

ΓΕΝΙΚΟ ΛΥΚΕΙΟ ΒΑΘΕΟΣ ΑΥΛΙΔΑΣ
ΣΧΟΛΙΚΟ ΕΤΟΣ: 2011-2012

PROJECT Α΄ ΤΑΞΗΣ ΛΥΚΕΙΟΥ

ΘΕΜΑ

ΙΣΤΟΧΩΡΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ



Οι Απόψεις των Νέων

ΟΜΑΔΑ ΜΑΘΗΤΩΝ Α΄ ΤΑΞΗΣ

Β΄ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟ – ΜΑΪΟΣ 2012

ΟΜΑΔΑ ΜΑΘΗΤΩΝ

Γουίλσον Κρίσαν
Δρόσος Ηλίας
Ζαχαράκης Μάριος
Κουρμούτα Μαριαλένα
Κρίκος Θανάσης
Λάσκαρης Στέλιος
Λειβαδίτης Κων/νος
Λιβεράκος Θοδωρής
Μητσώνης Παναγιώτης
Μπούτρου Ελένη
Πλότσι Ντένις
Ροζενκόβ Ηλίας
Σπετσέρη Κωνσταντίνα
Τανελάρι Παρασκευή
Τσόκανου Ελένη
Τσομώκος Κων/νος
Χαΐντερλλι Αντέλα
Χρήστου Τάσος

Οι Ομάδες μας

VIRUS2:

Δρόσος Ηλίας.-Ζαχαράκης Μάριος – Κρίκος Θανάσης - Λιβεράκος Θοδωρής

MAX POWER2:

Γουίλσον Κρίσαν -Ροζενκόβ Ηλίας -Λάσκαρης Στέλιος -Χρήστου Τάσος

Fab5:

Κουρμούτα Μαριαλένα -Λειβαδίτης Κων/νος -Μπούτρου Ελένη - Μητσώνης Παναγιώτης –
Τσομώκος Κων/νος

Οι Απίθανοι:

Πλότσι Ντένις -Σπετσέρη Κωνσταντίνα -Τανελάρι Παρασκευή -Τσόκανου Ελένη –Χαΐντερλλι
Αντέλα

Συντονιστές Καθηγητές

Κορέλης Αντώνης (ΠΕ19.01) – Σιούλα Δέσποινα (ΠΕ04.04)

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στις μέρες μας οι νέοι κυρίως αλλά και πολλοί μεγαλύτεροι ασχολούνται πλέον όλο και συχνότερα και όλο και περισσότερο με τους ιστόχωρους κοινωνικής δικτύωσης. Μάλιστα σε πολλές περιπτώσεις η ενασχόληση αυτή τους οδηγεί στο να παραμελούν τα ενδιαφέροντα τους στον ελεύθερο χρόνο τους. Παρατηρώντας αυτό το φαινόμενο αποφασίσαμε να ασχοληθούμε με τη επιρροή και τις επιδράσεις που έχει πάνω στην κοινωνική και προσωπική ζωή των νέων ο δημοφιλέστερος από αυτούς τους ιστόχωρους - το Facebook.

Στην πρώτη ερευνητική εργασία που κάναμε στο Α' τετράμηνο αναφερθήκαμε στο θέμα "Ασφάλεια στο Διαδίκτυο - Κίνδυνοι και τρόποι προστασίας ανθρώπων και μηχανών στο διαδίκτυο". Στη συνέχεια αποφασίσαμε να ασχοληθούμε πιο συγκεκριμένα με το Facebook, κάτι που στο πρώτο τετράμηνο δεν είχαμε το χρόνο να συμπεριλάβουμε στην εργασία μας. Έτσι λοιπόν το θέμα αυτό αποτελεί για την ομάδα μας συνέχεια της εργασίας του πρώτου τετραμήνου και μια προσπάθεια να αντιμετωπίσουμε το γενικότερο θέμα της ασφάλειας στο διαδίκτυο όχι από την πλευρά κυρίως των γονέων – όπως κάναμε στο προηγούμενο τετράμηνο – αλλά από την πλευρά των ίδιων των πρωταγωνιστών – των εφήβων.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	3
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΣΤΟΧΟΙ	6
Γενικός Στόχος.....	6
Ειδικοί Στόχοι.....	6
Εμπλεκόμενα Γνωστικά Αντικείμενα	7
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	8
ΙΣΤΟΧΩΡΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	8
Κοινωνική δικτύωση	9
Ο όρος κοινωνική δικτύωση	10
Η αρχή του Facebook.....	11
Στο facebook από το... νηπιαγωγείο τα ελληνόπουλα	13
Τι να προσέξουν οι γονείς	13
Είναι καλό να έχεις 150 φίλους	14
Οι έφηβοι ‘μεταναστεύουν’ στο Twitter γιατί οι γονείς τους έχουν Facebook!	14
ΚΙΝΔΥΝΟΙ	15
Περιστατικά – Παραδείγματα	16
Ψυχολογία Εφήβων σχετικά με το Facebook.....	21
Facebook και νέοι	22
Η υπερβολική χρήση του internet, συνδέεται με την κατάθλιψη των νέων.....	24
Ο "εθισμός" στο facebook οδηγεί σε εθισμούς	25
Όροι χρήσης.....	27
Λειτουργικότητα	29
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	31
Μια διαφήμιση για διαφήμιση στο Facebook	32
Δυσκολεύεστε οικονομικά; Κερδίστε χρήματα από το...facebook.....	36
Οικονομικά αποδοτική διαφήμιση.....	36
Δε σου δίνει η τράπεζα; Πάρε δάνειο από το Facebook!	36
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	40
Μεθοδολογία Έρευνας	40
1. Παρατήρηση	41
Η διαδικασία που ακολουθήσαμε.....	41
2. Ερωτηματολόγιο	44
1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ:.....	46
2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	46
3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΣΥΖΗΤΗΣΗ	56
ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ	58
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	59
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΝΑΦΟΡΕΣ	62

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

(Ευχαριστίες)

Οι μαθητές του project «Ιστόχωροι Κοινωνικής Δικτύωσης απόψεις των νέων», σε μια προσπάθεια να επεκτείνουν και να δώσουν περισσότερο βάθος στην εργασία του Α' τετραμήνου "Ασφάλεια στο Διαδίκτυο - Κίνδυνοι και τρόποι προστασίας ανθρώπων και μηχανών στο διαδίκτυο" συνεργάστηκαν πού καλά έτσι ώστε να ολοκληρωθεί η εργασία και να επιτευχθούν οι αρχικοί στόχοι της ομάδας. Τόσο τα μέλη της ομάδας που ήταν μαζί από το α' τετράμηνο όσο τα νέα μέλη που ενσωματώθηκαν αμέσως, χωρίς κανένα πρόβλημα στην ομάδα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τα άτομα τα οποία συνεισέφεραν στη επίτευξη του στόχου μας, τους συμμαθητές μας από όλες τις τάξεις που συμμετείχαν στη δημοσκόπηση παρέχοντας τις απαντήσεις σε ένα σύνθετο και μεγάλο ερωτηματολόγιο που τους θέσαμε. Ακόμα τους καθηγητές μας, άλλων μαθημάτων, που πολλές φορές μας διευκόλυναν και μας βοηθούσαν όταν ο χρόνος μας πίεζε. Τέλος, ευχαριστούμε την κα Δέσποινα Σιούλα και τον κ. Αντώνη Κορέλη οι οποίοι συνέβαλαν προκειμένου να ολοκληρωθεί η τελική εργασία.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η κοινωνική δικτύωση (social networking), αποτελεί μια νέα μορφή εκκοινωνίωσης και επικοινωνίας, εισβάλλοντας δυναμικά στη ζωή μας (ΑΠΠΣ, 2008). Αποτελεί σύνηθες φαινόμενο, κατέχοντας σημαντική θέση στις προτιμήσεις των νέων. Περικλείει όμως αρκετούς κινδύνους, τους οποίους οι νέοι είτε αψηφούν, είτε δε γνωρίζουν επαρκώς. Η συχνή και έγκυρη ενημέρωση, μπορεί να λειτουργήσει προληπτικά, σε μεγάλο βαθμό. Η παρούσα εργασία μελετά τους κινδύνους, στους οποίους εκτίθενται οι νέοι, ενασχολούμενοι με υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και το πόσο ενημερωμένοι είναι γι' αυτούς. Παρουσιάζεται έρευνα, στην οποία συμμετείχαν 84 μαθητές λυκείου, κύριος σκοπός της οποίας ήταν να διαπιστωθεί αν οι έφηβοι είναι ενημερωμένοι για τους κινδύνους που διατρέχουν. Η εργασία δομείται ως εξής: αρχικά αναλύεται ο όρος κοινωνική δικτύωση και περιγράφονται οι αντίστοιχες υπηρεσίες. Ακολούθως γίνεται αναφορά στους πιθανούς κινδύνους, με την παράθεση πραγματικών περιστατικών. Στη συνέχεια τίγεται το ζήτημα της ενημέρωσης, και ακολουθεί μια παράθεση οικονομικών στοιχείων που σχετίζονται με το facebook. Έπειτα, παρουσιάζεται η ερευνητική μεθοδολογία που ακολουθήθηκε και τα καταγεγραμμένα αποτελέσματα, πριν την καταληκτική συζήτηση.

ΣΤΟΧΟΙ

Γενικός Στόχος

Σε συνέχεια της ενασχόλησης μας με το θέμα της ασφάλειας στο διαδίκτυο θέλαμε να διερευνήσουμε τις προεκτάσεις στην κοινωνική ζωή των νέων των ιστόχρωρων κοινωνικής δικτύωσης, τις απόψεις τους για θέματα ασφάλειας και το βαθμό ενημέρωσής τους, λαμβάνοντας υπόψιν τα ιδιαίτερα ψυχολογικά χαρακτηριστικά που εμφανίζουν οι έφηβοι. Έτσι Διατυπώσαμε τα παρακάτω βασικά ερωτήματα:

Ερώτημα 1^ο: *Τι είναι ιστόχρωροι κοινωνικής δικτύωσης;*

Γύρω από αυτό θέσαμε κι άλλα σημαντικά ερωτήματα όπως:

- Πως χρησιμοποιούνται;
- Τι προσφέρουν – ποια είναι δηλαδή οι λειτουργικότητά τους;
- Ποια τα Οικονομικά στοιχεία γύρω από αυτούς ; (Πόσοι είναι οι χρήστες; Πως δημιουργήθηκαν; Πόσο αξίζουν σήμερα;)
- Ποια πολιτική ασφάλειας ακολουθούν για τους χρήστες τους;

Ερώτημα 2^ο *Γιατί είναι δημοφιλής η ενασχόληση με αυτά στους έφηβους σήμερα και ποιες οι απόψεις τους γι' αυτούς του χώρους;*

Ερώτημα 3^ο *Σε ποιο βαθμό επηρεάζουν την κοινωνική ζωή των εφήβων και πόσο ενημερωμένοι είναι δηλαδή ποιος ο βαθμός της γνώσης τους για τους κινδύνους που διατρέχουν καθώς και τρόποι προστασίας που έχουν για να τους αποφύγουν;*

Ερώτημα 4^ο *Σε ποιο βαθμό επηρεάζει η ψυχολογία των εφήβων την συμπεριφορά τους στους ιστόχρωρους κοινωνικής δικτύωσης αλλά και πως επηρεάζεται η ψυχολογία τους από αυτή τη συμπεριφορά;*

Έτσι διατυπώσαμε τους παρακάτω στόχους:

Γενικός στόχος

- Να διερευνήσουμε το βαθμό στον οποίο οι ιστόχρωροι κοινωνικής δικτύωσης έχουν αναδειχτεί σε κοινωνικό φαινόμενο και κυρίως το βαθμό επίδρασης τους στην κοινωνική ζωή και την ψυχολογία των νέων.
- Να διερευνήσουμε και να αναδείξουμε το πόσο ενημερωμένοι είναι οι νέοι για τους κινδύνους κατά την επίσκεψη και χρήση ιστόχρωρων Κοινωνικής Δικτύωσης.
- Να διερευνήσουμε τις απόψεις των νέων γύρω από βαθμό γνώσης που έχουν οι γονείς για τους κινδύνους αυτούς αλλά και να αναδείξουμε τους τρόπους προστασίας από αυτούς.

Ειδικό Στόχοι

- Να διερευνήσουμε ποια είναι η συχνότητα σύνδεσης των παιδιών στο Facebook και πόσο αυτή επηρεάζει την προσωπική και κοινωνική τους ζωή;
- Να διερευνήσουμε πόσο εκτεθειμένοι είναι οι μαθητές στους κινδύνους; Έχουν βιώσει κάποια δυσάρεστη εμπειρία κατά την ενασχόλησή τους με το Facebook; Αν ναι, πως την αντιμετώπισαν;
- Να παραθέσουμε και να προβληματίσουμε τους μαθητές παραθέτοντάς τους κατάλληλα ερωτήματα (λ.χ. λίστα κινδύνων που έχουν αντιμετωπίσει)
- Να διερευνήσουμε το βαθμό ενημέρωσης των εφήβων για τους κινδύνους που διατρέχουν στο Facebook αλλά και αν επιθυμούν να ενημερωθούν και από ποιον;

Εμπλεκόμενα Γνωστικά Αντικείμενα

Στην εργασία αυτή τα γνωστικά αντικείμενα που εμπλέκονται είναι η Πληροφορικής, η Βιολογία, τα Μαθηματικά και η Στατιστική, η Ψυχολογία και η Νεοελληνική Γλώσσα.

Η Πληροφορική ως γνωστικό αντικείμενο μέσα από τη χρήση Επεξεργαστή Κειμένου, Λογιστικών Φύλλων, Λογισμικό Παρουσίασης, Αναζήτησης στο Διαδίκτυο κ.α. αλλά και ως στάση ζωής απέναντι στις νέες απαιτήσεις τις σύγχρονης ψηφιακής κοινωνίας.

Η Βιολογία μέσα από τους κινδύνους για την ανθρώπινη υγεία (σωματική και ψυχική).

Η Νεοελληνική Γλώσσα για να συντάξουμε και να γράψουμε τα κείμενά.

Τα Μαθηματικά που βοήθησαν τα παιδιά να επεξεργαστούν τα ερωτηματολόγια και να καταλήξουν με τη βοήθεια της Στατιστικής στα αποτελέσματά τους.

Τέλος στοιχεία Ψυχολογίας που αφορούν κυρίως στις ψυχολογικές επιδράσεις που μπορεί να προκύψουν από την υπερβολική χρήση των ιστόχρωρων κοινωνικής δικτύωσης χρήση του διαδικτύου (λ.χ. εθισμός κ.λπ.).

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΙΣΤΟΧΩΡΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Η επικοινωνία ήταν ανέκαθεν σημαντικό κομμάτι της ζωής των ανθρώπων, γι' αυτό και γίνονταν πάντα προσπάθειες, ώστε αυτή να πραγματοποιείται όσο το δυνατόν πιο αποδοτικά. Στις μέρες μας, με την εξέλιξη της τεχνολογίας και των τηλεπικοινωνιών, μας δίνεται η δυνατότητα να επικοινωνούμε με έναν πολύ εύκολο και φθινό τρόπο. Σε αυτό έχει συμβάλει η εμφάνιση του διαδικτύου και πιο συγκεκριμένα η ύπαρξη των διαφόρων ιστοχώρων κοινωνικής δικτύωσης (social networking websites).



Ας δούμε, καταρχήν, τι σημαίνει αυτός ο όρος. Ένας ιστοτόπος κοινωνικής δικτύωσης είναι μια ιστοσελίδα στην οποία μπορεί ο καθένας να ανοίξει δικό του λογαριασμό, να δημιουργήσει το προφίλ του και στη συνέχεια να προσθέσει σε αυτό κάποια προσωπικά του στοιχεία, κάποιες πληροφορίες για τα ενδιαφέροντά του ή ακόμα να ανεβάσει φωτογραφίες ή βίντεο. Μπορεί ακόμα να γράψει τη σκέψη του πάνω σε ένα οποιοδήποτε θέμα ή πως νιώθει κάποια συγκεκριμένη στιγμή και όλα αυτά γίνονται πλέον διαθέσιμα σε όλα τα άτομα που βρίσκονται στη λίστα των “φίλων” του.

Οι ιστοχώροι κοινωνικής δικτύωσης είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς στις μικρότερες ηλικίες και ειδικά στους εφήβους. Παρόλα αυτά, χρησιμοποιούνται ολοένα και περισσότερο από άτομα όλων των ηλικιών. Οι λόγοι είναι πολλοί. Πολλοί θεωρούν ότι είναι ένας καλός τρόπος για να κρατήσουν επαφή με φίλους και γνωστούς τους, να μαθαίνουν τα νέα τους, τι σκέφτονται ή τι κάνουν ανά πάσα στιγμή βλέποντας κάποια δημοσίευση στο προφίλ τους και γενικά να παίρνουν πληροφορίες ή ακόμη και απόψεις από άλλους για οτιδήποτε τους ενδιαφέρει. Δεν είναι λίγοι και εκείνοι που το βλέπουν σαν ένα μέσο για νέες γνωριμίες, φίλιες, σχέσεις ή συνεργασίες. Τέλος, οι ιστοχώροι αυτοί χρησιμοποιούνται πολύ και για την προβολή διαφημίσεων, μιας που είναι συνδεδεμένοι σε αυτούς εκατομμύρια άνθρωποι.

Οι διάφοροι ιστοχώροι κοινωνικής δικτύωσης έχουν πολλές ομοιότητες μεταξύ τους αλλά και κάποιες διαφορές. Ας δούμε παρακάτω τους 5 δημοφιλέστερους :

1. www.facebook.com , με 550.000.000 επισκέπτες μηνιαίως
2. www.myspace.com , με 90.500.000 επισκέπτες μηνιαίως
3. www.twitter.com , με 89.800.000 επισκέπτες μηνιαίως
4. www.linkedin.com , με 50.000.000 επισκέπτες μηνιαίως
5. www.ning.com , με 42.000.000 επισκέπτες μηνιαίως



1. Στο facebook, ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει ένα προφίλ και να εισάγει κάποια προσωπικά στοιχεία. Μπορεί να αναζητήσει και να προσθέσει τα άτομα που θέλει στη λίστα των φίλων του, έτσι ώστε να έχει πρόσβαση στο προφίλ τους, όπως επίσης να έχουν κι αυτοί στο δικό του. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να ανεβάσει φωτογραφίες, βίντεο, να στείλει μήνυμα στους φίλους του, να γράψει στο προφίλ τους και να σχολιάσει ότι του τραβά την προσοχή. Μπορεί, επίσης, να γίνει μέλος σε γκρουπ ή σε σελίδες των οποίων το περιεχόμενο τον ενδιαφέρει, καθώς και να δημιουργήσει ή να δηλώσει ότι θα παρευρεθεί σε κάποιο γεγονός. Τέλος, υπάρχει και η δυνατότητα του chat, καθώς και ένα πλήθος εφαρμογών και online παιχνιδιών με τα οποία μπορεί να ασχοληθεί ο καθένας.

2. Το myspace έχει πάνω κάτω τα ίδια χαρακτηριστικά με το facebook. Βέβαια, είναι περισσότερο γνωστό σαν μουσικό site. Χρησιμοποιείται πολύ από τραγουδιστές και καλλιτέχνες, με σκοπό να προβάλλουν τη δουλειά τους και να ενημερώσουν τους fans τους για τις νέες συναυλίες ή περιοδείες τους.



3. Το twitter είναι παραπλήσιο με το facebook, αλλά έχει πιο απλή λειτουργικότητα και δεν διαθέτει τις εφαρμογές του facebook. Ο κάθε χρήστης μπορεί να κάνει "follow" όποια άτομα ή λίστες ατόμων θέλει. Μπορεί να στέλνει μηνύματα ή να γράφει σχόλια και να δημοσιεύει τα νέα του το πολύ μέσα σε 140 χαρακτήρες.



4. Το LinkedIn είναι ένα κοινωνικό δίκτυο που χρησιμοποιείται κυρίως για επαγγελματικούς λόγους. Ο κάθε χρήστης μπορεί να καταχωρήσει στο λογαριασμό του το βιογραφικό του ή άλλα στοιχεία που πιστεύει ότι θα μπορούσαν να τον βοηθήσουν στην επαγγελματική του αποκατάσταση. Άλλοι αναζητούν συνεργάτες μέσω αυτού του site, ενώ κάποιες επιχειρήσεις μπορούν να προσλάβουν προσωπικό με αυτόν τον τρόπο.



5. Το Ning είναι μία online πλατφόρμα που δίνει στο χρήστη τη δυνατότητα να συμμετάσχει σε ήδη υπάρχοντα κοινωνικά δίκτυα, αλλά και να δημιουργήσει ένα δικό του με βάση τα ενδιαφέροντά του. Ο χρήστης είναι αυτός που θα καθορίσει τη σχεδίαση του κοινωνικού του δικτύου και τα χαρακτηριστικά που θα έχει.



Εκτός από αυτούς τους 5 πιο δημοφιλείς, υπάρχουν και άλλοι ιστοχώροι κοινωνικής δικτύωσης που καλύπτουν τα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες όλων των ανθρώπων και τους βοηθούν να διευρύνουν τους ορίζοντές τους.

Κοινωνική δικτύωση

Η κοινωνική δικτύωση διαμορφώνει σχέσεις μεταξύ των χρηστών του διαδικτύου, οι οποίοι προβάλλονται σε αυτό μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Ο κάθε χρήστης, με την εγγραφή του σε έναν ιστοχώρο κοινωνικής δικτύωσης, δημιουργεί την προσωπική του σελίδα, όπου μπορεί να αναρτήσει πληροφορίες για τον εαυτό του (ονοματεπώνυμο, τηλέφωνο επικοινωνίας, οικογενειακή κατάσταση, φωτογραφίες, βίντεο). Παράλληλα, αποκτά πρόσβαση σε υπηρεσίες, όπως διαδικτυακή συνομιλία (chat), συμμετοχή σε διαγωνισμούς (quiz) και παιχνίδια, δυνατότητα ανταλλαγής σχολίων για τις προσωπικές του σκέψεις και δραστηριότητες. Στόχος της κοινωνικής δικτύωσης είναι η δημιουργία μιας διαδικτυακής, παγκόσμιας κοινότητας ατόμων με σκοπό την επικοινωνία και τη μεταξύ τους αλληλεπίδραση, συνιστώντας μια νέα μορφή εκκοινωνίωσης (ΑΠΠΔ, 2008). Το Facebook, με περισσότερους από 350 εκατομμύρια χρήστες αποτελεί το δημοφιλέστερο ιστοχώρο κοινωνικής δικτύωσης. Επιτρέπει τη δημιουργία ηλεκτρονικού προφίλ με σκοπό τη γνωριμία και αλληλεπίδραση με άλλους χρήστες του διαδικτύου, κάνοντας ψηφιακές συζητήσεις, ανταλλάσσοντας απόψεις, προτιμήσεις, ενδιαφέροντα κλπ. (Παπαντωνίου, 2010). Προσφέρεται επικοινωνία μέσω μηνυμάτων και online συνομιλίας, συμμετοχή σε παιχνίδια, κοινότητες (groups) και κουίζ. Αρκετά διαδεδομένο είναι το MySpace, χαρακτηριστικό γνώρισμα του οποίου, είναι η δυνατότητα ανάρτησης μουσικών προφίλ. Επιπλέον παρέχει δωρεάν υπηρεσίες, όπως τα moods (αποτύπωση της διάθεσης με εικονίδια), δημιουργίας ιστολογίου, διαμοιρασμού πολυμεσικών αρχείων, και τα blurbs (προσωπικά κείμενα αυτοπαρουσίασης με τη χρήση πολυμέσων). Ανάλογες υπηρεσίες παρέχει και το Hi5. Τέλος, το Twitter είναι μια εναλλακτική πρόταση που υποστηρίζει την επικοινωνία των χρηστών με όσους επιθυμούν, μέσω σύντομων μηνυμάτων έως και 140 χαρακτήρων (tweets). Έτσι μπορεί κανείς να παρουσιάσει την ημερήσια δραστηριότητά του, με τη μορφή δυναμικά αναπτυσσόμενου ημερολογίου.

Ο όρος κοινωνική δικτύωση

Ο όρος "Κοινωνική Δικτύωση", μετάφραση του αγγλικού "Social Networking" αναφέρεται, πλέον, σε ψηφιακούς χώρους διαπροσωπικών επαφών που είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς όχι μόνο στους μικρούς, αλλά και στους μεγάλους χρήστες του διαδικτύου.

Οι δημοφιλέστεροι ιστοχώροι κοινωνικής δικτύωσης είναι το Facebook και το MySpace, ενώ υπάρχουν κοινωνικά δίκτυα για εξειδικευμένες λειτουργίες, π.χ. το Hi5 για έφηβους, το Last.fm για φίλους της μουσικής, το LinkedIn για επαγγελματικές επαφές, κ.α.

Γιατί όμως η κοινωνική δικτύωση είναι τόσο δημοφιλής; Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργήσουν δικό τους περιεχόμενο και να το μοιραστούν με ένα ευρύ δίκτυο ατόμων, σε ορισμένες περιπτώσεις και σε παγκόσμιο επίπεδο.

Οι υπηρεσίες τους απευθύνονται σε ποικίλες ομάδες των χρηστών του Διαδικτύου, αλλά χρησιμοποιούνται κατά κύριο λόγο από παιδιά και νέους. Επιτρέπουν στο χρήστη να δημιουργήσει και να σχεδιάσει και να διαχειριστεί τον προσωπικό του χώρο χρησιμοποιώντας γραφικά, χρώμα, μουσική και εικόνες ώστε να της δώσει ξεχωριστό χαρακτήρα και ταυτότητα.

Στις ιστοσελίδες αυτές, τα παιδιά και οι νέοι ανταλλάσσουν σκέψεις και πληροφορίες σχετικά με τα ενδιαφέροντά τους, δημοσιεύουν και ανταλλάσσουν την μουσική τους, δέχονται σχόλια από φίλους και επισκέπτες, δημοσιεύουν εικόνες και βίντεο δικά τους ή φίλων τους και συνδέονται με τις ιστοσελίδες άλλων χρηστών.

Το αναγνωρίζουν ως διασκέδασή τους, αφού όπως και στην καθημερινότητά τους, λατρεύουν να μοιράζονται ιστορίες, να ανταλλάσσουν φωτογραφίες, να γράφουν σχόλια και να κάνουν κουτσομπολιό, να γνωρίζουν νέους φίλους και να βλέπουν

αστεία βίντεο.

Σε πολλές ιστοσελίδες μπορούν επίσης να επικοινωνήσουν με φίλους τους σε πραγματικό χρόνο μέσω υπηρεσιών άμεσων μηνυμάτων, chat room ή forum και μπορούν να γνωρίσουν νέους φίλους, να παίξουν παιχνίδια online, να συμμετάσχουν σε κοινότητες όπου έχουν τη δυνατότητα να συζητήσουν για τα ενδιαφέροντά τους με άλλους και να λάβουν μέρος σε διαγωνισμούς και κουίζ.

Απέναντι σε αυτόν τον ψηφιακό χώρο των ιστοσελίδων με τα προσωπικά προφίλ των παιδιών τους, τους διαδικτυακούς φίλους και τις ψηφιακές παρέες, πολλοί γονείς είναι μπερδεμένοι, ανήσυχoi και αμήχανοι απέναντι σε αυτή τη νέα δύναμη που προσελκύει χιλιάδες νέους σε όλο τον κόσμο.

Πώς όμως διαμορφώνεται ο ρόλος του γονιού στην διαδικτυακή κοινωνία;

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τους γονείς να κατανοήσουν τη σημασία του φαινομένου, να ενδιαφερθούν για τα κοινωνικά δίκτυα των παιδιών τους όπως ενδιαφέρονται και για τις παρέες τους στο σχολείο, στη γειτονιά στη μικροκοινωνία τους.

Στην αντιμετώπισή τους πρέπει να είναι ενήμεροι και θετικοί. Οι φίλοι;; του διαδικτύου είναι πραγματικά πρόσωπα και μπορούν να γίνουν και πραγματικοί φίλοι. Οι γονείς δεν θα



πρέπει να προβούν σε απαγορεύσεις ή αυστηρούς ελέγχους, πρέπει με ενδιαφέρον να ενημερωθούν για τον ψηφιακό κόσμο του παιδιού τους.

Γενικά, όπως και σε άλλα ζητήματα που σχετίζονται με το διαδίκτυο και τα παιδιά, ενημερωνόμαστε, ενδιαφερόμαστε, συζητάμε, συμμετέχουμε, ώστε να προλαμβάνουμε το πρόβλημα.

Ως χρήστες, γονείς, και ενεργά μέλη της κοινωνίας μας, όπως ισχύει σε κάθε μορφή ηλεκτρονικής επικοινωνίας, έτσι και στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, η γνώση θεμελιωδών κανόνων ασφάλειας και η ανάπτυξη κριτικής σκέψης είναι καθοριστικοί παράγοντες στην προστασία μας.

