facebook παρέχει μια πληθώρα εφαρμογών για διάφορες λειτουργίες, όπως το FB Messenger για τις συνομιλίες των χρηστών σε Android, iOS και Windows Phone, το FB Pages Manager για τη διαχείριση σελίδων σε Android και iOS, το FB Home ως launcher του Κοινωνικού Δικτύου για Android και το FB Paper ως εναλλακτικό τρόπο πλοήγησης για iOS, προς το παρόν μονάχα για χρήστες στην Αμερική.

Το Facebook θεωρείται το πληρέστερο Κοινωνικό Δίκτυο σε λειτουργίες, αν και η πληθώρα ρυθμίσεων και επιλογών μπερδεύουν τους περισσότερους χρήστες, οι οποίοι αρκούνται στην απλή χρήση.

Κάθε χρήστης άνω των 13 ετών μπορεί να δημιουργήσει το δικό του προφίλ, το οποίο μπορεί στη συνέχεια να το ενημερώσει με προσωπικές πληροφορίες, φωτογραφίες, βίντεο, ταινίες και μουσική που του αρέσουν, αθλητές που θαυμάζει κ.λπ. Με τη δημιουργία του προφίλ, ο χρήστης μπορεί να στείλει αιτήματα φιλίας σε άλλους χρήστες, οι οποίοι θα πρέπει να τον αποδεχθούν ή να τον απορρίψουν. Από τη στιγμή που ο χρήστης αποκτά φίλους, μπορεί και βλέπει τις δημοσιεύσεις τους και μερική από τη δραστηριότητά τους στην αρχική του σελίδα. Η αρχική σελίδα είναι ένας χώρος όπου ο χρήστης περνά τον περισσότερο χρόνο του. Εκεί, εκτός από τις δημοσιεύσεις και τη δραστηριότητα φίλων, μπορεί να δει δημοσιεύσεις από τις σελίδες που ακολουθεί κάνοντας like σε αυτές και από τις ομάδες (groups) στις οποίες συμμετέχει.

Κάθε σελίδα μπορεί να αντιπροσωπεύει μια επιχείρηση, έναν άνθρωπο (αθλητή, ηθοποιό κ.λπ.), ένα πάθος, οτιδήποτε μπορεί κανείς να φανταστεί, όπως και τα groups μπορούν να έχουν οποιαδήποτε θεματολογία.

Εκτός από τις δημοσιεύσεις με κείμενο, φωτογραφίες, βίντεο, που μπορεί να δημοσιεύσει ένας χρήστης, υπάρχει και η δυνατότητα για εισερχόμενα μηνύματα μέσω του chat.

Οι λειτουργίες τις οποίες χρησιμοποιούν περισσότερο οι χρήστες βρίσκονται στις δημοσιεύσεις και είναι το like (μου αρέσει), το share (κοινοποίηση) και τα comments (σχόλια). Ειδικά το like, βρίσκεται παντού στο διαδίκτυο και οι χρήστες με συνδεδεμένο προφίλ μπορούν να το πατούν και να δηλώνουν πως τους αρέσει συγκεκριμένο περιεχόμενο.

Από το Facebook δε θα μπορούσαν να λείπουν τα παιχνίδια φυσικά.

Αυτό που πρέπει να προσέχετε πρωτίστως ως χρήστες είναι η ασφάλειά σας στο Facebook και συνέχεια να ενημερώνεστε για νέα του Facebook και για οδηγούς του Facebook, με τους οποίους μπορείτε να αξιοποιήσετε καλύτερα το Κοινωνικό Δίκτυο για τους δικούς σας σκοπούς.

Παρά το γεγονός ότι χρησιμοποιούμε το Facebook καθημερινά, δεν είναι βέβαιο ότι γνωρίζουμε όλες τις λειτουργίες του. Πολλές από αυτές είναι λιγότερο ή περισσότερο κρυμμένες στα menu του και τις γνωρίζουν μόνο όσοι έχουν ασχοληθεί αρκετά με το πολύπλοκο αυτό site. Ξεχωρίσαμε κάποιες από τις λειτουργίες του Facebook που μόνο οι περισσότεροι ψαγμένοι χρήστες γνωρίζουν.

Δημιουργία λίστας ενδιαφερόντων στο Facebook

Μια ελάχιστη γνωστή λειτουργία στο Facebook είναι οι **Λίστες Ενδιαφερόντων (Interest Lists)**. Είναι βασικά η έκδοση του Facebook για τις γνωστές λίστες του Twitter και δεν πρέπει να

συγγέεται με τις «λίστες φίλων» στο Facebook. Οι Λίστες Ενδιαφέροντος είναι συλλογή δημοσιεύσεων από ιστοσελίδες, εταιρίες ή άτομα που ακολουθείτε συγκεντρωμένες σε ένα Feed (π.χ. «indie hip-hop» ή «τοπικά εστιατόρια»). Οι Λίστες Ενδιαφέροντος είναι δυνατόν να είναι ιδιωτικές μόνο για εσάς ή κάποιους φίλους, ή μπορείτε να τις δημοσιοποιήσετε για εκείνους που σας ακολουθούν.

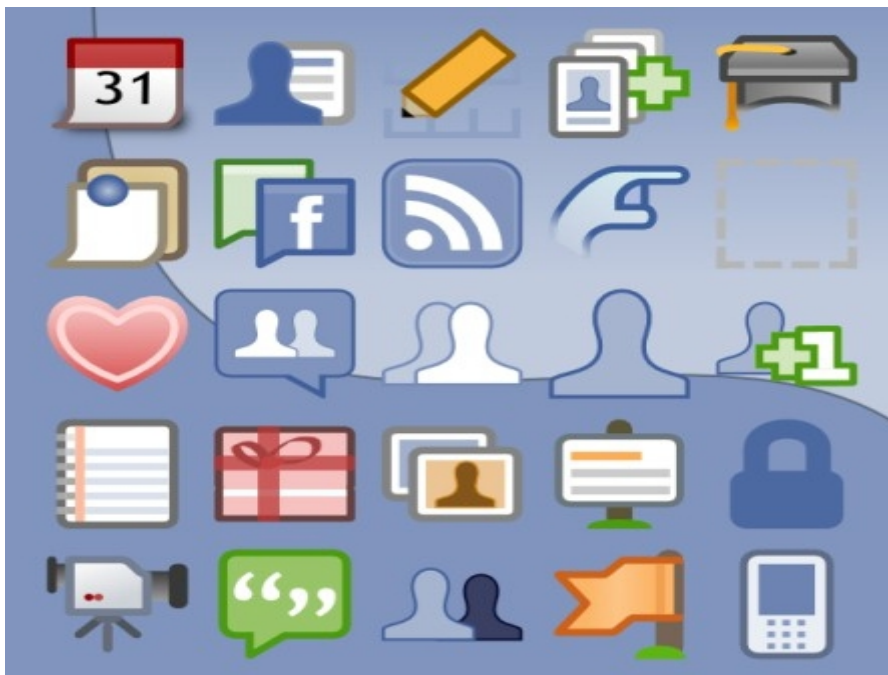
Για να αποκτήσετε πρόσβαση στις Λίστες Ενδιαφέροντος, μετακινηθείτε προς τα κάτω αριστερά στα **Ενδιαφέροντα** και κάντε κλικ. στην επόμενη σελίδα, κάντε κλικ στο κουμπί **Δημιουργία λίστας** και θα έχετε τη δυνατότητα να αναζητήσετε και να ακολουθήσετε και άλλες δημόσια διαθέσιμες λίστες ενδιαφέροντος ή να δημιουργήσετε τη δική σας.

Μεταφορά αρχείων μέσω του Facebook Chat (Συνομιλία)

Αν ανοίξετε ένα παράθυρο Facebook Chat θα δείτε ότι υπάρχει ένα μικρό εικονίδιο-γρανάζι στην επάνω δεξιά γωνία του παραθύρου. Μία από τις επιλογές είναι το Προσθέστε αρχεία... το οποίο θα σας επιτρέψει να ανεβάσετε αρχεία απευθείας από τον υπολογιστή σας για να τα μεταφέρετε. Ο παραλήπτης απλά θα κάνει κλικ στο σύνδεσμο που θα λάβει για να κατεβάσει τα αρχεία που του στείλατε.

Δείτε ποιοι μπαίνουν στο λογαριασμό σας στο FB

Θέλετε να μάθετε αν κάποιος έχει συνδεθεί στο λογαριασμό σας στο Facebook χωρίς την άδειά σας; Κατ' αρχάς, πηγαίνετε στη σελίδα Ρυθμίσεις. Στο Ρυθμίσεις Ασφαλείας κάντε κλικ στο Από πού συνδέεστε. Εδώ θα βρείτε όλα τα ενεργά Facebook log-ins από το desktop και το κινητό. Συνήθως παρέχονται στοιχεία σχετικά με την τοποθεσία, το πρόγραμμα περιήγησης, καθώς και τη συσκευή. Αν κάτι σας φαίνεται παράξενο, έχετε τη δυνατότητα να κάνετε Τερματισμό της δραστηριότητας σε μεμονωμένες ή σε όλες τις συσκευές. Τα χαρακτηριστικό αυτό είναι επίσης χρήσιμο εάν έχετε συνδεθεί από τον υπολογιστή ενός φίλου σας ή από κάποιο δημόσιο υπολογιστή, αλλά ξεχάσατε να αποσυνδεθείτε.



Μιχάλης Πετρίδης

Παναγιώτης Ποντικίδης

Ευριπίδης Προκοπίου

Θωμάς Τσώλας

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Τα ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) είναι ένα είδος κοινωνικής αλληλεπίδρασης μεταξύ των ανθρώπων, οι οποίοι μέσω αυτών δημιουργούν, μοιράζονται και ανταλλάσσουν πληροφορίες και ιδέες σε εικονικές κοινότητες και δίκτυα.

