

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Α' ΤΕΤΡΑΜΗΝΟΥ

ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ



Επικοινωνώ, άρα υπάρχω...

1^ο ΓΕΛ ΘΕΡΜΗΣ

ΤΑΞΗ Β₅

Σχολ. Έτος 2013-2014

<u>Περιεχόμενα</u>	σελ.
Εισαγωγή	3
Α' μέρος: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) και Διαδίκτυο	4
Ορισμός	5
Δημιουργία – Σκοποί – Εξυπηρέτηση.....	6
Θετικές – Αρνητικές επιπτώσεις	8
Εμείς και τα ΜΚΔ.....	10
Διαδικτυακοί Κίνδυνοι	13
Β' μέρος: Κατηγορίες ΜΚΔ	16
Social Networking.....	17
Facebook.....	18
Twitter.....	20
Conversation Apps	24
Skype	25
Viber.....	26
YahooMail	27
Gmail.....	28
Videos	30
Youtube.....	32
Dailymotion.....	34
Instagram	36
Γ' μέρος: Εθισμός στο διαδίκτυο	38
Εθισμός.....	39
Αίτια.....	40
Επιπτώσεις.....	42
Τρόποι αντιμετώπισης.....	44
ΕΡΕΥΝΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	47
Συμπεράσματα-Επίλογος.....	55

Εισαγωγή



Ο όρος **μέσα κοινωνικής δικτύωσης** (ΜΚΔ) αναφέρεται στα μέσα αλληλεπίδρασης ομάδων ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζονται σε διάφορες μορφές όπως πχ. Ιστολόγια, ιστοσελίδες όπως το Facebook, Twitter, φόρουμς, κλπ.

Είναι αξιοσημείωτο το ενδιαφέρον που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια από ανήλικους και ενήλικους για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι χρήστες μπορούν μέσα από αυτά τα δίκτυα να συνομιλήσουν με φίλους τους, ενώ ταυτόχρονα γνωρίζουν και νέα άτομα με τα οποία επικοινωνούν, ανταλλάσσουν φωτογραφικό υλικό, σχολιάζουν διάφορα θέματα και ανταλλάσσουν απόψεις. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έγιναν μέρος της ζωής μας και της καθημερινότητας μας και ο λόγος αυτός μας οδήγησε στην επιλογή του συγκεκριμένου θέματος προς ανάπτυξη, στα πλαίσια του μαθήματος της ερευνητικής εργασίας Α' τετραμήνου.

Στο πρώτο μέρος της εργασίας μας θα αναφερθούμε στον ορισμό, στη δημιουργία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, στους σκοπούς που εξυπηρετούν και στους λόγους για τους οποίους έγιναν μέρος της ζωής μας. Επίσης θα αναφερθούμε στις θετικές και αρνητικές επιπτώσεις, και θα μιλήσουμε για τους διαδικτυακούς κινδύνους που μπορεί να αντιμετωπίσει ο κάθε χρήστης όταν γίνεται αλόγιστη χρήση του διαδικτύου και των εφαρμογών του.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας μας, θα ασχοληθούμε με τις 3 από τις κύριες κατηγορίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης: Social Networking, Conversation Apps και Videos.

Στο τρίτο μέρος θα ασχοληθούμε με το φαινόμενο του εθισμού από τη χρήση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τις επιπτώσεις που φέρουν στη ζωή μας και με τους τρόπους αντιμετώπισης του συγκεκριμένου φαινομένου.

Στο τέλος παραθέτουμε τα αποτελέσματα της έρευνας από το ερωτηματολόγιο που δημιουργήσαμε και μοιράσαμε σε παιδιά του σχολείου μας.

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης - Ορισμός

Ο όρος αυτός αναφέρεται στα μέσα-εργαλεία που χρησιμοποιούμε προκειμένου να ενημερωθούμε και να πλοηγηθούμε στο διαδίκτυο. Επίσης ο όρος αναφέρεται στα μέσα τα οποία χρησιμοποιούνται για την κοινωνική αλληλεπίδραση, παρέχοντας υψηλή προσβασιμότητα, και τεχνικές δυνατότητες έκδοσης και δημοσίευσης. Τα αξιοποιούν τεχνολογίες που βασίζονται στο διαδίκτυο με στόχο την επικοινωνία και την ενεργοποίηση του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου.



Δημιουργία – Σκοποί - Εξυπηρέτηση

Το Διαδίκτυο και ειδικότερα ο Παγκόσμιος Ιστός στη δεκαετία του '90, άνοιξε νέους ορίζοντες στην επικοινωνία και τη διαμοίραση πληροφοριών ικανότητα της εύκολης και αστραπιαίας μετάδοσης πληροφοριών σε παγκόσμια κλίμακα, έφερε την ελευθερία του λόγου σε νέο επίπεδο. Για πρώτη φορά είχαν ιδιώτες και οργανώσεις τόσο μεγάλη ελευθερία και ικανότητα να αναπτύξουν τις απόψεις τους σε οποιοδήποτε θέμα, στο παγκόσμιο κοινό, με αμελητέο κόστος, όπως δεν συνέβη με καμιά επικοινωνιακή τεχνολογία στο παρελθόν.

Μολονότι υπήρξαν τεράστια τα οφέλη στη κοινωνία από τη ψηφιακή επανάσταση, ιδίως όσων αφορά την προσβασιμότητα των πληροφοριών, υπάρχουν ορισμένες ανησυχίες. Η διευρυμένη δύναμη της επικοινωνίας και της ανταλλαγής πληροφοριών, οι αυξημένες δυνατότητες για τις υπάρχουσες τεχνολογίες, και η έλευση της νέας τεχνολογίας έφερε μαζί της πολλές πιθανές ευκαιρίες για εκμετάλλευση. Στον αντίποδα κάποιοι υποστηρίζουν ότι πίσω από την ανωνυμία του διαδικτύου οι άνθρωποι βγάζουν τον χειρότερο εαυτό τους ή ότι διασκεδάζουν την μοναξιά τους μέσα από «εικονικές» σχέσεις που στερούνται αυθεντικότητας και αμεσότητας. Κάποιοι άλλοι υποστηρίζουν ότι πολλοί άνθρωποι «σκορπίζονται» μέσα με μια συνεχή και άναρχη ροή πληροφοριών που τους παρέχει το διαδίκτυο.

Παρότι το διαδίκτυο έχει τέτοια διείσδυση στην καθημερινότητα μας και ουσιαστικά επιφέρει μια επανάσταση στον τρόπο που οι άνθρωποι μπορούν να σχετίζονται, κατά την γνώμη μας δύο πράγματα είναι ξεκάθαρα: είναι εδώ για να μείνει (και να επεκταθεί εκθετικά) και ως εκ τούτου το καλύτερο που έχουμε να κάνουμε είναι να «εκπαιδευτούμε» ώστε να το αξιοποιούμε προς όφελος μας παρά να το «δαιμονοποιούμε».



Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γνωρίζουν τεράστια ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια και όσο οι χρήστες τους πολλαπλασιάζονται, τόσο υψώνονται και οι φωνές αυτών που αντιστέκονται σθεναρά στην ιδέα αυτού του νέου τρόπου ζωής και κοινωνικοποίησης.

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ή «social networking sites», αποτελούν καθημερινή συνήθεια των νέων. Στις ιστοσελίδες αυτές, παιδιά, νέοι, αλλά και μεγαλύτεροι χρήστες μέσα από τα εικονικά τους προφίλ λειτουργούν διαδραστικά με άλλους χρήστες, δημοσιεύουν τις φωτογραφίες και τα βίντεό τους, γίνονται μέλη σε ομάδες κοινών ενδιαφερόντων (groups), δημοσιεύουν και ανταλλάσσουν τις καλλιτεχνικές τους δημιουργίες (μουσική, εικαστικά έργα κ.λπ.), επισκέπτονται σελίδες άλλων χρηστών και χρησιμοποιούν πλήθος εφαρμογών (κουίζ, παιχνίδια, κ.λπ.).

Τα «social networking» ως νέος τρόπος κοινωνικής διαδραστικότητας και συμμετοχής επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν οι ίδιοι περιεχόμενο στο Διαδίκτυο και να το μοιράζονται με άλλους χρήστες, χωρίς να έχουν εξειδικευμένες τεχνικές γνώσεις.

Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διεκδικούν επάξια τα σκήπτρα του πιο πρωτοποριακού τρόπου επικοινωνίας στην ιστορία του Internet. Οι χρήστες είναι σε θέση να εκτιμήσουν, να επιδοκιμάσουν ή να σχολιάσουν το αγαπημένο τους προϊόν ή να ενημερώνονται σε καθημερινή βάση σχετικά με συγκεκριμένες υπηρεσίες, διαδίδοντας ταυτόχρονα τα πιο σημαντικά και αξιόλογα σε ολόκληρο τον κύκλο των φίλων τους. Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων, αναγνωρίζοντας την αδιαμφισβήτητη κυριαρχία των social media, διαθέτει πλέον μια σελίδα στο facebook και έναν επίσημο λογαριασμό στο twitter, διευκολύνοντας έτσι την άμεση επαφή με το ευρύ κοινό.

Θετικά και Αρνητικά

Παρόλες τις θετικές απόψεις περί των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, υπάρχουν και αρνητικές απόψεις. Όπως το διαδίκτυο έτσι και τα μέσα του αποτελούν σημεία αμφιλεγόμενα και μη ασφαλή για το χρήστη τους. Θα ήταν καλό λοιπόν να επισημανθούν τα αρνητικά και τα θετικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

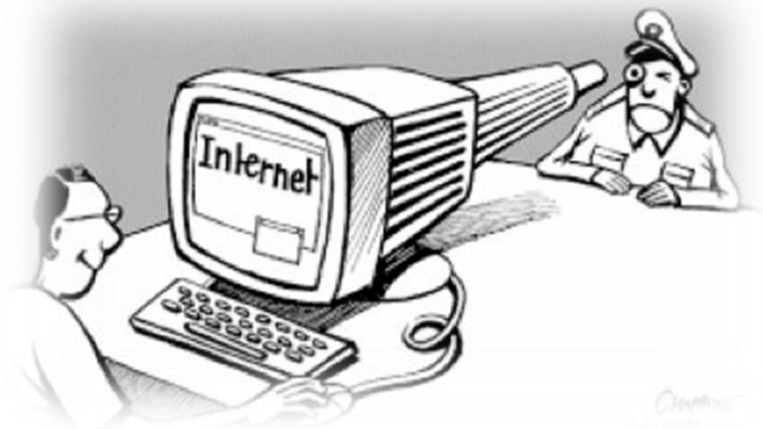


Θετικά

Στις θετικές επιπτώσεις περιλαμβάνονται η μεγαλύτερη διασύνδεση, η διευκόλυνση στην επικοινωνία και η δημόσια και ελεύθερη έκθεση πληροφοριών που κατά το παρελθόν θα μπορούσαν να καταπιεστούν πιο εύκολα από ολοκληρωτικά καθεστώτα. Οι οικονομικές επιπτώσεις της ψηφιακής επανάστασης υπήρξαν τεράστιες. Για παράδειγμα, χωρίς τον Παγκόσμιο Ιστό η παγκοσμιοποίηση δε θα είχε φτάσει στο σημερινό επίπεδο. Η ψηφιακή επανάσταση άλλαξε δραματικά τον τρόπο με τον οποίο συνεργάζονται οι επιχειρήσεις με τους ιδιώτες. Από τη μια στιγμή στην άλλη, μικρές επιχειρήσεις απέκτησαν λόγο και πρόσβαση σε μεγάλες αγορές. Καινούργιες ιδέες όπως η κατά παραγγελία υπηρεσίες και κατασκευές (on demand) σε συνδυασμό με τη ραγδαία πτώση του τεχνολογικού κόστους, κατέστησαν δυνατές νέες καινοτόμες σε όλους τομείς της βιομηχανίας και της καθημερινής ζωής.

Αρνητικά

Στις αρνητικές επιπτώσεις περιλαμβάνονται η υπερφόρτωση πληροφοριών, οι εγκληματίες του Διαδικτύου, ο κορεσμός των μέσων ενημέρωσης καθώς και η δημιουργία νέων μορφών κοινωνικής δικτύωσης. Σε ορισμένες περιπτώσεις μάλιστα, η ευρύτατη διάδοση των υπολογιστών στις εταιρείες έκανε τους υπαλλήλους λιγότερο παραγωγικούς επειδή χρησιμοποιούσαν τους Η/Υ για προσωπική χρήση (e-mail, παιχνίδια, συνομιλίες κλπ). Η χρήση των προσωπικών υπολογιστών όπως και άλλες ψηφιακές δραστηριότητες στο χώρο εργασίας, που δεν συνδέονται με δουλειά, οδήγησαν σε ισχυρότερες μορφές παραβίασης της ιδιωτικής ζωής, όπως η καταγραφή της πληκτρολόγησης και εφαρμογές φιλτραρίσματος πληροφοριών (κατασκοπευτικό λογισμικό και λογισμικά ελέγχου περιεχομένου). Η προστασία της ιδιωτικής ζωής, έγινε μεγάλη υπόθεση κατά τη διάρκεια της ψηφιακής επανάστασης. Η ικανότητα της αποθήκευσης και χρησιμοποίησης τόσο μεγάλων ποσοτήτων διαφόρων πληροφοριών, άνοιξε δυνατότητες για την παρακολούθηση των ιδιωτικών δραστηριοτήτων και ενδιαφερόντων.



Εμείς και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Η εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε κυρίαρχη τάση είναι μια από τις πολλές και σημαντικές εφαρμογές του διαδικτύου στη ζωή όλων μας και κυρίως στη ζωή των νέων. Για τους περισσότερους χρήστες του διαδικτύου, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ο πλέον συνηθισμένος και προτιμητέος τρόπος επικοινωνίας με τους άλλους, φίλους, οικογένεια, απλούς γνωστούς ή και αγνώστους.

Οι περισσότεροι χρήστες χαρακτηρίζουν τον «κοινωνικό» χαρακτήρα των μέσων αυτών ως θετικό. Εκτός όμως από τις αμέτρητες δυνατότητες επικοινωνίας και ενημέρωσης, αναδύονται ερωτήματα σχετικά με τις πιθανές αρνητικές τους επιπτώσεις. Τα ερωτήματα αυτά αφορούν αφενός ζητήματα ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών αλλά και ζητήματα που αφορούν την ψυχική υγεία των χρηστών.

Τα ζητήματα σχετικά με την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων τραβούν συχνά την προσοχή, κυρίως επειδή τα μέσα κοινωνική δικτύωσης ενθαρρύνουν τους χρήστες να μοιραστούν όλο και περισσότερα προσωπικά στοιχεία στα προφίλ τους. Έτσι, εκτός από τον αριθμό του κινητού, τώρα πια ο καθένας μπορεί να δημοσιεύει το γάμο του, τη γέννηση του παιδιού του, την απόκτηση του πτυχίου του ακόμα και το ότι αντιμετωπίζει προβλήματα υγείας. Αυτές οι προσωπικές πληροφορίες αξιοποιούνται κατάλληλα για εμπορικούς σκοπούς από τις εταιρίες σύμφωνα με τα αποτελέσματα μιας έρευνας (Thelwall, 2009).

Όσες περισσότερες προσωπικές πληροφορίες δίνουμε, τόσο πιο ολοκληρωμένο είναι το διαδικτυακό «προφίλ» μας. Η νέα γενιά είναι περισσότερο εκτεθειμένη από όλες τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες και ταυτόχρονα η πιο ευαίσθητη. Οι πληροφορίες που δημοσιεύουν οι νέοι για τους ίδιους και τους φίλους τους έχουν δύο χαρακτηριστικά: πολύ χαμηλή αίσθηση του ιδιωτικού χαρακτήρα των πληροφοριών που δημοσιεύουν και ταυτόχρονα εκτεταμένη προβολή της ταυτότητας τους. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται και από την έρευνα των (Christofides, Muose & Desmarais, 2009), τα αποτελέσματα της οποίας έδειξαν ότι οι έφηβοι συμμετέχοντες δημοσίευαν περισσότερες προσωπικές πληροφορίες από τους ενήλικες.