Ως υπεύθυνοι σε θέματα ενημέρωσης γύρω από την ασφαλή χρήση των νέων ψηφιακών, διαδραστικών μέσων, πρέπει να προωθήσουμε τις ικανότητες των νέων να προστατεύουν την ιδιωτική τους ζωή, να χειρίζονται σωστά θέματα παρενόχλησης, πνευματικών δικαιωμάτων και επιβλαβούς υλικού.

Ως πολίτες, ζητάμε μεγαλύτερη διαφάνεια στις πρακτικές διαχείρισης των προσωπικών δεδομένων από μέρους των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και εκ νέου ερμηνεία του νομοθετικού πλαισίου.

Ως εκπαιδευτικοί, προτείνουμε την ενθάρρυνση της χρήσης τους στο σχολικό περιβάλλον με σκοπό την εξοικείωση μαθητών και εκπαιδευτικών με την ασφαλή χρήση των ιστοσελίδων αυτών, ενώ παράλληλα προβλέπουμε πρωτοβουλίες ενημέρωσης μαθητών και εκπαιδευτικών.



Η αρχή του Facebook

Το **Facebook** είναι ιστοχώρος 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 ίδρυσε το Facebook ως μέλος του πανεπιστημίου του Harvard. Αρχικά δικαίωμα συμμετοχής είχαν μόνο οι φοιτητές του Harvard ενώ αργότερα επεκτάθηκε για την Ivy League. 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. Πολύ αργότερα το δικαίωμα συμμετοχής επεκτάθηκε για όλους τους σπουδαστές πανεπιστημίων, κατόπιν για τους μαθητές σχολείων και τέλος για κάθε άνθρωπο του πλανήτη που η ηλικία του ξεπερνούσε τα 13 χρόνια.

Η μόνη λέξη που σκεφτόταν ο νεαρός φοιτητής όταν σχεδίαζε το γνωστό ιστοχώρο, ήταν το «μοιράζομαι». «Όσο περισσότερα μοιραζόμαστε, τόσα περισσότερα μαθαίνουμε. Όσο περισσότερα μαθαίνουμε, τόσα περισσότερα γνωρίζουμε. Και όσο περισσότερα γνωρίζουμε, τόσο ευτυχέστεροι θα είμαστε» (Zuckerberg, 2008).

Το Facebook σήμερα έχει 500 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες, κατατάσσοντας το έτσι στην λίστα ταξινόμησης του Alexa ως ένα από τα δημοφιλέστερα web site του πλανήτη. Επίσης το Facebook είναι ένα από τα δημοφιλέστερα site για ανέβασμα φωτογραφιών με πάνω από 14 εκατομμύρια φωτογραφίες καθημερινά. Με αφορμή την δημοτικότητα 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.

Είναι η δημοφιλέστερη υπηρεσία Κοινωνικής Δικτύωσης παγκοσμίως. Το να είναι κανείς εγγεγραμμένος στο Facebook, στην Ελλάδα είναι «must» στις παρέες των νέων (Δεμερτζής, 2010). Αυτό φαίνεται άλλωστε και από τον αριθμό των μελών του που ανέρχονται στα 500 εκατομμύρια παγκοσμίως (Wikipedia, 2010α).

Σκοπός του Facebook ήταν να δημιουργηθεί ένα on line δίκτυο για φοιτητές του Πανεπιστημίου του Χάρβαρντ. Οι φοιτητές είχαν τη δυνατότητα δημιουργίας προσωπικού προφίλ δημοσιεύοντας προσωπικά δεδομένα όπως φωτογραφίες τους. Το Facebook λειτουργούσε σαν ένα διαδικτυακό λεύκωμα μεταξύ των φοιτητών. Ο κάθε χρήστης μπορούσε να δει τα σχόλια και τις φωτογραφίες των συμφοιτητών του, να σχολιάσει και να μάθει την προσωπική κατάσταση του καθενός. Μοιράζονταν μεταξύ τους σκέψεις, ιδέες, απόψεις και δραστηριότητες. Η θετική απόκριση των φοιτητών για το Facebook είχε σαν αποτέλεσμα να διαδοθεί γρήγορα και να αυξηθούν οι χρήστες του. Η δημοτικότητά του, το έκανε γρήγορα γνωστό σε πολλές χώρες και πλέον αποτελεί τον πιο διαδεδομένο ιστοχώρο Κοινωνικής Δικτύωσης παγκοσμίως (Δρακόπουλος, 2010).

Οι υπηρεσίες που προσφέρει το Facebook, είναι:

- Δημιουργία προσωπικού προφίλ
- Ανάρτηση προσωπικών δεδομένων και πληροφοριών όπως: ονοματεπώνυμο, διεύθυνση κατοικίας, τηλέφωνο επικοινωνίας, οικογενειακή κατάσταση, ενδιαφέροντα, φωτογραφίες, βίντεο
- Δυνατότητα αναζήτησης νέων φίλων και προτάσεις αποδοχής κοινών φίλων με τους υπάρχοντες φίλους
- Ανταλλαγή σχολίων για τις προσωπικές στιγμές σκέψεις και δραστηριότητες με άλλους χρήστες
- Διαδικτυακή ομιλία με άλλους χρήστες, είτε μέσω online επικοινωνίας (chat) είτε μέσω μηνυμάτων (instant messages).
- Συμμετοχή σε διαγωνισμούς (quiz) και παιχνίδια

Η λογική στην οποία έχει στηριχθεί η σχεδίαση του Facebook, είναι ιδιαίτερα απλή. Η διεπιφάνεια χρήσης (user interface) του είναι πρακτική και έξυπνα δομημένη, ώστε και οι πιο αρχάριοι χρήστες να την καταλαβαίνουν αμέσως. Η διαχείριση είναι χωρισμένο σε τμήματα, καθένα από τα οποία περιλαμβάνει επιμέρους επιλογές. Κατά την είσοδό του στο Facebook, ο χρήστης βλέπει στην αρχική σελίδα (Home) μια «μπλε λωρίδα» - η οποία αποτελεί το «μενού πλοήγησης» και περιλαμβάνει συνδέσμους προς τις σημαντικότερες υπηρεσίες του (Μιχοπούλου & Βασιλάκος, 2009) .

Από το μενού αυτό ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να διαχειριστεί τις ακόλουθες επιλογές

- **Αιτήματα φιλίας:** Περιλαμβάνονται υπηρεσίες αναζήτησης, εμφάνισης και αποδοχής νέων φίλων.
- **Μηνύματα:** Οδηγεί στο κέντρο διαχείρισης μηνυμάτων για την αποστολή, την ανάγνωση και την προβολή μηνυμάτων.
- **Ειδοποιήσεις:** Παρέχει πληροφορίες για όλες τις προσωπικές ενέργειες του χρήστη όπως και των αυτές των φίλων του. Αυτές μπορεί να αφορούν καταχωρήσεις σχολιασμών, αναρτήσεις προσωπικών φωτογραφιών, βίντεο, αλλαγή προσωπικής κατάστασης, και ανακοινώσεις αποτελεσμάτων από συμμετοχή σε εφαρμογές του Facebook.
- **Αναζήτηση:** Λειτουργεί ως ευρετήριο ατόμων, εφαρμογών, ομάδων που υπάρχουν μέσα στο Facebook.
- **Αρχική σελίδα:** Αποτελεί την κεντρική σελίδα όπου περιλαμβάνει όλα τα πρόσφατα νέα – ειδοποιήσεις που αφορούν τις καθημερινές διαδικτυακές δραστηριότητες του χρήστη.

- **Προφίλ:** Πρόκειται για την προσωπική σελίδα η οποία περιέχει επιλογές που την εμπλουτίζουν με φωτογραφίες, βίντεο, σχόλια, αναρτήσεις μουσικών συνδέσμων, αποσπάσματα ταινιών και αποτελέσματα από άλλες εφαρμογές τους ιστοχώρου.
- **Λογαριασμός:** Οι ρυθμίσεις του είναι καθοριστικής σημασίας για την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων και τρόπο εμφάνισης αυτών στους άλλους χρήστες του Facebook.

Στο facebook από το... νηπιαγωγείο τα ελληνόπουλα

ΑΘΗΝΑ - Πριν ακόμη μάθουν το... αλφάβητο μπαίνουν στον κόσμο του Ίντερνετ τα ελληνόπουλα. Πολλά από αυτά, μάλιστα, αποκτούν προφίλ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης - όπως το facebook - από το δημοτικό, σε ορισμένες δε περιπτώσεις ακόμη και από το νηπιαγωγείο!

Όπως προκύπτει από έρευνα του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου, δύο στα δέκα παιδιά του νηπιαγωγείου (ηλικίας 4-6 ετών) σερφάρουν στο Ίντερνετ από το σπίτι. Σε ορισμένα νηπιαγωγεία, μάλιστα, το ποσοστό αυτό σκαρφαλώνει στο 50% επί του συνόλου των νηπίων. Παράλληλα, το 1% των νηπίων διαθέτει λογαριασμό σε κάποιο κοινωνικό δίκτυο και συνδέεται συχνά από το σπίτι.

Εντυπωσιακό είναι το εύρημα ότι στα νηπιαγωγεία έχουν αρχίσει να εμφανίζονται και... κινητά τηλέφωνα με τα οποία εφοδιάζουν τα νήπια οι γονείς τους. Το ποσοστό, βέβαια, είναι εξαιρετικά χαμηλό: το 1% των μαθητών νηπιαγωγείου στην Ελλάδα κουβαλά μαζί του κινητό.

Η διείσδυση του facebook και των άλλων κοινωνικών δικτύων του Ίντερνετ στα παιδιά του δημοτικού αυξάνεται θεαματικά. Σύμφωνα με την έρευνα, το 15% των μαθητών δημοτικού στην Ελλάδα διατηρεί προφίλ σε κάποιον ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης.

Επιπλέον, σχεδόν τα μισά παιδιά του δημοτικού (ποσοστό 46%) σερφάρουν εκτός σχολείου στο Ίντερνετ. Μάλιστα, στο 19% των δημοτικών που συμμετείχαν στην έρευνα, βρέθηκε ότι η χρήση του Διαδικτύου αυξάνεται κατακόρυφα, ξεπερνώντας το 80% επί του συνόλου των μαθητών.

Στο γυμνάσιο και στο λύκειο το 60% των μαθητών διατηρεί λογαριασμό σε ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης (facebook, twitter, YouTube κ.λπ.).

Η πρόσβαση στο Διαδίκτυο σε αυτές τις ηλικίες είναι καθολική, καθώς περίπου εννέα στους δέκα μαθητές (ποσοστό 88%) σερφάρουν εκτός σχολείου στον Παγκόσμιο Ιστό. Παράλληλα, η συντριπτική πλειονότητα των μαθητών γυμνασίου και λυκείου (ποσοστό άνω του 80%) έχει κινητό τηλέφωνο.

Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ 10 Μαΐου και 25 Σεπτεμβρίου σε δείγμα 2.319 εκπαιδευτικών όλων των βαθμίδων από ολόκληρη την Ελλάδα.

Η Δρ. Βερόνικα Σαμαρά, συντονίστρια του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου, δεν έκρυψε την έκπληξή της από το εύρημα ότι η κοινωνική δικτύωση στη χώρα μας έχει εισδύσει ακόμη και στα παιδιά του νηπιαγωγείου και του δημοτικού. «Είναι κάτι που δεν περιμέναμε. Οι γονείς επιβάλλεται να θέσουν στα παιδιά τους όρια χρήσης αυτών των τεχνολογιών από μικρή ηλικία, εξηγώντας με σαφήνεια τι επιτρέπεται και τι όχι. Πρέπει να κάνουν το Διαδίκτυο οικογενειακή υπόθεση», δήλωσε στα «ΝΕΑ».

Τι να προσέξουν οι γονείς

- Εξερευνήστε μόνοι ή παρέα με το παιδί σας το Διαδίκτυο. Μόνο έτσι θα μπορείτε να καταλάβετε τι σας λέει το παιδί σας όταν σας ζητά βοήθεια για κάτι που συνέβη στο Ίντερνετ.
- Μην απαγορεύετε στα παιδιά την πρόσβαση στο Διαδίκτυο.
- Εξηγήστε τους τον λόγο που δεν επιτρέπεται να μπουν σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες ή να κάνουν συγκεκριμένες ενέργειες.

- Βάλτε τον υπολογιστή στο σαλόνι και κάντε το Διαδίκτυο οικογενειακή υπόθεση.
- Βρείτε ιστοχώρους κατάλληλους για τα παιδιά σας με επιμορφωτικό και ψυχαγωγικό περιεχόμενο.
- Μάθετε στα παιδιά σας να σας εμπιστεύονται και να σας μιλάνε για τις διαδικτυακές τους δραστηριότητες και τους διαδικτυακούς τους φίλους.
- Μάθετε στα παιδιά σας να προστατεύουν την ιδιωτική τους ζωή στο Διαδίκτυο, όπως κάνουν και στον πραγματικό κόσμο.

Είναι καλό να έχεις 150 φίλους

Το Facebook, περισσότερο από οτιδήποτε άλλο από την εποχή που εφευρέθηκε το ταχυδρομείο, έφερε επανάσταση στον τρόπο που επικοινωνούμε. Αλλά η επανάσταση δεν έγινε με τον τρόπο που υποστηρίζουν οι άνθρωποι που βρίσκονται πίσω από αυτό και τις άλλες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης.

Αυτές οι ιστοσελίδες μας επέτρεψαν να συγκεντρώσουμε χιλιάδες φίλους, αλλά δεν έχουν ακόμη ανακαλύψει τον τρόπο να υπερβούμε την παλαιομοδίτικη φύση των ανθρωπίνων σχέσεων.



Οι έφηβοι 'μεταναστεύουν' στο Twitter γιατί οι γονείς τους έχουν Facebook!

(Η τάση που επικρατεί σήμερα στο εξωτερικό)

Το κατεξοχήν κοινωνικό δίκτυο για τους εφήβους ήταν και είναι το Facebook.

Όλες οι έρευνες ως τώρα έδειχναν ότι το «τιτίβισμα» (twtitting) ήταν για άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, αναφέροντας χαρακτηριστικά ότι λιγότεροι από 1 στους 10 εφήβους χρησιμοποιεί το Twitter.

Λίγο καιρό αργότερα όμως, συνέβη κάτι παράξενο. Μαμάδες, μπαμπάδες, θείοι, ξαδέρφια ακόμη και παππούδες έφτιαξαν προφίλ στο Facebook! Οι νέοι έχασαν την ιδιωτικότητά τους και το προσωπικό τους χώρο και στράφηκαν στο Twitter, όπου «κρύβονται» σε κοινή θέα. «Λατρεύω το Twitter. Είναι το μόνο πράγμα που κρατάω για τον εαυτό μου, γιατί δεν το χρησιμοποιούν οι γονείς μου», ανέφερε μια 17χρονη στον οργανισμό Pew Internet & American Life Project. Σε κάποια έρευνα, αναφέρεται πως όχι απλώς έχουν πολλοί γονείς προφίλ στο Facebook, αλλά ότι «παρακολουθούν» τα παιδιά τους και μάλιστα γνωρίζουν και τους κωδικούς τους! Αν αναλογιστούμε και τις πρόσφατες αλλαγές ασφαλείας στο Facebook, όπου πολλοί χρήστες δεν έχουν πια πλήρη εικόνα του τι βλέπει και ποιος από τους φίλους τους, ήταν αναμενόμενο να «μεταναστεύσουν» οι έφηβοι στο Twitter.

Όπως αναφέρει έρευνα του οργανισμού Pew Internet & American Life Project, στο Twitter οι έφηβοι μπορούν να χρησιμοποιούν ψευδώνυμα που δεν εντοπίζονται από τους οικείους τους, αλλά και να κλειδώνουν τα προφίλ τους.

Η «μετανάστευση» γίνεται αργά αλλά σταθερά αναφέρει η έρευνα. Το 2011 ποσοστό 16% εφήβων ηλικίας 12-17 δήλωσε ότι χρησιμοποιεί τακτικά το Twitter, ενώ το 2009 το ποσοστό αυτό ήταν μόλις 8%.

«Το Facebook είναι σαν να φωνάζεις σε ένα πλήθος. Το Twitter είναι σαν μιλάς σε ένα δωμάτιο» είπε ένας έφηβος που συμμετείχε στην έρευνα.

«Οι νέοι στο Facebook νιώθουν συχνά υποχρεωμένοι να κάνουν φίλους τους γονείς τους και άλλους συγγενείς, ενώ στην πραγματικότητα δε θέλουν να μαθαίνουν τίποτα για κείνους. Στο Twitter δεν χρειάζεται να μπαίνουν σε αυτήν την διαδικασία. Είναι ελεύθεροι.

ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Ο έντονος ενθουσιασμός των νέων για τους ιστοχώρους κοινωνικής δικτύωσης και των υπηρεσιών τους, υπερκεράζει το θέμα της προσωπικής τους ασφάλειας, αφήνοντάς το να περάσει σε δεύτερη μοίρα (ΑΠΠΣ, 2008). Έτσι, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις, στις οποίες οι έφηβοι εκθέτουν άφοβα τα προσωπικά τους στοιχεία (ονοματεπώνυμο, τηλέφωνο επικοινωνίας, τόπο διαμονής, κ.α.). Όμως, δε γνωρίζουν ή δεν έχουν αναλογιστεί τους κινδύνους που ενέχουν τέτοιες ενέργειες. Δεδομένου όμως ότι η διείσδυση του διαδικτύου στον Ελληνικό πληθυσμό είναι ακόμα μικρή, είναι αναμενόμενο ότι και οι γνώσεις των χρηστών γύρω από το θέμα είναι περιορισμένες (Σφακιανάκης, 2009). Η επικινδυνότητα είναι αποδεδειγμένη. Άλλωστε, είναι πολλά εγκλήματα που απασχολούν το *Τμήμα Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος* (ΤΔΗΕ). Ως *Ηλεκτρονικό Έγκλημα* ορίζεται κάθε αξιόποινη πράξη, στην οποία ο ηλεκτρονικός υπολογιστής αποτελεί κύριο μέσο τέλεσης. (Σφακιανάκης, 2007). Τα συνηθέστερα είναι η απάτη, η παραβίαση προσωπικών δεδομένων, η παραβίαση απορρήτου ή πνευματικής ιδιοκτησίας, εγκλήματα κατά τιμής και αξιοπρέπειας και η διακίνηση υλικού παιδικής πορνογραφίας (Παπαντωνίου, 2007).

Αξιοσημείωτη είναι η καταγραφή περίπτωσης αποβολής μαθητών από το σχολείο τους, λόγω της ανάρτησης υβριστικών σχολίων στο προφίλ τους για ορισμένους από τους καθηγητές τους.

Σύμφωνα με το ΤΔΗΕ, τα περισσότερα αδικήματα που λαμβάνουν χώρα (εκτός των περιπτώσεων παιδικής πορνογραφίας, εμπορίου όπλων και μαστροπείας, που χαρακτηρίζονται ως κακουργήματα), αποτελούν πλημμελήματα και πταίσματα. Στις περισσότερες περιπτώσεις, αν ο θύτης είναι άγνωστος, δεν εξιχνιάζονται. Πράγματι, «στην πλειοψηφία των περιπτώσεων είναι αδύνατον να βρεθεί ο θύτης και να δοθεί ηθική δικαίωση στα θύματα», σύμφωνα με τον Τμηματάρχη του ΤΔΗΕ Θεσσαλονίκης. Επιπλέον, υποστηρίζει ότι οι έφηβοι λόγω της παρορμητικότητάς τους, είναι πιο επιρρεπείς σε παρόμοια περιστατικά.

Η ενημέρωση αποτελεί σημαντικό όπλο στην πρόληψη και καταπολέμηση των ηλεκτρονικών εγκλημάτων. Υπάρχουν αρκετοί θεσμικοί φορείς που παρέχουν πληροφορίες και ενημέρωση μέσα από τη διοργάνωση συνεδρίων, ημερίδων ή την αρθρογραφία σε περιοδικά και εφημερίδες, απευθυνόμενοι στους χρήστες των ιστοχώρων κοινωνικής δικτύωσης. Τέτοιοι είναι το ΤΔΗΕ, ο Ευρωπαϊκός οργανισμός ENISA, η Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων, οι ανοιχτές γραμμές επικοινωνίας Saferline (σε συνεργασία με την αστυνομία) και η μη κυβερνητική οργάνωση N.E.O.I (Νέοι Ευρωπαίοι Οργανωμένοι Ικανοί). Σύμφωνα με το ΤΔΗΕ, η συμμετοχή και το ενδιαφέρον των εφήβων στις τακτικές ενημερώσεις δεν είναι ικανοποιητική, ενώ τα δυσάρεστα περιστατικά αυξάνονται συνεχώς. Οι έφηβοι θα πρέπει να γνωρίζουν πως δεν υπάρχει ασφάλεια στους ιστοχώρους κοινωνικής δικτύωσης (ΑΠΠΔ, 2008). Στους όρους χρήσης υπηρεσιών, όπως το Facebook, αναγράφεται ξεκάθαρα, πως για οποιαδήποτε καταστρατήγηση των ρυθμίσεων ασφαλείας και κλοπής προσωπικών δεδομένων, ο πάροχος της υπηρεσίας δε φέρει καμία απολύτως ευθύνη. Επίσης, σε περίπτωση διαγραφής ενός λογαριασμού, οι δημοσιευμένες, προσωπικές του πληροφορίες (φωτογραφίες, σχόλια, βίντεο, κ.α.) παραμένουν αποθηκευμένες στους διακομιστές της υπηρεσίας. Χωρίς να έχουν καταγραφεί ανάλογα περιστατικά, κανείς δε διασφαλίζει το απόρρητο αυτών των πληροφοριών και δεν εξασφαλίζει τη μη χρησιμοποίησή τους για άλλους, συνήθως κερδοσκοπικούς λόγους (π.χ. πώληση για τη δημιουργία πελατειακής βάσης, για διαφημιστικούς λόγους). Οι όροι χρήσης μπορούν να αλλάξουν οποτεδήποτε και χωρίς προειδοποίηση. Αυτό με τη σειρά του βρίσκει σύμφωνους τους χρήστες, οι οποίοι αποδέχονται αυτομάτως τους όρους χρήσης, κατά την εγγραφή τους στο Facebook, συνήθως χωρίς καν να τους διαβάζουν (Ευθυμίου, 2007). Βέβαια, είναι πλέον **διαθέσιμα εργαλεία οριστικής διαγραφής** των δεδομένων,

μετά την κατάργηση ενός λογαριασμού πρόσβασης, αν και δεν είναι ιδιαιτέρως διαδεδομένα, στο ευρύ κοινό.

Συμπερασματικά

Δυστυχώς η προσωπική ασφάλεια των χρηστών στο διαδίκτυο, διακυβεύεται αρκετά συχνά. Είναι πολύ εύκολο να αναρτήσει κανείς προσωπικά στοιχεία στα κοινωνικά δίκτυα, αλλά πολύ δύσκολο στο να τα κατεβάσει και να τα διαφυλάξει.

Οι **κίνδυνοι** κατά την επίσκεψη και χρήση ιστοχώρων Κοινωνικής Δικτύωσης, είναι πολλοί και μεγάλοι. Κάποιοι από αυτούς είναι:

- η δημιουργία ψεύτικων προφίλ από τρίτους με σκοπό το διασυρμό και την εκμετάλλευσή ατόμων.
- η καταχώρηση προσβλητικών σχολίων υβριστικού και σεξουαλικού περιεχομένου.
- η σεξουαλική παρενόχληση.
- η κλοπή προσωπικών δεδομένων για την μετέπειτα άγνωστη διαχείρισή τους.
- οι ερωτικοί και οικονομικοί εκβιασμοί.
- ο εθισμός και η συναισθηματική εξαπάτηση των χρηστών.
- τα απειλητικά εξατομικευμένα ή και από οργανωμένη ομάδα μηνύματα για άσκηση σωματική βίας.
- η δήλωση και προτροπή αυτοκτονίας.
- το παραπλανητικό και επιβλαβές social networking spam & phishing.
- η κακουρηγμητική παιδική πορνογραφία.

Οι **λόγοι** για τους οποίους υπάρχουν και ενισχύονται αυτοί οι κίνδυνοι μπορεί να είναι:

- η άγνοια και η απερισκεψία των χρηστών.
- η έλλειψη της έγκυρης και έγκαιρης ενημέρωσης.
- η παρορμητικότητα των νέων.
- η μεγάλη και γρήγορη αναπτυσσόμενη δημοτικότητα της κοινωνικής δικτύωσης.
- η απόρριψη της σκέψης για κάποιο δυσάρεστο προσωπικό περιστατικό, στ) η αγνόηση και υποτίμηση των κακόβουλων χρηστών.
- η άρνηση της ανάληψης ευθύνης από τα ίδια τα κοινωνικά δίκτυα με σκοπό να βοηθήσουν τους χρήστες τους σε περίπτωση κάποιου δυσάρεστου περιστατικού.
- η δυσκολία του έργου της αστυνομίας και της άμεσης αντιμετώπισης τέτοιων διαδικτυακών κινδύνων.
-

Περιστατικά – Παραδείγματα

Ορισμένα παραδείγματα από την ειδησιογραφία :

Δημιουργία ψευδών και προσβλητικών προφίλ χρηστών, από τρίτους, εν αγνοία τους

- Τον Αύγουστο του 2009, φοιτητής στα Χανιά συνελήφθη για παραβίαση προσωπικών δεδομένων και δυσφήμιση μέσω του Facebook. Ο 22χρονος είχε δημιουργήσει ανοιχτό προφίλ στο όνομα της σπιτονοικοκυράς του και δημοσίευε αποκαλυπτικές φωτογραφίες που τις απέκτησε παρακολουθώντας την κρυφά με τηλεφάκο εν αγνοία της (Emerging trends, 2009).
- Σε μία άλλη περίπτωση 24χρονος φοιτητής χώρισε με την κοπέλα του και για να τον διεκδικήσει ξανά δημιούργησε ψεύτικο προφίλ με το όνομα και τις φωτογραφίες μιας φίλης της.

Εκτός αυτών, μετά από επικοινωνία με το Τμήμα Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος Θεσσαλονίκης, καταγράφηκαν 9 περιστατικά το 2009 από άτομα που κατήγγειλαν δημιουργία ψευδούς προφίλ εν αγνοία τους με σκοπό τη συκοφάντησή τους αναρτώντας άσεμνες φωτογραφίες και υβριστικά σχόλια. Τα περιστατικά αυτά αφορούν 2 άντρες άνω των 25 και 7 κορίτσια, στην πλειοψηφία τους ανήλικα. Μόνο 3 από τα περιστατικά αυτά οδηγήθηκαν στο αυτόφωρο.

Καταχώρηση προσβλητικών σχολίων (σεξουαλικού περιεχομένου – υβριστικά) σε προφίλ χρηστών

- Στις 12 Φεβρουαρίου 2010, δημοσίευσε ένα περιστατικό που προξένησε μεγάλο «σάλο» τόσο στις σχολικές κοινότητες, όσο και στα Μ.Μ.Ε. Για πρώτη φορά στην Ελλάδα, μαθήτρια αναγκάστηκε να αλλάξει σχολείο, λόγω της αποβολής της από το Γυμνάσιο νησιωτικής περιοχής στο οποίο φοιτούσε. Η ανήλικη έγραψε στο προφίλ της πως μισεί τη διευθύντρια του σχολείου της και δημιούργησε και ομάδα με θέμα «μισώ τη διευθύντρια του σχολείου μου κα...». Στο “group” που δημιούργησε έγιναν μέλη περισσότερα από 100 παιδιά. Στην περιγραφή του group αναφέρονταν πως η διευθύντρια απέβαλε τακτικά μαθητές από το σχολείο και πως οι μαθητές, στο σύνολό τους, δε συμφωνούσαν με την εκπαιδευτική της δραστηριότητα (Κέζα, 2010). Η διευθύντρια ενημερώθηκε από μία μητέρα η οποία εντόπισε το συγκεκριμένο «group» τυχαία. Τελικά, παρόλο που η μαθήτρια ζήτησε συγνώμη για τη στάση της, το συμβούλιο του σχολείου αποφάσισε πως πρέπει να αποβληθεί για τη συμπεριφορά της. Οι έντονες αντιδράσεις, διαμαρτυρίες και καταλήψεις των συμμαθητών, με αίτημα την επιστροφή της μαθήτριας στο σχολείο, προκάλεσαν τον έντονο σχολιασμό του θέματος από τα Μ.Μ.Ε., με αποτέλεσμα να πάρει θέση και η ίδια Υπουργός Παιδείας (Λιβιάκης, 2010). Αναφέρει στη δήλωσή της, πως «... οι νέοι θα πρέπει να ενθαρρύνονται να εκφράζουν τις σκέψεις τους και τα συναισθήματά τους ελεύθερα αλλά πάντα σε κλίμα σεβασμού της προσωπικότητας και ομαλής λειτουργίας της σχολικής κοινότητας. Οι ραγδαίες εξελίξεις στην τεχνολογία και στον εκσυγχρονισμό, δεν θα πρέπει να επηρεάζουν αρνητικά την υπευθυνότητά μας στις νέες προκλήσεις...». Με αφορμή το γεγονός αυτό, σχεδιάστηκε από το Υπουργείο Παιδείας, με τη συνδρομή του Συνηγόρου του παιδιού, ημερίδα για τη νέα προσέγγιση στις σχέσεις μαθητών και εκπαιδευτικών (ΒΗΜΑ, 2010α).
- Το Φεβρουάριο του 2010, δημοσιεύτηκε πως η αγγλική αεροπορική εταιρεία, British Airways, έθεσε σε διαθεσιμότητα 15 αεροσυνοδούς επειδή σχολίασαν στο Facebook μία λίστα απεργοσπαστών της εταιρείας.
- Το Δεκέμβριο του 2009 προσφάτως τοποθετηθείς γενικός γραμματέας Υπουργείου της νεοσύστατης τότε Κυβέρνησης αναγκάστηκε σε παραίτηση λόγω παλαιότερων υποτιμητικών σχολίων που ανακαλύφθηκε πως είχε δημοσιεύσει στο facebook για το πρόσωπο του Πρωθυπουργού.