Οι Kaplan και Haenlein εντοπίζουν έξι βασικές κατηγορίες ηλεκτρονικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης:

1. Συνεργατικά Εργαλεία (π.χ. Wikipedia)
2. Ιστολόγια (blogs) (π.χ. WordPress, Twitter)
3. Κοινότητες Περιεχομένου (π.χ. Flickr, Youtube)
4. Υπηρεσίες Κοινωνικής Δικτύωσης (π.χ. Facebook, Instagram)
5. Εικονικούς Κόσμους Παιχνιδιών (π.χ. World of Warcraft)
6. Εικονικούς Κοινωνικούς Κόσμους (π.χ. SecondLife)

Διάφορα κοινωνικά δίκτυα:

Facebook

Άμεσο, προσωπικό, συνδυασμός πολλών μορφών περιεχομένου

Twitter

Σύντομα μηνύματα, hashtags που δηλώνουν το θέμα

Google+

Διαλειτουργικότητα με τα εργαλεία της Google

Youtube

Προβολή video, ανοιχτή πρόσβαση χωρίς εγγραφή

Blogger

Εύκολη δημιουργία blogs

LinkedIn

Επαγγελματικό, δημιουργία προφίλ, ανεύρεση εργασίας, συνεργατών

Instagram

Επεξεργασία και δημοσίευση φωτογραφιών

Pinterest

Αποθήκευση προϊόντων, ευρύ γυναικείο κοινό

Foursquare

Γεωγραφικά δεδομένα χρηστών (check-ins)

Flickr

Αποθήκευση φωτογραφιών

Οικονομικές επιπτώσεις των κοινωνικών δικτύων

Το μοντέλο του καταναλωτή που είναι «συνδεδεμένος» αποτελεί μια στροφή για την επιχείρηση, δημιουργώντας «μια επιχείρηση που θα αντλεί δύναμη από το προσωπικό της», όπου τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης και η τεχνολογία είναι η κινητήρια δύναμη της μελλοντικής παραγωγικότητας και δημιουργεί ένα εντελώς διαφορετικό μοντέλο ηγεσίας. Οι εταιρίες που θα καταφέρουν να αξιοποιήσουν την απίστευτη δύναμη της κοινωνικής δικτύωσης είναι εκείνες που θα διαμορφώσουν μια πολιτική πληροφορικής ικανή να υποστηρίξει τη χρήση αυτής της τεχνολογίας και να μετριάσει τους κινδύνους που αυτή επιφέρει.

Η Cisco ανακοίνωσε τα αποτελέσματα μιας παγκόσμιας μελέτης, που διεξήχθη από ανεξάρτητη εταιρία, η οποία σχεδιάστηκε ειδικά για να εκτιμήσει με ποιον τρόπο οι οργανισμοί χρησιμοποιούν τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης για να συνεργάζονται εκτός της εταιρίας, κάνοντας έτσι φανερή την ανάγκη για καλύτερη διαχείριση των εργαλείων με μεγαλύτερη εμπλοκή των συστημάτων πληροφορικής. Η συγκεκριμένη δημοσίευση αποτελεί το πρώτο από τα δύο μέρη μιας έρευνας που έχει διεξαγάγει η Cisco, με στόχο να εξετάσει τον αντίκτυπο της κοινωνικής δικτύωσης και των εφαρμογών συνεργασίας στην επιχείρηση.

Η μελέτη βασίζεται σε μια σειρά συνεντεύξεων με 105 συμμετέχοντες που αντιπροσωπεύουν 97 οργανισμούς από 20 χώρες σε όλο τον κόσμο. Διεξήχθη μεταξύ Απριλίου και Σεπτεμβρίου 2009 από κορυφαίες σχολές διοίκησης επιχειρήσεων στις Ηνωμένες Πολιτείες και στην Ευρώπη: Το IESE Business School στην Ισπανία, το E. Philip Saunders College of Business στο Rochester, το Institute of Technology των ΗΠΑ και το Henley Business School στη Βρετανία. Από το σύνολο των επιχειρήσεων οι οποίες συμμετείχαν στην έρευνα, το 75% θεωρεί τα κοινωνικά δίκτυα ως εργαλεία κοινωνικών μέσων που οι χρήστες χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό, ενώ σχεδόν το 50% της ομάδας δήλωσε εκτεταμένη χρήση του microblogging.

Τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης εκτείνονται σε τομείς της οικονομικής αλυσίδας, στην οποία περιλαμβάνονται το μάρκετινγκ και οι τηλεπικοινωνίες, το εργατικό δυναμικό και η πελατειακή εξυπηρέτηση. Στα τμήματα μάρκετινγκ και επικοινωνίας, τα εργαλεία αυτά αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα των επιδιώξεων των επιχειρήσεων, καθώς το προσωπικό των τμημάτων μάρκετινγκ και επικοινωνίας έχει θέσει ως στόχο και πραγματοποιήσει τη μετάβαση από την «εκπομπή» στη «συζήτηση», που βασίζεται σε πλούσια αλληλεπίδραση. Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν κανάλια κοινωνικής δικτύωσης ακολουθώντας την πολιτική αυτή, όμως αυτό εξακολουθεί να είναι μια ευκαιρία για μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Κοινωνικές επιπτώσεις των κοινωνικών δικτύων

Επιδράσεις στο άτομο

Εξετάζοντας το φαινόμενο της δημιουργίας μιας σύγχρονης κοινωνικής ομάδας με τη μορφή ενός κοινωνικού δικτύου, βλέπουμε ότι μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση πολύπλευρων διαστάσεων, που αφορούν σε μορφές άσκησης κοινωνικής επιρροής, συλλογικές συμπεριφορές, καθώς και άλλα χαρακτηριστικά, τα οποία γίνονται εμφανή μόνο μέσα από την κατανόηση της δυναμικής των κοινωνικών σχέσεων. Υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις, σε ατομικό επίπεδο, τα

κοινωνικά δίκτυα δημιουργούν και τονώνουν το αίσθημα που πηγάζει από τη συμμετοχή σε κοινωνική ομάδα (ανήκω κάπου, έχω ρόλο στην κοινωνία), κοινωνικοποιεί και εξελίσσει τη δυναμική διάσταση της προσωπικότητας μέσα από τη λειτουργία «πομπού–δέκτη», στην οποία υπόκειται διαρκώς το άτομο. Η επίδραση όμως μπορεί εύκολα να είναι και αρνητική. Σημαντικά ζητήματα ηθικής του κυβερνοχώρου, όπως η κλοπή των προσωπικών δεδομένων και γενικά η απειλή της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών συμβαίνουν πολύ συχνά. Επίσης εξελίσσεται σε ιδιαίτερα σοβαρό, το θέμα του εθισμού σε διαδικτυακή σύνδεση, η οποία σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να προκαλέσει ψυχική διαταραχή και ανάγκη για την αντιμετώπισή της μόνο με τη βοήθεια ειδικών.

Ιδιωτικότητα του ατόμου

Το ζήτημα της ιδιωτικότητας χρήζει ιδιαίτερης εξέτασης κυρίως λόγω των ιστοσελίδων κοινωνικών δικτύων, αλλά και γενικώς της κοινωνιολογίας του κυβερνοχώρου, όπου τα όρια μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής πραγματικότητας μπλέκονται ή γίνονται δυσδιάκριτα και επαναπροσδιορίζονται ως μία νέα δυνητική πραγματικότητα, όπου με τη σειρά του το άτομο μπαίνει σε μια διαδικασία επαναπροσδιορισμού και αναδόμησης της ταυτότητάς του.

Αυτή η επικάλυψη του ιδιωτικού με το δημόσιο μπορεί να γίνει αντιληπτή ως κάτι «δημόσια ιδιωτικό», για παράδειγμα κάποιος δημοσιεύει μια ιδιωτική συμπεριφορά αποκαλύπτοντας την πραγματική του ταυτότητα, και ως κάτι «ιδιωτικά δημόσιο», δηλαδή κάποια δημοσίευση που θα μπορούσε να είναι προσβάσιμη με πολλούς άλλους τρόπους, χωρίς όμως να αποκαλύπτει την πραγματική του ταυτότητα αυτός που έκανε τη δημοσίευση.

Με άλλα λόγια, το Διαδίκτυο, και κυρίως μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικών δικτύων όπου γίνεται η διαμόρφωση ενός προσωπικού προφίλ, διαφοροποιεί τον τρόπο διαχείρισης αλλά και της τελικής μορφής της ταυτότητας, καθώς ο καθένας δυνητικά καθορίζεται από αυτό που επιλέγει ο ίδιος να παρουσιάσει (μέσω των ενδιαφερόντων, φίλων, φωτογραφιών, συνδέσμων και ομάδων που επιλέγει να δημοσιοποιήσει), σε συνδυασμό με αυτό που, άθελά του εν μέρει, του επιβάλλεται από την αρχιτεκτονική, αισθητική και κατάσταση του πλαισίου του εκάστοτε χώρου στον οποίο επιλέγει να παρουσιάσει τον εαυτό του. Ακόμη, οι ιστοσελίδες κοινωνικών δικτύων έχουν χαρακτηριστεί ως «εγωκεντρικές» υπό την έννοια ότι εστιάζουν στο ατομικό προφίλ δίνοντας έτσι έμφαση στην ανάδειξη προσωπικών χαρακτηριστικών, τα οποία πρόκειται να υπηρετηθούν με τη λειτουργία του δικτύου σε αντιδιαστολή με ανάδειξη συλλογικών στόχων και πρακτικών τα οποία χρειάζονται στη λειτουργία του δικτύου, δηλαδή τη λειτουργία της ομάδας.