Έτσι λοιπόν αναρωτιέται κανείς πόσο σημαντικό είναι τελικά να προστατεύουμε τις πληροφορίες που γνωστοποιούμε στα «προφίλ» μας και αν και σε ποιο βαθμό η δημοσιοποίηση αυτή ενέχει κινδύνους για τους χρήστες. Πόσο επικίνδυνο είναι το να γνωρίζει ο κάθε διαδικτυακός «φίλος» ανά πάσα στιγμή πότε μπήκαμε ή βγήκαμε από το σπίτι; Ποιος όμως έχει την ευθύνη για τις ρυθμίσεις ασφάλειας; Ο κάθε ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης ή ο κάθε χρήστης προσωπικά;

Το δεύτερο ζήτημα που εγείρεται από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σχετίζεται με το βαθμό στον οποίο επηρεάζεται η ψυχική μας υγεία από την έκθεση του εαυτού μας και των άλλων. Πόσο πολύ βομβαρδιζόμαστε από τις πληροφορίες που αναρτούν οι «φίλοι» στους ιστότοπους που επισκεπτόμαστε καθημερινά;

Πολλές φορές προσπαθούμε να αποφεύγουμε να διαβάζουμε την παραμικρή εξέλιξη που σπεύδουν να μοιραστούν με τους πάντες οι διαδικτυακοί μας φίλοι, όμως δεν είναι πάντα εφικτό. Όταν όμως τύχει και επισκεφθούμε το προφίλ τους, ερχόμαστε αντιμέτωποι με όλες αυτές τις δημοσιεύσεις μαζεμένες! Πληροφορίες οι οποίες είναι από προσωπικές έως πολύ προσωπικές ...τι μαγείρεψαν συνοδευόμενο από φωτογραφία με την χαρούμενη παρέα γύρω από το γεύμα, τι ψώνισαν από τα μαγαζιά ή το διαδίκτυο, πού πήγαν διακοπές, τί λογαριασμός ρεύματος τους ήρθε. Μια πρόσφατη έρευνα αποκάλυψε ότι υπάρχουν άνθρωποι που μοιράζονται με τον κόσμο περισσότερες πληροφορίες μέσω ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης σε σύγκριση με την πραγματική τους ζωή (Christofides, Muose & Desmarais, 2009).

Η Sloane Crosley, συγγραφέας του *How Did You Get This Number*, αναφέρει ότι μαθαίνοντας τόσα πολλά και άχρηστα πράγματα για κάποιους, της είναι τόσο ενοχλητικό, αναφέροντας χαρακτηριστικά ότι νιώθει σαν να της έχει σφηνωθεί ένα κομμάτι καλαμπόκι ανάμεσα στα δόντια! Πόσοι από εμάς δεν παρακολουθούμε τη ζωή των παλιών συμμαθητών μας; Ή τη ζωή ανθρώπων που ήταν φίλοι ή ακόμα και σύντροφοί μας αλλά τελικά οι δρόμοι μας χώρισαν;

Hello, happiness!



Τελικά, μας κάνει καλό αυτό το κρυφοκοίταγμα στις ζωές των άλλων; Μια έρευνα που δημοσιεύτηκε στο περιοδικό *Cyberpsychology, Behaviour and Social Network* (2011), αναφέρει ότι όσο περισσότερες πληροφορίες διαβάζουμε για τους διαδικτυακούς μας «φίλους» τόσο περισσότερο ευτυχισμένους τους θεωρούμε και συνεπώς τόσο πιο δυστυχισμένους θεωρούμε τους εαυτούς μας, αφού ουσιαστικά συγκρίνουμε τις ζωές μας με αυτές που ζούν οι άλλοι. Διάφοροι ερευνητές Καλρίδου και συνεργάτες, 2011 •Mehdizadeh, 2010) υποστηρίζουν ότι ο χρόνος που σπαταλάμε σε γνωστό ιστότοπο επηρεάζει αρνητικά την αυτοπεποίθηση μας.

Καλό λοιπόν θα ήταν να αντιμετωπίζουμε όλες αυτές τις πληροφορίες, τόσο αυτές που λαμβάνουμε όσο και αυτές που δίνουμε, με κριτική ματιά έχοντας στο μυαλό μας το πραγματικό νόημα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Διαδικτυακοί Κίνδυνοι



Η πρόσβαση στο Διαδίκτυο σήμερα δεν είναι ακίνδυνη, ανεξάρτητα από τον τρόπο χρήσης των υπηρεσιών του. Υπάρχουν κακόβουλοι χρήστες και αρκετές δυνατότητες πρόκλησης ζημιών τόσο στο επίπεδο του

χρησιμοποιούμενου λογισμικού και υλικού, όσο και σε προσωπικό επίπεδο.

Ο κύριος κίνδυνος πρόκλησης ζημιών στο υπολογιστικό σύστημα ενός ανύποπτου χρήστη είναι η μόλυνση του συστήματος με κάποιον ιό. Η μόλυνση γίνεται όταν ο χρήστης καλείται να λάβει κάποιο αρχείο, φαινομενικά αθώο, όπως ένα κείμενο ή μια φωτογραφία και, όταν δοκιμάσει να το χρησιμοποιήσει, ο ιός αναλαμβάνει δράση επιμολύνοντας το σύστημα και μπορεί να καταστρέψει αρχεία ή και ολόκληρο το σκληρό δίσκο του συστήματος. Άλλες φορές είναι δυνατή η αποστολή ιού απευθείας από τον ιστοτόπο που επισκέπτεται ο χρήστης, χωρίς να εμφανισθεί κάποια ένδειξη λήψης αρχείου. Η περίπτωση αυτή εκμεταλλεύεται κενά ασφαλείας στο λογισμικό του χρήστη (φυλλομετρητή ή Λειτουργικό σύστημα).

Παρόμοιας δράσης είναι και ένα πρόγραμμα που αποκαλείται worm (κατά λέξη μετάφραση σκουλήκι). Είναι παρόμοιο σε αποτέλεσμα με τον ιό, αλλά, αντίθετα από αυτόν, δεν απαιτεί την «προσκόλλησή» του σε ένα αρχείο, έχοντας έτσι περισσότερη αυτονομία. Η βλάβη που προκαλεί το worm δεν είναι τόσο ευρεία στο σύστημα, όσο στο δίκτυο σύνδεσης, επειδή καταναλώνει σημαντικό εύρος ζώνης (bandwidth).

Άλλος κίνδυνος είναι ο Δούρειος Ίππος, ένα πρόγραμμα που ξεγελά το χρήστη του, ο οποίος χρησιμοποιώντας το νομίζει ότι εκτελεί κάποια εργασία, ενώ στην πραγματικότητα εκτελεί κάποια άλλη, συνήθως εγκατάσταση άλλων κακόβουλων προγραμμάτων. Αντίθετα από τους ιούς, οι δούρειοι ίπποι δεν επιμολύνουν αρχεία.

Στην κατηγορία αυτή υπάγονται τόσο οι δούρειοι ίπποι που προαναφέρθηκαν, όσο και κακόβουλα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Με τον τρόπο αυτό όχι μόνον είναι δυνατό να υφαρπαγούν προσωπικά δεδομένα κάποιου χρήστη, όπως ο αριθμός ταυτότητάς του ή το ΑΦΜ του, όσο και, πιο σημαντικό, αριθμοί πιστωτικών καρτών, λογαριασμών Τραπέζης κτλ. Ανάλογη μέθοδος ακολουθείται και από ορισμένους ιστοτόπους, στους οποίους ο ανύποπτος χρήστης καταχωρεί παρόμοια στοιχεία παραγγέλοντας ένα προϊόν, το οποίο όχι μόνο δε θα λάβει ποτέ, αλλά τα δεδομένα του μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους δημιουργούς του ιστοτόπου για να πραγματοποιήσουν οι ίδιοι αγορές, χρεώνοντας τον «πελάτη» τους. Η μέθοδος υφαρπαγής προσωπικών δεδομένων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αποκαλείται Phishing (παραφθορά της λέξης fishing = ψάρεμα). Αρκετά προγράμματα περιήγησης (browsers) αναγνωρίζουν τους ιστοτόπους στους οποίους παραπέμπουν τα παραπλανητικά μηνύματα, ωστόσο αυτό δεν συμβαίνει σε ποσοστό 100%. Οι χρήστες είναι καλό να γνωρίζουν ότι κανείς χρηματοπιστωτικός φορέας δεν χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για να ανανεώσει προσωπικές πληροφορίες, ενώ ένας προστατευμένος ιστοτόπος αρχίζει πάντα με το πρόθεμα **https** (secure, ασφαλής).