Σύμφωνα με τις αρχές, το έτος του 2009, καταγράφηκαν στην δικαιοδοσία του Τμήματος Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος Θεσσαλονίκης, 7 περιστατικά που αφορούσαν περιπτώσεις υβριστικών σχολίων και σεξουαλικού περιεχομένου. Οι καταγγέλλοντες ήταν όλα κορίτσια και μάλιστα ανήλικα.

Σεξουαλική παρενόχληση

Χαρακτηριστικά στο Τ.Δ.Η.Ε.Θ. καταγγέλθηκαν το έτος του 2009, 8 περιστατικά σεξουαλικής παρενόχλησης στο Facebook, που αφορούσαν στην πλειοψηφία τους κορίτσια ηλικίας 15 – 22 χρονών.

Κλοπή προσωπικών δεδομένων (φωτογραφίες, βίντεο)

- Τον Οκτώβριο του 2009, η ιστοσελίδα της εκπομπής «Ζούγκλα» δημοσίευσε περιστατικό που αφορούσε τη σύλληψη 18χρονου στα Τρίκαλα ο οποίος επέλεξε να εκδικηθεί την 20χρονη πρώην κοπέλα του μέσω του Facebook, αναρτώντας προσωπικές της πληροφορίες και άσεμνες φωτογραφίες. Η εκδίκηση έγινε με αφορμή τον χωρισμό τους και την άρνηση της κοπέλας να επανασυνδεθούν.

- Τον Ιανουάριο του 2010, η εφημερίδα «Το ΒΗΜΑ», αποκάλυψε πως σχηματίστηκε δικογραφία σε βάρος 22χρονου από το Τ.Δ.Η.Ε.Θ. Μετά την προανάκριση και την ανάλυση ψηφιακών ιχνών στον υπολογιστή του νεαρού άνδρα, βρέθηκαν αναρτημένα στην ιστοσελίδα του Facebook τέσσερα βίντεο που απεικόνιζαν την 18χρονη πρώην φίλη του σε προσωπικές στιγμές. Ο 22χρονος αφέθηκε ελεύθερος καθώς δεν υπήρχαν επαρκή στοιχεία για να τον συλλάβουν με την αυτόφωρη διαδικασία.
- Τον Απρίλιο του 2010, 25χρονη κοπέλα έπεσε θύμα εκδίκησης από τον πρώην 30χρονο σύντροφό της για τον χωρισμό τους. Ο πληγωμένος πρώην σύντροφος ανέβασε στο Facebook πολύ προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο (Zougla, 2009).
- **Το ίδιο το Facebook, όπως αναγράφεται και στους όρους χρήσης του, μπορεί να δημιουργήσει αντίγραφα προσωπικών φωτογραφιών, βίντεο και σχολιασμών των χρηστών του, για να τα πουλήσει έναντι αμοιβής ή και μη, σε τρίτους χωρίς την άδεια των χρηστών, ως προωθητική ή διαφημιστική ενέργεια (Alfanita, 2010). Επίσης, αν κάποιος έχει λογαριασμό στο Facebook και ψάξει με το όνομα αυτό τα αποτελέσματα σε κάποια μηχανή αναζήτησης, είναι σίγουρο πως θα του εμφανίσει και το προσωπικό του προφίλ στο γνωστό ιστοχώρο. Δηλαδή τα προσωπικά δεδομένα είναι εκτεθειμένα και μπορεί κάλλιστα κάποιος να τα κλέψει και να τα χρησιμοποιήσει όπως αυτός θέλει (Γαλάνης, 2010).**

Ερωτικοί και οικονομικοί εκβιασμοί

- Γνωστή ηθοποιός εκβίαζε μαζί με τον σύντροφό της έναν πολιτικό μηχανικό τον οποίο γνώρισαν στο Facebook (Zougla, 2009).
- Τον Δεκέμβριο του 2009, δύο φοιτήτριες 24 και 19 χρονών αντίστοιχα, έπεσαν θύματα εκβιασμού δύο αντρών που γνώρισαν μέσω Facebook.
- Περισσότερους από 30 συμμαθητές του, εκβίαζε 18χρονος για τουλάχιστον 2 χρόνια. Ο νεαρός είχε δημιουργήσει δυο λογαριασμούς στο Facebook ως κορίτσι με τα ονόματα Καίλα και Έμιλυ. Μέσω αυτών προσέγγιζε τους συμμαθητές του και τους έπειθε να του στείλουν άσεμνες φωτογραφίες τους. Όταν του έστελναν το υλικό, τους έλεγε την αληθινή του ταυτότητα και στη συνέχεια τους εκβίαζε ότι θα τους διασύρει στο διαδίκτυο (Zougla, 2009).
- Τον Μάρτιο του 2010 μέσω των ειδήσεων, αποκαλύφτηκε περιστατικό με πρωταγωνιστή γνωστό γιατρό Αθηνών ο οποίος έπεσε θύμα από 20χρονη που γνώρισε μέσω Facebook.

Phishing, Spam, Pharming & widget

Πρόκειται για αρκετά συχνά και βλαβερά τεχνικές για την ορθή λειτουργία των υπολογιστών. Συγκεκριμένα, το **Social Networking Spam**, αναλύεται σε πλήθος ανεπιθύμητων μηνυμάτων που προωθούνται στους χρήστες μέσα από εφαρμογές που προσφέρονται στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Υπάρχουν δηλαδή μηχανισμοί που αποστέλλουν μαζικά αιτήματα φιλίας, ώστε να έχουν αργότερα το δικαίωμα ανάρτησης σχολίων στο προφίλ με διαφημιστικό ή πορνογραφικό περιεχόμενο (ENISA, 2010).

Κάτι ανάλογο και εξίσου επικίνδυνο είναι και το **Social Networking Phishing**. Βασίζεται στην παραπλάνηση των χρηστών με σκοπό να εισάγουν τα προσωπικά τους στοιχεία, σε εικονική διαδικτυακή φόρμα. Η ενέργεια αυτή επιτρέπει σε τρίτους να πλαστογραφήσουν τα στοιχεία του θύματος, και να αποκτήσουν παράνομη πρόσβαση σε προσωπικά δεδομένα όπως: τραπεζικοί λογαριασμοί, συνδρομές, email (Σφακιανάκης, 2007). Δυστυχώς η επιτυχία αυτής της μεθόδου είναι αρκετά μεγάλη. Μάλιστα σε πρόσφατο πείραμα που πραγματοποιήθηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες, το 70% όσων έλαβαν εξατομικευμένο μήνυμα, πάτησε το σύνδεσμο και συμπλήρωσε τα στοιχεία του σε εικονική ιστοσελίδα (ENISA, 2010).

Όσον αφορά το **Pharming**, αποτελεί μία προσέγγιση κατά την οποία δομείται μία ψεύτικη ηλεκτρονική διεύθυνση (domain name) που αποσκοπεί στην εξαπάτηση των χρηστών, ώστε να εκμαιεύσουν προσωπικά τους δεδομένα και κωδικούς πρόσβασης προκειμένου να αποκομίσουν χρηματικά ποσά που κατατίθενται στους τραπεζικούς τους λογαριασμούς (Συνήγορος του καταναλωτή, 2007).

Τέλος **βλαβερό λογισμικό** που περιλαμβάνεται σε μικρές εφαρμογές (widgets) των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να προκαλέσει την βλάβη στον υπολογιστή του τελικού χρήστη, περιέχοντας, για παράδειγμα ιούς (ENISA, 2010).

Απειλές για σωματική βία - Cyber bullying

Αυτή η κατηγορία περιστατικών περιγράφεται με τον όρο **διαδικτυακός εκφοβισμός** ή αλλιώς **“Cyberbullying”**. Ο εκφοβισμός αυτός αναφέρεται σε μία εσκεμμένη, επαναλαμβανόμενη και εχθρική συμπεριφορά ενός ατόμου ή μίας ομάδας με σκοπό να βλάψει ένα άλλο άτομο ή και να αποκτήσει απόλυτο έλεγχο και εξουσία πάνω του (Ευθυμίου, 2009).

- Από έρευνα που διεξήχθη τον Σεπτέμβρη του 2009 από την οργάνωση Ν.Ε.Ο.Ι. σε 422 παιδιά ηλικίας 13 – 18 ετών, διαπιστώθηκε πως το 16% των αγοριών έχουν πέσει θύματα κυβερνοεκφοβισμού και το 96% αυτών από σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Ν.Ε.Ο.Ι., 2009) . Το ποσοστό εκφοβισμού στα κορίτσια φτάνει στα 22%. Τα παιδιά απαντούν πως οι λόγοι για τους οποίους δέχθηκαν την διαδικτυακή αυτή βία ήταν κατά 13% για εκδίκηση, 31% για να διασκεδάσουνε, και 56% για δυσφήμιση. Δυστυχώς εκπαιδευτικοί και γονείς δεν μαθαίνουν ποτέ για την πλειοψηφία των περιστατικών cyberbullying λόγω του φόβου των παιδιών για την αντίδρασή τους και την τυχόν απαγόρευση ή περιορισμό της χρήσης τους με τα ηλεκτρονικά μέσα. Αυτό φυσικά έχει σαν αποτέλεσμα να ενισχύει την ύπαρξη και την εξέλιξη του φαινομένου (Καθημερινή, 2009).
- Τον Μάρτιο του 2010, ανακοινώθηκε στις ειδήσεις πως δημιουργήθηκε ομάδα στο Facebook με 120.000 μέλη. Τίτλος της ήταν «πως θα σκοτώσουμε τον πρωθυπουργό μας Berlusconi;».

Δήλωση πρόθεσης αυτοκτονίας

Δεν λείπουν δυστυχώς και οι ομάδες χρηστών του Facebook (groups) που δηλώνουν την επιθυμία τους για αυτοκτονία. Παρασύρουν με την ύπαρξη και τη δράση τους πολλά αδύναμα άτομα, τα οποία συνήθως έχουν χαμηλή αυτοπεποίθηση, άγχος για το μέλλον ή προβληματική ψυχοπαθολογία. Αναρτώντας σχόλια στο προφίλ της σελίδας τους για το δυσοίωνο μέλλον, την έξαρση της εγκληματικότητας, τις προφητικές θρησκευτικές αντιλήψεις παραπλανούν και επηρεάζουν αρνητικά τα πιο «ευάλωτα» άτομα. Έτσι οργανώνουν μαζικές αυτοκτονίες για τη «λύτρωση της ψυχής και του πνεύματος».

Η αστυνομία δυστυχώς δεν μπορεί να ελέγχει συνεχώς το Facebook, ώστε να προλαμβάνει τέτοιου είδους εγκληματικές ενέργειες. Ο κόσμος του Facebook είναι τεράστιος και η έγκαιρη αντιμετώπιση τέτοιων συχνών περιστατικών είναι δύσκολη έως και αδύνατη. Σύμφωνα με το Τ.Δ.Η.Ε.Θ. το έτος 2009 αποτράπηκαν 6 απόπειρες αυτοκτονίας (ομαδικές και ατομικές) που εκδηλώθηκαν μέσω Facebook.

Συγκεκριμένα:

- Το Μάιο του 2010, το Τ.Δ.Η.Ε. απέτρεψε δύο αυτοκτονίες 19χρονων φοιτητών που επικοινωνούσαν μεταξύ τους μέσα από δωμάτια επικοινωνίας.
- Τον Απρίλιο του 2008, δημοσιεύτηκε περιστατικό στο οποίο ένας 20χρονος σώθηκε από αυτοκτονία με προτροπή μέσα από ιστοχώρο κοινωνικής δικτύωσης.
- Στα δίχτυα του Τ.Δ.Η.Ε.Θ έπεσε ένας 28χρονος Κύπριος φοιτητής στο Σικάγο, το Μάιο του 2009. Δημιούργησε γκρουπ στο Facebook και καλούσε σε ομαδική αυτοκτονία και άλλους χρήστες (Λυκουρέζος, 2009).

Εθισμός και συναισθηματική εξαπάτηση των χρηστών

Η υπερβολική χρήση των υπηρεσιών Κοινωνικής Δικτύωσης μπορεί να επιφέρει προβλήματα στη συμπεριφορά των ατόμων και την επικοινωνία τους με το φυσικό κόσμο. Οι εικονικές φιλίες και αλληλεπιδράσεις που δημιουργούνται μέσω διαδικτύου μπορούν να οδηγήσουν στην αμέλεια των ουσιαστικών σχέσεων, της διαπροσωπικής επαφής, της γνήσιας φιλίας και άμεσης επικοινωνίας. Έτσι, μειώνεται το κίνητρο των ανθρώπων να βγουν και να γνωρίσουν νέα άτομα (Σαμαράκη, 2009).

Μέσα από την δημιουργία προσωπικής σελίδας, με χρώματα και γραφικά που ορίζει ο ίδιος ο χρήστης καθώς και τη δημιουργία εκατοντάδων φίλων, δημιουργείται ψευδαίσθηση πως είναι δημοφιλής και αγαπητός σε πολύ κόσμο. Ξεχνά όμως το γεγονός, πως οι σχέσεις αυτές μόνο εφήμερες και ανούσιες μπορούν να χαρακτηρισθούν, εφόσον λείπει η ουσιαστική επικοινωνία (Παπάνης, 2009β).

Το Facebook προάγει τις επιφανειακές και αόριστες σχέσεις. Χρησιμοποιείται σαν υποκατάστατο για όσους δυσκολεύονται να αναπτύξουν την ανθρώπινη και άμεση επαφή (Παπάνης, 2009γ).

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα από την ειδησιογραφία είναι:

- Το Δεκέμβριο του 2009, αποκαλύφτηκε πως 16χρονη μαθήτρια αυτοκτόνησε διότι το «αγόρι» που συνομιλούσε μαζί του μέσω Facebook, για ένα περίπου χρόνο, τη χώρισε διασύροντάς την. Συγκεκριμένα ανάρτησε φωτογραφίες της που του είχε αποστείλει η ίδια, κατά το διάστημα της επαφής τους, αλλά και έκλεψε άλλες ο ίδιος από το προσωπικό της προφίλ, με σκοπό να την βλάψει σε νέο ψεύτικο υβριστικό προφίλ που δημιούργησε με το όνομά της. Όταν τον ρώτησε για ποιο λόγο της φέρθηκε κατά αυτόν τον τρόπο, της απάντησε γιατί *άτομα σαν και αυτήν δεν αξίζουν να ζουν*. Έτσι η κοπέλα από απογοήτευση και ντροπή, κρεμάστηκε με μία ζώνη μέσα στο δωμάτιό της όταν συγγενείς, φίλοι, γείτονες και συμμαθητές έμαθαν για τις φωτογραφίες και τα σεξουαλικά σχόλια που ακολουθούσαν. Μάλιστα η μητέρα της δήλωσε εν μέρει ένοχη, γιατί δε στήριξε την κόρη της στις δύσκολες, ψυχολογικά, στιγμές της, όταν εκείνη της το ζήτησε. Η αστυνομία μετά από έρευνες κατέληξε πως «αγόρι» με το όνομα που της παρουσιάστηκε δεν υπήρχε. Μάλιστα τα μηνύματα που στέλνονταν στον Η/Υ της κοπέλας, προέρχονταν από το διπλανό σπίτι. Εν τέλει διαπιστώθηκε πως το «αγόρι» αυτό, ήταν η μητέρα της πρώην καλύτερή της φίλης. Ο λόγος που εκδικήθηκε κατά αυτόν τον άρρωστο τρόπο την 16χρονη, ήταν γιατί απλά μάλωσε και απέρριψε από φίλη την κόρη της. Η γυναίκα αυτή δεν έδειξε ποτέ μεταμέλεια και το χειρότερο είναι πως φυλακίστηκε απλά για λίγους μήνες για το έγκλημα του “συναισθηματικού εκβιασμού”. Δυστυχώς δεν υπήρχε άλλος λόγος για να την κατηγορήσουν κατά τη χρήση της στο Facebook (Θεοδωράκης, 2009).

Ψυχολογία Εφήβων σχετικά με το Facebook

Η υπερβολική ενασχόληση με το Facebook από τους εφήβους μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα αντικοινωνική συμπεριφορά και άλλες ψυχολογικές δυσλειτουργίες. Στο συμπέρασμα αυτό καταλήγει πρόσφατη έρευνα της ψυχολογίας στο πολιτειακό πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας. Όπως αναφέρθηκε σε ομιλία στο 119ο Ετήσιο Συνέδριο της Ένωσης Αμερικανών Ψυχολόγων στην έρευνα συμμετείχαν 1000 έφηβοι από διάφορες πόλεις των ΗΠΑ.



Μερικά από τα πιο σημαντικά ευρήματα της έρευνας είναι ότι οι νέοι που ενασχολούνται υπερβολικά το Facebook έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να αναπτύξουν ναρκισσιστικά χαρακτηριστικά, αντικοινωνικές συμπεριφορές, καθώς επίσης και να κάνουν κοπάνα από το σχολείο και να εκδηλώνουν συμπτώματα άγχους και δυσκολίες στον ύπνο. Επίσης είναι πιο πιθανό να έχουν χαμηλές βαθμολογίες στο σχολείο. Οι γιατροί στις ΗΠΑ προειδοποιούν τους γονείς ότι οι έφηβοι με ανασφάλεια μπορεί να πάθουν κατάθλιψη αν περνούν ώρες στο Facebook

«Η κατάθλιψη του Facebook» είναι ένας νέος όρος που υιοθέτησαν οι γιατροί στις Ηνωμένες Πολιτείες για να περιγράψουν την εφηβική κατάθλιψη που προέρχεται από την πολύωρη ενασχόληση με το δημοφιλέστερο site κοινωνικής δικτύωσης.

Σε έρευνα, που δημοσιεύεται σήμερα στην ιστοσελίδα της αμερικανικής Εταιρίας Παιδιατρικής, οι ειδικοί προειδοποιούν τους γονείς για τις επιπτώσεις του Facebook σε εφήβους με χαμηλή αυτοεκτίμηση ή ψυχολογικά προβλήματα.



Οι αναρτήσεις χαρούμενων φωτογραφιών, η πληθώρα φίλων και μηνυμάτων μπορεί να προκαλέσουν κατάθλιψη σε έναν έφηβο που έχει πολύ λιγότερες χαρούμενες φωτογραφίες, φίλους ή μηνύματα, σημειώνουν οι ερευνητές .

Για πολλούς εφήβους, το Facebook είναι σήμερα το κύριο «στέκι» τους, διαπιστώνουν οι Αμερικανοί επιστήμονες και για αυτό οι γονείς θα πρέπει να συζητούν με τα παιδιά τους και να τα αποτρέπουν από την πολύωρη ενασχόλησή τους με αυτό.

Ποτέ δεν είναι εφικτή η προσπέλαση της αλήθειας, τουλάχιστον όχι μέσα από συζητήσεις. Η φιλία βιώνεται, δεν είναι λεκτική αντιπαράθεση. Και η μοναξιά, που αρχικά φάνηκε να υποχωρεί, τώρα γίνεται ανυπόφορη.

Facebook και νέοι

«Η κατάθλιψη του Facebook» είναι ένας νέος όρος που υιοθέτησαν οι γιατροί στις Ηνωμένες Πολιτείες για να περιγράψουν την εφηβική κατάθλιψη που προέρχεται από την πολύωρη ενασχόληση με το δημοφιλέστερο site κοινωνικής δικτύωσης.

Σε έρευνα, που δημοσιεύεται σήμερα στην ιστοσελίδα της αμερικανικής Εταιρίας Παιδιατρικής, οι ειδικοί προειδοποιούν τους γονείς για τις επιπτώσεις του Facebook σε εφήβους με χαμηλή αυτοεκτίμηση ή ψυχολογικά προβλήματα.

Οι αναρτήσεις χαρούμενων φωτογραφιών, η πληθώρα φίλων και μηνυμάτων μπορεί να προκαλέσουν κατάθλιψη σε έναν έφηβο που έχει πολύ λιγότερες χαρούμενες φωτογραφίες, φίλους ή μηνύματα, σημειώνουν οι ερευνητές .

Για πολλούς εφήβους, το Facebook είναι σήμερα το κύριο «στέκι» τους, διαπιστώνουν οι Αμερικανοί επιστήμονες και για αυτό οι γονείς θα πρέπει να συζητούν με τα παιδιά τους και να τα αποτρέπουν από την πολύωρη ενασχόλησή τους με αυτό.

Σε μελέτη που έγινε στο Εργαστήριο Κοινωνικών Δικτύων του Πανεπιστημίου Cornell στις ΗΠΑ, βρήκαν ξεκάθαρη σχέση των ατόμων που είναι εγγεγραμμένα στο facebook και της υψηλής αυτοεκτίμησης.«Καθώς το facebook έχει κυρίως πολέμιους, αυτή είναι η πρώτη επίσημη επιστημονική μελέτη που αποδεικνύει ότι το Μέσο μπορεί να έχει και ιδιαίτερα θετικές επιδράσεις στην ψυχολογία και την ανάπτυξη ενός καλύτερου εαυτού», δηλώνει ο Jeffrey Hancock, υπεύθυνος της μελέτης και καθηγητής στο Πανεπιστήμιο της Πενσυλβάνια. Οι βασικοί άξονες στους οποίους κατέληξαν μετά από έρευνα είναι οι ειδικοί δύο. Ο πρώτος είναι ότι το facebook σου επιτρέπει να εκθέσεις το καλύτερο κομμάτι του εαυτού σου, φιλτράροντας οτιδήποτε μπορεί να σε κάνει να αισθάνεσαι άσχημα. Ο δεύτερος ότι μπορείς να δημοσιεύσεις μόνο τις καλύτερες φωτογραφίες σου ή να αποκρύψεις ψεγάδια που φαίνονται στο φως του ήλιου και τον καθρέφτη.«Σε αντίθεση με τον καθρέφτη, ο οποίος μας υπενθυμίζει ποιοι πραγματικά είμαστε και μπορεί να έχει αντίθετη επίδραση από την προσδοκία μας εκείνη τη στιγμή, το facebook μπορεί να αποδώσει μόνο τη θετική πλευρά του εαυτού μας», σχολιάζει Hancock. «Δεν λέμε ότι προβάλλει την απατηλή πλευρά του εαυτού μας, απλώς ότι προβάλλει αυτήν που θεωρούμε πιο όμορφη», ξεκαθαρίζει ο ίδιος. Στο πλαίσιο της μελέτης φοιτητές χωρίστηκαν σε τρεις ομάδες. Η πρώτη είχε ως αντικείμενο αλλαγές στο προφίλ του facebook, η δεύτερη να καθίσει μπροστά από ένα υπολογιστή που δεν ήταν σε λειτουργία και η τρίτη να βάλει έναν καθρέφτη μπροστά στον σβηστό υπολογιστή. Στην πρώτη ομάδα δόθηκαν τρία λεπτά για να ασχοληθούν με το προφίλ που είχαν φτιάξει στο κοινωνικό δίκτυο. Ακολούθως, δόθηκαν σε όλους τους φοιτητές ερωτηματολόγια ειδικά σχεδιασμένα που μετρούν την αυτοεκτίμηση. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα οι φοιτητές που ασχολήθηκαν με το προφίλ τους είχαν πολύ υψηλότερη αυτοεκτίμηση από τις άλλες δύο ομάδες που απλώς κάθονταν μπροστά σε σβηστούς υπολογιστές. Μάλιστα, στην έρευνα φάνηκε πως στην πρώτη ομάδα, όση ώρα ασχολούνταν με το προφίλ τους οι συμμετέχοντες, άλλαζαν στοιχεία του προσωπικού τους προφίλ, βελτιώνοντας την εικόνα του εαυτού τους. Αυτό εκτιμήθηκε ιδιαίτερα από τους επιστήμονες καθώς όπως σχολίασαν «το να γνωρίζεις τι μπορείς να αλλάξει στον εαυτό σου ώστε να είσαι και να φαίνεσαι καλύτερος, μπορεί και να σε οδηγήσει στο να δεις καλύτερα τον εαυτό σου και να βελτιώσει πραγματικά θέματα που σε απασχολούν». Κάτι παρόμοιο δηλαδή με τη διαδικασία της ψυχοθεραπείας. Η υπερβολική ενασχόληση με το Facebook από τους εφήβους μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα αντικοινωνική συμπεριφορά και άλλες ψυχολογικές δυσλειτουργίες. Στο συμπέρασμα αυτό καταλήγει πρόσφατη έρευνα επιστημονικός υπεύθυνος της οποίας είναι ο **Λάρι Ρόζεν**, καθηγητής ψυχολογίας στο πολιτειακό πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας. Όπως ανέφερε ο ίδιος σε ομιλία του στο 119^ο Ετήσιο Συνέδριο της Ένωσης Αμερικανών Ψυχολόγων στην έρευνα συμμετείχαν 1000 έφηβοι από διάφορες πόλεις των ΗΠΑ. Μερικά από τα πιο σημαντικά ευρήματα της

έρευνας είναι ότι οι νέοι που ενασχολούνται υπερβολικά το Facebook έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να αναπτύξουν ναρκισσιστικά χαρακτηριστικά, αντικοινωνικές συμπεριφορές, καθώς επίσης και να κάνουν κοπάνα από το σχολείο και να εκδηλώνουν συμπτώματα άγχους και δυσκολίες στον ύπνο. Επίσης είναι πιο πιθανό να έχουν χαμηλές βαθμολογίες στο σχολείο.

Οι έφηβοι καταναλώνουν πλέον το μεγαλύτερο μέρος του ελεύθερου χρόνου τους σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Έτσι, ο χρόνος τους κατανέμεται ως εξής Σε διάφορες εφαρμογές και παιχνίδια. Στην επικοινωνία με άλλους γνωστούς τους. Στην ενημέρωσή τους για θέματα που τους απασχολούν. Στην ψυχαγωγία τους γενικότερα.

ΟΙ ΝΕΟΙ

Ασχολούνται κυρίως με τα τεχνολογικά επιτεύγματα της εποχής. Έχουν μια χαρακτηριστική ευκολία στο χειρισμό τέτοιων συσκευών. Προσκολλούνται σε θέματα που αφορούν την τεχνολογία "ξεχνώντας" τις ρίζες τους.

Το είδος του λόγου που χρησιμοποιούν οι έφηβοι στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ονομάζεται υβριδικό, καθώς περιλαμβάνει τόσο χαρακτηριστικά γραπτού, όσο και προφορικού λόγου. Αυτό συμβαίνει γιατί κατά τη διάρκεια συζητήσεων στο facebook, έχουν ύφος οικείο, φιλικό καθώς απευθύνονται σε άτομα ίδιας ηλικίας σε μια ανεπίσημη κατάσταση επικοινωνίας.

«Η κατάθλιψη του Facebook» είναι ένας νέος όρος που υιοθέτησαν οι γιατροί στις Ηνωμένες Πολιτείες για να περιγράψουν την εφηβική κατάθλιψη που προέρχεται από την πολύωρη ενασχόληση με το δημοφιλέστερο site κοινωνικής δικτύωσης.

Σε έρευνα, που δημοσιεύεται σήμερα στην ιστοσελίδα της αμερικανικής Εταιρίας Παιδιατρικής, οι ειδικοί προειδοποιούν τους γονείς για τις επιπτώσεις του Facebook σε εφήβους με χαμηλή αυτοεκτίμηση ή ψυχολογικά προβλήματα.

Οι αναρτήσεις χαρούμενων φωτογραφιών, η πληθώρα φίλων και μηνυμάτων μπορεί να προκαλέσουν κατάθλιψη σε έναν έφηβο που έχει πολύ λιγότερες χαρούμενες φωτογραφίες, φίλους ή μηνύματα, σημειώνουν οι ερευνητές .