Οι ανώνυμες δημοσιεύσεις είναι πλέον μια συνηθισμένη πραγματικότητα (κυρίως λόγω ανάπτυξης των blogs). Η ανωνυμία προασπίζει την ελευθερία του λόγου αλλά δημιουργεί προβλήματα όσο αφορά σε παράνομες δημοσιεύσεις για την εύρεση του υπευθύνου.

Πλεονεκτήματα των κοινωνικών δικτύων

- Η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων, εφόσον το Διαδίκτυο συγκεντρώνει πλήθος ατόμων από όλο τον κόσμο.
- Η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με άτομα που μπορεί να βρίσκονται σε μεγάλη γεωγραφική απόσταση το ένα από το άλλο, εφόσον το Διαδίκτυο καταργεί τις αποστάσεις.
- Η δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε μεγάλο πλήθος κοινωνικών ομάδων και η αναζήτηση της ομάδας που εκφράζει 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.
- Η δυνατότητα αναζήτησης και ανεύρεσης περιεχομένου (φωτογραφίες, βίντεο κ.λπ.), στο οποίο οι χρήστες δε θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση με διαφορετικό τρόπο.

- Η δυνατότητα άμεσης ενημέρωσης για οτιδήποτε συμβαίνει στον κόσμο.
- Η δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε ψυχαγωγικό περιεχόμενο από το σπίτι.

Μειονεκτήματα και κίνδυνοι των κοινωνικών δικτύων

- Η έκθεση σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό κινδύνων κοινωνικού χαρακτήρα. Σε πολλές περιπτώσεις, ιδιαίτερα οι νέοι, βιώνουν έντονα καταστάσεις μέσα από τη χρήση του κυβερνοχώρου, οι οποίες είναι τραυματικές για την ψυχική τους υγεία.
- Η επιβλαβής έκθεση της προσωπικής ζωής του ατόμου.
- Ο κίνδυνος εξαπάτησης, δηλαδή η σύνδεση με άτομα που ισχυρίζονται ότι είναι κάποιος που δεν είναι στην πραγματικότητα αλλά καλύπτονται πίσω από την ανωνυμία τους.
- Η επαφή και η διασύνδεση με παντελώς αγνώστους ενέχει περισσότερους κινδύνους από ότι η επαφή με αγνώστους στον πραγματικό κόσμο, γιατί δεν υπάρχει η αμεσότητα και η δυνατότητα ανάπτυξης κριτικής σκέψης και αντίδρασης.
- Η παρενόχληση από άτομα εντελώς άγνωστα, μέλη του κοινωνικού δικτύου, χωρίς τη δυνατότητα προστασίας ή αντιμετώπισης τέτοιων ενεργειών.
- Η κλοπή προσωπικών δεδομένων και γενικά η απειλή της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών τους.
- Η εύκολη μετάδοση και επαφή με ηλεκτρονικό περιεχόμενο που δεν είναι ασφαλές για τους χρήστες του, όπως κακόβουλο λογισμικό, υλικό προσηλυτισμού, υλικό εθισμού σε επικίνδυνες ουσίες, υλικό με θέμα τη βία, ρατσιστικό περιεχόμενο κ.λπ.
- Ο βομβαρδισμός με διαφημιστικά μηνύματα.

Νικολέττα Ρεΐση

Διονυσία Σαντή

Έλενα Σκλήρη

Χριστίνα Στεργάκη

ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΘΕΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Η κοινωνική δικτύωση είναι ένα καλό παράδειγμα για το πώς η online συμπεριφορά μπορεί να παρουσιάσει κινδύνους για την ασφάλεια του χρήστη. Είναι εξαιρετικά δημοφιλής στα παιδιά και τους νέους, ενθαρρύνοντάς τους να είναι δημιουργικοί χρήστες του διαδικτύου παρά παθητικοί θεατές του. Εάν δεν χρησιμοποιείται σωστά, ωστόσο, οι χρήστες μπορεί να θέσουν εαυτούς και άλλους σε κίνδυνο. Πιο απλά, σε αυτή την εποχή των «κοινωνικών» μέσων, ο «εικονικός κόσμος» δεν είναι πάντα τόσο εικονικός. Μόλις δημοσιευτεί στο διαδίκτυο μια φωτογραφία ή ένα βίντεο κ.λπ., μπορούν ελεύθερα να αντιγραφούν, να τροποποιηθούν, να ανακυκλώνονται και ενδεχομένως να υπάρχουν για πάντα. Περιεχόμενο που έχει ληφθεί με κινητό τηλέφωνο, κάμερα ή ψηφιακή φωτογραφική μηχανή μπορεί εύκολα και γρήγορα να δημοσιευθεί. Είναι όμως πολύ δύσκολο να αποτρέψετε τη διανομή του, την τροποποίησή του και τη χρήση του σε διαφορετικό περιβάλλον. Αντίγραφα της φωτογραφίας μπορούν πολύ εύκολα να καταλήξουν σε διάφορες τοποθεσίες και είναι πολύ δύσκολο να διαγραφούν όλα. Η δημοσίευση της φωτογραφίας σε συνδυασμό με άλλες προσωπικές πληροφορίες π.χ. ενός μαθητή στην ιστοσελίδα ενός σχολείου αποτελεί αποκάλυψη προσωπικών δεδομένων. Σύμφωνα με έρευνα της Kaspersky Lab και της B2B International αποδείχτηκε ότι σε μεγαλύτερο κίνδυνο βρίσκονται όσοι χρησιμοποιούν φορητές συσκευές για να επισκέπτονται μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Αναλυτικότερα, η έρευνα δείχνει ότι η επικοινωνία μέσω κοινωνικών δικτύων αποτελεί μία από τις πιο δημοφιλείς δραστηριότητες στο διαδίκτυο. Συνολικά, η κοινωνική δικτύωση ήταν η τρίτη δημοφιλέστερη δραστηριότητα μετά από την πρόσβαση και την ανάγνωση των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ακόμα πιο δημοφιλής είναι η χρήση των κοινωνικών δικτύων σε ό,τι αφορά στις φορητές συσκευές, καθώς καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν σε ποσοστό 78% ότι δεν πιστεύουν πως οι ηλεκτρονικοί εγκληματίες ενδιαφέρονται γι' αυτούς ή ότι δεν τους απασχολεί καθόλου το συγκεκριμένο θέμα. Ένας στους δέκα χρήστες μοιράζεται ιδιωτικές πληροφορίες με αγνώστους, ενώ 15% των ερωτηθέντων χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα για ανταλλαγή πληροφοριών που δεν θα αποκάλυπταν ποτέ στην πραγματική ζωή.

Επιπλέον, 12% των ερωτηθέντων εισάγουν δεδομένα σε διαδικτυακούς λογαριασμούς ενώ βρίσκονται συνδεδεμένοι σε δημόσια δίκτυα Wi-Fi. Μόλις 18% πιστεύουν ότι αποκάλυπτουν περισσότερες προσωπικές πληροφορίες απ' όσο πρέπει στα κοινωνικά δίκτυα. Επίσης, μόλις 7% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι οι κωδικοί πρόσβασης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μεταξύ των τριών ειδών πληροφοριών που φοβούνται να χάσουν.

Όπως επισημαίνει η Kaspersky, η απρόσεκτη συμπεριφορά των χρηστών μπορεί να οδηγήσει σε δυσάρεστες συνέπειες. Οι επιτιθέμενοι ψάχνουν συχνά στα κοινωνικά δίκτυα για πληροφορίες που έχουν αφήσει οι χρήστες εν αγνοία τους.

Οι πληροφορίες αυτές μπορεί να συμβάλουν σε ένα έγκλημα. Μεταξύ άλλων, οι διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μπορεί να χρησιμοποιηθούν για απάτες, ενώ κάποιες πληροφορίες μπορεί να βοηθήσουν τους εγκληματίες να «σπάσουν» κωδικούς πρόσβασης ή να προσδιορίσουν τη θέση ενός χρήστη. Επιπλέον, αν οι ψηφιακοί απατεώνες αποκτήσουν πρόσβαση στους λογαριασμούς των χρηστών, έχουν ακόμη περισσότερες ευκαιρίες στη διάθεσή τους, όπως η αποστολή κακόβουλων συνδέσεων και αρχείων στους «φίλους» του θύματος, η υποκλοπή προσωπικών δεδομένων που αργότερα θα πουληθούν στη μαύρη αγορά κ.α., όπως τονίζεται στην έρευνα.

Πότε κινδυνεύετε

1. Εάν ανεβάζετε (upload) ακατάλληλο, προσβλητικό ή παράνομο περιεχόμενο στον δικό σας διαδικτυακό χώρο.
2. Εάν αναρτάτε υλικό που θα μπορούσε να βλάψει τη φήμη σας ή τη φήμη των άλλων.
3. Εάν παραβιάζετε δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

4. Εάν αναρτάτε ακατάλληλα σχόλια σχετικά με τα προφίλ άλλων, τα οποία είναι ταπεινωτικά ή έχουν ως αποτέλεσμα τον εκφοβισμό.
5. Εάν αναρτάτε υλικό ή παρατηρήσεις, οι οποίες είναι δυσφημιστικές.