Αρκετές φορές οι χρήστες του Διαδικτύου χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του για να βρουν κάποιες πληροφορίες που χρειάζονται. Μερικοί ιστοτόποι εμφανίζουν πληροφορίες, οι οποίες φαινομενικά είναι ακριβείς ή αναφέρουν απόλυτα αξιόπιστους δημιουργούς ή πηγές. Το κίνητρο για τέτοιες πράξεις μπορεί να είναι είτε η αποκομιδή ιδίου οφέλους είτε, απλά, η χαρά της παραπλάνησης των (αγνώστων) χρηστών. Ο όρος που περιγράφει αυτού του τύπου την παραπλάνηση είναι Hoax. Για περισσότερες πληροφορίες δείτε το Μουσείο των Hoaxes (αγγλικά).

ΠΗΓΕΣ

<http://news.pathfinder.gr/health/features/906332.html>

<http://gym-sifnou.kyk.sch.gr/Xrhsh%20diadiktyou/7-Diadiktyakoi%20kyndinoi.htm>

ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ

Νικολαΐδης Δημήτρης

Ραζής Αχιλλέας

Στεφανίδης Μάρκος

Τζιλής Αντώνης

Τσανασίδης Αναστάσης

Χριστοδουλίδου Δώρα



Β' ΜΕΡΟΣ

Κατηγορίες ΜΚΔ



SOCIAL NETWORKING



Στην κατηγορία αυτή ανήκουν το Facebook, το Twitter και άλλες παρόμοιες σελίδες οι οποίες μας δίνουν την δυνατότητα αλληλεπίδρασης με φίλους, σχολιασμού και έκφρασης απόψεων, καθώς και την είσοδο σε ομάδες κοινωνικών ενδιαφερόντων και συζητήσεων.

Facebook



Το **Facebook** είναι δημοφιλής ιστόχωρος 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 κάθε χρήστης διαμορφώνει το δικό του προφίλ εντάσσοντας μέσα σε αυτό προσωπικές του φωτογραφίες, απόψεις, σκέψεις, στάσεις, επιθυμίες, ενδιαφέροντα επαγγελματικά και μη, σχόλια για κάθε λογής θέμα και πολλές φορές τα στοιχεία επικοινωνίας του. Συνήθως το προφίλ αυτό είναι προσβάσιμο από όλους τους χρήστες του διαδικτύου. Ωστόσο ο ιδρυτής ενός προφίλ έχει τη δυνατότητα να επιλέξει ποιος μπορεί να αναγνώσει το προφίλ του.

Ο Μαρκ Ζάκερμπεργκ ίδρυσε το Facebook ως μέλος του Πανεπιστημίου Χάρβαρντ. Αρχικά δικαίωμα συμμετοχής είχαν μόνο οι φοιτητές του Χάρβαρντ ενώ αργότερα επεκτάθηκε για την Ivy League. Το όνομα της ιστοσελίδας προέρχεται από τα έγγραφα παρουσίασης των μελών πανεπιστημιακών κοινοτήτων μερικών Αμερικάνικων κολεγίων και προπαρασκευαστικών σχολείων που χρησιμοποιούσαν οι νεοεισερχόμενοι

σπουδαστές για να γνωριστούν μεταξύ τους. Το 2005 το δικαίωμα πρόσβασης επεκτάθηκε σε μαθητές συγκεκριμένων λυκείων και μέλη ορισμένων μαθητικών κοινοτήτων, ενώ το 2006 η υπηρεσία έγινε προσβάσιμη σε κάθε άνθρωπο του πλανήτη που η ηλικία του ξεπερνούσε τα 13 χρόνια.

Το Facebook σήμερα έχει πάνω από 1 δισεκατομμύριο ενεργούς χρήστες, κατατάσσοντάς το έτσι στη λίστα ταξινόμησης του Alexa ως ένα από τα δημοφιλέστερα web sites του πλανήτη (2ο μετά το Google). Επίσης, το Facebook είναι ένα από τα δημοφιλέστερα sites για ανέβασμα φωτογραφιών με πάνω από 14 εκατομμύρια φωτογραφίες καθημερινά. Με αφορμή τη δημοτικότητά του, το Facebook έχει υποστεί κριτική και κατηγορηθεί σε θέματα που αφορούν τα προσωπικά δεδομένα και τις πολιτικές απόψεις των ιδρυτών του. Ωστόσο η συγκεκριμένη ιστοσελίδα παραμένει η πιο διάσημη κοινωνική περιοχή δικτύωσης σε πολλές αγγλόφωνες χώρες.

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

Παρόλα αυτά όμως έχουν παρατηρηθεί κάποιες αρνητικές μεταβολές στην ψυχολογική κατάσταση των χρηστών του Facebook. Σε μια έρευνα που έγινε με ερευνητές του πανεπιστημίου του Μίσιγκαν μελετώντας για 2 εβδομάδες 82 νεαρούς ενήλικες χρήστες και με ποιόν τρόπο σχετιζόταν η χρήση του κοινωνικού δικτύου με τα αισθήματα ψυχικής ικανοποίησης κάθε χρήστη. Τελικά οι ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα πως όσο περισσότερο οι νέοι χρησιμοποιούσαν το Facebook, τόσο χειρότερα ένιωθαν στη συνέχεια και τόσο περισσότερο το επίπεδο ικανοποίησής τους από τη ζωή έπεφτε.



Twitter



Το Twitter (Τουίτερ) είναι ένας ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα (μέχρι 140 χαρακτήρες), τα οποία ονομάζονται τουίτς (Tweets). Τα μηνύματα μπορούν να αναγνωστούν και από μη συνδεδεμένους χρήστες, αλλά μόνο οι συνδεδεμένοι μπορούν να δημοσιεύσουν κείμενα. Δημιουργήθηκε τον Μάρτιο του 2006 από τον Τζακ Ντόρσεϊ. και δημοσιεύθηκε τον Ιούλιο του ίδιου χρόνου. Η υπηρεσία έγινε γρήγορα δημοφιλής και σήμερα έχει 200 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες. Είναι ένας από τους δέκα πιο δημοφιλείς ιστοτόπους του διαδικτύου.

Το Twitter δημιουργήθηκε ως μια κοινωνική πλατφόρμα μικρό-blogging. Κοινωνική γιατί σου επιτρέπει να έρθεις σε επαφή και να αλληλεπιδράσεις με άλλα μέλη του, που μπορεί να έχετε κάτι κοινό. Μικρό-blogging γιατί μπορείς να γράφεις την κατάστασή σου σε 140 χαρακτήρες και χωρίς εικόνες ή άλλα media. Έτσι γίνεται πιο εύκολα να γράψεις κάτι, από το να ετοιμάσεις ένα blog post για το wordpress ή το blogger.

Στην πορεία το Twitter έγινε και άλλα πράγματα, όπως μέρος προώθησης ιδεών, προϊόντων και νέων και φυσικά εξελίχθηκε σε μια πλατφόρμα Chat, όπου η συζήτηση μπορεί να εξελιχθεί σε μεγαλύτερη

διάρκεια, αλλά και με περισσότερα άτομα απ'ότι ένα κλασσικό Chat. Η προώθηση των νέων γίνεται σε κλάσματα δευτερολέπτου από την δημοσιογραφία των πολιτών.

Προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών γίνεται με διάφορους τρόπους. Η σειρά Mad Men έφτιαξε twitter λογαριασμούς για τους πρωταγωνιστές. Το ίδιο έκανε και η σειρά The Big Bang Theory. Πολλά ελληνικά μαγαζιά, blogs, forums, ειδησεογραφικά sites (όπως το arn.gr) έχουν ανοίξει λογαριασμό.

Προώθηση ιδεών και πολιτικών απόψεων γίνονται όπως ο Barack Obama στις τελευταίες πολιτικές εκλογές των Η.Π.Α., αλλά και πολλοί Έλληνες πολιτικοί και άτομα με πολιτική άποψη, επίσης.

Και φτάνοντας σε κάποια άκρα γράφονται τραγούδια για το Twitter κάνοντας προτάσεις γάμου μέσω αυτού.

Λίγα βασικά tips για όσους ξεκινάνε τώρα:

- Tweets λέμε το κείμενο που βάλουμε εμείς ή κάποιος άλλος στο twitter.
- Twitters είναι όλοι όσοι χρησιμοποιούν το twitter.
- Followers είναι όσοι μας ακολουθούν (διαβάζουν τα μηνύματα που γράφουμε)
- Following είναι όσοι ακολουθούμε εμείς (διαβάζουμε στην κεντρική μας σελίδα αυτά που γράφουν)
- Για να απαντήσουμε σε κάποιον βάζουμε @ μπροστά από το username του ή πατάμε στο βελάκι δίπλα στο tweet του.
- Βάζουμε #θέμα όταν θέλουμε να πούμε κάτι για ένα συγκεκριμένο θέμα.
- Πρώτα βάζουμε μερικά updates δικά μας, και μετά ακολουθάμε άλλου. Έτσι θα μας ακολουθήσουν και αυτοί ευκολότερα. Θα καταλάβουν ότι δεν είμαστε απλά ένα bot.
- Αν κάνουμε προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών πρέπει πρώτα να αποφασίσουμε εάν θα ακολουθήσουμε κάποιους ή όχι.