Για πολλούς εφήβους, το Facebook είναι σήμερα το κύριο «στέκι» τους, διαπιστώνουν οι Αμερικανοί επιστήμονες και για αυτό οι γονείς θα πρέπει να συζητούν με τα παιδιά τους και να τα αποτρέπουν από την πολύωρη ενασχόλησή τους με αυτό. Άμεση σχέση φέρονται να έχουν το «κόλλημα» στο Ίντερνετ και η κατάθλιψη, σύμφωνα με μελέτη βρετανών επιστημόνων. Αυτό που διερευνούν τώρα οι ειδικοί, είναι εάν το άτομο απομονώνεται επειδή έχει κατάθλιψη ή εάν η απομόνωση το οδηγεί στην κατάθλιψη. Στην έρευνα που έκανε το Πανεπιστήμιο του Leeds, συμμετείχαν 1.319 άτομα ηλικίας 16 έως 51 ετών, από τους οποίους το 1,2% χαρακτηρίστηκαν «εθισμένοι στο Ίντερνετ», λόγω των πολλών ωρών που βρίσκονταν για χρόνια μπροστά στην οθόνη του υπολογιστή τους. Οι ερευνητές αναφέρουν πως κατέληξαν σε εντυπωσιακά συμπεράσματα. Ένα από τα πιο σημαντικά είναι ότι φανατικοί χρήστες του Διαδικτύου αναπτύσσουν καταναγκαστική εξάρτηση από αυτό και αντικαθιστούν τις κοινωνικές συνήθειες της πραγματικής ζωής με τις online επαφές και τις συνομιλίες σε chat-rooms και sitesκοινωνικής δικτύωσης όπως είναι το Facebook. Η τάση αυτή πιθανώς συνδέεται με τον εθισμό και την κατάθλιψη. Επιπλέον, διευκρινίζουν πως η πολύωρη παραμονή σε τέτοιου είδους ιστότοπους μπορεί να έχει σοβαρές επιπτώσεις στη διανοητική υγεία.

Οι "κολλημένοι" με το Ίντερνετ δεν θεωρούνται μόνο αυτοί που περιηγούνται σε διάφορες ιστοσελίδες, αλλά και όσοι περνάνε πολλή ώρα σε ιστοσελίδες πορνό ή online τυχερών παιχνιδιών, σε online κοινότητες, καθώς και σε κοινωνικά δίκτυα. Όλοι όσοι συμμετείχαν στη μελέτη, βρέθηκαν να έχουν περισσότερα συμπτώματα μέτριας έως βαριάς μορφής κατάθλιψη, αν και οι ερευνητές παραδέχτηκαν ότι δεν μπορούν να είναι απόλυτα βέβαιοι τι τελικά προηγείται: η κατάθλιψη ή ο εθισμός στο διαδίκτυο. Όπως είπαν πάντως, είναι σίγουρο ότι για ορισμένους ανθρώπους, η υπερβολική χρήση του Ίντερνετ μπορεί να

αποτελεί προειδοποιητικό σημάδι κατάθλιψης, διευκρίνισαν όμως ότι οι περισσότεροι κοινοί χρήστες του Ίντερνετ δεν αντιμετωπίζουν ψυχικά προβλήματα. «Το διαδίκτυο παίζει σήμερα τεράστιο ρόλο στη σύγχρονη ζωή, όμως τα οφέλη του συνοδεύονται από μια πιο σκοτεινή πλευρά. Ενώ πολλοί από μας το χρησιμοποιούμε για να πληρώσουμε τους λογαριασμούς μας, να ψωνίσουμε και να στείλουμε ηλεκτρονική αλληλογραφία, υπάρχει ένα μικρό ποσοστό του πληθυσμού που δυσκολεύονται να ελέγξουν τον χρόνο που περνάνε στο Ίντερνετ, σε σημείο που αυτό διαταράσσει της καθημερινές δραστηριότητές τους», δήλωσε η υπεύθυνη της έρευνας Κατριόνα Μόρισον. Όμως άλλοι επιστήμονες, όπως ο δρ Β.Μπελ, του Ινστιτούτου Ψυχιατρικής του Βασιλικού Κολεγίου του Λονδίνου, δήλωσε ότι ο εθισμός στο Διαδίκτυο δεν είναι κάτι που μπορεί να διαγνωστεί αξιόπιστα, ενώ επεσήμανε ότι, σύμφωνα με προηγούμενες έρευνες, όσοι έχουν ήδη στρες και καταθλιπτικόμορφη διάθεση, είναι πιο πιθανό να «το ρίξουν» στο Ίντερνετ και όχι το αντίστροφο (δηλαδή το πολύ Ίντερνετ να τους δημιουργήσει ψυχικά προβλήματα). Άλλοι επεσήμαναν ότι το Ίντερνετ μπορεί να έχει θετική επίδραση στον ψυχισμό του ατόμου, στο βαθμό που τον βγάζει από την απομόνωση, ενθαρρύνοντας τις φιλίες και τις κοινωνικές σχέσεις, έστω και online.

Η μελέτη δημοσιεύτηκε στην επιστημονική επιθεώρηση Psychopathology

Η υπερβολική χρήση του internet, συνδέεται με την κατάθλιψη των νέων.

Ακόμα και οι υγιείς νέοι, μπορεί να έχουν προβλήματα από την υπερβολική χρήση του διαδικτύου. Οι νέοι που ξοδεύουν πολλές ώρες στο internet, διατρέχουν τον κίνδυνο να εμφανίσουν συμπτώματα κατάθλιψης, όπως δείχνει μια νέα έρευνα που διεξήχθη στην Αυστραλία. Σύμφωνα με το πρακτορείο ειδήσεων HealthDay, και τον αρθρογράφο Steven



Reinberg, από το 1990, η ανεξέλεγκτη ή αλόγιστη χρήση του Internet αποτελεί πρόβλημα εθισμού, όμοιο με κάθε άλλη μορφή εξάρτησης. Η παθολογική χρήση του internet, όπως ισχυρίζονται οι ειδικοί, συνδέεται με προβλήματα στις σχέσεις και στην υγεία των νέων, με επιθετική συμπεριφορά καθώς και με άλλα ψυχιατρικά συμπτώματα. Ο επικεφαλής της έρευνας Lawrence

T. Lam, της Ιατρικής Σχολής του Σύδνεϋ και του Πανεπιστημίου Notre Dame της Αυστραλίας, αναφέρει συγκεκριμένα, ότι «οι γονείς πρέπει να επαγρυπνούν για τη συμπεριφορά των παιδιών τους στο διαδίκτυο. Ακόμα, αν παρατηρήσουν συμπτώματα αλλαγής της συμπεριφοράς τους, τα οποία μπορεί να σχετίζονται με τη χρήση του internet, θα πρέπει αμέσως να ζητήσουν τη βοήθεια των ειδικών». Αυτού του είδους η συμπεριφορά μπορεί να υποδηλώνει κάποια υποβόσκοντα προβλήματα τα οποία είναι περισσότερο ύπουλα, συνεχίζει ο Lam. Δεδομένων των αποτελεσμάτων της έρευνας, ακόμα και οι πνευματικά υγιείς νέοι, μπορεί να πέσουν σε κατάθλιψη μετά από μακροχρόνια προβληματική χρήση του internet. Οι συνέπειες στην πνευματική τους υγεία, ιδιαίτερα εκείνων που έχουν ιστορικό ψυχολογικών ή ψυχιατρικών προβλημάτων, μπορεί να αποβούν ακόμα πιο καταστροφικές. Η έρευνα, δημοσιεύθηκε για πρώτη φορά στις 2 Αυγούστου, από την online έκδοση Archives of Pediatrics & Adolescent



Medicine και αναδημοσιεύτηκε σε έντυπη μορφή τον Οκτώβριο του τρέχοντος έτους. Για την έρευνα, ο Lam και οι συνάδελφοι του Zi-Wen Peng, από το Υπουργείο Παιδείας και SunYat-Sen του Πανεπιστημίου του Guangzhou, της Κίνας, συνέλλεξαν πληροφορίες για την παθολογική χρήση του Internet, μεταξύ 1.041 νέων Κινέζων ηλικίας από 13 έως 18 ετών. Οι Lam και Peng, εξέτασαν τους νέους αυτούς για κατάθλιψη και άγχος και τους έθεσαν

ερωτήσεις σχετικά με την παθολογική χρήση του Internet και τα κοινά συμπτώματα εθιστικής συμπεριφοράς. Στην αρχή της μελέτης τους οι ερευνητές κατέταξαν το 6,2% των νέων, στην κατηγορία αυτών που έχουν μέτρια παθολογικά προβλήματα και το 0,2 %, σε εκείνους που διατρέχουν σοβαρό κίνδυνο. Εννέα μήνες μετά, οι νέοι αυτοί επανεξετάστηκαν για κατάθλιψη και άγχος με αποτέλεσμα το 0,2% από αυτούς να παρουσιάζει συμπτώματα άγχους, ενώ το 8,4% να έχει συμπτώματα κατάθλιψης. Ο κίνδυνος να πάθουν κατάθλιψη ήταν 2,5 φορές μεγαλύτερος μεταξύ των νέων οι οποίοι ήταν εθισμένοι στη χρήση του internet, σε σχέση με αυτούς που δεν ήταν. Παρόλα αυτά, όμως, δεν βρέθηκαν ενδείξεις που να συνδέουν τους παθολογικούς χρήστες με το άγχος, σημείωσαν οι ερευνητές. Η μελέτη έχει άμεσες επιπτώσεις στην πρόληψη των ψυχικών παθήσεων μεταξύ των νέων είτε ο Lam. Τα αποτελέσματα της έρευνας, δείχνουν ότι οι νέοι που κάνουν παθολογική χρήση του internet, διατρέχουν μεγαλύτερο κίνδυνο να αναπτύξουν διανοητικά προβλήματα και μπορεί να πάθουν κατάθλιψη ενόσω συνεχίζουν αυτή τη συμπεριφορά. Η έγκαιρη παρέμβαση και πρόληψη που στοχεύει στις ομάδες κινδύνου, με την αναγνώριση των παραγόντων κινδύνου, είναι αποτελεσματική στη μείωση του φορτίου της κατάθλιψης μεταξύ των νέων ανθρώπων, συμπληρώνει ο Lam. Η εξέταση των ατόμων που βρίσκονται σε κίνδυνο στο σχολικό περιβάλλον, θεωρείται ως μια στρατηγική έγκαιρης πρόληψης. Συνεπώς, ένα πρόγραμμα αναγνώρισης της παθολογικής χρήσης του internet, το οποίο θα μπορεί να χρησιμοποιείται σε όλα τα δευτεροβάθμια σχολεία, με στόχο την έγκαιρη αναγνώριση εκείνων των νέων που κινδυνεύουν, θα οδηγούσε στην έγκαιρη συμβουλή και θεραπεία τους. Ο Michael Gilbert, καθηγητής στο Κέντρο Ψηφιακού Μέλλοντος, στο Annenberg School for Communication του Πανεπιστημίου της Νότιας Καλιφόρνιας, δήλωσε ότι «δεν είναι επαναστατική η σκέψη πως τα παιδιά που εγκλωβίζονται στο Internet, μπορεί να οδηγηθούν σε συγκεκριμένα ψυχολογικά προβλήματα και συμπεριφορές». Η ερώτηση, για τον Gilbert, είναι κατά πόσο οι νέοι που κατέληξαν με προβλήματα κατάθλιψης, διέτρεχαν αυτόν τον κίνδυνο πριν εθιστούν στο internet. Και ακόμα, αν διέτρεχαν τον κίνδυνο να εθιστούν σε άλλες συμπεριφορές εξάρτησης. Και καταλήγει, ότι ένας παράγοντας που συνδέει την υπερβολική χρήση του Internet με τα ψυχολογικά προβλήματα, όπως είναι η κατάθλιψη, προέρχεται από την απομόνωση και την αποξένωση των νέων. Το να ξοδεύει κανείς πολύ χρόνο στο διαδίκτυο, αποτελεί μια «διαδικασία εθισμού» όπως είναι η χαρτοπαιξία και η πορνογραφία. «Θα δούμε στο μέλλον πολλά παρόμοια προβλήματα, τα οποία θα γίνονται πιο έντονα στα παιδιά, ιδιαίτερα όταν πασχίζουν να προσδιορίσουν την κοινωνική τους κατάσταση». Βασικό, πάντως, για τους γονείς, είναι η στενή παρακολούθηση του χρόνου που ξοδεύουν τα παιδιά τους γενικά στα media, είτε πρόκειται για το διαδίκτυο, είτε για την τηλεόραση, η υπερβολική χρήση της οποίας, βλάπτει επίσης σοβαρά την πνευματική τους υγεία.



Ο "εθισμός" στο facebook οδηγεί σε εθισμούς

Περισσότερες πιθανότητες να εθιστούν στο ποτό ή τα ναρκωτικά έχουν, σύμφωνα με έρευνα, οι έφηβοι που αφιερώνουν πολύ χρόνο στα sites κοινωνικής δικτύωσης. Ερευνητές του Εθνικού Κέντρου Εθισμού και κατάχρησης Ουσιών, του Πανεπιστημίου της Columbia, εξετάζοντας τη συμπεριφορά 1.000 παιδιών ηλικίας από 12 έως 17 ετών και ακόμη 1.000 μέσω τηλεφωνικής συνέντευξης, συμπέραναν πως, όσοι διαθέτουν καθημερινά αρκετό χρόνο στα κοινωνικά δίκτυα, έχουν πέντε φορές περισσότερες πιθανότητες να καπνίσουν, τρεις φορές



περισσότερες πιθανότητες να πίνουν συστηματικά αλκοόλ και διπλάσιες πιθανότητες να καπνίσουν κάνναβη. Σύμφωνα με την έρευνα, οι φωτογραφίες που βλέπουν στα συγκεκριμένα site με συνομήλικους τους να καταναλώνουν αλκοόλ, αποτελούν ισχυρό μέσο ψυχολογικής πίεσης που δέχεται υποσυνείδητα ο ένας συνομήλικο από τον άλλον. Μάλιστα, το 40% των φωτογραφικών που βλέπουν οι έφηβοι, είναι από διασκέδαση με αλκοόλ και τσιγάρο. "Η σχέση μεταξύ των φωτογραφιών στα site κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη δομή του χαρακτήρα, καθώς αισθάνεται ότι εάν κάνει ότι βλέπει στη φωτογραφία θα είναι για πάντα ευτυχισμένος", σχολιάζει ο Τζόσεφ Καλιφάνο, διευθυντής του Πανεπιστημίου, τονίζοντας πως ούτε καν οι ίδιοι οι γονείς δεν μπορούν να αντιληφθούν, πώς επιδρούν οι φωτογραφίες στην ψυχολογία των εφήβων.

Όροι χρήσης

Επιγραμματικά, οι νέοι Όροι Χρήσης του Facebook είναι έτσι σχεδιασμένοι ούτως ώστε να προκαλούν τη μέγιστη έκθεση των χρηστών του. Οι 5.830 λέξεις των Όρων Χρήσης, μακρύτεροι κι από το Σύνταγμα των ΗΠΑ σύμφωνα με την New York Times, εξηγούν σε μια περίεργη νόβλανγκ ότι το μεγαλύτερο μέρος των προσωπικών πληροφοριών του χρήστη είναι υποχρεωτικά δημόσιο (Public Information) και άρα το Facebook μπορεί να το εκμεταλλευθεί εμπορικά χωρίς περαιτέρω άδεια.



Η δεύτερη αλλαγή που ανακοινώθηκε τον Απρίλιο είναι η εισαγωγή του πρωτόκολλου OpenGraph. Το συγκεκριμένο πρωτόκολλο επιτρέπει σε εκδότες και webmasters να προσθέσουν στους ιστότοπους τους εφαρμογές και εργαλεία του Facebook. Για παράδειγμα το Internet Movie Data Base πρόσθεσε μία εφαρμογή η οποία επιτρέπει τα μέλη του όταν διαλέξουν μια ταινία ως αγαπημένη αυτή η πληροφορία να εμφανίζεται αυτόματα στο προφίλ τους στο Facebook.

Η τρίτη αλλαγή, προς το παρόν σε beta μορφή, είναι η εφαρμογή Instant Personalization η οποία επιτρέπει σε τρίτους ιστότοπους να έχουν άμεσα πρόσβαση στις προσωπικές πληροφορίες του χρήστη (Public Information σε νοβλανγκ) μόλις αυτός τα επισκέπτεται. Για παράδειγμα, εάν κάποιος πάει στο Pandora.com έχοντας ανοιχτή τη session του Facebook, το τελευταίο θα δώσει όλες τις πληροφορίες σχετικά με τις μουσικές προτιμήσεις του χρήστη στο πρώτο. Όλα αυτά χωρίς να ζητείται η άδεια από τον χρήστη, αρκεί αυτός να μην έχει κάνει opt-out στο Instant Personalization



. Το Facebook έκανε μια μικρή αλλά πολύ σημαντική αλλαγή στους όρους χρήσης του, κάτι που θα πρέπει να το έχουμε κατά νου πριν ανεβάσουμε κάτι εκεί. Μέχρι τώρα, ανεβάζοντας κάτι δίνατε αυτόματα την άδεια στο facebook να το χρησιμοποιεί, να το φιλοξενεί κλπ. Αν όμως σβήνατε το λογαριασμό σας αμέσως καταργούσατε και την άδεια. Το Facebook μπορούσε να κρατήσει στα αρχεία του το υλικό σας αλλά σε καμία περίπτωση να το χρησιμοποιήσει, αφού καταργήσατε το λογαριασμό.

Πλέον όμως αυτό δεν ισχύει. Με τους νέους όρους, ακόμα και αν καταργήσετε τον λογαριασμό σας, ότι έχετε ανεβάσει κατά καιρούς στο facebook του έχετε δώσει το δικαίωμα να τα χρησιμοποιεί, για πάντα.

Το Facebook είναι ένα από τα πιο δημοφιλή social networking site (ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης) παγκοσμίως. Το να είναι κανείς εγγεγραμμένος στο Facebook στην Ελλάδα, είναι MUST στις παρέες των νέων.

Χιλιάδες Νέοι και Νέες καθημερινά πλοηγούνται στις σελίδες του, δημιουργώντας προφίλ χρηστών, επικοινωνώντας με φίλους, προσθέτοντας προσωπικές λεπτομέρειες, αποθηκεύοντας τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τον τηλεφωνικό αριθμό του κινητού τους, προσωπικές φωτογραφίες, και πολλά άλλα προσωπικά δεδομένα.



Η Πρόεδρος της οργάνωσης «Ν.Ε.Ο.Ι.» κα. Άννα Ευθυμίου, με την ιδιότητα της ως Δικηγόρος τονίζει: Στο Νόμο 2121/1993 για την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων και συγκεκριμένα στο άρθρο 1 παρ. 1 ορίζεται ότι: «Οι πνευματικοί δημιουργοί, με τη δημιουργία του έργου, αποκτούν πάνω σ' αυτό πνευματική ιδιοκτησία, που περιλαμβάνει, ως αποκλειστικά και απόλυτα δικαιώματα, το δικαίωμα της εκμετάλλευσης του έργου (περιουσιακό δικαίωμα) και το δικαίωμα της προστασίας του προσωπικού τους δεσμού προς αυτό (ηθικό δικαίωμα).» Ωστόσο, σύμφωνα με το άρθρο 13 του Ν. 2121/1993 «1. Ο δημιουργός του έργου μπορεί να καταρτίζει συμβάσεις, με τις οποίες αναθέτει στον αντισυμβαλλόμενο και αυτός αναλαμβάνει την υποχρέωση να ασκήσει εξουσίες, που απορρέουν από το περιουσιακό δικαίωμα (συμβάσεις εκμετάλλευσης). 2. Ο δημιουργός του έργου μπορεί να επιτρέπει σε κάποιον άλλον την άσκηση εξουσιών, που απορρέουν από το περιουσιακό του δικαίωμα (άδειες εκμετάλλευσης).» Όμως στην περίπτωση αυτή το άρθρο 32 του ίδιου νόμου προβλέπει: «1. Η αμοιβή, που οφείλει να καταβάλλει ο αντισυμβαλλόμενος στο δημιουργό για δικαιопραξίες που αφορούν τη μεταβίβαση του περιουσιακού δικαιώματος ή εξουσιών από αυτό, την ανάθεση άδειας εκμετάλλευσης, συμφωνείται υποχρεωτικά σε ορισμένο ποσοστό, το ύψος του οποίου καθορίζεται ελεύθερα μεταξύ των μερών. Βάση για τον υπολογισμό του ποσοστού είναι όλα ανεξαιρέτως τα ακαθάριστα έσοδα ή τα έξοδα ή τα συνδυασμένα ακαθάριστα έσοδα και έξοδα, που πραγματοποιούνται από την δραστηριότητα του αντισυμβαλλόμενου και προέρχονται από την εκμετάλλευση, του έργου. 2. Η υποχρεωτική συμφωνία της αμοιβής σε ποσοστό, που προβλέπεται στην προηγούμενη παράγραφο, εφαρμόζεται σε όλες τις περιπτώσεις, εφόσον δεν υπάρχει ειδικότερη διάταξη στον παρόντα νόμο, και δεν αφορά τα έργα που δημιουργήθηκαν από μισθωτούς σε εκτέλεση σύμβασης εργασίας, τα προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών και κάθε είδους διαφήμιση.»



Το πιο σημαντικό είναι ότι το ίδιο το Facebook προειδοποιεί τους χρήστες του μέσα από τους Όρους Χρήσης ότι εάν αποκαλύπτουμε προσωπικές πληροφορίες, φωτογραφίες, video, λίστες αγορών, κινητά τηλέφωνα, κ.α., όλα αυτά μπορούν να διατεθούν δημόσια. Είναι τρομερά δύσκολο να διαγράψεις το προφίλ σου στο Facebook. Ακόμα και αν ο λογαριασμός σου απενεργοποιηθεί, οι πληροφορίες παραμένουν διαθέσιμες στους εξυπηρετητές του Facebook επ' αόριστον.

Λειτουργικότητα

Το Facebook αποτελεί από τους πιο σημαντικούς ιστότοπους τα τελευταία χρόνια στη ζωή των εφήβων. Ακριβώς όπως και οι ενήλικοι, οι έφηβοι χρησιμοποιούν το Facebook για να επικοινωνήσουν με φίλους - μέσω συνομιλίας, προσωπικών μηνυμάτων και κοινοποίησης φωτογραφιών, βίντεο, συνδέσμων και άλλου είδους πληροφοριών. Χρησιμοποιούν το Facebook για να ανακοινώσουν τα επιτεύγματά τους, να ευχηθούν ο ένας στον άλλον χαρούμενα γενέθλια και να σχεδιάσουν κοινωνικές εκδηλώσεις - όπως τη μετάβαση σε μια ταινία ή στο σπίτι ενός φίλου. Τα μόνα πρόσωπα που μπορούν να δουν τι δημοσιεύουν οι έφηβοι στο Facebook είναι οι φίλοι τους, οι φίλοι των φίλων τους και τα δίκτυα (όπως τα μέλη του σχολείου που παρακολουθούν). Διατηρούμε επιπλέον προστασίες και ρυθμίσεις ασφαλείας για εφήβους (ηλικίας 13-17) που εξασφαλίζουν ότι τα προφίλ τους και οι δημοσιεύσεις τους δεν εμφανίζονται σε αποτελέσματα δημόσιας αναζήτησης. Παρομοίως, αν οι έφηβοι κοινοποιήσουν την τοποθεσία τους μέσω των Τοποθεσιών Facebook, μόνο οι φίλοι τους στο Facebook θα μπορέσουν να το δουν. Μπορείτε να καταργήσετε μια σύνδεση προς ένα φίλο που δεν νιώθετε πλέον άνετα να μοιράζεστε μαζί του. Εάν θέλετε να καταργήσετε ένα φίλο, μεταβείτε στο προφίλ του ατόμου και κάντε κλικ στο σύνδεσμο "Διαγραφή φίλου" στην αριστερή πλευρά του προφίλ του, κάτω από τους προβαλλόμενους φίλους του. Εάν αργότερα αποφασίσετε ότι θα θέλατε να είστε φίλοι, μπορείτε να του στείλετε ένα αίτημα φιλίας. Αν παρενοχλείστε από κάποιον ή αν απλά δεν θέλετε να είστε ορατοί σε αυτόν στο Facebook, μπορείτε να τον αποκλείσετε από το προφίλ σας. Όταν αποκλείετε κάποιον, σπάτε όλους τους δεσμούς που έχετε με αυτόν (συνδέσεις φιλίας, λεπτομέρειες φιλίας κλπ). Οι δυο σας δεν θα είστε πλέον σε θέση να βλέπετε ο ένας το προφίλ του άλλου ή να βρείτε ο ένας τον άλλον στα αποτελέσματα αναζήτησης. Για να αποκλείσετε κάποιον, μεταβείτε στη λίστα αποκλεισμένων σας στις Ρυθμίσεις απορρήτου, χρησιμοποιήστε το σύνδεσμο στο κάτω μέρος του προφίλ του ή χρησιμοποιήστε το σύνδεσμο "Αναφορά" που συνδέεται με το μήνυμα στα Εισερχόμενα σας (ή βρίσκεται σε οποιοδήποτε περιεχόμενο δημοσιεύει). Μιλήστε μας για οποιοδήποτε περιεχόμενο παραβιάζει τους Όρους του Facebook. Ο πιο αποδοτικός τρόπος για την αναφορά κακής χρήσης είναι να το κάνετε ακριβώς εκεί που εμφανίζεται στο Facebook, χρησιμοποιώντας τον σύνδεσμο "Αναφορά" κοντά στην δημοσίευση, στο προφίλ ή στην Σελίδα. Εάν λάβετε ένα ενοχλητικό μήνυμα από έναν από τους φίλους σας στο Facebook, μπορείτε να κάνετε κλικ στον σύνδεσμο "Αναφορά" δίπλα από το όνομα του αποστολέα στο μήνυμα και να αφαιρέσετε το άτομο από φίλο. Η αναφορά του μηνύματος ως ενοχλητικού θα προσθέσει αυτόματα το πρόσωπο στην λίστα αποκλεισμένων σας. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε τον σύνδεσμο "Αναφορά/Αποκλεισμός του ατόμου αυτού" που εμφανίζεται στο κάτω μέρος του προφίλ κάθε ατόμου. Οι αναφορές είναι εμπιστευτικές. Τα άτομα που αναφέρετε, δεν θα ξέρουν ότι τα έχετε ήδη αναφέρει. Μετά την υποβολή μιας αναφοράς, θα διερευνήσουμε το θέμα και θα αποφασίσουμε αν το περιεχόμενο θα πρέπει να αφαιρεθεί ή όχι με βάση τους Όρους του Facebook. Ερευνούμε κάθε αναφορά για να διαλέξουμε την κατάλληλη δράση. Η Αναφορά Κοινωνικής δικτύωσης είναι μια δυνατότητα του εργαλείου αναφοράς που σας βοηθά να επιλύσετε προβλήματα σχετικά με δημοσιεύσεις, προφίλ ή άλλο περιεχόμενο στον ιστότοπο. Εάν αναφέρετε περιεχόμενο που δεν σας αρέσει αλλά δεν παραβιάζει τους Όρους του Facebook, έχουμε καταστήσει εύκολο για σας να επικοινωνήσετε με το πρόσωπο που το δημοσίευσε. Για παράδειγμα, αν κάνετε αναφορά μιας φωτογραφίας του εαυτού σας, μπορείτε να στείλετε εύκολα στο πρόσωπο που την δημοσίευσε ένα μήνυμα που να το



ενημερώνει ότι δεν σας αρέσει. Στις περισσότερες περιπτώσεις, θα αποσύρει την φωτογραφία, αν το ζητήσετε.

Σε περιπτώσεις εκφοβισμού ή παρενόχλησης, όταν δεν αισθάνεστε άνετα να προσεγγίσετε το πρόσωπο άμεσα, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την κοινωνική αναφορά για να λάβετε βοήθεια από έναν γονέα, δάσκαλο ή έμπιστο φίλο. Μπορείτε να μοιραστείτε αυτό το κομμάτι του περιεχομένου και ένα μήνυμα για το περιστατικό με κάποιον που εμπιστεύεστε. Έχετε επίσης την επιλογή να αποκλείσετε το πρόσωπο που δημοσίευσε το περιεχόμενο και να το αναφέρετε στο Facebook ώστε να μπορέσουμε να αναλάβουμε δράση, αν χρειάζεται. Αν χρησιμοποιείτε το Facebook συχνά από μη ασφαλή δημόσια δίκτυα όπως αυτά σε αεροδρόμια ή καφετέριες, σκεφθείτε την ενεργοποίηση της ασφαλούς περιήγησης Facebook (HTTPS). Αυτή η προαιρετική ρύθμιση κρυπτογραφεί τις πληροφορίες που στέλνετε και λαμβάνετε. Κωδικοί πρόσβασης μιας χρήσης Οι κωδικοί πρόσβασης μιας χρήσης επίσης καθιστούν ασφαλέστερη τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών σε σχολεία, βιβλιοθήκες και άλλους δημόσιους χώρους. Αντί να χρησιμοποιήσετε τον κανονικό κωδικό σας στο Facebook, μπορούμε να σας στείλουμε σε μήνυμα κειμένου ένα κωδικό πρόσβασης μιας χρήσης. Για να λάβετε έναν, στείλτε το κείμενο "ΟΤΡ" στο 32665 από το κινητό σας (μόνο στις ΗΠΑ) και θα λάβετε έναν κωδικό πρόσβασης που λήγει σε 20 λεπτά και μπορείτε να χρησιμοποιήσετε μόνο μία φορά. (Για να αποκτήσετε πρόσβαση σε αυτό το χαρακτηριστικό, θα χρειαστείτε έναν αριθμό κινητού τηλεφώνου στο λογαριασμό σας). Όπως πάντα, συνιστούμε να αλλάζετε τον κωδικό πρόσβασής σας κατά περιόδους για να μείνετε ασφαλείς στο διαδίκτυο. Αν πιστεύετε ότι ο λογαριασμός σας έχει παραβιαστεί ή κάποιος άλλος έχει πρόσβαση σε αυτόν, προτείνουμε την επαναρρύθμιση του κωδικού πρόσβασης σας.