Μέτρα ασφαλείας

1. Μη δίνετε σε κανέναν τον κωδικό πρόσβασης στο εικονικό προφίλ σας. Όποιος αποκτά πρόσβαση στο προφίλ σας, μπορεί να διαχειριστεί πλήρως τα δεδομένα που εμφανίζονται σε αυτό.
2. Πριν εγγραφείτε σε μια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, αναζητήστε τη δήλωση περί απορρήτου και κατανοήστε πλήρως με ποιον τρόπο θα χρησιμοποιούνται από την ιστοσελίδα τα προσωπικά σας δεδομένα. Στα αγγλικά θα το βρείτε ως «privacy policy».
3. Από τη στιγμή που δημιουργείτε το εικονικό σας προφίλ, θα πρέπει να πάτε στο μενού των ρυθμίσεων για τη διαχείριση των προσωπικών σας δεδομένων και να αλλάξετε τις προεπιλεγμένες ρυθμίσεις. Συνηθέστερα θα το βρείτε στα αγγλικά ως «privacy settings».
4. Περιορίστε την πρόσβαση στο προφίλ σας. Έτσι, θα είναι δυσκολότερη η άντληση πολλών έγκυρων προσωπικών δεδομένων και πληροφοριών από επιτήδειους, οι οποίοι τα χρησιμοποιούν για εξειδικευμένη επίθεση phishing, μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης.
5. Μην ανεβάζετε στο προφίλ σας φωτογραφίες όπου φαίνεται καθαρά η τοποθεσία στην οποία βρίσκεστε, ειδικότερα αν πρόκειται για το σπίτι σας, το σχολείο ή μέρη όπου συχνάζετε. Έτσι θα μειώσετε τις πιθανότητες εντοπισμού σας στον φυσικό κόσμο.
6. Αν δεχθείτε ένα προσβλητικό ή ανεπιθύμητο μήνυμα, χρησιμοποιήστε την ενσωματωμένη μέθοδο καταγγελιών της ιστοσελίδας κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιείτε. Συνήθως αναφέρεται με τη λέξη «report».
7. Να έχετε πάντα υπόψη σας ότι οι πληροφορίες που δημοσιεύετε στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι δημόσια προσπελάσιμες, επομένως καλό θα ήταν να μη δημοσιεύετε στοιχεία και φωτογραφίες που θα σας έφερναν σε δύσκολη θέση. Ακόμα και όταν διαγράψετε το προφίλ σας, πολλές πληροφορίες δεν αφαιρούνται και ενδέχεται να τις συναντήσετε και αλλού στο διαδίκτυο.
8. Να γνωρίζετε ότι, από τη στιγμή που προσθέτετε στη λίστα των φίλων σας κάποιο άτομο (αποδοχή «friend request»), αυτό αποκτά πρόσβαση στα προσωπικά δεδομένα που εμφανίζονται στο προφίλ σας, μεταξύ των οποίων οι φωτογραφίες και τα στοιχεία επικοινωνίας σας.
9. Να γνωρίζετε ότι οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν πολλές εφαρμογές (παιχνίδια, κουίζ κ.λπ.), οι οποίες δεν υπόκεινται πάντα στην πολιτική απορρήτου της ιστοσελίδας και, επομένως, μπορούν να διαχειριστούν τα προσωπικά σας δεδομένα με διαφορετικό τρόπο.
10. Να έχετε πάντα υπόψη ότι στους εικονικούς κόσμους είναι εύκολο να δημιουργήσει κανείς μια «ψεύτικη ταυτότητα» και να παραπλανήσει άλλους χρήστες. Επομένως, θα πρέπει να είστε επιφυλακτικοί με τους εικονικούς σας φίλους.

Βαγγέλης Πετρόπουλος

Κωνσταντίνα Σακελλαρίου

Μιχαήλ Σουλιώτης

Βίκυ Σωτηροπούλου

ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Συντάξαμε το παρακάτω ερωτηματολόγιο, με ερωτήσεις σχετικές με τη χρήση των ηλεκτρονικών κοινωνικών δικτύων από τους εφήβους. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε και απαντήθηκε από 50 μαθητές και των τριών τάξεων του Γενικού Λυκείου Νέας Περάμου. Φροντίσαμε ώστε να υπάρχει ισορροπία στον αριθμό αγοριών και κοριτσιών που ερωτήθηκαν.

1. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα κοινωνικά δίκτυα;

- α) Καθημερινά – πάνω από δύο ώρες
- β) Καθημερινά – λιγότερο από δύο ώρες
- γ) Λιγότερο συχνά

2. Ποια κοινωνικά δίκτυα έχετε υπόψη σας;

.....

3. Ποιο είναι το αγαπημένο σας μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

.....

4. Πώς πιστεύετε ότι επηρεάζουν τα κοινωνικά δίκτυα την οικονομία μιας χώρας;

- α) Θετικά
- β) Αρνητικά
- γ) Δεν την επηρεάζουν

5. Έχουν επηρεαστεί οι κοινωνικές σας σχέσεις από τα κοινωνικά δίκτυα;

- α) Πολύ
- β) Λίγο
- γ) Καθόλου

6. Πιστεύετε πως το κράτος πρέπει να επιβάλει κάποιους περιορισμούς στη χρήση των κοινωνικών δικτύων;

- α) Ναι
- β) Όχι

7. Θεωρείτε τα κοινωνικά δίκτυα ασφαλή;

- α) Πολύ
- β) Λίγο
- γ) Καθόλου

8. Συνομιλείτε με αγνώστους στα κοινωνικά δίκτυα;

α) Ναι

β) Όχι

9. Δημοσιεύετε προσωπικά σας στοιχεία στα κοινωνικά δίκτυα;

α) Ναι

β) Όχι

10. Αναρτάτε προσωπικές σας φωτογραφίες στα κοινωνικά δίκτυα;

α) Ναι

β) Όχι

11. Πόσο συχνά δέχεστε αιτήματα φιλίας;

α) Λίγες φορές

β) Συχνά

γ) Πάντα

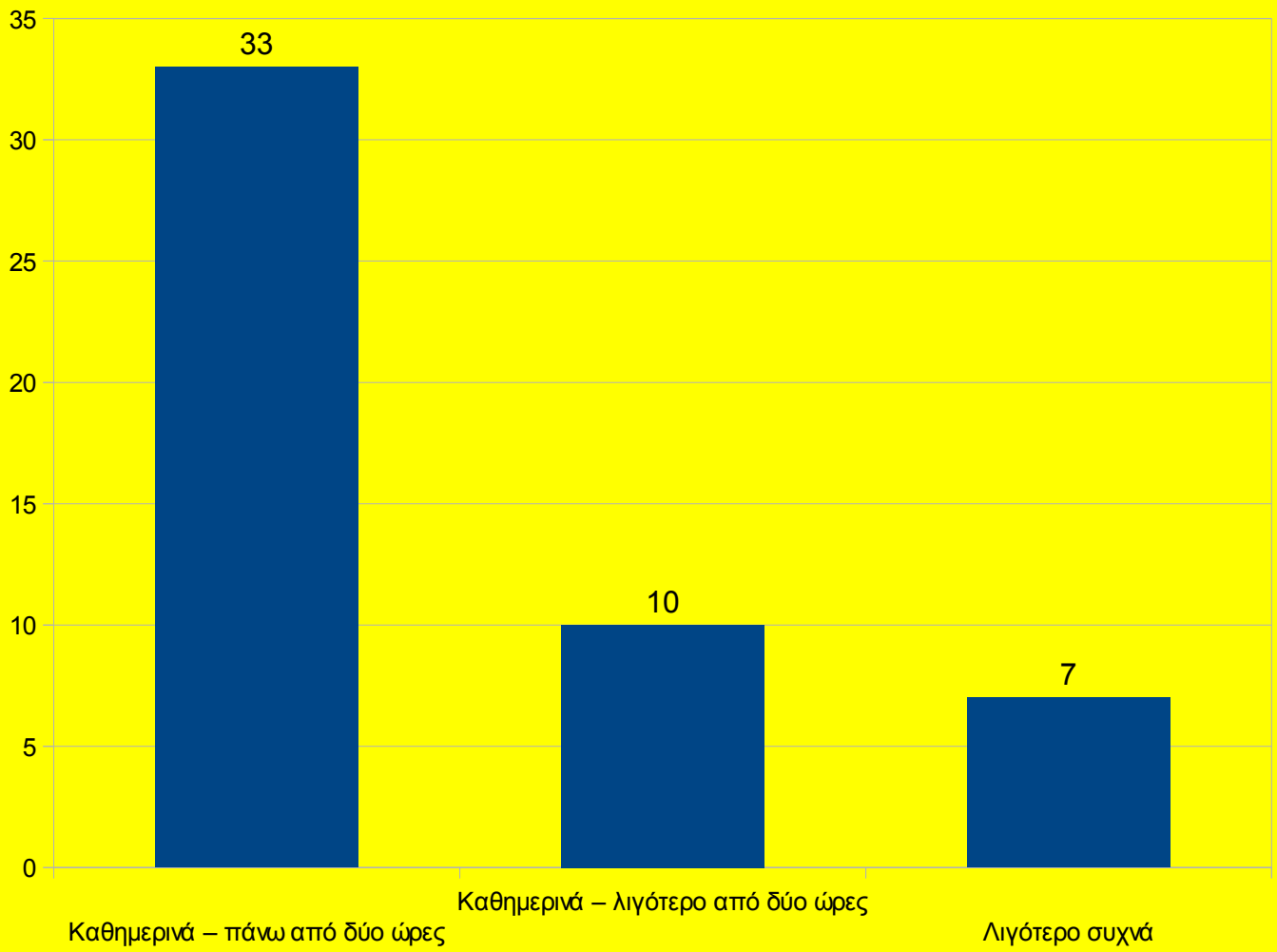
12. Πιστεύετε πως οι έφηβοι τηρούν κανόνες ασφαλείας όταν χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα;