- Τέλος αν είμαστε εταιρεία ή υπηρεσία θα πρέπει να ξέρουμε ότι το twitter έχει αλληλεπίδραση. Θα πρέπει να τσεκάρουμε συχνά για απαντήσεις ή προσωπικά μηνύματα προς εμάς και να απαντάμε.



ΠΗΓΕΣ

<http://el.wikipedia.org/wiki/Facebook>

<http://el.wikipedia.org/wiki/Twitter>

ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ

Μουρμούρα Αφροδίτη

Μυλωνάς Χριστόφορος

Σάρρου Νικολέτα

Τσολάκης Διονύσης

Χαρούσης Αναστάσιος



CONVERSATION APPS



Η δεύτερη κατηγορία αποτελείται από το Skype, το Viber, το YahooMail, το Gmail και άλλες υπηρεσίες που εστιάζουν στην επικοινωνία μέσω βιντεοκλήσεων, μέσω τηλεφώνου χρησιμοποιώντας ασύρματη σύνδεση Ίντερνετ και μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

YAHOO!

Gmail

SKYPE



Το **Skype** είναι μια εξαιρετικά δημοφιλής εφαρμογή VoIP με εκατομμύρια χρήστες από όλον τον κόσμο. Αρχικά ήταν για επικοινωνία από Η/Υ σε Η/Υ. Πλέον προσφέρει κλήσεις σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου, σε οποιοδήποτε δίκτυο τηλεφωνίας, σταθερής και κινητής, με χαμηλές χρεώσεις, δυνατότητα αποστολής SMS, αποστολής αρχείων και δυνατότητα συνδιάσκεψης. Διατίθεται σε εκδόσεις για Windows, Mac και Linux όπως επίσης και για τις πλατφόρμες φορητών συσκευών Android, iOS και Symbian.

Τα οφέλη του skype είναι πάρα πολλά: Δωρεάν τηλεδιάσκεψεις, online μαθήματα και σεμινάρια, εκπαίδευση και υποστήριξη εξ' αποστάσεως, και το κυριότερο... ζωντανή, ουσιαστική επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο με γραπτό κείμενο, ήχο και εικόνα, με τους αγαπημένους σας σε όποιο σημείο του πλανήτη κι αν βρίσκονται, εντελώς δωρεάν

Τι χρειάζεται για να χρησιμοποιήσει κανείς την εφαρμογή skype; Ακουστικά (ή ηχεία) για να ακούει τον συνομιλητή του, μικρόφωνο για να του μιλάει και να τον ακούει και αυτός, και (προαιρετικά) κάμερα για να βλέπει ο ένας τον άλλον (εφόσον έχουν και οι δύο) μέσα από βίντεο κλήση. Αν μάλιστα διαθέτει laptop σχετικά καινούριο, όλα τα παραπάνω (ηχεία, μικρόφωνο, κάμερα) είναι εξ αρχής ενσωματωμένα, και άρα δεν χρειάζεται να κάνει απολύτως τίποτα επιπλέον.

VIBER



Το **Viber** είναι μια εφαρμογή που αφορά κυρίως στα κινητά τηλέφωνα και η οποία ξεκίνησε ως εναλλακτική και έχει γίνει mainstream καθώς επιτρέπει στον καθένα να παίρνει δωρεάν τηλέφωνα και να στέλνει SMS. Με

το Viber, μπορείτε να συνδεθείτε με άλλα άτομα, οπουδήποτε στον κόσμο ελεύθερα. Περισσότεροι από 200 εκ. χρήστες Viber στέλνουν μηνύματα, φωτογραφίες, βιντεομηνύματα και κάνουν κλήσεις σε χρήστες παγκοσμίως με WiFi ή 3G, δωρεάν. Το Viber είναι διαθέσιμο σε πολλά έξυπνα τηλέφωνα (smartphone) και πλατφόρμες.

Το καλό με το Viber είναι ότι προσφέρει πολύ καλή ποιότητα ήχου όπου υπάρχει το αντίστοιχο δίκτυο. Με μια καλή wifi σύνδεση μπορεί κανείς να μιλάει με HD ήχο που είναι πολύ ανώτερος από τον ήχο της κινητής τηλεφωνίας. Η εφαρμογή είναι απλή στη χρήση και δεν χρειάζονται πολλές κινήσεις για να βρει ποιοι άλλοι φίλοι του έχουν εγκατεστημένη την εφαρμογή.

Το Viber είναι πάντα ενεργοποιημένο στο background έτσι ώστε να μην χάνεται καμία κλήση. Πρόκειται για μια νέα μόδα στην επικοινωνία με τεχνολογία που κάνει χρήση των ασύρματων δικτύων και των Wi-Fi καθώς και των 3G δικτύων των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας για να αντικαταστήσει τις κλασικές κλήσεις μέσω των παρόχων κινητής τηλεφωνίας.

YAHOO MAIL



Το **Yahoo Mail** είναι μία από τις πρώτες web-based, δηλ. βασιζόμενες στον Παγκόσμιο Ιστό, δωρεάν υπηρεσίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που παρέχεται από την εταιρία διαδικτυακών υπηρεσιών Yahoo!.

Όπως συμβαίνει με όλες τις υπηρεσίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, το μεγάλο πλεονέκτημά του είναι ότι ανεξαρτητοποιεί το λογαριασμό του χρήστη από συγκεκριμένο υπολογιστή (όπως συμβαίνει με το SMTP και POP3 ηλεκτρονικό ταχυδρομείο). Το μειονέκτημά του είναι ότι, παράλληλα με τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, προβάλλει και διαφημίσεις, όπως όμως κάνει και η πλειονότητα των παρόχων δωρεάν υπηρεσίας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Προσφέρει, επίσης, δύο τύπους διεπαφής με τους χρήστες: Μια «κλασική», η οποία φορτώνεται γρηγορότερα και προσφέρεται για αργές συνδέσεις, και μια που παρομοιάζεται με την εμφάνιση του Microsoft Outlook, αλλά προσφέρεται μόνο για γρήγορες συνδέσεις



GMAIL



Το **Gmail** είναι δωρεάν, υποστηριζόμενη από διαφημίσεις υπηρεσία ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που παρέχεται από την Google. Οι χρήστες έχουν την δυνατότητα πρόσβασης στο Gmail μέσω των πρωτοκόλλων

POP3 ή IMAP4. Η λειτουργία του Gmail άρχισε την 1 Απριλίου 2004 ως beta έκδοση μόνο μέσω προσκλήσεων, και έγινε διαθέσιμο στο ευρύ κοινό στις 7 Φεβρουαρίου 2007, όντας ακόμα σε κατάσταση beta (δοκιμαστική). Η υπηρεσία αναβαθμίστηκε από κατάσταση beta στις 7 Ιουλίου 2009, μαζί με τις υπόλοιπες εφαρμογές της σουίτας Google_Apps.

Η αρχική δυνατότητα αποθήκευσης που έδινε το Gmail, 1 GB ανά χρήστη, ανέβασε σημαντικά το πρότυπο του webmail για δωρεάν αποθήκευση από τα 2 με 4 MB που προσέφεραν ανταγωνιστικές υπηρεσίες όπως το Hotmail εκείνο τον καιρό. Ένα μεμονωμένο μήνυμα στο Gmail, μαζί με τα συνημμένα αρχεία του, μπορεί να έχει μέγεθος μέχρι 25 MB, το οποίο είναι μεγαλύτερο από αυτό που προσφέρουν πολλές άλλες υπηρεσίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.