Για να επαναρρυθμίσετε τον κωδικό σας:

- Κάντε κλικ στο 'Λογαριασμός' στο πάνω μέρος οποιασδήποτε σελίδας του Facebook.
- Στο αναπτυσσόμενο μενού που εμφανίζεται, επιλέξτε.
- Μετακινηθείτε προς τα κάτω στο 'Κωδικός πρόσβασης', κάντε κλικ στο σύνδεσμο "Αλλαγή" και ακολουθήστε τις οδηγίες.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Παιχνίδια

Σύμφωνα με έρευνες, εάν ο μέσος χρήστης για ένα παιχνίδι πληρώνει \$ 20 το μήνα για 3 έως 6 μήνες, έχει θεωρηθεί ένα επιτυχημένο παιχνίδι. Με αυτούς τους αριθμούς, μπορείτε να κάνετε γρήγορα τα μαθηματικά με το πόσο των εσόδων που δημιουργούνται. Ας χρησιμοποιήσουμε το Farmville ως παράδειγμα. Η εφαρμογή του παρόντος μέσο όρο περίπου 30 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες καθημερινά. Αυτό σημαίνει ότι 600.000 πληρώνουν κάθε μέρα. Εάν ο καθένας από αυτούς που πλήρωσαν οι χρήστες δημιουργούν \$ 20 το μήνα, ότι η εφαρμογή μόνη της παράγει 12 εκατομμύρια δολάρια κάθε μήνα, ή περίπου 150 εκατ. δολάρια το χρόνο.

Στο facebook υπάρχουν πάνω από 550,000 εφαρμογές. Το 70% των χρηστών καθημερινά ξεκινά να χρησιμοποιεί μια τουλάχιστον επιπλέον εφαρμογή. Η Zynga, η εταιρεία που δημιουργεί τις περισσότερες εφαρμογές στο facebook (κυρίως παιχνίδια) κέρδισε 290 εκατομμύρια δολάρια μέσω των παιχνιδιών της. Το facebook έχει πάνω από 500 εκατ. Χρήστες που ολοένα και αυξάνονται. Αυτό σημαίνει πως εάν το 25% ξοδεύει από 20\$ το μηνά σε τέτοια παιχνίδια η Zynga αποκομίζει κέρδη της τάξεως των 140 εκατομμυρίων δολαρίων το μηνά, ή κάτι παραπάνω από 1,5 δισεκατομμύρια δολάρια το χρόνο.

Fan Pages

Πολλές σελίδες διασήμων στο facebook αποκτούν αξία ανάλογα με την επισκεψιμότητά τους. Για παράδειγμα η σελίδα του Μάικλ Τζάκσον με 13.3 εκατομμύρια Fans έχει αξία 1.8 δισεκατομμύρια δολάρια ενώ δεύτερη έρχεται αυτή του Family Guy με 9.5 εκατομμύρια Fans αξίας 1.3 δισεκατομμύρια δολάρια.

Διαφημίσεις

Οι διαφημίσεις στο facebook αποφέρουν το 16% των παγκοσμίων κερδών στον τομέα της διαφήμισης. Δηλαδή περίπου 20 δισεκατομμύρια το τετράμηνο. Μάλιστα ο ιδιοκτήτης του facebook υποστηρίζει πως οι διαφημίσεις στο facebook έχουν τετραπλασιαστεί τα τελευταία δύο χρόνια. Από τις διαφημίσεις καθημερινά το ποσό των κερδών ανέρχεται σε 150 εκατομμύρια δολάρια το 10ωρο όπως ο Marc Zuckerberg υποστηρίζει.

Μια διαφήμιση για διαφήμιση στο Facebook

Το Facebook έχει σχεδόν 3 εκατομμύρια Έλληνες χρήστες! Η επισκεψιμότητα του είναι υψηλότερη από το Google!

Και το καλύτερο;

Ακόμα δεν το έχουν πάρει είδηση οι (περισσότεροι) ανταγωνιστές σας με αποτέλεσμα να είναι πολύ πιο φθηνή η διαφήμιση εκεί, σε σχέση με το Google!

Η διαφήμιση στο Facebook εμφανίζεται με τη μορφή μικρών banners (εικόνες).

Όλα τα στατιστικά δείχνουν ότι το Facebook είναι ένα θαυμάσιο εργαλείο για την αύξηση του brand name recognition αλλά και το lead generation (αύξηση πιθανών πελατών).

Σημαντική ιδιαιτερότητα της διαφήμισης στο Facebook

Στο Facebook υπάρχει η δυνατότητα να στοχεύσετε το target group σας όχι μόνο με βάση τη γλώσσα και τη χώρα, αλλά και με βάση το φύλο, την ηλικία, το εκπαιδευτικό επίπεδο ή ακόμα και τα ενδιαφέροντα-χόμπυ.

Μπορούμε να δημιουργήσουμε καμπάνιες που θα εμφανίζεται η διαφήμιση μόνο όταν ο χρήστης έχει γενέθλια!

Επίσης λόγω της τεράστιας επισκεψιμότητας του Facebook, η διαφήμιση αυτή είναι ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο για να χτίσουμε Brand Name Recognition πολύ οικονομικά.

Τι μπορούμε να κάνουμε για σας

Η Greek Internet Marketing αναλαμβάνει να δημιουργήσει τη διαφημιστική σας καμπάνια στο Facebook, και παράλληλα να δημιουργήσει όσα banners επιθυμείτε.

Το κόστος δημιουργίας της καμπάνιας περιλαμβάνει τη δημιουργία τριών αρχικών banners.

Η στόχευση της καμπάνιας γίνεται με βάση τα δημογραφικά στοιχεία, και ειδικότερα:

- χώρα/γλώσσα
- ηλικία
- φύλο
- μόρφωση
- χόμπυ
- ενδιαφέροντα
- και άλλα παρόμοια στοιχεία.

Εκτός από τη δημιουργία της καμπάνιας μπορούμε να συντηρήσουμε τη καμπάνια και να τη βελτιώνουμε κάθε μήνα, με στόχο την ακόμα καλύτερη απόδοση.

The Facebook Economy



Αν το Facebook ήταν χώρα, θα ήταν στην 3η θέση πληθυσμιακά, αφού πάνω από 550 εκατομμύρια χρήστες έχουν λογαριασμό σε αυτό, ενώ 200 εκατομμύρια από αυτούς το χρησιμοποιούν καθημερινά. Το Facebook όμως είναι μια ιδιωτική εταιρία, και οι εταιρίες συνήθως καταμετρούνται με τα οικονομικά στοιχεία τους. Η σημερινή εκτιμώμενη αξία του Facebook ανέρχεται στα \$8-11 δισεκατομμύρια, κατατάσσοντας το σε μία από τις μεγαλύτερες εταιρίες του πλανήτη.

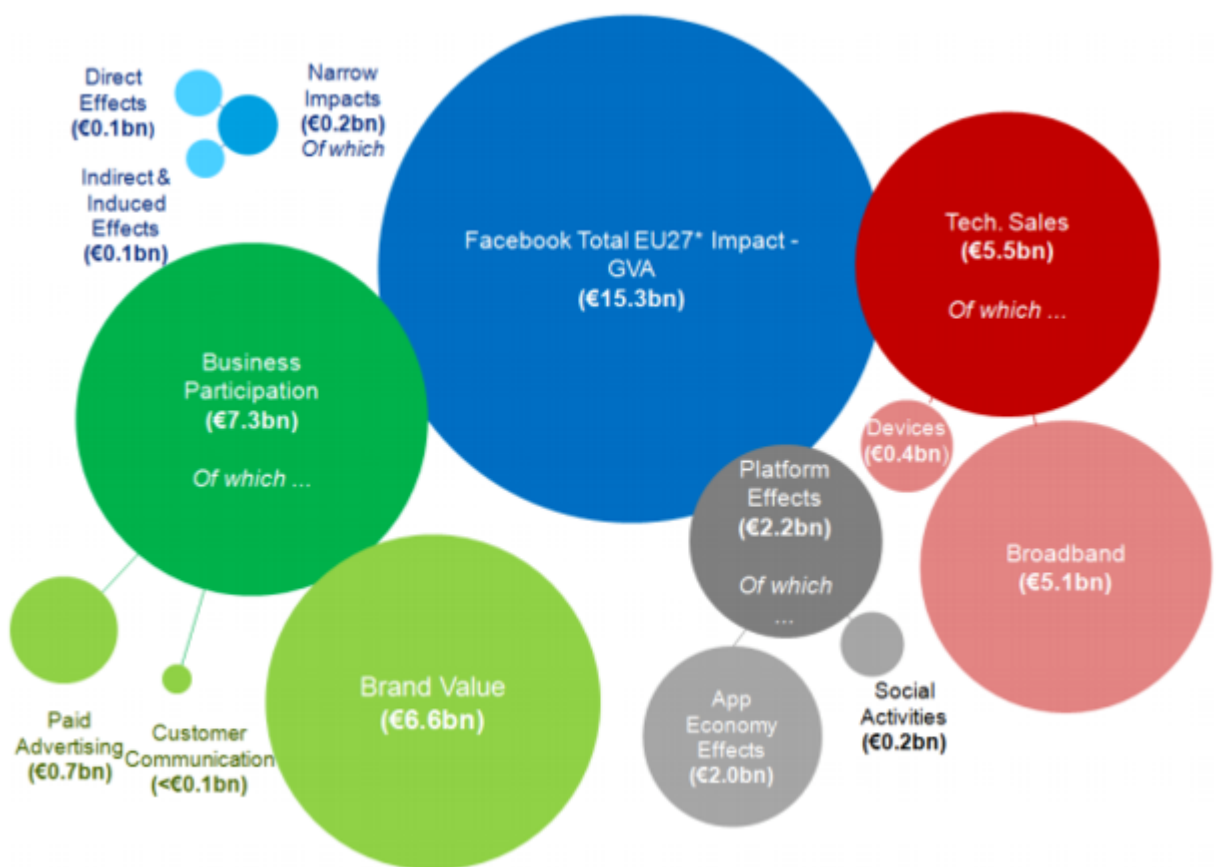
Στην παραπάνω φωτογραφία μπορείτε να δείτε μια πλήρης αναφορά στα "νούμερα" του Facebook, αλλά και στο χώρο που θα καταλάμβανε στο χάρτη αν ήταν χώρα, αυτό και οι επιμέρους σελίδες των group του.

Μια νέα μελέτη εκτιμά ότι η οικονομική επίδραση του Facebook αξίζει £ 12.7bn στην ΕΕ και την Ελβετία, υποστηρίζοντας πάνω από 232.000 θέσεις εργασίας.

Η έκθεση, η οποία ανατέθηκε από το Facebook, διαπίστωσε ότι μόνο στο Ηνωμένο Βασίλειο υποστηρίζει 35.200 θέσεις εργασίας και συμβάλλει £ 2,2 δισ. στο ΑΕΠ της χώρας.

Το Facebook λέει ότι η δωρεάν διαφήμιση θα βοηθήσει τις ΜΜΕ να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους στο κοινωνικό δίκτυο, αλλά και ότι θα ανοίξει επίσης τον χώρο μέχρι και χιλιάδες νέους διαφημιστές.

Αν οι διαφημίσεις είναι μια επιτυχία, θα είναι επίσης καλό να αποδειχθεί μια χρήσιμη μελέτη περίπτωσης κατά την πώληση της πλατφόρμας διαφήμισης του Facebook σε νέους πελάτες.



Source: Deloitte estimates

Πιο συγκεκριμένα αυτό σημαίνει τα πράγματα μετά την προσθήκη της αντικειμενικής αξίας του εμπορικού σήματος του Facebook μέσα από τις σελίδες των επιχειρήσεων και οι διαφημίσεις (£ 5,5 δισ.), αύξησαν τις πωλήσεις του Facebook (£ 4,2 δισ.), και την οικονομία του (£ 1,6 δισ.).

Υπάρχει το ενδεχόμενο το ποσό αυτό να αυξηθεί ακόμα περισσότερο, καθώς όλο και περισσότερες εταιρείες κάνουν χρήση των νέων εφαρμογών του χρονοδιαγράμματος του Facebook,

Οι αριθμοί αυτοί, αν και οι εκτιμήσεις, είναι εντυπωσιακές, δείχνουν την τεράστια οικονομική δύναμη που ασκείται από το Facebook, το οποίο μην ξεχνάμε πως εξακολουθεί να είναι μόλις επτά ετών.

Η εμφάνιση της οικονομικής ευρωστίας του Facebook, φυσικά, θα βοηθήσει στην αποτίμηση του πριν από την προσεχή δημόσια εγγραφή της, η οποία φημολογείται ότι τώρα πρέπει να προγραμματιστεί για το Μάιο.

Το Facebook κυκλοφόρησε το infographic μια εφαρμογή η οποία εμφανίζεται στο κάτω μέρος της αρχικής σελίδας (έπειτα από ενεργοποίηση) για να απεικονίσει οικονομικές επιπτώσεις της εταιρείας του Facebook σε όλη την Ευρώπη.

Ο ιδρυτής του Marc Zuckerberg ανακοίνωσε επίσης ότι το Facebook θα υποστηρίξει την εκστρατεία της Επόμενης Γενιάς δεξιοτήτων για να εξασφαλίσει στους νέους να έχουν τις κατάλληλες δεξιότητες για να ενταχθούν και να διαχειρίζονται το ψηφιακό κόσμο, όπως και την δημιουργική βιομηχανία του Ηνωμένου Βασιλείου.

Facebook: €15,3 δις η συνεισφορά του στην ευρωπαϊκή οικονομία το 2011

Απ' ότι φαίνεται, οι ιστόχρωροι κοινωνικής δικτύωσης έχουν προ πολλού περάσει το στάδιο της μόδας και αποτελούν μια κανονικότητα επιχειρηματική δραστηριότητα, ιδιαίτερα μάλιστα προσοδοφόρα. Αυτό αποτυπώνεται και στην πρόσφατη έρευνες σύμφωνα με τις οποίες το Facebook συνεισέφερε €15,3 δις στην ευρωπαϊκή οικονομία το 2011...



Οι έρευνες απεικονίζουν ακόμα ότι ο “βασιλιάς” των κοινωνικών δικτύων δημιούργησε και υποστήριξε περισσότερες από 230.000 θέσεις εργασίας στην Ευρώπη.

Μάλιστα, μόνο στο Ην.Βασίλειο το Facebook υποστήριξε 35.200 θέσεις εργασίας και η εκτιμώμενη συνεισφορά του στη βρετανική οικονομία υπολογίζεται στα €2,6 δις.

Η συνεισφορά του Facebook στην ευρωπαϊκή οικονομία έγινε με διάφορους τρόπους, συμπεριλαμβανομένων των άμεσα καταβαλλόμενων μισθών και φόρων των εργαζομένων.

Στη μελέτη της Deloitte περιλαμβάνονται επίσης και οι επιπτώσεις της δαπάνης στη γενικότερη οικονομία, ως αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με το Facebook και την αύξηση της αναγνωρισιμότητας και των πωλήσεων των επιχειρήσεων με παρουσία στο Facebook. Επιπλέον, το δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο αποτελεί τον κόμβο φιλοξενίας πλειάδας εφαρμογών, ενισχύοντας τη ζήτηση για ευρυζωνικό διαδίκτυο και συσκευές με δυνατότητα σύνδεσης στο Internet.

Τέλος, στο πλαίσιο παρουσίασης της μελέτης, η Sheryl Sandberg, COO του Facebook, ανακοίνωσε ένα πρόγραμμα παροχής διαφημιστικής δαπάνης ύψους 100 ευρώ σε 50.000 μικρές επιχειρήσεις στην Ευρώπη. Η ίδια σημείωσε ότι αν και το συγκεκριμένο ποσό δεν ακούγεται υψηλό, θα είναι αρκετό για τις επιχειρήσεις να στοχεύσουν τους πελάτες τους με τουλάχιστον μία διαφημιστική εμφάνιση.

Δυσκολεύεστε οικονομικά; Κερδίστε χρήματα από το...facebook

Πολλοί χρήστες θα μπορούν να βγάλουν εύκολα χρήματα απλά πατώντας πάνω στις διαφημίσεις που εμφανίζονται στη δημοφιλή ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης. Το δημοφιλές site κοινωνικής δικτύωσης θέλοντας να κάνει τις διάφορες διαφημίσεις που εμφανίζονται σε κάθε χρήστη κατά τη περιήγησή του στο site, αποφάσισε να αρχίσει να πληρώνει μερικούς, για να κάνουν κλικ στις διαφημίσεις.



Έτσι λοιπόν το Facebook θα ξεκινήσει να δίνει ποσοστά σε όσους χρήστες επιλέξουν να δουν μια διαφήμιση, τα οποία θα ανέρχονται σε \$0.10 ανά κλικ. Το μέτρο αναμένεται να ισχύσει αρχικά στα παιχνίδια και μερικές από τις εταιρίες που έχουν δηλώσει συμμετοχή στο πρόγραμμα αυτό είναι η Zynga, η CrowdStar και η Digital Chocolate.

Οπότε από εδώ και μπρος τα δημοφιλή παιχνίδια όπως το Farmville και το Mafia Wars θα μπορούν να φέρουν πολλούς χρήστες στο «παιχνίδι» της πληρωμένης διαφήμισης που ξεκινάει το Facebook.

Τέλος με το που κάποιος χρήστης κάνει κλικ σε μία διαφήμιση, τότε το Facebook θα του στέλνει ειδοποίηση ότι μπήκαν στο λογαριασμό του \$0.10 και από εκεί και πέρα θα μπορούν να έχουν στη διάθεσή τους κι άλλες διαφημίσεις για να κάνουν κλικ και να βγάλουν περισσότερα λεφτά.

Οικονομικά αποδοτική διαφήμιση

Μία διαφήμιση στο Facebook θα σας κοστίσει περίπου 0.10 με 2 ευρώ το πολύ για κάθε κλικ. Το κόστος αυτό εμφανίζεται στις πιο ακριβές διαφημίσεις και όσο περισσότερα είναι τα κριτήρια εμφάνισης της διαφήμισής, το κόστος μειώνεται σημαντικά.

- Εμφάνιση σε κοινό βάσει τοποθεσίας, ηλικίας, φύλου και ενδιαφερόντων
- Προώθηση τη σελίδα σας στο Facebook ή μιας εξωτερικής ιστοσελίδας
- Χρήση του κουμπιού "Μου αρέσει" για να προβληθεί η διαφήμιση ακόμα περισσότερο
- Ορισμός ημερήσιου προϋπολογισμού και αλλαγή οποιαδήποτε στιγμή
- Επιλογή πληρωμής μόνο όταν κάποιος κλικάρει (κόστος ανά κλικ/CPC) ή βλέπει (κόστος ανά εμφάνιση/CPM) τη διαφήμισή σας.

Δε σου δίνει η τράπεζα; Πάρε δάνειο από το Facebook!

Λέγεται P2P lending, είναι το eBay των δανείων, μια παλιά ιδέα που κάνει δυναμικό comeback, και υπόσχεται να σε κάνει να ξεχάσει τις τράπεζες, τουλάχιστον σε ότι αφορά τα δάνεια!



Θες να πάρεις ένα δάνειο με ένα σχετικά χαμηλό επιτόκιο, ας πούμε 6,5%; Να επενδύσεις τα χρήματά σου με επιστροφή πάνω από 10% (όταν η τράπεζα σου δίνει το πολύ 1%); Χωρίς πολύ χαρτούρα; Χωρίς να μάθει κανείς τίποτα; Τα κακά νέα είναι ότι -ακόμα- δεν μπορείς εκτός αν είσαι κάτοικος 14 συγκεκριμένων Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής, Μεγάλης Βρετανίας, Ιταλίας ή Γερμανίας. Τα καλά νέα είναι ότι με τους ρυθμούς που διαδίδεται το Peer 2 Peer lending αυτή τη στιγμή και την κατάσταση που βρίσκονται οικονομία και τράπεζες, η μέρα που θα μπορείς να δανείζεις και να δανείζεσαι από το διαδίκτυο δεν είναι μακριά.

Φαντάσου κάτι μεταξύ Facebook, Napster και e-Bay. Μια μεγάλη κοινότητα χρηστών που συνδέονται με ένα κοινωνικό δίκτυο και είναι πρόθυμοι να προβούν σε οικονομικές συναλλαγές με την ίδια ευκολία που κάποτε αντάλλαζαν mp3. Μόνο που οι συναλλαγές τους διέπονται από την κουλτούρα των συναλλαγών και των δημοπρασιών που βλέπεις στο eBay και (δε βλέπεις) στα χρηματιστήρια του κόσμου. Η πραγματοποίηση των συναλλαγών γίνεται μετά από μια διαδικασία προσφορών και για αυτούς που δανείζουν και για αυτούς που δανείζονται.

Στο αμερικάνικο [Prosper](#), για παράδειγμα, μπορείς να δανείσεις με 10,69% κέρδος αν δεν θες να ρισκάρεις καθόλου και με 18,54% αν είσαι και λίγο τζογαδόρος. Να δανειστείς με 6,59% αν έχεις "πρόσωπο στην διαδίκτυο" ή με 35,84% αν είσαι διαδικτυακά αναξιόπιστος που σε κάθε περίπτωση είναι καλύτερα από το να πας σε τοκογλύφο! Εσύ δημιουργείς ένα προφίλ σαν αυτό που φτιάχνεις στο Facebook παρέχοντας στην ιστοσελίδα προσωπικά και οικονομικά στοιχεία. Η ιστοσελίδα σου αντιστοιχεί ένα βαθμό αξιοπιστίας ανάλογα με το παρελθόν σου.

Στη συνέχεια κάνεις ένα post με το δάνειο που ζητάς. Οι επίδοξοι επενδυτές - δανειστές βλέπουν την αγγελία σου και αναλόγως κρίνουν. Ή αφήνουν το prosper.com να κρίνει για αυτούς. Όταν ένα δάνειο χρηματοδοτηθεί, το prosper.com δημιουργεί ένα σχέδιο αποπληρωμής και καταθέτει μηνιαίως τα χρήματα κατευθείαν στον δανειολήπτη. Η αποπληρωμή γίνεται σε έως και 36 δόσεις.

Στο γερμανικό [Smava](#) τα πράγματα είναι -αναμενόμενα- λίγο πιο αυστηρά! Η διαδικασία είναι πάνω κάτω η ίδια αλλά η ιστοσελίδα χρησιμοποιεί την υπηρεσία PostIdent (του γερμανικού ταχυδρομείου) για να επιβεβαιωθεί η φυσική διεύθυνση του χρήστη και πληροφορίες από το γραφείο πίστωσης Schufa για να ελεγχθεί πιο αντικειμενικά το ιστορικό του. Για να μπορεί κάποιος χρήστης να χρηματοδοτηθεί θα πρέπει να βαθμολογηθεί από A ως F (που αντιστοιχούν σε πιθανότητα χρεωκοπίας μεταξύ 1,4% και 7,2%). Η ιστοσελίδα παράλληλα συνεργάζεται με την τράπεζα BiW για τις συναλλαγές ενώ σε περίπτωση μη-πληρωμής διατηρεί το δικαίωμα να πουλήσει το χρέος στη εταιρεία συλλογής χρεών Intrum Justita. Το μεγαλύτερο δάνειο που μπορεί να χορηγηθεί είναι 10 χιλιάδες ευρώ και το μέγιστο που μπορείς να δανειστείς 25 χιλιάδες.

Το peer 2 peer lending δεν είναι κάτι καινούριο. Ιστοσελίδες όπως το [Zopa](#), το Prosper και το [Lending Club](#) ξεκίνησαν γύρω στο 2006 πάνω σε μια δοκιμασμένη ιδέα: Σε έναν κόσμο που δικτυώνεται με ραγδαίους ρυθμούς είναι εφικτό να συναλλάσσεσαι κατευθείαν με κάποιο φυσικό πρόσωπο! Καταργώντας τη μεσολάβηση της τράπεζας και συμμετέχοντας σε ένα μεγαλύτερο δίκτυο από αυτό που αντιπροσωπεύουν οι πελάτες της μπορείς να πετύχεις μικρότερα επιτόκια δανεισμού και μεγαλύτερες επιστροφές στο κεφάλαιο σου.

Στην πράξη, όμως, τα πράγματα δεν εξελίχθηκαν τόσο ιδανικά. Δύο χρόνια μετά την έναρξη της λειτουργίας του, το prosper.com αναγκάστηκε να αναστείλει τις δραστηριότητες του μετά από έρευνα της Επιτροπής Ασφαλείας και Συναλλαγών (SEC). Τα "κανόνια" είχαν ξεπεράσει το 20% την ίδια στιγμή που η τράπεζες έδιναν μονοψήφια νούμερα. Και το σημαντικότερο ήταν ότι οι δανειστές που αθετούσαν τις υποχρεώσεις τους μπορούσαν να το κάνουν χωρίς επιπτώσεις. Η ιστοσελίδα είχε κάνει το λάθος να θεωρεί ότι ο ρόλος της περιορίζεται στην παροχή της πλατφόρμας και όχι στην επιτήρηση των συναλλαγών (και κυρίως των δανειστών) όπως όλα τα κοινωνικά δίκτυα της εποχής.

Τι έχει αλλάξει τώρα; Καταρχήν, το οικονομικό κλίμα. Μετά τη φούσκα του στεγαστικού και τη διάσωση των τραπεζών στην Αμερική, τα ποσοστά αθέτησης υποχρεώσεων που εμφανίζουν οι τράπεζες είναι εξίσου υψηλά και τα αποθεματικά τους έχουν στερέψει. Παράλληλα, οι ιστοσελίδες του P2P πήραν το μάθημα τους και άρχισαν να εφαρμόζουν πιο αυστηρά κριτήρια (όπως η Smava) παρότι αυτό τις κάνει λιγότερο ελκυστικές σε υποψήφιους δανειστές. Χαρακτηριστικά, η Zopa UK, που είχε τα πιο αυστηρά κριτήρια και απέφυγε τα λάθη του prosper.com δεν ξεπέρασε το 2% των συνολικών δανείων στη Μεγάλη Βρετανία. Ωστόσο, οι αυστηρές αξιολογήσεις είναι μονόδρομος.

Παράλληλα, η σχετική τεχνολογία έχει ωριμάσει. Για να κάνει ένα service ασφαλείς αξιολογήσεις δεν φτάνει ένα "λευκό" οικονομικό μητρώο. Με εξελιγμένες τεχνικές data mining που έχουν πλέον στη διάθεση τους τα P2P lending μπορούν να κάνουν καλύτερες αξιολογήσεις από δεδομένα αναλυτικών λογαριασμών, πιστωτικών καρτών, τραπεζικών λογαριασμών και συναλλαγών από ATM. Τα δεδομένα αυτά είναι πιο κοντά στην πραγματικότητα από τα μητρώα που χορηγούν τα γραφεία πίστωσης και οι αξιολογήσεις γίνονται πιο κοντά στον πραγματικό χρόνο παρά στο χρόνο έκδοσης του πιστοποιητικού!

Δε φτάνει όμως αυτό. Η ευαισθησία σχετικά με την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων είναι υψηλή και δύσκολα οι χρήστες συνηγορούν στην παραχώρησή τους. Τη λύση εδώ δίνει ο μαθηματικός Graig Gentry που το 2009 παρουσίασε μια τεχνική με την ονομασία "πλήρης ομομορφική κρυπτογράφηση". Η τεχνολογία αυτή επιτρέπει την διεξαγωγή υπολογισμών χωρίς να απαιτείται η αποκωδικοποίηση των δεδομένων. Εσύ δίνεις τη συγκατάθεση σου να χρησιμοποιηθούν τα δεδομένα σε κωδικοποιημένη μορφή και αυτά αναλύονται χωρίς να τα διαβάσει κανείς. Επιπλέον, αν τα δεδομένα δεν περνάνε

δευτερόλεπτο στην αποκωδικοποιημένη τους μορφή, η ιστοσελίδα γίνεται λιγότερο ελκυστικός στόχος για επιθέσεις υποκλοπής δεδομένων.

Τι σημαίνουν όλα αυτά στην πράξη; Σύμφωνα με τα στοιχεία της ιστοσελίδας [Lendstats](#), το P2P lending εμφανίζει ρυθμούς αύξησης που θα ζήλευε και το twitter. Ο αριθμός των δανείων του prosper.com σχεδόν διπλασιάστηκε μέσα στο 2011 (9872 από 5650 το 2010) ενώ διατήρησε τις υψηλότερες αποδόσεις με πάνω από 9% στην αρχική επένδυση. Τα συνολικά δάνεια που έχει διαχειριστεί από το 2006 έχουν φτάσει τα 300 εκατομμύρια δολάρια. Εξίσου εντυπωσιακά, ο αριθμός των δανείων που χορηγήθηκαν μέσω του lendingclub.com παρουσίασε αύξηση 50% περίπου φτάνοντας τα 18514 δάνεια.