α) Ναι

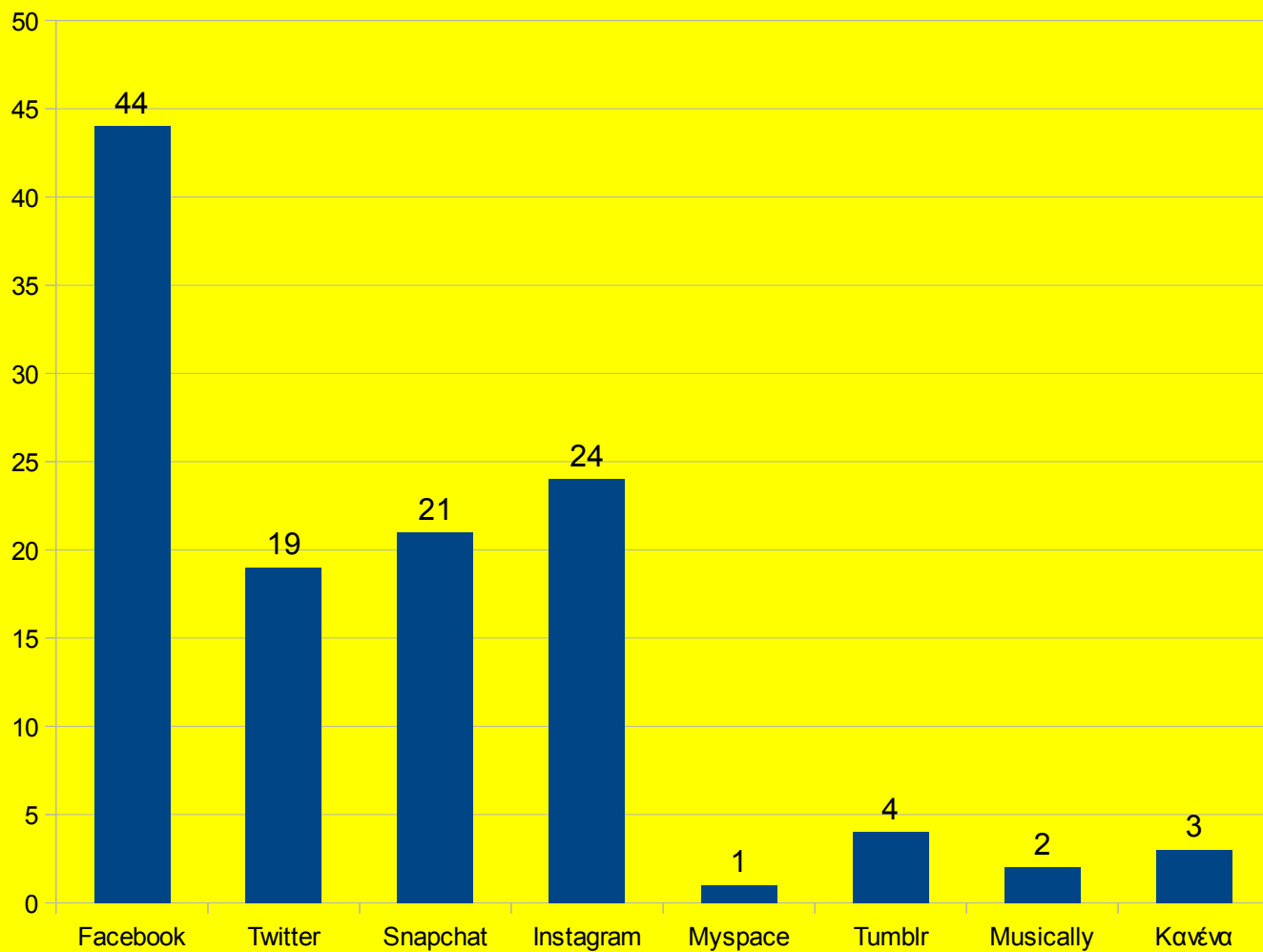
β) Όχι

Στα παρακάτω διαγράμματα φαίνονται τα αποτελέσματα της επεξεργασίας των ερωτηματολογίων.

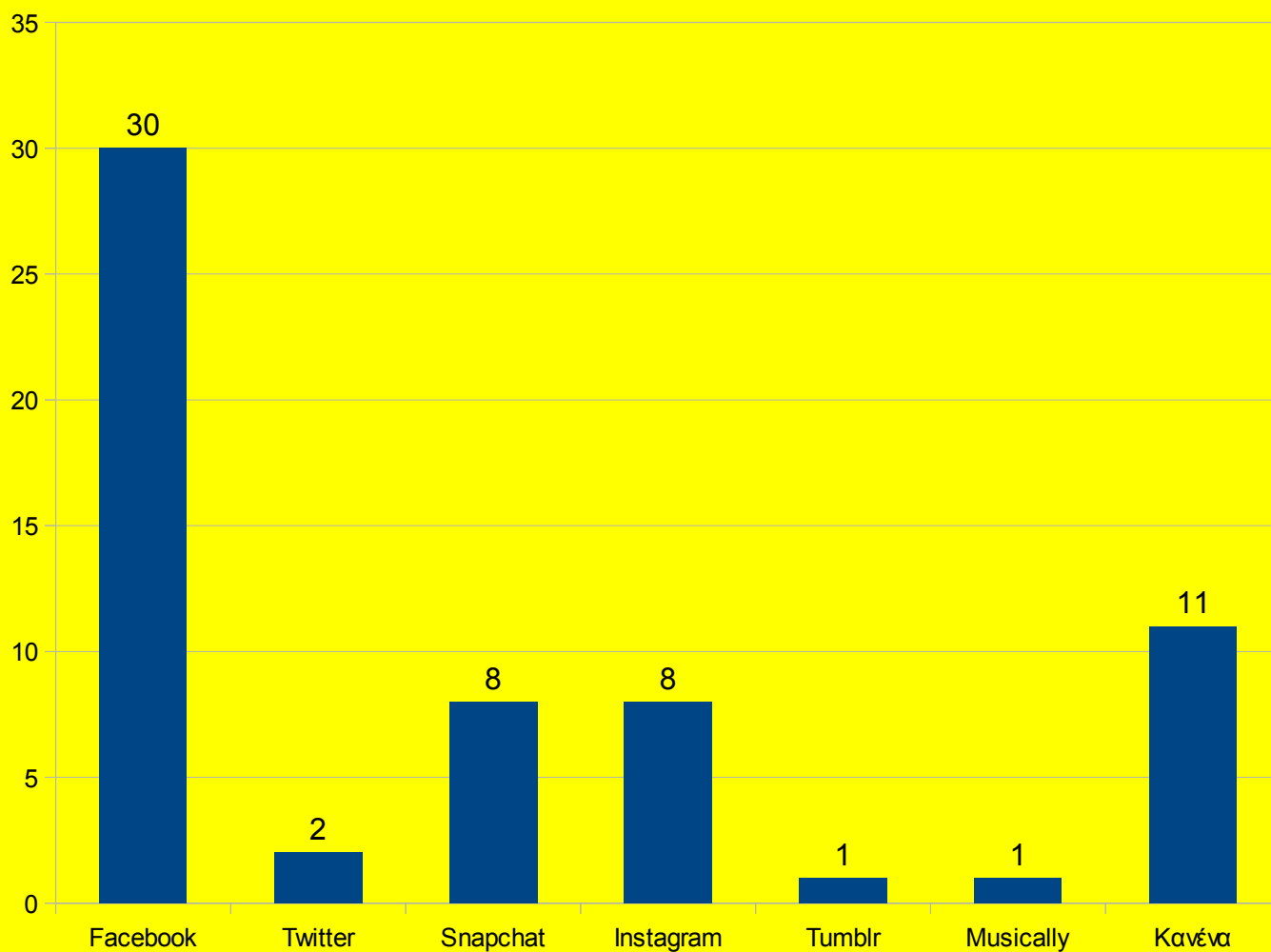
Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα κοινωνικά δίκτυα;



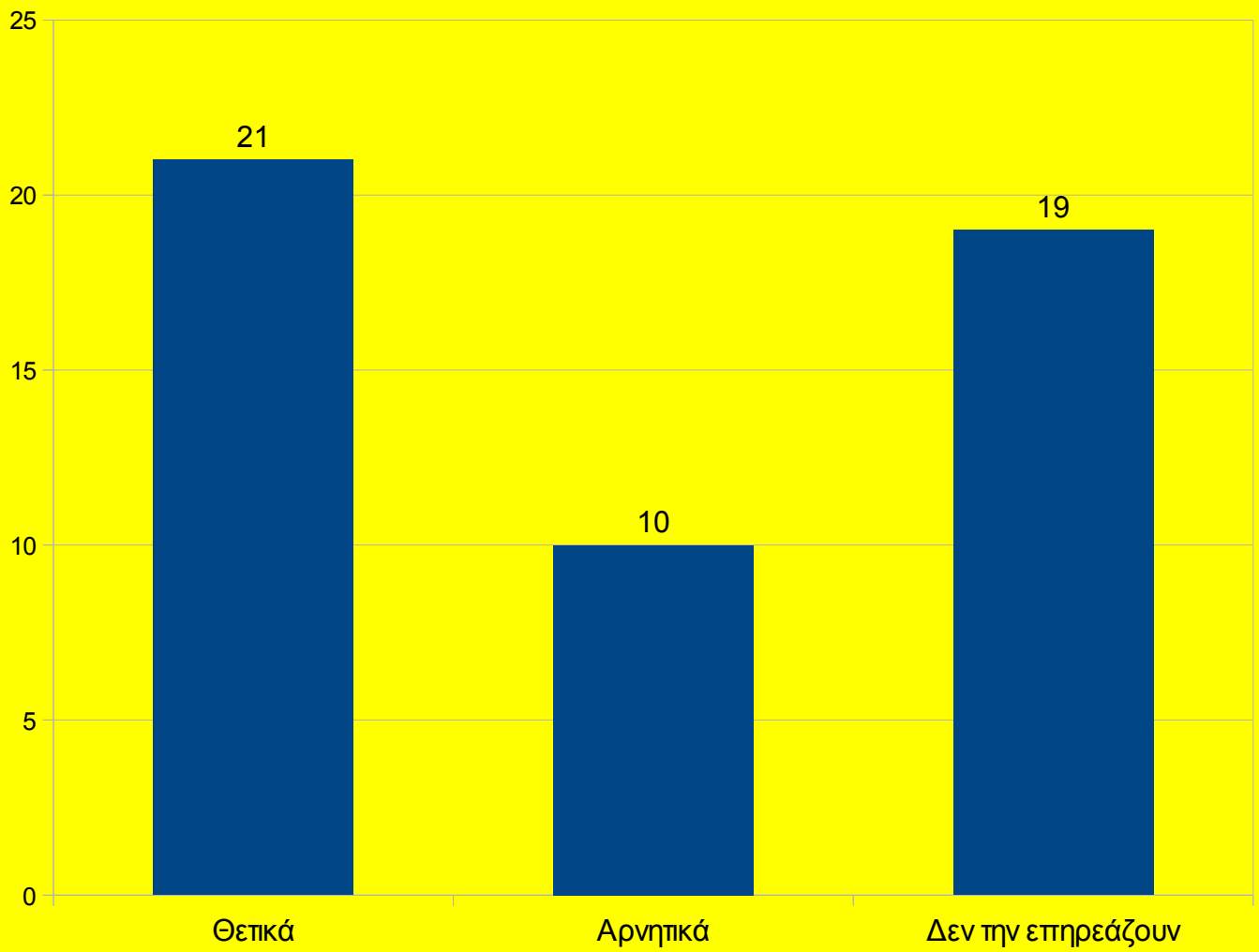
Ποια κοινωνικά δίκτυα έχετε υπόψη σας;