ΠΗΓΕΣ

<http://thesecretrealtruth.blogspot.com/>

<http://el.wikipedia.org/wiki>

<http://gym-sifnou.kyk.sch.gr/>

<http://www.freestuff.gr/forums>

<http://www.eeke.gr>

<https://sites.google.com/site/mkdsamos/ergasia>

www.wikipedia.com

<http://pc-news.gr/home/266-whatisskype.html>

<http://el.wikipedia.org/wiki/Skype>

<http://www.e-go.gr/tech/article.asp?catid=17290&subid=2&pubid=128953386>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.viber.voip&hl=el>

ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ

Παυλίδης Μάρκος

Σιόζιος Κωνσταντίνος

Στεργιόπουλος Γεώργιος

Τσάμης Φώτης

Τσουρέκα Μελίνα



VIDEOS



Στην τρίτη κατηγορία συναντούμε το Youtube, το Instagram, το Dailymotion και άλλα παρόμοια sites, όπου οι χρήστες μπορούν να μοιράζονται φωτογραφίες, βίντεο, να γράφουν τα σχόλια τους καθώς και να ενημερώνονται για ειδήσεις και θέματα ψυχαγωγίας ανά τον κόσμο.



Πρόλογος

Καθημερινά στο διαδίκτυο κυκλοφορούν διαφόρων ειδών βίντεο τα οποία είναι προσβάσιμα από κάθε χρήστη. Μπορεί να περιέχουν εκπαιδευτικό υλικό ή ακόμα και ψυχαγωγικό. Διάφορες ιστοσελίδες όπως είναι το youtube ,daily motion, κλπ. δημοσιεύουν την ημέρα εκατοντάδες βίντεο. Επίσης υπάρχει και μία άλλη μορφή βίντεο στο διαδίκτυο η οποία σχετίζεται με την επικοινωνία των ανθρώπων. Αυτή βοηθάει στην οπτική και ακουστική επικοινωνία των ανθρώπων μέσω διαφόρων ιστότοπων όπου είναι απαραίτητη η ύπαρξη κάμερας.



Youtube



Το **YouTube** είναι ένας δημοφιλής διαδικτυακός τόπος, ο οποίος επιτρέπει την αποθήκευση, την αναζήτηση και την αναπαραγωγή ψηφιακών ταινιών. Δημιουργήθηκε το Φεβρουάριο του 2005 και το Νοέμβριο του 2006 ονομάστηκε από το περιοδικό Time "Invention of the Year 2006" (*Η Εφεύρεση του 2006*). Η εταιρία εδρεύει στο Σαν

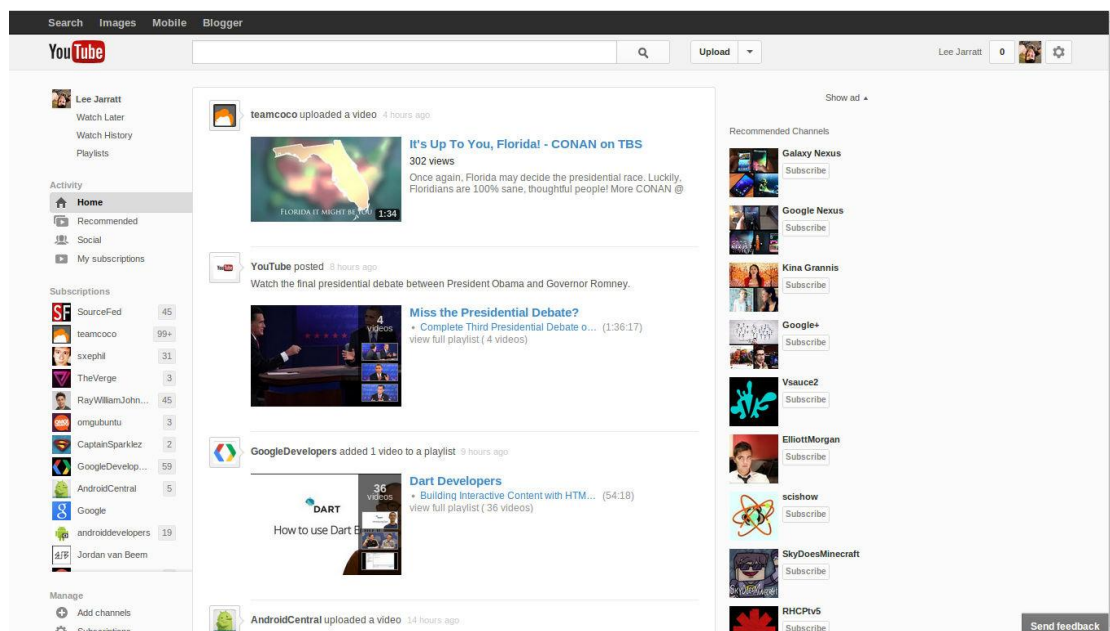
Μπρούνο της Καλιφόρνια, και χρησιμοποιεί την τεχνολογία Adobe Flash Video για να εμφανίζει μια μεγάλη ποικιλία από το περιεχόμενο φτιαγμένο από χρήστες, όπου συμπεριλαμβάνει κλιπ ταινιών, κλιπ τηλεόρασης, βίντεο και μουσικής, καθώς και ερασιτεχνικό περιεχόμενο, όπως το video blogging.

Μεγαλύτερο μέρος του περιεχομένου στο YouTube περιέχεται από τα άτομα, μέσα μαζικής ενημέρωσης και επιχειρήσεις συμπεριλαμβανομένων των CBS, BBC, Vevo και άλλες οργανώσεις οι οποίες παρέχουν ορισμένο από το υλικό τους μέσω του site, ως μέρος του προγράμματος εταιρικής σχέσης YouTube. Όλοι μπορούν να έχουν πρόσβαση στις αποθηκευμένες ψηφιακές ταινίες (βίντεο), ενώ τα εγγεγραμμένα μέλη μπορούν να αποθηκεύουν απεριόριστο αριθμό ταινιών με χρονικό όριο δεκαπέντε λεπτών το κάθε βίντεο. Μαζί με τις ταινίες φαίνεται και ο αριθμός των μελών που τις έχουν δει, ώστε να φαίνονται ποιες είναι οι πιο δημοφιλείς. Επίσης ένας χρήστης μπορεί να εκφράσει την γνώμη του για ένα βίντεο αν του αρέσει ή όχι.

Τα εγγεγραμμένα μέλη μπορούν να αφήσουν σχόλια στο κάθε βίντεο και να πατήσουν το κουμπί «Μου αρέσει» καθώς επίσης και να βαθμολογήσουν και να απαντήσουν τα σχόλια άλλων χρηστών. Μη εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να παρακολουθήσουν τα βίντεο, ενώ οι εγγεγραμμένοι χρήστες επιτρέπεται να ανεβάσουν απεριόριστο αριθμό βίντεο. Βίντεο που θεωρούνται ότι περιέχουν προσβλητικό περιεχόμενο είναι διαθέσιμα μόνο σε εγγεγραμμένους χρήστες 18 και άνω.

Στατιστικά στοιχεία:

- Κάθε μήνα επισκέπτονται το YouTube περισσότεροι από 1 δισεκατομμύριο χρήστες
- Κάθε μήνα προβάλλονται πάνω από 6 δισεκατομμύρια ώρες βίντεο στο YouTube, αριθμός που αντιστοιχεί σχεδόν σε μία ώρα για κάθε κάτοικο της Γης και είναι 50% πάνω από τον προηγούμενο χρόνο
- Κάθε λεπτό ανεβαίνουν 100 ώρες βίντεο στο YouTube
- Το 80% της επισκεψιμότητας στο YouTube προέρχεται από χώρες εκτός ΗΠΑ
- Το YouTube έχει μεταφραστεί σε 61 χώρες και σε 61 γλώσσες
- Σύμφωνα με το Nielsen, το YouTube προσελκύει ενήλικες ηλικίας 18-34 ετών στις ΗΠΑ περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο καλωδιακό δίκτυο
- Κάθε ημέρα γίνονται εκατομμύρια εγγραφές. Ο αριθμός των ατόμων που εγγράφονται καθημερινά είναι τουλάχιστον τριπλάσιος από πέρυσι, ενώ ο αριθμός των εγγραφών που πραγματοποιούνται καθημερινά είναι τουλάχιστον τετραπλάσιος από πέρυσι
- Σχεδόν το 40% του καθολικού χρόνου παρακολούθησης YouTube προέρχεται από την εφαρμογή για κινητά
- Το YouTube είναι διαθέσιμο σε εκατοντάδες εκατομμύρια συσκευές