Με αυτούς τους ρυθμούς, το lendingclub.com, εκτιμούν οι ειδικοί, μπορεί να γίνει μεγαλύτερο από τη Citibank μέσα σε 7 χρόνια. Ίσως και συντομότερα αν οι τράπεζες δεν προσαρμοστούν γρήγορα στα νέα δεδομένα. Η ιστορία του διαδικτύου έχει διδάξει πως όταν μια ιδέα ωριμάσει ως τεχνολογία και ως κουλτούρα διαδίδεται αστραπιαία. Όσο περισσότερο πραγματικό χρήμα θα ρέει μεταξύ των χρηστών, τόσο περισσότεροι νέοι χρήστες θα εγγράφονται σε αυτά τα δίκτυα και τόσο περισσότερες συναλλαγές θα πραγματοποιούν βάζοντας τα χρήματα από τσέπη σε τσέπη και όχι σε μπόνους τραπεζικών στελεχών.

Εσύ, λοιπόν, από που θα πάρεις το επόμενο δάνειο;

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Μεθοδολογία Έρευνας

Σύντομη περιγραφή

Η έρευνα αυτή αποσκοπεί στη διερεύνηση των κινδύνων που σχετίζονται με τους ιστόχρωρους κοινωνικής δικτύωσης και μελετά το θέμα της ενημέρωσης και τις απόψεις των εφήβων γι' αυτούς. Επειδή αυτό σχετίζεται άμεσα με τη συμπεριφορά και την ψυχολογία του κάθε χρήστη, τα οποία αποτελούν αστάθμητους παράγοντες, δεν μπορεί παρά να απαιτείται πολυδιάστατη προσέγγιση για την ερμηνεία και ανάλυσή τους. Έτσι αποφασίσαμε να υλοποιήσουμε την έρευνα μας συνδυάζοντας δυο διαφορετικά ερευνητικά εργαλεία: την **παρατήρηση** και το **ερωτηματολόγιο** (Μέθοδος τριγωνοποίησης: Η τριγωνοποίηση μπορεί να οριστεί ως η χρήση δύο ή περισσότερων μεθόδων συλλογής στοιχείων για τη μελέτη κάποιας πλευράς της ανθρώπινης συμπεριφοράς (Cohen & Manion, 1997).

Παράλληλα αναζητήσαμε και τη γνώμη ειδικών – εμπειρογνομόνων πάνω στο θέμα, και επίσης αποφασίσαμε να χρησιμοποιήσουμε και αποτελέσματα από προγενέστερες έρευνες με παρόμοιο περιεχόμενο – έρευνες είτε από την Ελλάδα είτε από το εξωτερικό

Σαν εργαλείο χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο με 13 ερωτήσεις κλειστού τύπου πολλαπλών επιλογών, όπου οι ερωτηθέντες επέλεξαν από συγκεκριμένο αριθμό απαντήσεων. Το ερωτηματολόγιο κατασκευάστηκε λαμβάνοντας υπόψη το σκοπό και τους στόχους της έρευνας και συμπεριλαμβάνεται στο παράρτημα.

Για την ποσοτική ανάλυση των δεδομένων που αντλήθηκαν από τα ερωτηματολόγια και τη παρουσίαση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκαν πίνακες και διαγράμματα με τη βοήθεια ειδικού λογισμικού του MS Excel.

ΣΥΛΛΟΓΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

Αρχικά διατυπώσαμε τα βασικά ερωτήματα της ερευνητικής μας εργασίας (σελ. 6). Ξεκινήσαμε αναλύοντας το πρώτο βασικό ερώτημα σε τέσσερις άξονες και κάθε υποομάδα ανέλαβε τη διερεύνηση ενός από αυτά. Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας συζητήσαμε συνολικά και καταλήξαμε στα συμπεράσματα του πρώτου βασικού ερωτήματος. Το δεύτερο και το τρίτο ερώτημα αποφασίσαμε μέσα από συζήτηση να απαντηθούν με την χρήση ενός πιο εξειδικευμένου ερευνητικού εργαλείου (ερωτηματολόγιο). Έπειτα συγκεντρώσαμε στοιχεία-δεδομένα για την διερεύνηση του τέταρτου βασικού ερωτήματος(αναζήτηση συμπερασμάτων υπαρχουσών ερευνών, γνώμη ειδικών κλπ.).Τέλος, προχωρήσαμε στην εκτέλεση μιας παρατήρησης μέσα από την οποία εντυφήσαμε στα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του facebook.

Δουλέψουμε αρκετά σε τέσσερις υπό-ομάδες. Συχνά όμως η ομάδα δούλεψε σαν σύνολο. Συζητήσαμε το θέμα της εργασίας και ύστερα την χωρίσαμε σε βασικά ερωτήματα έτσι ώστε να διευκολύνουμε την ερευνά. Η κάθε μια ανέλαβε από ένα τμήμα από αυτά τα ερωτήματα. Έπειτα αναζητήσαμε τις απαραίτητες πληροφορίες έτσι ώστε να απαντηθούν τα ερωτήματα. Αφού εντοπίσαμε αυτά που χρειαζόμασταν, τα αποθηκεύσαμε και τα αποστείλαμε στον Η/Υ του καθηγητή μας για να τα αξιολογήσει προχωρώντας έτσι στο τελευταίο στάδιο της ερευνητικής εργασίας που είναι η σύνταξη κειμένου.

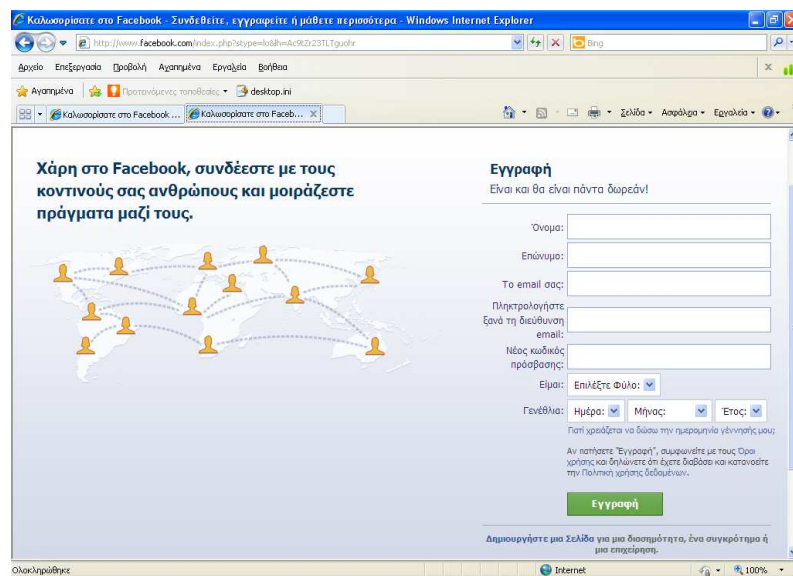
1. Παρατήρηση

Η παρατήρηση χρησιμοποιείται αυτοτελώς ως κύρια μέθοδος στην παιδαγωγική έρευνα. Είναι όμως δυνατόν να χρησιμοποιείται και ως δευτερεύουσα μέθοδος, για την καλύτερη κατανόηση και ερμηνεία των δεδομένων που συγκεντρώνει ο ερευνητής, κάνοντας χρήση άλλων μεθόδων και τεχνικών έρευνας. Έτσι σε κάθε σχεδόν μορφή παιδαγωγικής επιστημονικής έρευνας γίνεται άλλοτε λίγο και άλλοτε πολύ, χρήση της παρατήρησης.

Η «παρατήρηση» μπορεί να οριστεί ως η προσεκτική παρακολούθηση και καταγραφή της εκτύλιξης των φαινομένων, χωρίς πρόθεση τροποποίησής τους, που γίνεται με ή χωρίς τη βοήθεια των κατάλληλων μέσων μελέτης και έρευνας (Cohen & Manion, 1997). Μπορεί να ειπωθεί πως η συγκεκριμένη μέθοδος συμπληρώνει τον πειραματισμό. Αποτελεί ακόμα το προκαταρκτικό στάδιο και το έναυσμα πολλών πειραματικών ερευνών (Simon, 1972). Μέσω αυτής αρχίζουν οι περισσότερες πειραματικές έρευνες.

Η διαδικασία που ακολουθήσαμε

Αποφασίσαμε να φτιάξουμε ένα λογαριασμό για να παρατηρήσουμε τα βήματα που περιλαμβάνει η διαδικασία δημιουργίας ενός προφίλ στο facebook. Επιλέξαμε ένα φανταστικό προφίλ και μετά από “μακρά” συζήτηση, αποφασίσαμε να χρησιμοποιήσουμε το όνομα χρήστη “Θεόδωρος Κολοκοτρώνης”. Για να γίνει αυτό απαιτείται η ύπαρξη ενός λογαριασμού e-mail σε οποιαδήποτε εταιρεία. Έτσι δημιουργήσαμε ένα λογαριασμό e-mail με ψευδή στοιχεία και καταφέραμε να ανοίξουμε το συγκεκριμένο προφίλ στο face book.



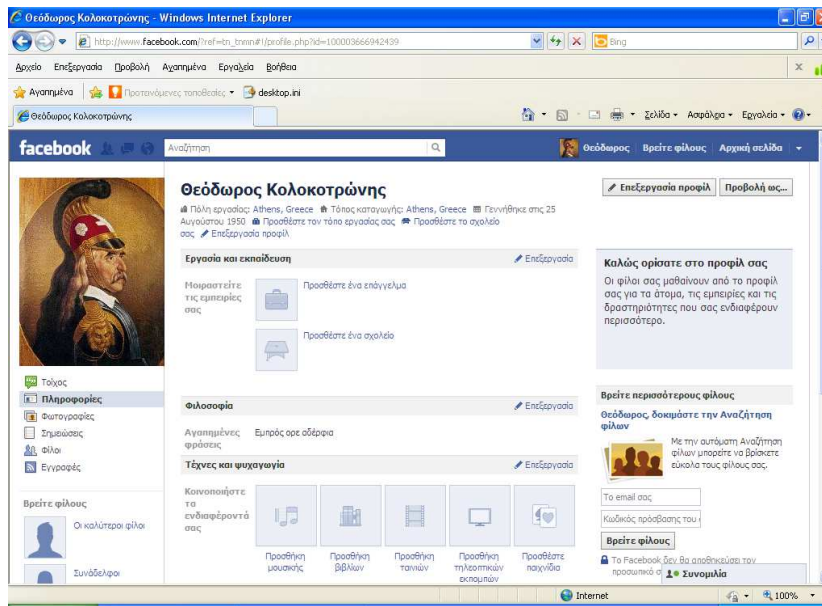
Βήμα 1^ο Δημιουργία προφίλ

Τα στοιχεία που μας ζητήθηκαν ήταν:

Όνομα – Επώνυμο - Το Email σας - Νέος Κωδικός - Φύλο - Γενέθλια / Ημέρα / Έτος

Παρατήρηση: Τρόποι εύρεσης φίλων και επιπλέον στοιχεία όπως εκπαίδευση, τόπος διαμονής. **Επιβεβαιώνεται μόνο ότι το email είναι υπαρκτό.**

Προσθήκη φώτο



Βήμα 2^ο Αναζήτηση φίλων

Συνεχίζοντας προχωρήσαμε στην αναζήτηση φίλων και προς μεγάλη μας έκπληξη αρκετοί ακόμα είχαν ήδη χρησιμοποιήσει το ίδιο όνομα .Η αναζήτηση φίλων δεν έγινε μόνο στα ελληνικά αλλά και στη γλώσσα του facebook τα λεγόμενα “greeklish”.

Βρήκαμε ατελείωτους «φίλους» ήρωες της Επανάστασης του ’21 (Καραϊσκάκη, Νικηταρά κ.λ.π). Άλλα προφίλ καλοσχεδιασμένα και άλλα πρόχειρα και αμφιβόλου προελεύσεως.

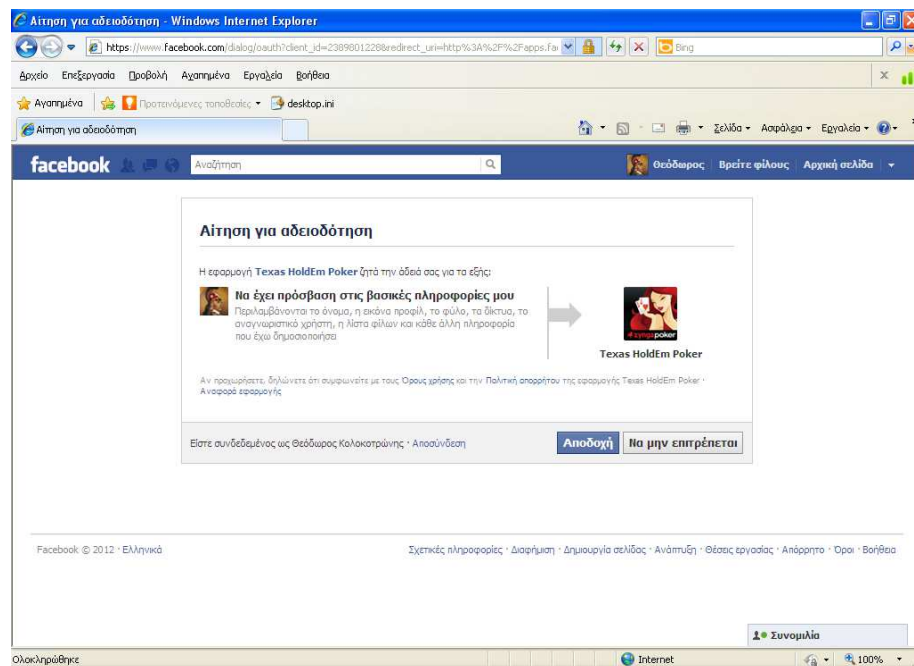
Βήμα 3^ο Λειτουργίες – Επιλογές

Καταγράψαμε τις βασικότερες από τις λειτουργίες – ενέργειες – δραστηριότητες που μπορεί να ασχοληθεί ο χρήστης. Συγκεκριμένα:

- Συνομιλίες (Άμεσα Μηνύματα- chat)
- Έμμεσα Μηνύματα
- Παρακολούθηση Videos και φωτογραφιών
- Αναρτήσεις
 - Δημοσιεύσεις
 - Σχόλια
 - Video
 - Φωτογραφίες
 - Ηλεκτρονικές Διευθύνσεις
 - Κείμενο (Τοίχος)
 - Εικόνες
- Αναζήτηση-οργάνωση φίλων (Block-Απόρριψη - Διαγραφή-αίτηση ανεπιθύμητη)
- Πληροφορίες (profile)
- Σκούντημα-Like-Dislike-Επισήμανση σε φωτογραφία
- Διαχείριση Προφίλ (αυτόν που βλέπουν και τι)
- Εφαρμογές
 - Παιχνίδια (poker, blackjack, τζόγος, dod.gr, Farmville, Crime city)
 - Επεξεργασία φωτογραφιών (picnick)
- Διαφημίσεις
- Ομάδες (εκδηλώσεις, ιστοσελίδες προγραμμάτων καλλιτεχνών)

Βήμα 4^ο Εφαρμογές

Εντοπίσαμε εφαρμογές μέσα από τις οποίες καταφέραμε να επιτύχουμε την περιορισμένη προβολή των προσωπικών μας στοιχείων (εικόνες, καταστάσεις, σχόλια κλπ).



Και αποκτήσαμε πρόσβαση στα παιχνίδια – ακόμα και αυτά του ηλεκτρονικού τζόγου άμεσα.



Βήμα 5^ο Διαγραφή

Στη συνέχεια επιχειρήσαμε να διαγράψουμε το προφίλ αυτό. Στάθηκε αδύνατο, όσο και αν προσπαθήσαμε. Το μόνο που καταφέραμε ήταν απλά να το απενεργοποιήσουμε για κάποιο χρονικό διάστημα

2. Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί το σύνολο γραπτών ερωτήσεων σχετικών με το πρόβλημα, τις οποίες ο ερευνητής απευθύνει ομοιόμορφα στα υποκείμενα του δείγματος με σκοπό να συγκεντρώσει τις αναγκαίες ερευνητικές πληροφορίες. Πρόκειται δηλαδή για ένα όργανο έρευνας με το οποίο συγκεντρώνονται έμμεσα πολλές και διάφορες πληροφορίες (Βάμβουκας, 2002).

Χρησιμοποιήσαμε ένα ερωτηματολόγιο ως βασικό εργαλείο έτσι ώστε να διερευνήσουμε την άποψη των εφήβων για το συγκεκριμένο θέμα. Για τη διατύπωσή του στηριχτήκαμε πάνω στους εξής βασικούς άξονες

1. Δημοφιλία
2. Απόψεις εφήβου
 - Ενημέρωση
 - Κίνδυνοι
 - Τρόποι προστασίας
3. Ψυχολογία των εφήβων

Με βάση τα παραπάνω διατυπώσαμε τα βασικά ερωτήματα της έρευνας:

- **Ερώτημα 1ο.** Για ποιους λόγους χρησιμοποιούν τα παιδιά το Facebook και ποιες επιμέρους υπηρεσίες του προτιμούν περισσότερο;
- **Ερώτημα 2ο.** Ποια είναι η συχνότητα σύνδεσης των παιδιών στο Facebook και πόσο αυτή επηρεάζει την προσωπική τους ζωή;
- **Ερώτημα 3ο.** Ποια είναι η κοινωνική συμπεριφορά των παιδιών στο Facebook και πως σχετίζεται με την αντίστοιχη στην πραγματική ζωή τους;
- **Ερώτημα 4ο.** Πόσο εκτεθειμένοι είναι οι μαθητές στους κινδύνους; Έχουν βιώσει κάποια δυσάρεστη εμπειρία κατά την ενασχόλησή τους με το Facebook; Αν ναι, πως την αντιμετώπισαν;
- **Ερώτημα 5ο.** Είναι επαρκώς ενημερωμένοι οι έφηβοι για τους κινδύνους που διατρέχουν στο Facebook; Επιθυμούν να ενημερωθούν; Αν ναι, από ποιον φορέα και αν όχι από πού επιθυμούν να ενημερωθούν.

Καταλήξαμε σε διαβαθμισμένες ερωτήσεις κλειστού τύπου με σκοπό να προχωρήσουμε στην ανάλυση των δεδομένων όσο το δυνατόν γρηγορότερα καθώς ο χρόνος ήταν αρκετά περιορισμένος.

Στη συνέχεια προχωρήσαμε στην συγκέντρωση όλων των ερωτήσεων και την επεξεργασία του ερωτηματολογίου στον Η/Υ. Το ερωτηματολόγιο εκτυπώθηκε και μοιράστηκε σχεδόν σε όλα τα παιδιά του σχολείου. Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 84 μαθητές – 34 αγόρια και 50 κορίτσια των τριών τάξεων του λυκείου .

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήσαμε το παραθέτουμε στο Παράρτημα της εργασίας.

Τέλος συγκεντρώσαμε τα απαντημένα πλέον ερωτηματολόγια και μέσα από αυτά καταλήξαμε σε συγκεκριμένα συμπεράσματα.

Τρόπος επεξεργασίας δεδομένων από τα ερωτηματολόγια.

Αφού συγκεντρώσαμε όλα τα ερωτηματολόγια, τα μοιράσαμε στις τέσσερις υποομάδες. Κάθε υποομάδα ανέλαβε να συγκεντρώσει τις απαντήσεις από τα ερωτηματολόγια που τις αναλογούσαν. Αυτό έγινε σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα διότι όλες οι περισσότερες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου είναι κλειστού τύπου αλλά και γιατί ο χρόνος πίεζε ασφυκτικά, έτσι τα αριθμητικά αποτελέσματα συγκεντρώθηκαν σχετικά γρήγορα από κάθε υποομάδα σε ένα ξεχωριστό κενό ερωτηματολόγιο. Τέλος τα 4 αυτά

ερωτηματολόγια συλλέχθηκαν από ένα άτομο το οποίο συγκέντρωσε όλες τις απαντήσεις και δημιούργησε ένα φύλο με τα συνολικά αριθμητικά δεδομένα της έρευνας.

Παραγωγή αποτελεσμάτων

Αυτά τα δεδομένα μέσω προγράμματος Excel επεξεργάστηκαν και μετατράπηκαν αυτόματα σε διαγράμματα και ποσοστά επί τις εκατό (%). Με αυτά τα αποτελέσματα της δημοσκόπησης καταλήξαμε στα σημαντικά συμπεράσματα που παρουσιάζουμε στο τέλος του κεφαλαίου.

1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ:

1. ΣΤΟΧΟΣ:

- Να διερευνήσουμε για ποιους λόγους χρησιμοποιούν τα παιδιά το Facebook και ποιες επιμέρους υπηρεσίες του προτιμούν περισσότερο;
- Να διερευνήσουμε ποια είναι η συχνότητα σύνδεσης των παιδιών στο Facebook και πόσο αυτή επηρεάζει την προσωπική και κοινωνική τους ζωή;
- Να διερευνήσουμε πόσο εκτεθειμένοι είναι οι μαθητές στους κινδύνους; Έχουν βιώσει κάποια δυσάρεστη εμπειρία κατά την ενασχόλησή τους με το Facebook; Αν ναι, πως την αντιμετώπισαν;
- Να παραθέσουμε και να προβληματίσουμε τους μαθητές παραθέτοντάς τους κατάλληλα ερωτήματα (λ.χ. λίστα κινδύνων που έχουν αντιμετωπίσει)
- Να διερευνήσουμε το βαθμό ενημέρωσης των εφήβων για τους κινδύνους που διατρέχουν στο Facebook αλλά και αν επιθυμούν να ενημερωθούν και από ποιον;

2. ΜΕΘΟΔΟΣ:

- Δημοσκόπηση

3. ΔΕΙΓΜΑ:

- Μαθητές των 3 τάξεων του Λυκείου.

Φύλλο: 34 Αγόρια και 50 κορίτσια

Ηλικία:

15	16	17	18
11%	42%	29%	19%

2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

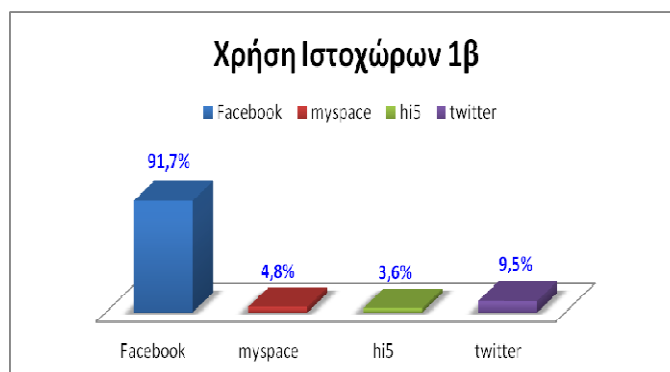
Η ανάλυση και η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας που ακολουθεί βασίζεται στις απαντήσεις που δόθηκαν από τους μαθητές στα ερωτηματολόγια που μοιράστηκαν.

Συγκεκριμένα και ανά ερώτηση έχουμε τους παρακάτω πίνακες:

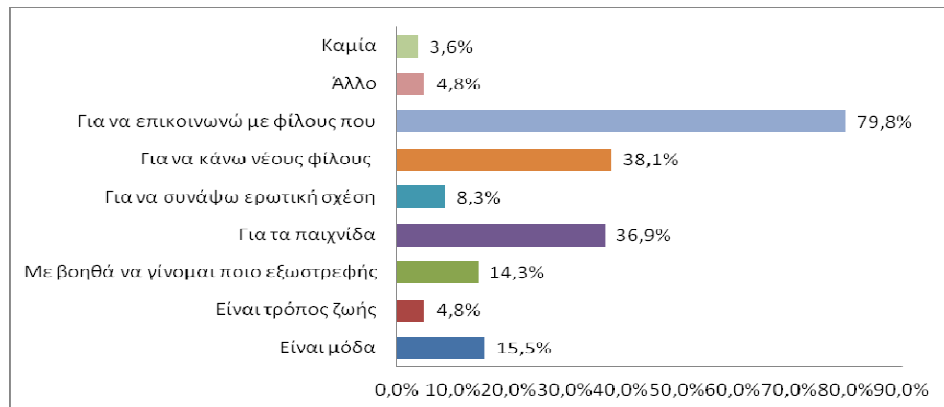
1. α) Κάνετε χρήση κάποιου ιστοχώρου κοινωνικής δικτύωσης;

ΝΑΙ	ΟΧΙ
95,2%	4,8%

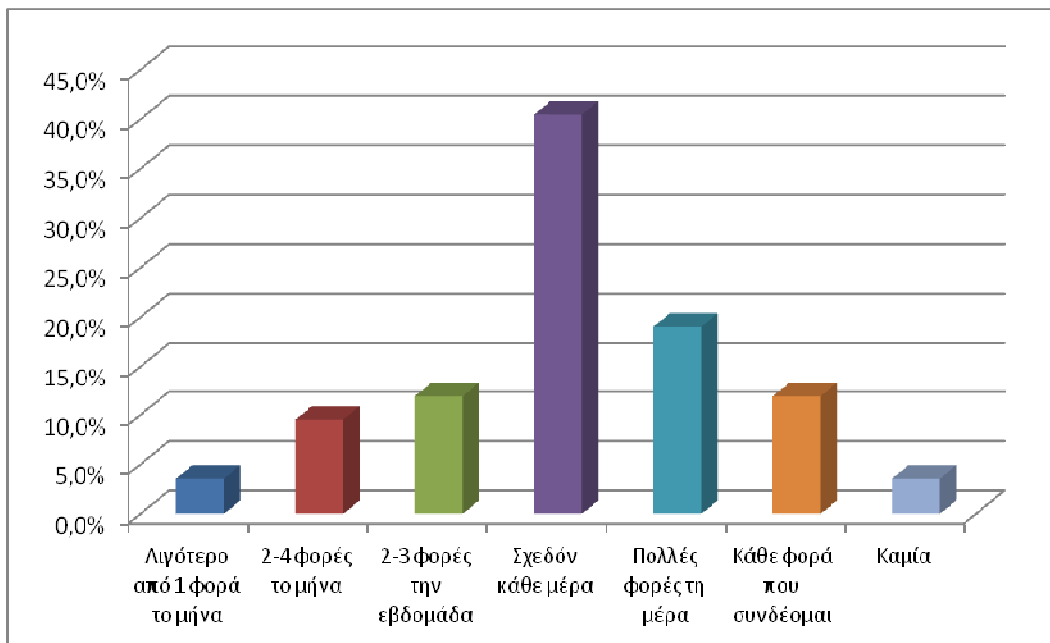
1β. Αν ναι ποιού;



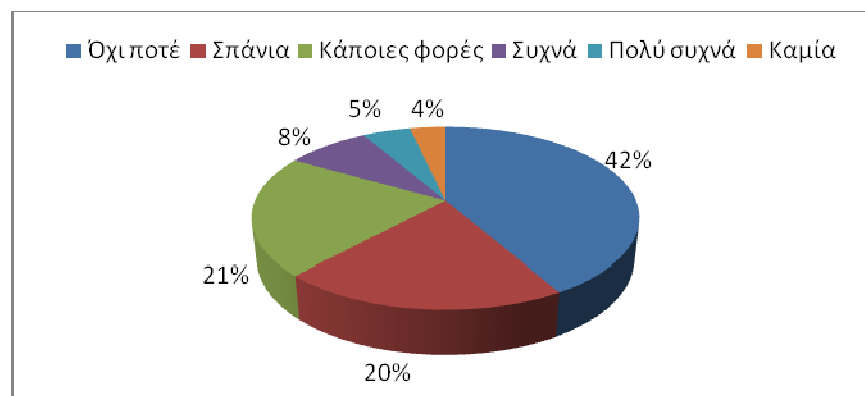
2. Γιατί χρησιμοποιείτε ιστοχώρους κοινωνικής δικτύωσης;



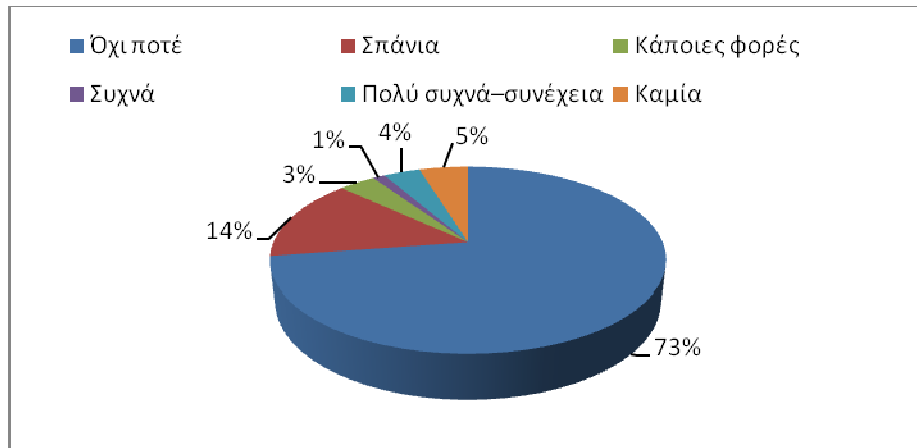
3. Πόσο συχνά συνδέεστε σε ιστοχώρους κοινωνικής δικτύωσης;