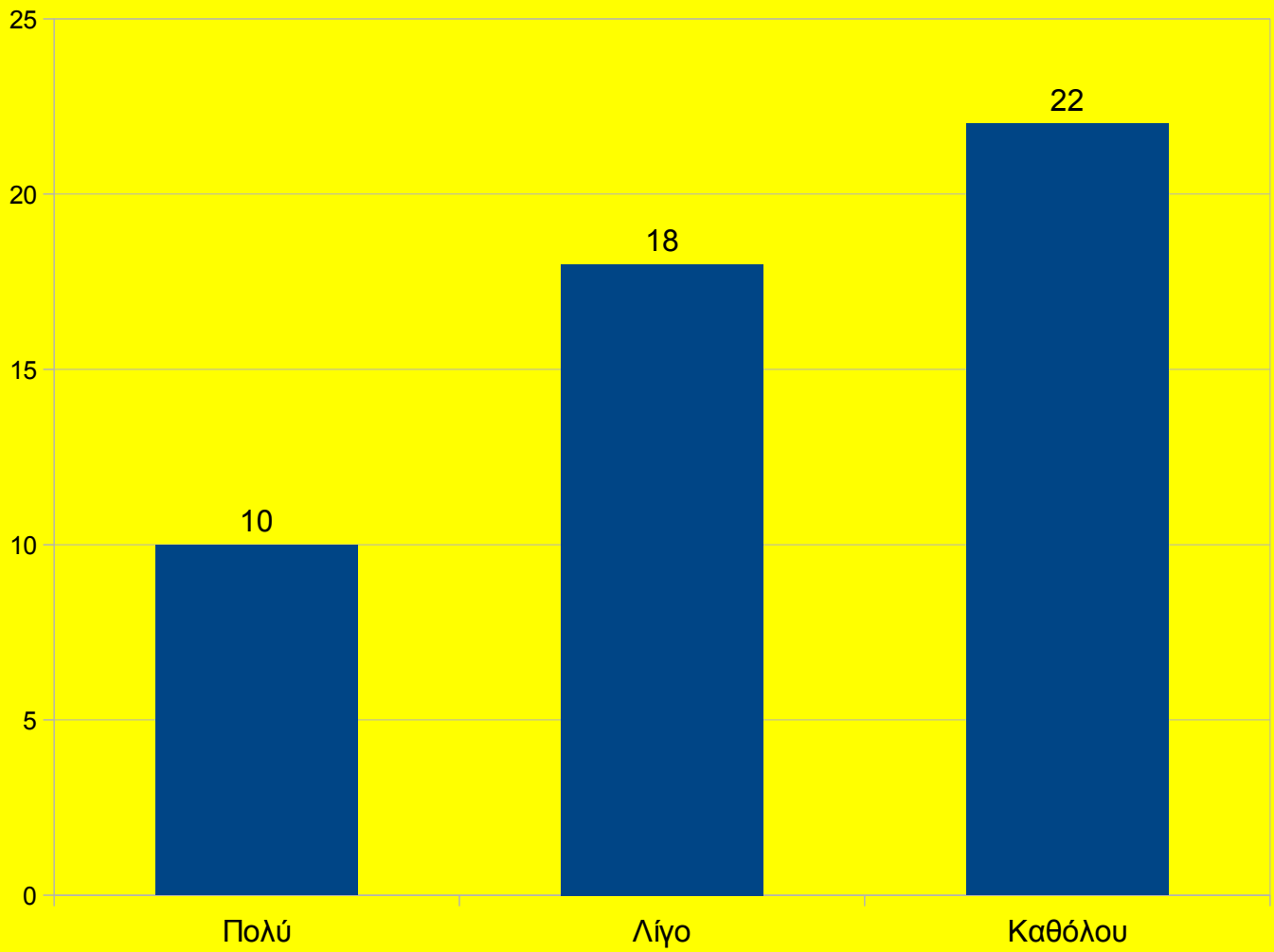
Ποιο είναι το αγαπημένο σας μέσο κοινωνικής δικτύωσης;



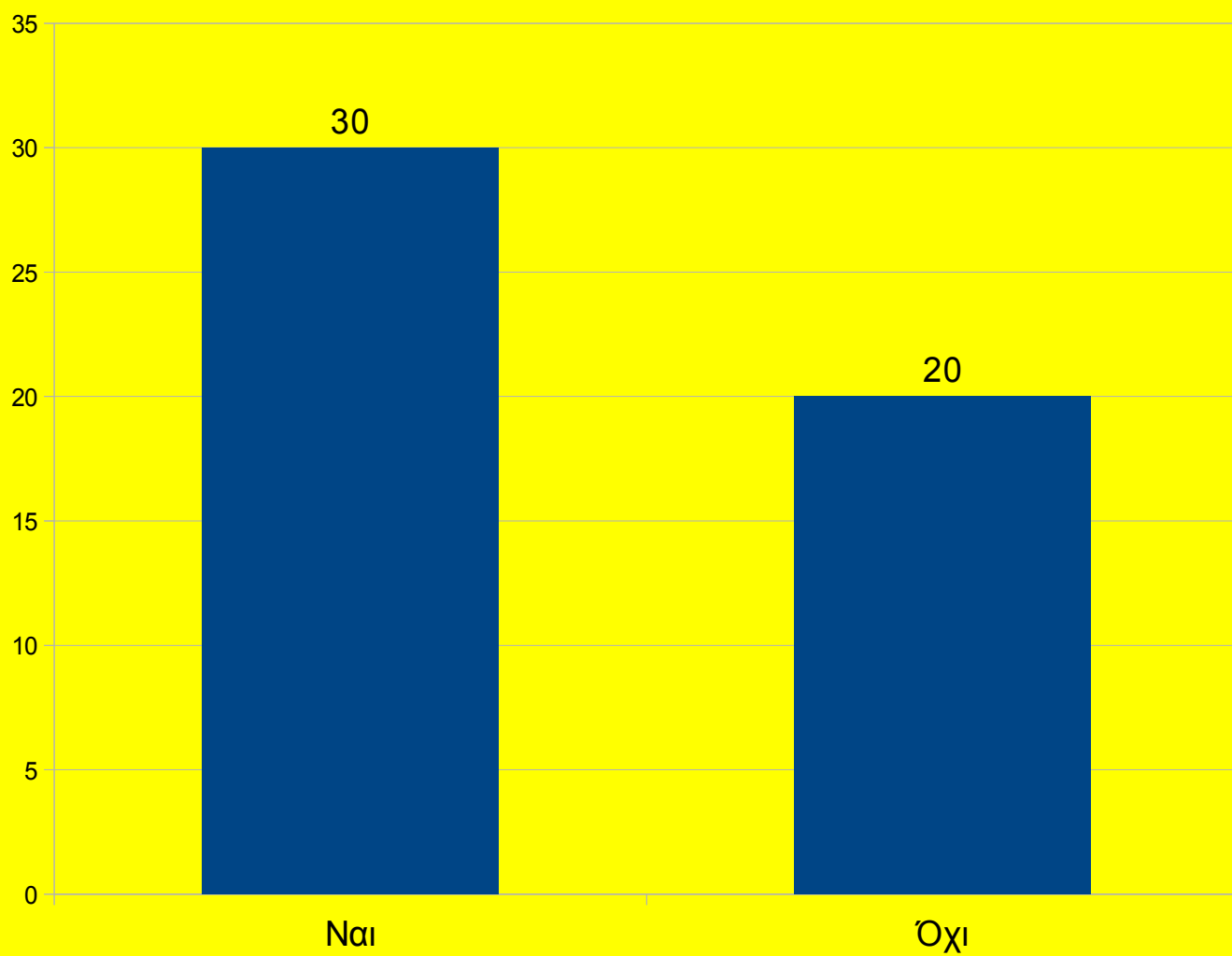
Πώς πιστεύετε ότι επηρεάζουν τα κοινωνικά δίκτυα την οικονομία μιας χώρας;