The image is a screenshot of the YouTube website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Search', 'Images', 'Mobile', and 'Blogger' links. The main header features the YouTube logo, a search bar, and an 'Upload' button. Below the header, the page is divided into several sections. On the left, there is a user profile for 'Lee Jarratt' with options for 'Watch Later', 'Watch History', and 'Playlists'. Below this is the 'Activity' section, which includes 'Home', 'Recommended', 'Social', and 'My subscriptions'. A list of subscriptions is shown, including SourceFed (45), teamcoco (99+), exephi (31), TheVerge (3), RayWilliamJohn... (45), omgubuntu (3), CaptainSparklez (2), GoogleDevelop... (59), AndroidCentral (5), Google (19), androiddevelopers (19), and Jordan van Beem. The main content area displays a feed of activity. The first item is 'teamcoco uploaded a video' 4 hours ago, titled 'It's Up To You, Florida! - CONAN on TBS' with 302 views. The second item is 'YouTube posted' 6 hours ago, titled 'Watch the final presidential debate between President Obama and Governor Romney'. The third item is 'Miss the Presidential Debate?' with a link to 'Complete Third Presidential Debate o... (1:36:17)'. The fourth item is 'GoogleDevelopers added 1 video to a playlist' 9 hours ago, titled 'Dart Developers' with a link to 'Building Interactive Content with HTML... (54:18)'. The fifth item is 'AndroidCentral uploaded a video' 14 hours ago. On the right side, there is a 'Recommended Channels' section with a list of channels including Galaxy Nexus, Google Nexus, Kina Grannis, Google+, Vsauce2, ElliottMorgan, scishow, SkyDoesMinecraft, and RHCPTv5. A 'Send feedback' button is located at the bottom right of the page.

Dailymotion

Το **Dailymotion** πρόκειται για μια γαλλική ιστοσελίδα διάδοσης ειδήσεων και ψυχαγωγίας. Είναι μια ιστοσελίδα στην οποία περιέχονται ειδήσεις από όλο τον κόσμο. Η μεγαλύτερη καινοτομία αυτού του ιστότοπου αποτελεί η παρουσίαση βίντεο για κάθε είδηση.



Το Dailymotion προσελκύει πάνω από 112 εκατομμύρια μοναδικούς μηνιαίους επισκέπτες και 2,5 δισεκατομμύρια προβολές βίντεο παγκοσμίως. Χρησιμοποιώντας την πιο εξελιγμένη τεχνολογία για χρήστες και δημιουργούς, παρέχει υψηλή ποιότητα και βίντεο HD σε μια γρήγορη, εύχρηστη online υπηρεσία που επίσης φιλτράρει αυτόματα το ακατάλληλο περιεχόμενο, σύμφωνα με τις ειδοποιήσεις των ιδιοκτητών του περιεχομένου.

Προσφέροντας 34 τοπικές εκδόσεις σε 16 διαφορετικές γλώσσες, αποστολή τους είναι να παρέχουνε την καλύτερη δυνατή εμπειρία διασκέδασης για τους χρήστες και τις καλύτερες ευκαιρίες μάρκετινγκ για τους διαφημιστές, σεβόμενοι την προστασία του περιεχομένου. Πρόκειται για μια γαλλική ιστοσελίδα διάδοσης ειδήσεων και ψυχαγωγίας.

Το Dailymotion

- είναι το πιο δημοφιλές ευρωπαϊκό χώρο - σε όλες τις κατηγορίες - στον κόσμο, σύμφωνα με την comScore.
- χρησιμοποιώντας την πιο προηγμένη τεχνολογία για τους χρήστες και τους δημιουργούς περιεχομένου, παρέχει βίντεο HD σε ένα γρήγορο, εύκολο στη χρήση online υπηρεσιών.
- προσφέρει υψηλής ποιότητας εμπειρία του χρήστη σε όλες τις ψηφιακές συσκευές (υπολογιστές, φορητές συσκευές, συνδεδεμένες τηλεοράσεις και tablets), μέσω ενός από τα πιο ισχυρά παίκτες βίντεο στην αγορά.

- προσφέρει το καλύτερο περιεχόμενο από χρήστες, ανεξάρτητους παραγωγούς περιεχομένου και επίσημους συνεργάτες στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τις βιομηχανίες ψυχαγωγίας σε όλο τον κόσμο.
- παρέχει δωρεάν πρόσβαση στο ζωντανό περιεχόμενο, όπως πολιτιστικές εκδηλώσεις, αθλητικές διοργανώσεις σε όλο τον κόσμο ή έκτακτη είδηση όπως συμβαίνει, και επιτρέπει στους χρήστες του να παρακολουθούν δωρεάν ή on-demand ταινίες, σειρές ή δημιουργική και αποκλειστικά προγράμματα από ένα διεθνή κατάλογο των δεκάδων εκατομμύρια βίντεο.
- είναι διαθέσιμο σε όλο τον κόσμο σε 18 διαφορετικές γλώσσες και 35 μεταφρασμένες εκδόσεις με τοπικά σελίδες και τοπικό περιεχόμενο.

Dailymotion

Home Videos ▾ Channels ▾ Community ▾ Subscriptions Upload Videos

Videos

creativecontent 01:21:26 **Sita Sings the Blues (HD 720p)**

By **Drakar2007**

★★★★★ 21981 views

www.sitasingingtheblues.com Includes subtitles in multiple different languages, thanks to the volunteer translators...

Previous Video Stars:

Featured videos

Instagram



Το **Instagram** είναι μια ιστοσελίδα και παράλληλα εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα, το οποίο μέσα από τον λογαριασμό του, ο καθένας μπορεί να δημοσιεύσει εικόνες και βίντεο περιορισμένης διάρκειας. Όλες οι δημοσιεύσεις του κάθε χρήστη είναι διαθέσιμες παγκοσμίως.

Ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό είναι ότι περιορίζει τις φωτογραφίες σε ένα τετράγωνο σχήμα, παρόμοιο με Kodak Instamatic και Polaroid εικόνες και σε αντίθεση 16:9. Οι χρήστες έχουν επίσης τη δυνατότητα να καταγράφουν και να μοιράζονται βίντεο μικρής διάρκειας έως 15 δευτερόλεπτα.

Ο κάθε χρήστης μπορεί να ανεβάσει τις φωτογραφίες του και να χρησιμοποιήσει τα «φίλτρα» φωτογραφίας που διαθέτει η εφαρμογή και έπειτα να την δημοσιεύσει στο προφίλ αυτού του λογαριασμού όπως επίσης και σε άλλους ιστότοπους (π.χ. facebook , twitter)

Η εφαρμογή Instagram δημιουργήθηκε από τον Kevin Systrom και Mike Krieger και ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2010. Η υπηρεσία κέρδισε γρήγορα τη δημοτικότητα, με πάνω από 100 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες ως τον Απρίλιο του 2012. Αρχικά ήταν διαθέσιμο μόνο για τα iPhone , iPad και iPod και στη συνέχεια προστέθηκε υποστήριξη και για Android κινητά τηλέφωνα με κάμερα .

ΠΗΓΕΣ

<http://el.wikipedia.org/wiki/YouTube>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Dailymotion>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>

ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ

Μιχαηλίδης Δημήτρης

Ναλπαντίδης Νίκος

Νικολαΐδης Φώτης

Σαουλίδης Χαράλαμπος

Χρίστογλου Ιουλία



Γ' ΜΕΡΟΣ

ΕΘΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ



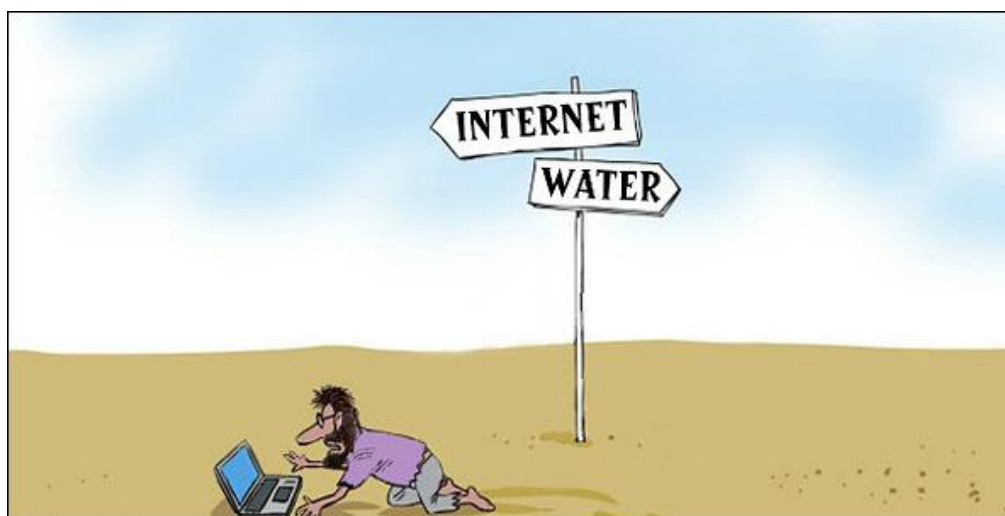
Εξέταση & ερμηνεία φαινομένου

Εισαγωγή

Ο εθισμός στο Διαδίκτυο «είναι μια σχετικά νέα μορφή εξάρτησης, η οποία βρίσκεται υπό εξέταση από την επιστημονική κοινότητα προκειμένου να οριοθετηθεί, αφού η εξάρτηση από το Ίντερνετ δεν είναι ακόμη μια κλινική οντότητα που συναντάμε σε εγχειρίδια ψυχιατρικά».