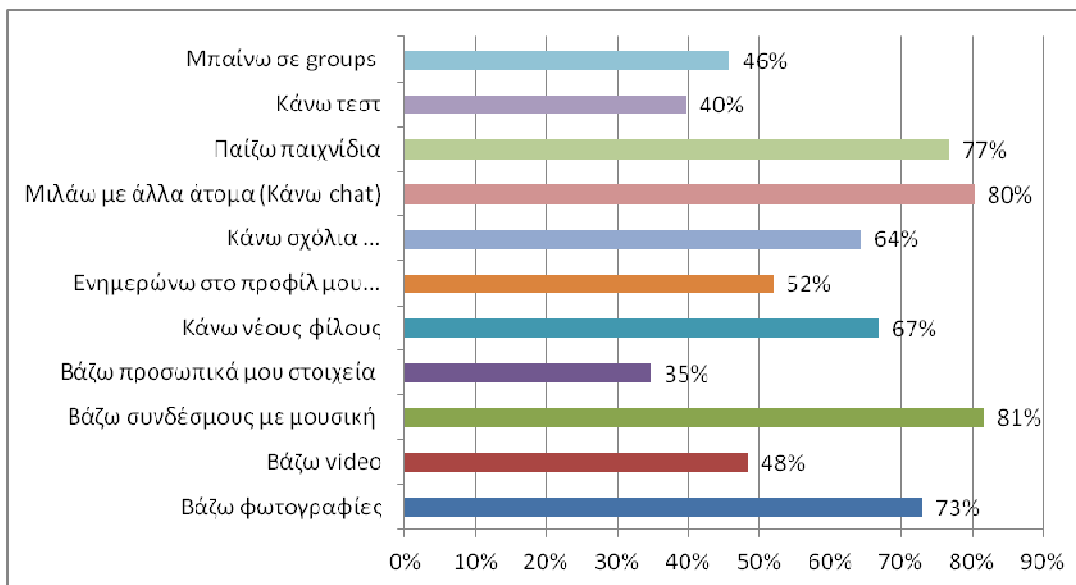
4. Παραμελείς τα μαθήματά σου για να αφιερώσεις χρόνο στο facebook;



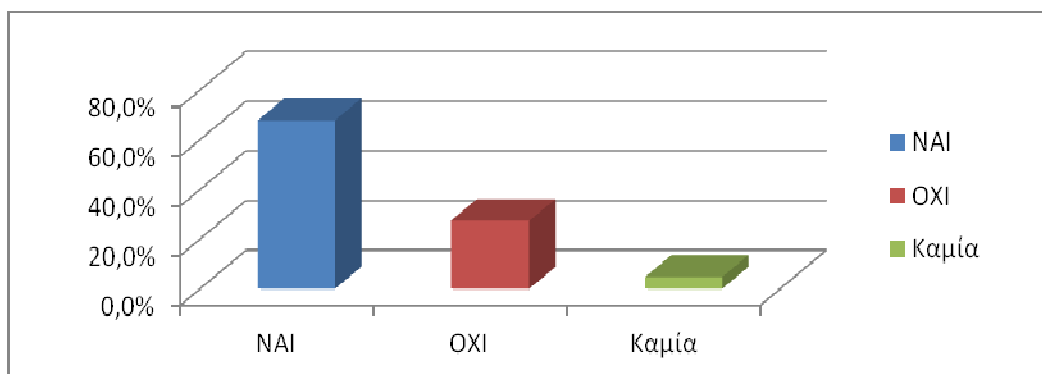
5. Παραμελείς την προσωπική σου ζωή για να μπεις στο facebook;



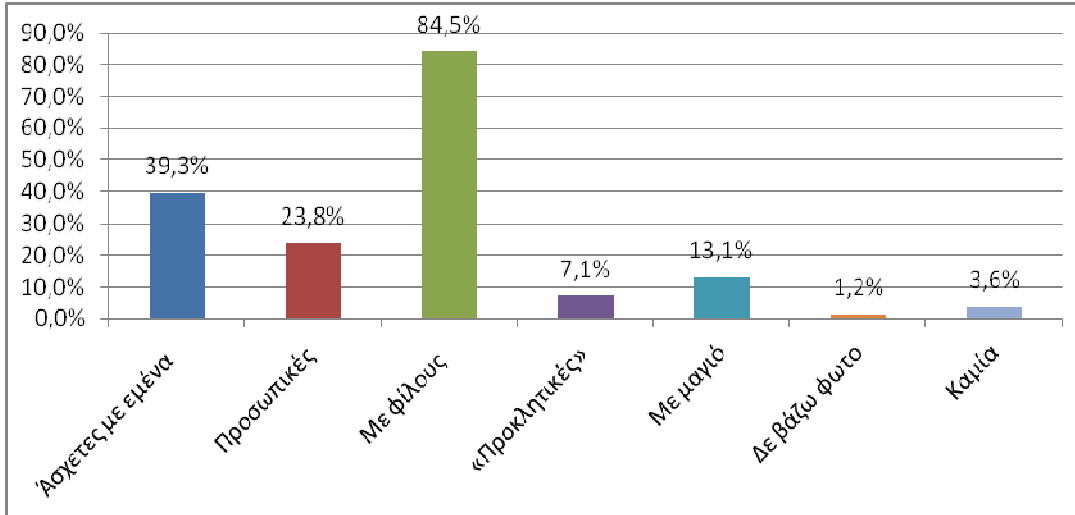
6. Ποιες υπηρεσίες ιστοχώρων κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε;



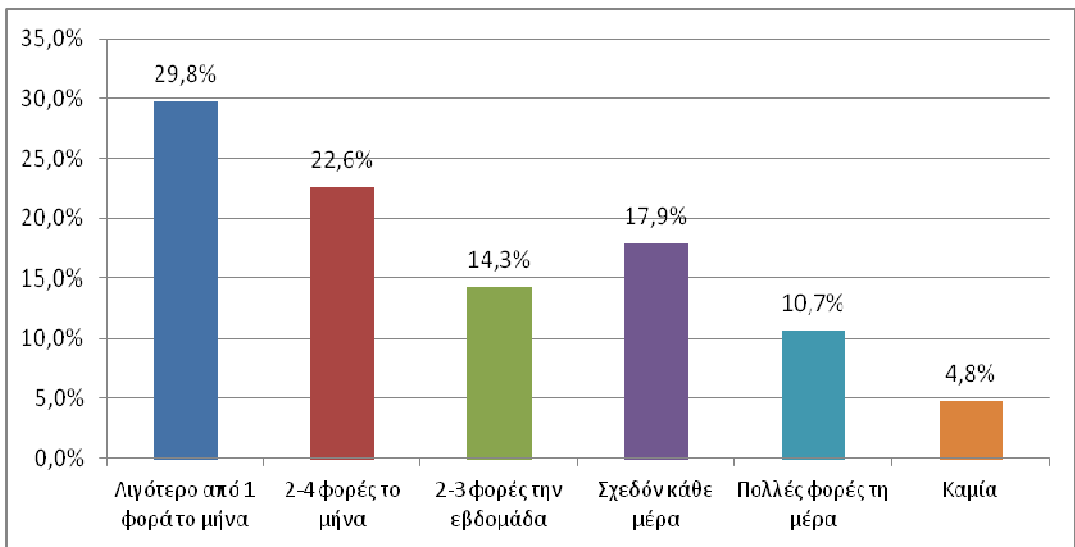
7. α) Είναι αληθινά τα στοιχεία που βάζετε στο προφίλ σας; Β) γιατί ΝΑΙ: Μόδα αναγνωρισιμότητα, ειλικρίνεια ΟΧΙ: ασφάλεια



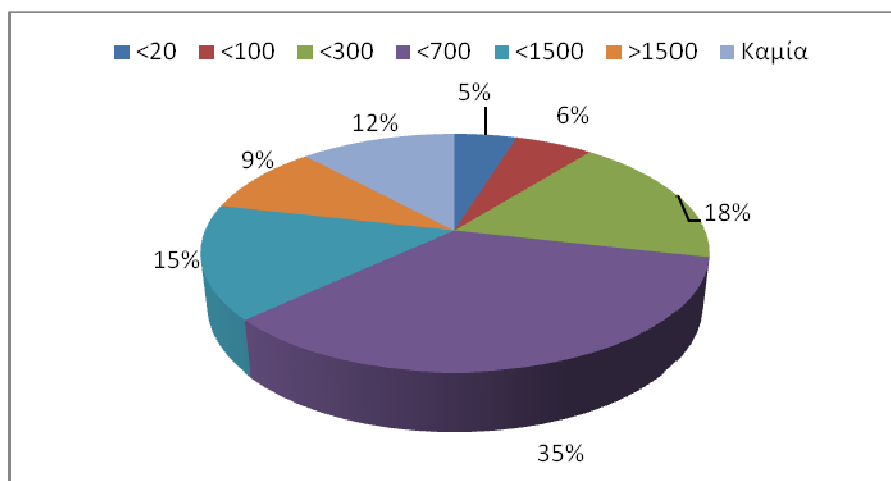
8. Τι φωτογραφίες βάζετε στο προφίλ σας;



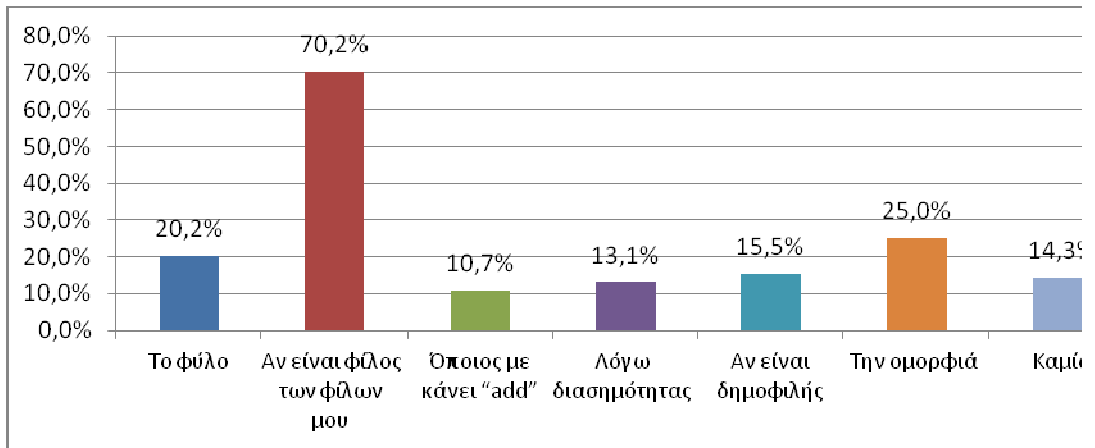
9. Πόσο συχνά ανανεώνετε την προσωπική σελίδα / προφίλ σας ;



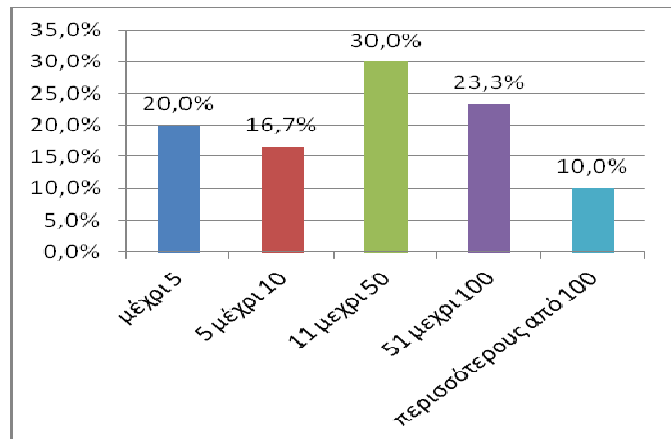
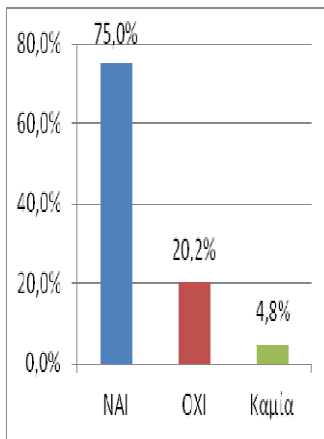
10. Πόσους φίλους έχεις στο facebook; (ή σε άλλους παρόμοιους ιστόχωρους)



11. Με τι κριτήρια διαλέγετε τους σας φίλους στο facebook;

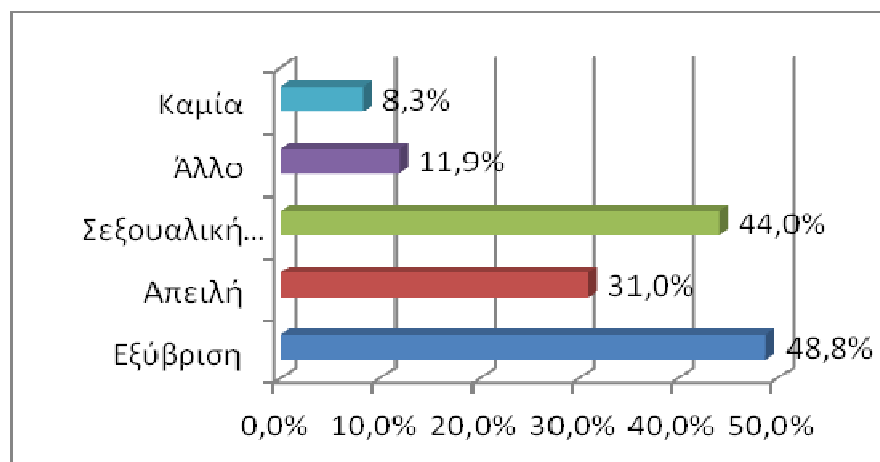


12.α) Έχεις διαγράψει φίλους σου από ιστόχωρους;

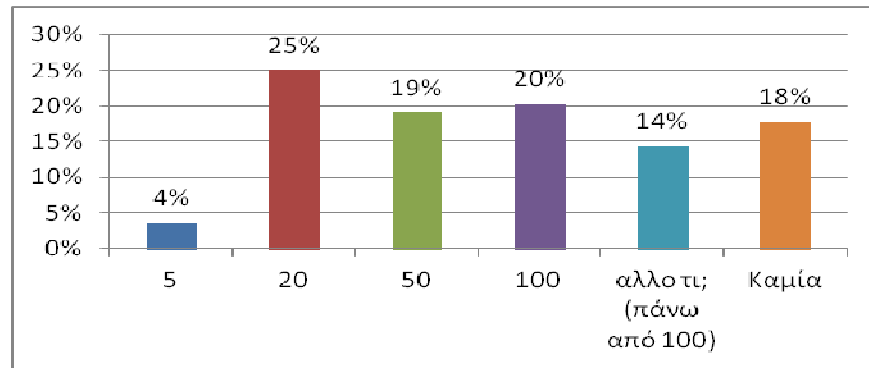


β) αν ναι, πόσους;

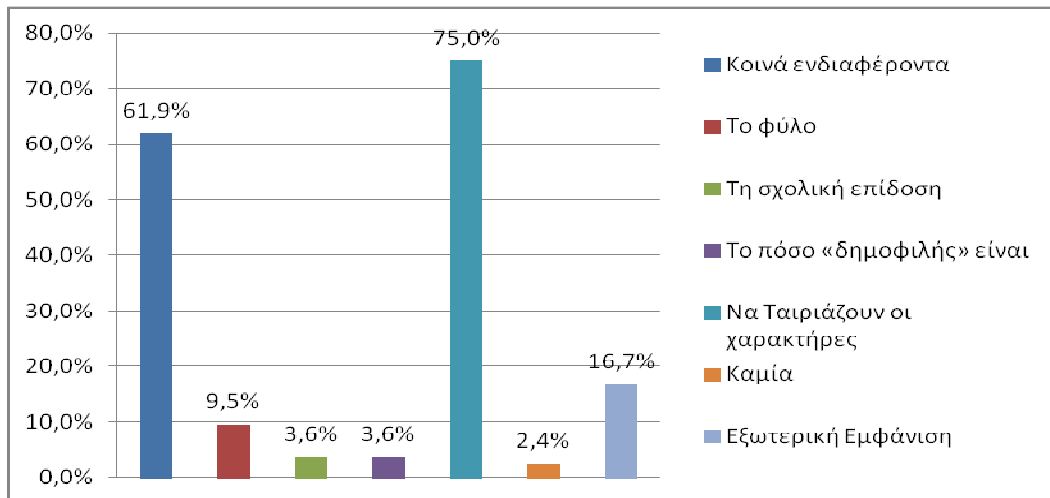
13. Για ποιους λόγους θα διέγραφες κάποιον διαδικτυακό σου φίλο;



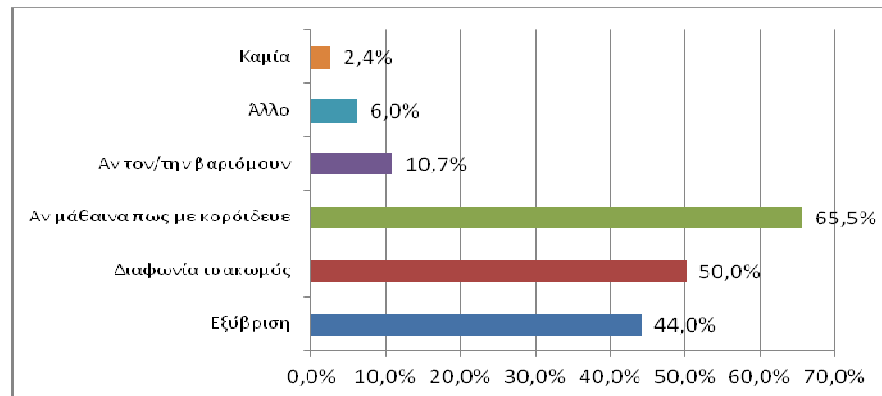
14. Πόσους φίλους έχεις εκτός facebook (ή άλλων ιστοχώρων);



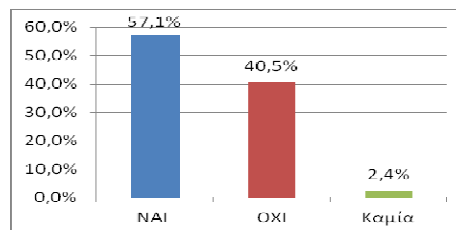
15. Με τι κριτήρια επιλέγεις φίλους εκτός facebook



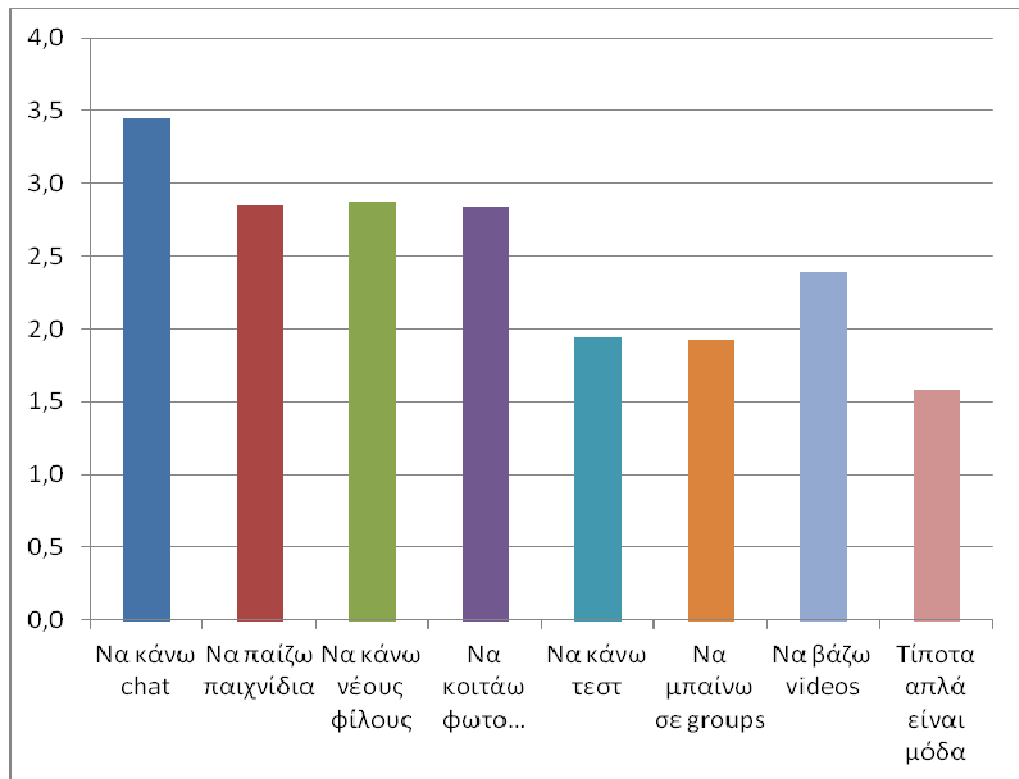
16. Για ποιους λόγους θα σταματούσες να είσαι φίλος/η με κάποιον/α εκτός facebook;



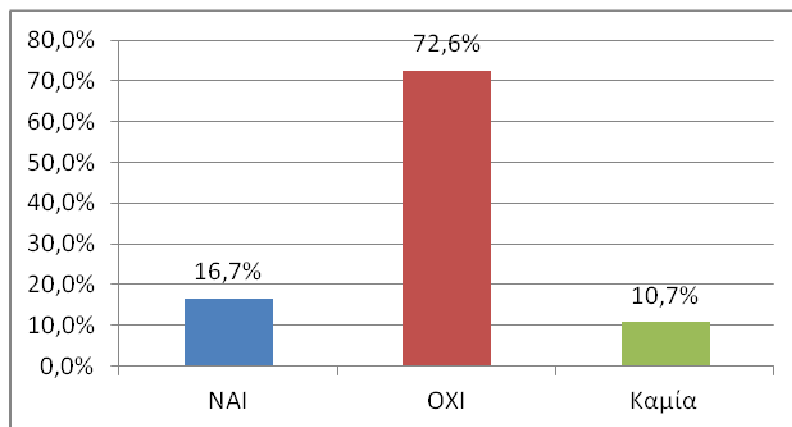
17. Στην πραγματικότητα, έρχεστε σε αντιπαράθεση με φίλους σας;



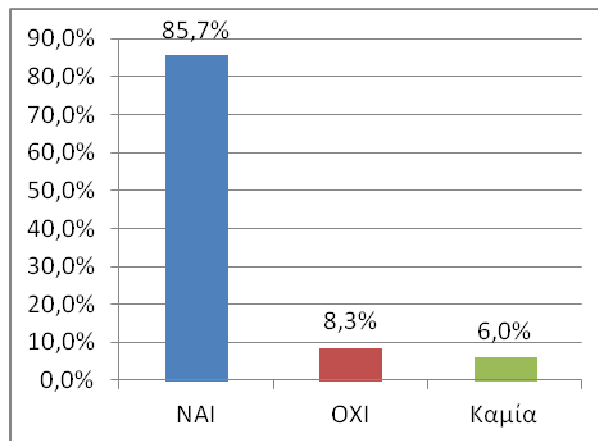
18. Τι σας αρέσει περισσότερο στο facebook (1=καθόλου,..... 5=πάρα πολύ)



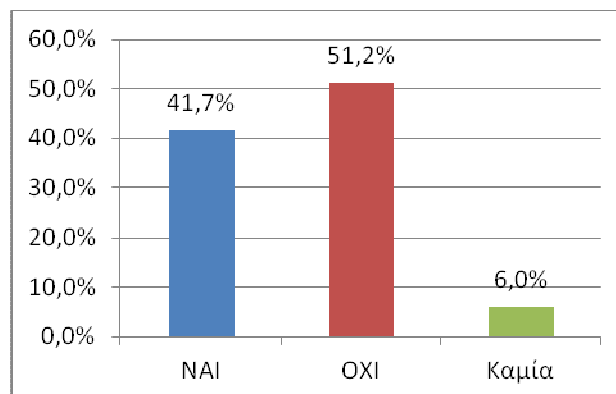
19. Πιστεύετε πως είστε ασφαλείς σε τέτοιους ιστόχωρους;



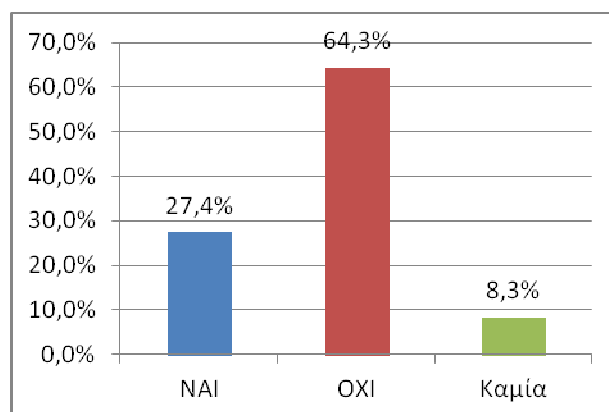
20.Οι γονείς σου, σου επιτρέπουν να χρησιμοποιείς facebook;



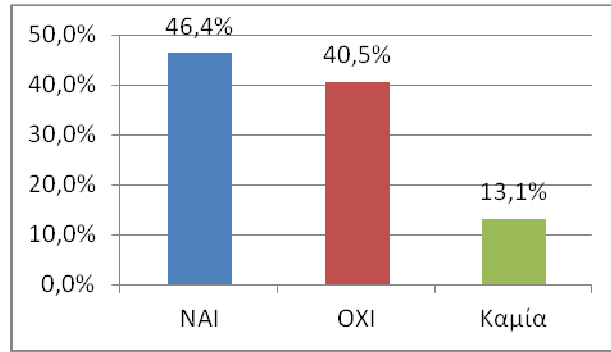
21.Έχεις διαβάσει τους όρους χρήσης του facebook;



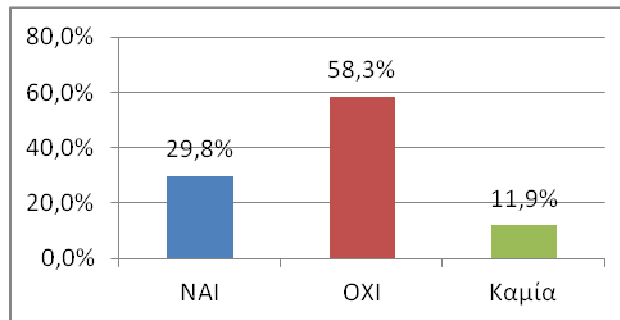
22.Θα συναντούσατε κάποιον/α που γνωρίζατε μέσω facebook; Β.Σας έχει ζητηθεί κάτι τέτοιο από κάποιον στο facebook
ΝΑΙ: 27%
 (κατά μέσο όρο 3 φορές)



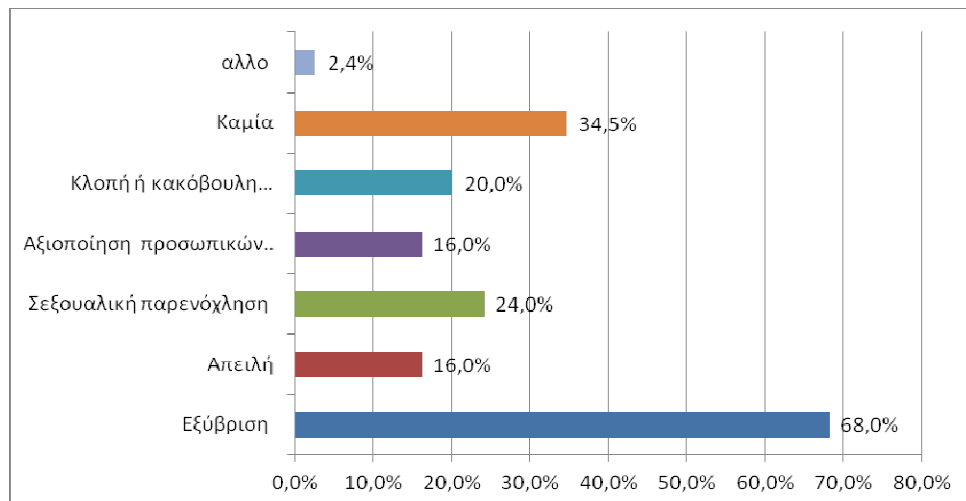
23.α)Έχετε αφαιρέσει ποτέ πληροφορίες από τα προσωπικά σας στοιχεία;
β)Αν ναι, γιατί;
Ασφάλεια- Προστασία



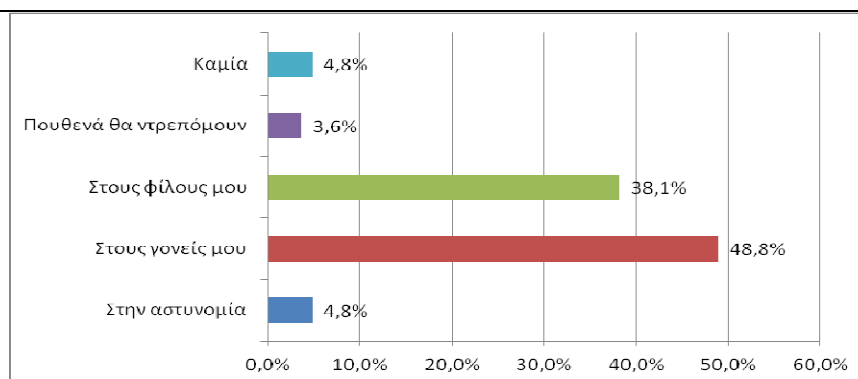
24.α)Σας έχει συμβεί ποτέ κάτι δυσάρεστο στο facebook;