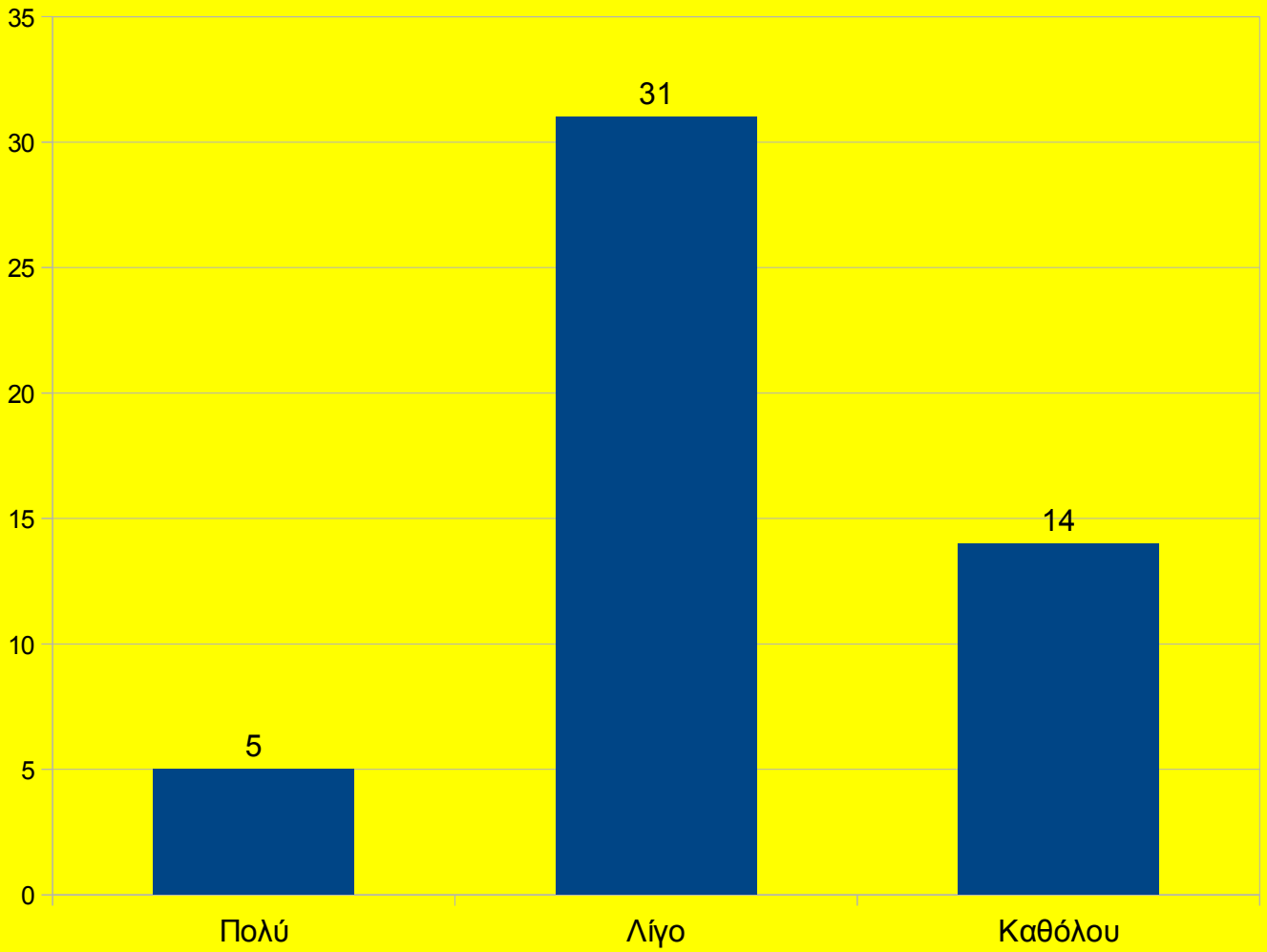
Έχουν επηρεαστεί οι κοινωνικές σας σχέσεις από τα κοινωνικά δίκτυα;



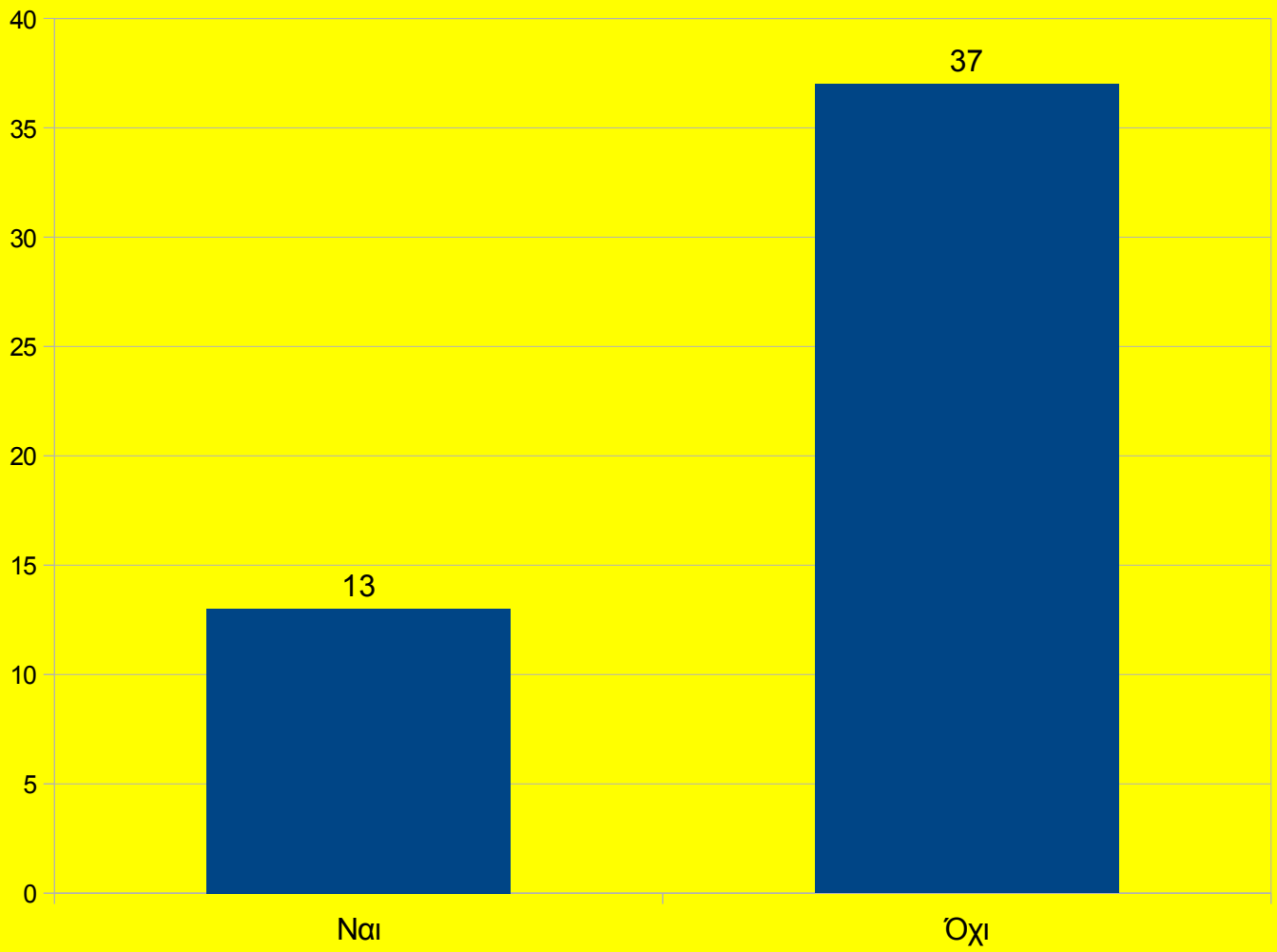
Πιστεύετε πως το κράτος πρέπει να επιβάλει κάποιους περιορισμούς στη χρήση των κοινωνικών δικτύων;



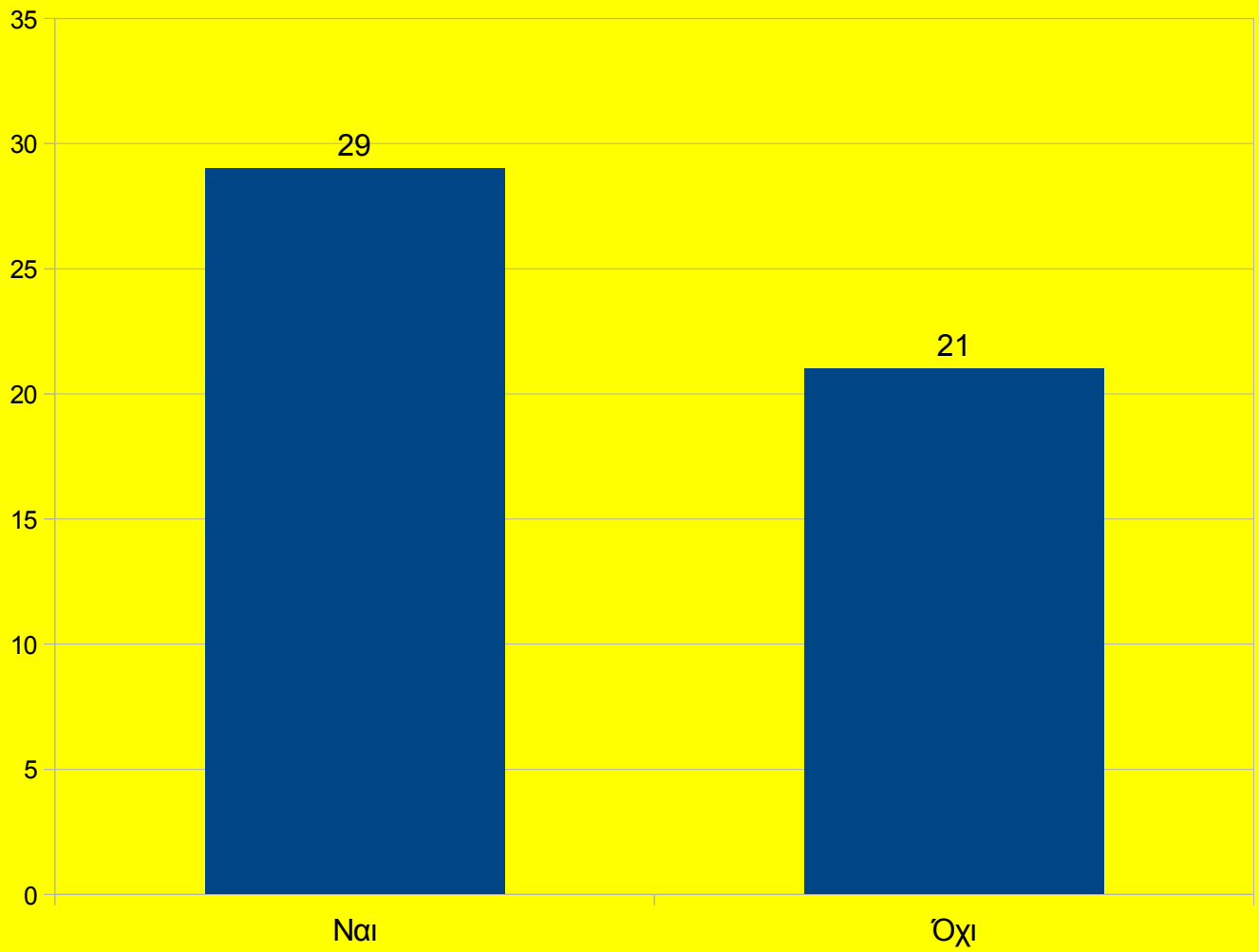
Θεωρείτε τα κοινωνικά δίκτυα ασφαλή;



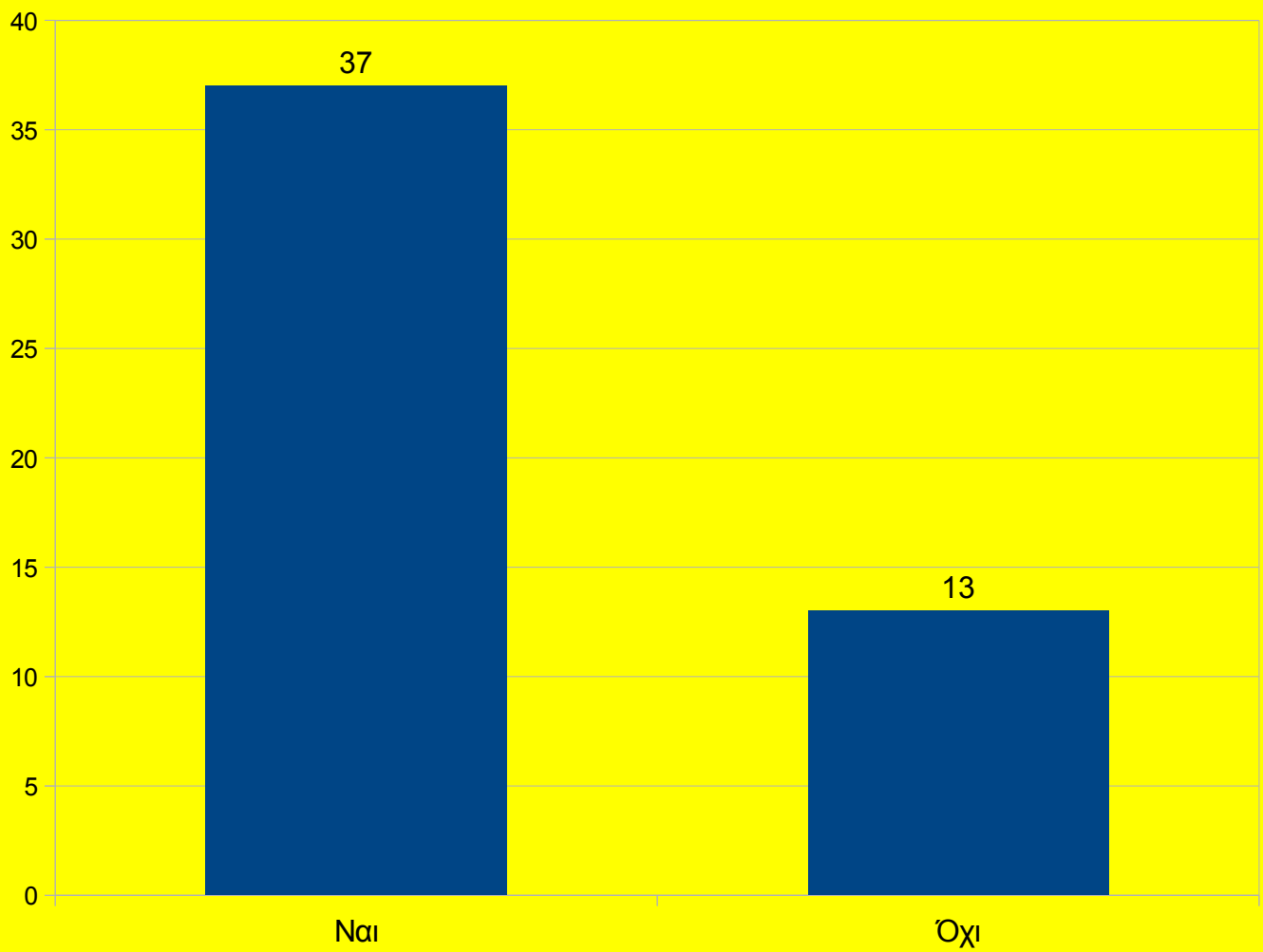
Συνομιλείτε με αγνώστους στα κοινωνικά δίκτυα;



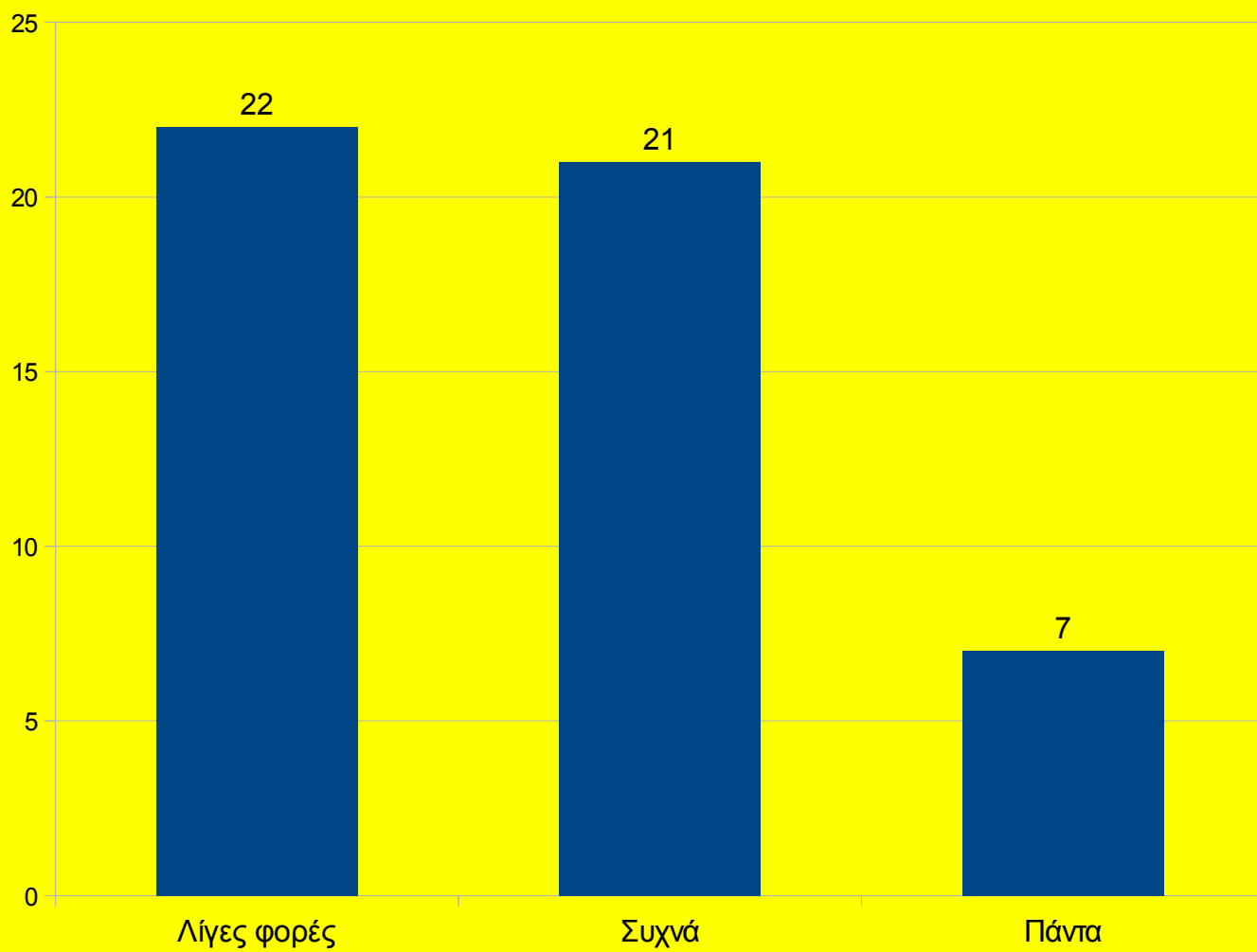
Δημοσιεύετε προσωπικά σας στοιχεία στα κοινωνικά δίκτυα;



Αναρτάτε προσωπικές σας φωτογραφίες στα κοινωνικά δίκτυα;



Πόσο συχνά δέχεστε αιτήματα φιλίας;



Πιστεύετε πως οι έφηβοι τηρούν κανόνες ασφαλείας όταν χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα;