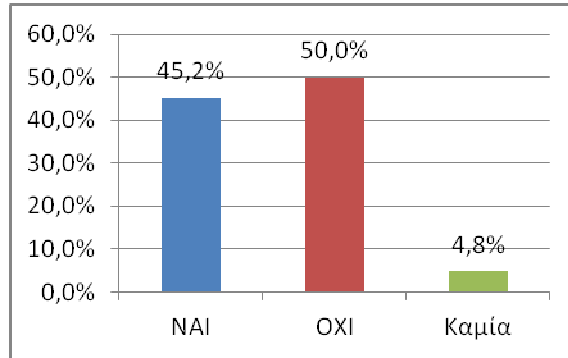
β) αν ναι, τι;
Καταγράφηκαν 67 περιστατικά! στους 25 μαθητές που απάντησαν θετικά



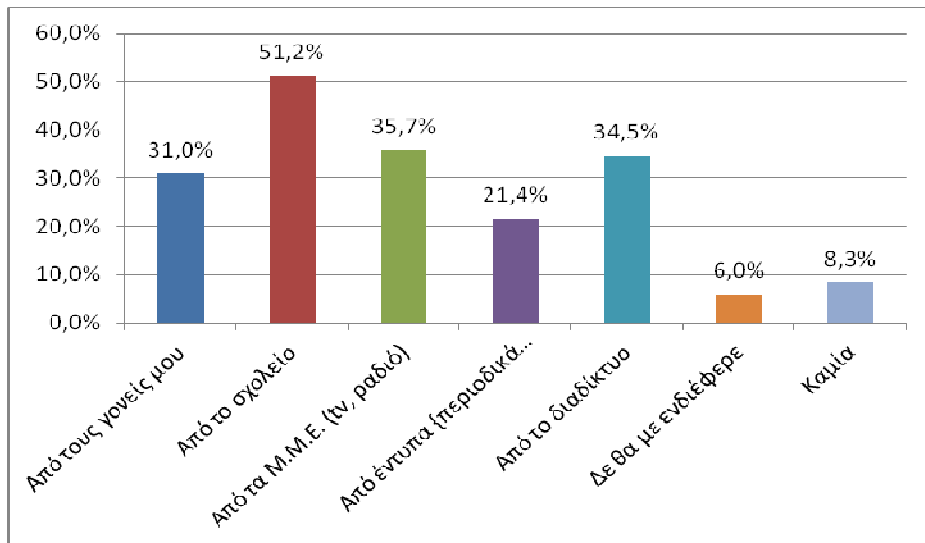
25.Σε περίπτωση ενός «δυσάρεστου» συμβάντος, θα απευθυνόσασταν πρώτα:



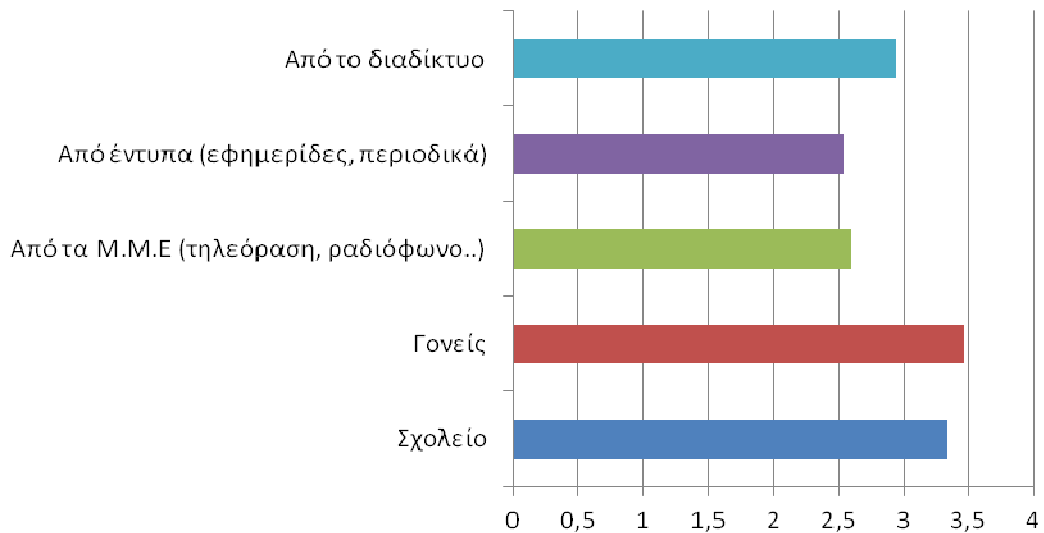
26.Θεωρείται την ενημέρωση που έχετε ικανοποιητική;



27.Από πού θα προτιμούσατε να ενημερωθείτε;



28.Πόσο αξιόπιστα βρίσκετε για ενημέρωση αυτά τα μέσα; (Ιεραρχήστε τα από το 1-5)



3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Τα συμπεράσματα που καταλήξαμε έπειτα από την ανάλυση των αποτελεσμάτων που βγάλαμε από τη δημοσκόπηση είναι τα εξής:

1. Χρήση - Δημοφιλία

Το συντριπτικό ποσοστό των μαθητών (96%) κάνει χρήση των ιστόχρων κοινωνικής δικτύωσης και μάλιστα σε ποσοστό 92% του Facebook. Ένα πολύ μικρό ποσοστό χρησιμοποιεί και/ή το Twitter (10%). Οι ελάχιστοι μαθητές που δεν κάνουν χρήση των ΙΚΚ σημείωσαν ότι δεν βρίσκουν κανένα ενδιαφέρον σε αυτούς.

Οι πιο συνηθισμένοι λόγοι για τους οποίους κάνουν χρήση των ΙΚΚ είναι κυρίως για να επικοινωνούν με τους φίλους τους (80%) ενώ αμέσως μετά δημοφιλέστεροι λόγοι είναι τα παιχνίδια (39%) αλλά και για να κάνουν νέους φίλους (38%). Μάλιστα οι περισσότεροι δηλώνουν πως κάνουν χρήση σχεδόν κάθε μέρα (40%), πολλές φορές τη μέρα (19%) και κάθε φορά που συνδέονται (12%). Ένα μικρό ποσοστό (12%) ασχολείται 2-3 φορές την εβδομάδα ενώ περίπου 12% ακόμα πιο αραιά. Γενικά οι έφηβοι σε ποσοστό περίπου 70% κάνουν αρκετά συχνή χρήση των ιστόχρων κοινωνικής δικτύωσης. Παρά ταύτα σε πολύ μεγάλο ποσοστό (60%) θεωρεί πως ποτέ ή πολύ σπάνια παραμελεί τα μαθήματά του ενώ μόνο ένα 13% παραδέχεται πως αυτό συμβαίνει συχνά ή πολύ συχνά. Το υπόλοιπο 21% θεωρεί πως αυτό συμβαίνει «κάποιες φορές». Ακόμη μεγαλύτερο ποσοστό (86%) θεωρεί πως δεν παραμελεί την προσωπική του ζωή για το facebook, ενώ μόλις ένα 14% συγκεντρώνουν οι υπόλοιπες απαντήσεις. Αυτό μας δείχνει πως οι έφηβοι δεν πιστεύουν πως το facebook επηρεάζει την κοινωνική τους ζωή γενικότερα, δεν έχουν συνειδητοποιήσει ή δεν αποδέχονται κάτι τέτοιο παρότι και πολύ χρόνο αφιερώνουν σε αυτό και όπως θα δούμε παρακάτω δημιουργούν ένα «κοινωνικό πλέγμα» γύρω τους από φίλους του facebook που σίγουρα επηρεάζει την ζωή τους (ψυχολογία και συναισθηματική τους κατάσταση).

Οι απαντήσεις των μαθητών (ερώτηση 6) μας δείχνουν πως δραστηριοποιούνται με όλους τους τρόπους που παρέχει το facebook, με πιο δημοφιλείς τους συνδέσμους μουσικής (81%), το chat (80%), τα παιχνίδια (77%) και η ανάρτηση φωτογραφιών (73%). Ακολουθούν σε δημοφιλία οι απαντήσεις «Κάνω νέους φίλους» (67%), «Κάνω σχόλια στο προφίλ και τις φωτογραφίες φίλων μου» με 64% «Ενημερώνω στο προφίλ μου για τις καθημερινές μου δραστηριότητες» με 52% , και τελευταίες σε προτιμήσεις οι απαντήσεις «Βάζω video» (48%), «Μπαίνω σε groups» (46%), «Κάνω τεστ» (40%) και τέλος «ενημερώνω τα προσωπικά μου στοιχεία» με 35%.

2. Ασφάλεια - Ενημέρωση

Το μεγαλύτερο ποσοστό των μαθητών (67%) πιστεύει ότι δεν έχει νόημα να χρησιμοποιείς το facebook και να βάζεις ψεύτικα στοιχεία στο προφίλ σου. Ενώ ένα μεγάλο ποσοστό χρησιμοποιεί φωτογραφίες με φίλους (85%) ή άσχετες (35%). Δυστυχώς όμως υπάρχει ένα 20% που χρησιμοποιεί προκλητικές ή φωτογραφίες με μαγιό και ένα 23% προσωπικές φωτογραφίες. Οι μαθητές φανερώνουν με τις απαντήσεις τους πως δεν έχουν συνειδητοποιήσει τους κινδύνους που ελλοχεύουν σε αυτή τη συνήθειά τους. Το ποσοστό αυτών που ανανεώνουν συχνά ή καθημερινά την προσωπική τους σελίδα είναι μοιρασμένο σε σχέση με αυτούς που το κάνουν πολύ αραιά.

Από την άλλη 2 στους 3 μαθητές έχουν περισσότερους από 700 φίλους στο facebook. (ένα ποσοστό 15% μέχρι 1500 και ένα 10% πάνω από 1500!!). Τα κριτήρια με τα οποία κάνουν κάποιον φίλο ποικίλουν, πιο δημοφιλής απάντηση αν κάποιος είναι φίλος φίλου (70%), το φύλο (20%), η ομορφιά (25%). Η διαγραφή φίλων είναι πολύ συχνό φαινόμενο, 3 στους 4 έχουν διαγράψει φίλους (λιγότερους από 5 μέχρι και περισσότερους από 100-ισοσταθμισμένες απαντήσεις). Οι σπουδαιότεροι λόγοι είναι η εξύβριση (50%) και η σεξουαλική παρενόχληση (44%), ενώ η απειλή ακολουθεί με 31%. Από την άλλη μεριά οι μαθητές απαντάνε σε πολύ μεγάλο ποσοστό ότι οι πραγματικοί φίλοι που έχουν εκτός

Facebook δηλαδή στην καθημερινή τους ζωή είναι σε ποσοστό 55% πάνω από 20 (με απαντήσεις 20% πάνω από 50% και 15% πάνω από 100!!!). Αυτό αναδεικνύει το γεγονός ότι οι έφηβοι συγγέουν τους φίλους με τους γνωστούς, ακόμα και στην πραγματική ζωή. Παρόλα αυτά στην επιλογή φίλων εκτός Facebook τα κριτήρια είναι διαφορετικά να ταιριάζουν οι χαρακτήρες (75%) και κοινά ενδιαφέροντα (62%). Να σημειώσουμε ότι ένα ποσοστό 16% συμπλήρωσε την απάντηση «εξωτερική εμφάνιση» χωρίς να υπάρχει. Επίσης μοιρασμένες οι απαντήσεις για τις αντιπαραθέσεις με τους φίλους με κυριότερες αιτίες την κοροϊδία, τον τσακωμό και την εξύβριση, δηλαδή πιο ουσιαστικές αιτίες.

Συνεχίζοντας στην επόμενη ερώτηση οι μαθητές σε πολύ μεγάλο ποσοστό (73%) απαντούν πως δεν νιώθουν ασφαλείς σε τέτοιους ιστόχωρους. Επίσης σε πολύ μεγάλο ποσοστό (85%) απαντούν πως έχουν την άδεια των γονιών τους να χρησιμοποιούν το facebook. Όμως μόνο το 40% από αυτούς έχουν διαβάσει τους όρους χρήσης. Οι περισσότεροι (64%) δηλώνουν πως δεν θα συναντούσαν κάποιον που γνωρίζουν μέσω facebook αλλά ένα 30% δυστυχώς απαντά θετικά. Μάλιστα καταγράφονται και 18 περιστατικά όπου κάποιος τους έχει ζητήσει να συναντηθούν και μάλιστα αυτό έχει συμβεί περισσότερες από μια φορές (κατά μέσο όρο 3). Οι μισοί μαθητές έχουν αφαιρέσει προσωπικές πληροφορίες για λόγους ασφάλειας και προστασίας όπως απαντούν, από το προσωπικό τους προφίλ. Το 30% απαντά πως έχει κάποια δυσάρεστη εμπειρία από το facebook. Αυτές οι εμπειρίες είναι κυρίως εξύβρισης (17 περιστατικά στις 25 θετικές απαντήσεις), αλλά και σεξουαλικής παρενόχλησης (6 περιστατικά), κλοπής ή κακόβουλης χρήσης φωτογραφιών, απειλής (4) αλλά και αξιοποίησης προσωπικών στοιχείων για προσέγγιση (4).

Σε περίπτωση ενός δυσάρεστου συμβάντος μόνο 1 στους 2 θα απευθύνονταν στους γονείς του. Οι υπόλοιποι (38%) σε φίλους (που έχουν την ίδια ενημέρωση) ή και πουθενά. Και δυστυχώς μόνο οι μισοί θεωρούν πως η ενημέρωση που έχουν δεν είναι ικανοποιητική. Μάλιστα οι απαντήσεις που δίνουν για το από πού θα ήθελαν να ενημερωθούν αποδεικνύουν ότι κατά βάθος και οι ίδιοι αισθάνονται πως η ενημέρωση είναι ελλιπής και προσδιορίζουν το σχολείο ως το φορέα που θα επιθυμούσαν περισσότερο να γίνει αυτό (με 51%). Στη συνέχεια απαντούν «36% Από τα Μ.Μ.Ε. (τηλεόραση, ραδιόφωνο)», 35% «Από το διαδίκτυο», 31% «Από τους γονείς μου», και 22% «Από έντυπα (εφημερίδες, περιοδικά)» ενώ ένα 6% δεν ενδιαφέρεται να ενημερωθεί. Μάλιστα βαθμολογούν με ψηλό βαθμό αξιοπιστίας σε αυτή την ενημέρωση (σχεδόν 4 στα 5) το σχολείο και τους γονείς αναδεικνύοντας έτσι την ανάγκη γονείς και σχολείο να έλθει πιο κοντά τους – μέσα από την ενημέρωση – σε αυτό που για αυτούς σήμερα αποτελεί κομμάτι της κοινωνικής τους ζωής.

ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Με την αυτοαξιολόγηση που έγινε μέσα από συζήτηση στην τάξη καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι οι μαθητές δεν έμειναν ευχαριστημένοι από τον προγραμματισμό των επιμέρους φάσεων που κάναμε σαν ομάδα. Αστάθμητοι παράγοντες οδήγησαν στο να χαθούν πολύτιμες ώρες με αποτέλεσμα να χρειαστεί αναπρογραμματισμός των φάσεων ο οποίος όμως οδήγησε σε ικανοποιητικά αποτελέσματα.

Οι ίδιοι οι μαθητές πιστεύουν πως ήταν αρκετά συνεπείς με την τήρηση των χρονοδιαγραμμάτων.

Επίσης υψηλός ήταν ο βαθμός ανάληψης ρόλων και πρωτοβουλιών, εκτός από ελάχιστες εξαιρέσεις και παράλληλα ήταν απόλυτα αποτελεσματική η διαχείριση αντίθετων απόψεων, διαφωνιών και συγκρούσεων.

Καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι αρκετά εύκολη ήταν η λήψη των αποφάσεων με κάποιες μικρές εξαιρέσεις, το κλίμα και το πνεύμα αποδοχής συνεργασίας και στήριξης των μελών ήταν σχεδόν καλό από των καλό συγχρονισμό που είχαν οι ομάδες.

Τέλος η αξιοποίηση του χρόνου κάθε ομάδας ήταν αρκετά έως απόλυτα καλή.

Οι περισσότεροι μαθητές είναι απόλυτα ικανοποιημένοι από την ενεργή συμμετοχή με πληροφορίες, ιδέες, ερωτήματα και επιχειρήματα στις συζητήσεις και τις λοιπές εργασίες της ομάδας.

Σχεδόν όλοι οι μαθητές της ομάδας με ελάχιστες εξαιρέσεις, αναγνώριζαν, επαινούσαν και ενθάρρυναν τις προσπάθειες των άλλων μελών.

Επίσης όλοι οι μαθητές πρόσφεραν την βοήθειά τους σε άλλα μέλη της ομάδας τους όταν παρουσιάστηκε ανάγκη. Στις περισσότερες περιπτώσεις τα μέλη της ομάδας ζητούσαν βοήθεια και ιδέες από τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας, όταν βρέθηκαν σε δύσκολη θέση.

Επίσης, παρατηρήθηκε ότι αρκετά άτομα ήταν συνεπείς με τις υποχρεώσεις τους, πλην κάποιων εξαιρέσεων.

Η πλειοψηφία της τάξης ήταν συνεπείς στα χρονοδιαγράμματα και παρέδωσαν τις εργασίες που τους ανατέθηκαν έγκαιρα.

Όμως δεν είναι μεγάλο το ποσοστό που σύμβαλε θετικά στην άμβλυνση εντάσεων, συγκρούσεων και στην αναζήτηση συνθετικών λύσεων.

Τέλος σε μεγάλο ποσοστό αποδέχτηκαν και συζητούσαν την κριτική και τις διαφορετικές απόψεις και αναζήτησαν τρόπους σύνθεσης, αποφεύγοντας τις στείρες αντιπαραθέσεις.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

I. ΦΥΛΟ: ΑΓΟΡΙ ΚΟΡΙΤΣΙ **II. ΤΑΞΗ:** _____ **III. ΗΛΙΚΙΑ:** _____

A. ΧΡΗΣΗ ΙΣΤΟΧΩΡΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ – ΑΠΟΨΕΙΣ ΕΦΗΒΩΝ

1. α) Κάνετε χρήση κάποιου ιστοχώρου κοινωνικής δικτύωσης; ΝΑΙ ΟΧΙ

β) αν ναι ποιου (σημειώστε με (X) όσους από τους παρακάτω χρησιμοποιείτε)

facebook myspace hi5 twitter άλλο _____

γ) αν όχι, γιατί; _____

2. Γιατί χρησιμοποιείτε ιστοχώρους κοινωνικής δικτύωσης; (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)

Είναι μόδα <input type="checkbox"/>	Για τα παιχνίδια <input type="checkbox"/>	Για να κάνω νέους φίλους <input type="checkbox"/>
Είναι τρόπος ζωής – είναι απαραίτητο <input type="checkbox"/>	Για να συνάψω ερωτική σχέση <input type="checkbox"/>	Για να επικοινωνώ με φίλους που έχω ήδη <input type="checkbox"/>
Με βοηθά να γίνομαι πιο εξωστρεφής <input type="checkbox"/>	Άλλο _____	

3. Πόσο συχνά συνδέεστε σε ιστοχώρους κοινωνικής δικτύωσης;

Λιγότερο από 1 φορά το μήνα <input type="checkbox"/>	2-4 φορές το μήνα <input type="checkbox"/>	2-3 φορές την εβδομάδα <input type="checkbox"/>	Σχεδόν κάθε μέρα <input type="checkbox"/>	Πολλές φορές τη μέρα <input type="checkbox"/>	Κάθε φορά που συνδέομαι <input type="checkbox"/>
--	--	---	---	---	--

4. Παραμελείς τα μαθήματά σου για να αφιερώσεις χρόνο στο facebook;

Όχι ποτέ <input type="checkbox"/>	Σπάνια <input type="checkbox"/>	Κάποιες φορές <input type="checkbox"/>	Συχνά <input type="checkbox"/>	Πολύ συχνά – συνέχεια <input type="checkbox"/>
-----------------------------------	---------------------------------	--	--------------------------------	--

5. Παραμελείς την προσωπική σου ζωή για να μπεις στο facebook; (αντί να βγω έξω με την παρέα μου προτιμώ να μπω στο facebook)

Όχι ποτέ <input type="checkbox"/>	Σπάνια <input type="checkbox"/>	Κάποιες φορές <input type="checkbox"/>	Συχνά <input type="checkbox"/>	Πολύ συχνά – συνέχεια <input type="checkbox"/>
-----------------------------------	---------------------------------	--	--------------------------------	--

6. Ποιες υπηρεσίες ιστοχώρων κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε;

(επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε με αύξουσα σειρά 1 - 11)

Βάζω φωτογραφίες
 Βάζω video
 Βάζω συνδέσμους με μουσική
 Βάζω προσωπικά μου στοιχεία (κινητό, διεύθυνση)
 Κάνω νέους φίλους
 Ενημερώνω στο προφίλ μου για τις καθημερινές μου δραστηριότητες
 Κάνω σχόλια στο προφίλ και τις φωτογραφίες φίλων μου
 Μιλώ με άλλα άτομα (Κάνω chat)
 Παίζω παιχνίδια
 Κάνω τεστ
 Μπαίνω σε groups
 Άλλο _____

7. α) Είναι αληθινά τα στοιχεία που βάζετε στο προφίλ σας; ΝΑΙ ΟΧΙ

β) γιατί; _____

8. Τι φωτογραφίες βάζετε στο προφίλ σας; (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)

Άσχετες με εμένα Με φίλους Προσωπικές
 «Προκλητικές» που να αναδεικνύουν την εξωτερική μου εμφάνιση Με μαγιό Δε βάζω φωτογραφίες

9. Πόσο συχνά ανανεώνετε την προσωπική σελίδα / προφίλ σας ;

Λιγότερο από 1 φορά το μήνα 2-4 φορές το μήνα 2-3 φορές την εβδομάδα Σχεδόν κάθε μέρα Πολλές φορές τη μέρα

10. Πόσους φίλους έχεις στο facebook; (ή σε άλλους παρόμοιους ιστοχώρους) _____

11. Με τι κριτήρια διαλέγετε τους σας φίλους στο facebook; (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)

Το φύλο Την ομορφιά – εξωτερική εμφάνιση Αν είναι φίλος των φίλων μου Αν είναι δημοφιλής (αν έχει πολλούς φίλους) Όποιος με κάνει “add” τον δέχομαι Λόγω διασημότητας (τραγουδιστής, ηθοποιός, πολιτικός, κ.α.)

12. α) έχεις διαγράψει φίλους σου από ιστοχώρους; ΝΑΙ ΟΧΙ
β) αν ναι, πόσους; _____

13. Για ποιους λόγους θα διέγραφες κάποιον διαδικτυακό σου φίλο;

Εξύβριση Απειλή Σεξουαλική παρενόχληση
 Άλλο _____

14. Πόσους φίλους έχεις εκτός facebook (ή άλλων ιστοχώρων); _____

15. Με τι κριτήρια επιλέγεις φίλους εκτός facebook (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)

Την εξωτερική εμφάνιση Το φύλο Άλλο Τη σχολική επίδοση Κοινά ενδιαφέροντα Το πόσο «δημοφιλής» είναι Να Ταιριάζουν οι χαρακτήρες .

16. Για ποιους λόγους θα σταματούσες να είσαι φίλος/η με κάποιον/α εκτός facebook; (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)

Εξύβριση Διαφωνία – τσακωμός Αν μάθαινα πως με κορόιδευε Αν τον/την βαριόμουν Άλλο _____

17. Στην πραγματικότητα, έρχεστε σε αντιπαράθεση με φίλους σας;

ΝΑΙ ΟΧΙ **Αν ναι** Γιατί _____
 Πόσο συχνά _____

18. Τι σας αρέσει περισσότερο στο facebook (βαθμολογήστε τα παρακάτω από 1ως 5, 1=καθόλου, 2=λιγότερο, 3= μέτρια, 4= περισσότερο 5= πάρα πολύ)

Να κάνω chat _____
 Να παίζω παιχνίδια _____
 Να κάνω νέους φίλους _____
 Να κοιτάω φωτογραφίες άλλων, να τις σχολιάζω και να βάζω δικές μου _____
 Να κάνω τεστ _____
 Να μπαίνω σε groups _____
 Να βάζω videos _____
 Τίποτα απλά είναι μόδα _____

B. ΑΣΦΑΛΕΙΑ - ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

19. Πιστεύετε πως είστε ασφαλείς σε τέτοιους ιστοχώρους; ΝΑΙ ΟΧΙ
20. Οι γονείς σου, σου επιτρέπουν να χρησιμοποιείς facebook; ΝΑΙ ΟΧΙ
21. Έχεις διαβάσει τους όρους χρήσης του facebook; ΝΑΙ ΟΧΙ
22. Θα συναντούσατε κάποιον/α που γνωρίσατε μέσω facebook; ΝΑΙ ΟΧΙ
 Σας έχει ζητηθεί κάτι τέτοιο από κάποιον στο facebook και πόσες φορές; _____
23. α) Έχετε αφαιρέσει ποτέ πληροφορίες από τα προσωπικά σας στοιχεία; ΝΑΙ ΟΧΙ
 β) Αν ναι, γιατί; _____

24. α) Σας έχει συμβεί ποτέ κάτι δυσάρεστο στο facebook; ΝΑΙ ΟΧΙ
 β) αν ναι, τι; (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)
- | | | |
|--|--|---------------------------------|
| Εξύβριση <input type="checkbox"/> | Σεξουαλική παρενόχληση <input type="checkbox"/> | Απειλή <input type="checkbox"/> |
| Κλοπή ή κακόβουλη χρήση φωτογραφίας μου <input type="checkbox"/> | Αξιοποίηση προσωπικών μου στοιχείων για να με προσεγγίσουν καλύτερα <input type="checkbox"/> | Άλλο _____ |

25. Σε περίπτωση ενός «δυσάρεστου» συμβάντος, θα απευθυνόσασταν **πρώτα**:
- | | | | |
|----------------|------------------|------------------|---------------------------------|
| Στην αστυνομία | Στους γονείς μου | Στους φίλους μου | Πουθενά θα ντρεπόμουν να μιλήσω |
|----------------|------------------|------------------|---------------------------------|

26. α) Θεωρείται την ενημέρωση που έχετε ικανοποιητική;
- ΝΑΙ ΟΧΙ

27. Από πού θα προτιμούσατε να ενημερωθείτε; (επιλέξτε όσες απαντήσεις θέλετε)
- | | | | | | |
|---------------------|----------------|--------------------------------------|------------------------------------|------------------|--------------------|
| Από τους γονείς μου | Από το σχολείο | Από τα Μ.Μ.Ε. (τηλεόραση, ραδιόφωνο) | Από έντυπα (εφημερίδες, περιοδικά) | Από το διαδίκτυο | Δε θα με ενδιέφερε |
|---------------------|----------------|--------------------------------------|------------------------------------|------------------|--------------------|

28. Πόσο αξιόπιστα βρίσκετε για ενημέρωση αυτά τα μέσα; (Ιεραρχήστε τα από το 1-5, 1=καθόλου, 2=λιγότερο, 3= μέτρια, 4= περισσότερο 5=πάρα πολύ)
- | | |
|---------------------------------------|------------|
| Σχολείο | |
| Γονείς | |
| Από τα Μ.Μ.Ε (τηλεόραση, ραδιόφωνο..) | Άλλο _____ |
| Από έντυπα (εφημερίδες, περιοδικά) | |
| Από το διαδίκτυο | |

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>
<http://www.sepe.gr/default.aspx?pid=34&la=1&artID=2240>
<http://social-networking-websites-review.toptenreviews.com/>
<http://www.wisegeek.com/what-is-a-social-networking-site.htm>
http://en.wikipedia.org/wiki/Social_networking_websites
<http://www.inews.gr/173/To-Facebook-vlaptei-stin-psychologia-ton-efivonkathos-episis-kai-stis-scholikes-epidoseis-tous.htm>
<http://www.momyz.gr/article.php?articleId=2788>
http://www.akappatou.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=1391:-----facebook&catid=61:2010-11-04-07-14-30&Itemid=197
www.skai.gr
www.oneman.gr
www.newsbytes.gr
www.socialtimes.com
www.smartgadget.gr
www.facebook.com
www.imerisia.gr
www.tanea.gr
www.mediagate.gr
www.axiplus.gr
http://lyk_vatheos.eyv.sch.gr
«Ιστόχρωροι Κοινωνικής Δικτύωσης: Απόψεις Εφήβων για Ζητήματα Ασφάλειας και Ενημέρωσης» Μεταπτυχιακή Διατριβή – Καρασπύρου Ιωάννα