Το Ίντερνετ συνήθως καλύπτει τα ψυχολογικά κενά κάποιου χρήστη. Ο χρήστης λοιπόν δημιουργεί για τον εαυτό του μια κατάσταση στην οποία πάντα θα ήθελε να βρίσκεται, όπως να υποδύεται ένα ψεύτικο πρόσωπο. Αυτό βέβαια είναι εύκολο να επιτευχθεί αφού στο διαδίκτυο δεν υπάρχει τις περισσότερες φορές οπτική επαφή και επιπτώσεις στις πράξεις που εκτελεί ο χρήστης. Συνήθως τα παιδιά που βρίσκονται αντιμέτωπα με το πρόβλημα του εθισμού στο διαδίκτυο είναι κυρίως αγόρια τα οποία βιώνουν σε ένα οικογενειακό περιβάλλον που διακρίνονται προβλήματα.

Τα ψυχολογικά συμπτώματα που παρατηρούνται από τον εθισμό στο διαδίκτυο είναι η υπέρμετρη ευχαρίστηση την ώρα που βρίσκονται σε αυτό, δυσκολία διακοπής από τον ηλεκτρονικό υπολογιστή αλλά και η προσπάθεια εύρεσης όλο και περισσότερου χρόνου για να περάσει σε αυτόν. Επίσης ο χρήστης νιώθει ψυχολογικά κενός την ώρα που βρίσκεται μακριά από τον υπολογιστή και τις περισσότερες φορές οι υποχρεώσεις του δεν τον απασχολούν.



Αίτια

Αν και οι ακριβείς λόγοι που οδηγούν ένα άτομο στον εθισμό στο Διαδίκτυο δεν μας είναι ακόμη γνωστοί υπάρχουν πολλοί παράγοντες που συμβάλλουν στο να καταλήξει κάποιος θύμα αυτής της μορφής εθισμού. Ο εθισμός συνήθως «εξειδικεύεται» σε μια από της παρακάτω κατηγορίες:

- Ηλεκτρονικά παιχνίδια
- Κοινωνική δικτύωση
- Ηλεκτρονικός τζόγος
- Πορνογραφία

Αν και κάθε μία από τις παραπάνω κατηγορίες εξάρτησης αφήνει τα δικά της ιδιαίτερα «σημάδια» στο εξαρτημένο άτομο, οι λόγοι του εθισμού σε αυτές είναι παρόμοιοι.

Οι άνθρωποι με ψυχικές διαταραχές ή συμπτώματα, όπως κατάθλιψη, συναισθήματα απομόνωσης, άγχος, στρες, πιστεύουν πως «αυτοθεραπεύονται» με τη χρήση του Διαδικτύου άκριβως όπως κάποιοι άνθρωποι καταναλώνουν αλκοόλ ή ναρκωτικά για να «αυτοθεραπεύσουν» τα συμπτώματα της ψυχική διαταραχή τους. Παράλληλα από κοινωνικής ή διαπροσωπικής άποψης, μπορεί να υπάρχουν και παράγοντες που σχετίζονται με οικογενειακά προβλήματα και ωθούν ένα άτομο στην υπερβολική χρήση του Διαδικτύου.

Αν θέλαμε να απαριθμήσουμε κωδικοποιημένα τους συνηθέστερους λόγους που οδηγούν κάποιον στον εθισμό στο διαδίκτυο αυτοί θα ήταν:

- Το επιβαρυνμένο με συγκρούσεις οικογενειακό περιβάλλον
- Οι μειωμένες κοινωνικές δεξιότητες που περιορίζουν την δυνατότητα δημιουργίας διαπροσωπικών σχέσεων
- Οι μεγάλες δυνατότητες «εικονικής» κοινωνικοποίησης μέσα από πλαστούς αυτοδημιούργητους χαρακτήρες

- Η διάθεση ανάληψης εικονικών ρόλων ώστε να καλυφθεί η αδυναμία ανάληψης φυσικών ρόλων

Το Ίντερνετ έχει την ικανότητα να καλύψει συγκεκριμένες ψυχολογικές ανάγκες ενός ατόμου. Ένα από τα χαρακτηριστικά του μέσου που προκύπτει από τη φύση του είναι ότι μπορεί να δημιουργήσει μια «ιδανική κατάσταση εαυτού», όπου το άτομο μπορεί να εξερευνήσει διάφορες πτυχές της προσωπικότητας του χωρίς να έχει περιορισμούς και συνέπειες.

Στο Διαδίκτυο δεν υπάρχουν άμεσες συνέπειες των πράξεων, ο χρήστης μπορεί να μπει και να βγει όποτε θέλει, ενώ μπορεί να καλύψει την όποια εξωτερική εμφάνιση, αφού δεν υπάρχει, πολλές φορές, οπτική επαφή. Ταυτόχρονα, ο έφηβος μπορεί να ενσαρκώσει διαφορετικούς ρόλους, ή να υιοθετήσει διαφορετικές ταυτότητες ανάλογα με την εκάστοτε διαδικτυακή εμπειρία, εξαιτίας της ανωνυμίας, που συνιστά κατεξοχήν χαρακτηριστικό του Διαδικτύου.

Συνήθως, τα παιδιά που αντιμετωπίζουν το πρόβλημα του εθισμού στο διαδίκτυο είναι αγόρια και μεγαλώνουν σε δύσκολες καταστάσεις (δυσλειτουργικές οικογένειες). Επίσης οι λόγοι που οδηγούν στην εξάρτηση είναι η χαμηλή κοινωνική εκτίμηση, το έντονο ενδιαφέρον του διαδικτύου με το γεγονός ότι επικρατεί ανωνυμία και κατ'επέκταση δεν ορίζεται η έννοια της απόρριψης. Τέλος, ο έφηβος «μαγεύεται» από την τεχνολογία και τις δυνατότητες που του προσφέρει το διαδίκτυο, όπως για παράδειγμα είναι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, γρήγορη ενημέρωση για οποιοδήποτε αντικείμενο τον απασχολεί και δωρεάν επικοινωνία.



Επιπτώσεις

Ψυχολογικά συμπτώματα:

- Αίσθηση ευφορίας όση ώρα βρισκόμαστε στον υπολογιστή.
- Είμαστε ανίκανοι να σταματήσουμε την δραστηριότητα.
- Αποζητούμε όλο και περισσότερο χρόνο στον υπολογιστή.
- Παραμελούμε οικογένεια και φίλους.
- Νιώθουμε κενοί, θλιμμένοι και οξύθυμοι όταν δεν βρισκόμαστε στον υπολογιστή.
- Λέμε ψέματα στην οικογένεια και τους φίλους μας για τις δραστηριότητες μας.
- Αντιμετωπίζουμε προβλήματα με τη δουλειά και το σχολείο.

Σωματικά συμπτώματα:

- Διατροφικές διαταραχές.
- Διαταραχές του ύπνου και αλλαγή των συνηθειών ύπνου.
- Μυοσκελετικές παθήσεις (π.χ. σκολίωση).
- Μειωμένη αθλητική δραστηριότητα.
- Ξηρά μάτια - μυωπία.
- Ημικρανίες.
- Παραμέληση προσωπικής υγιεινής.

Όλα αυτά έχουν, όπως είναι επόμενο, σοβαρές επιπτώσεις σε διάφορους τομείς της λειτουργικότητας του ατόμου. Μειώνεται ο χρόνος που περνάει ο έφηβος με την οικογένειά του, περιορίζονται τα χόμπι και οι κοινωνικές συναναστροφές του, αυξάνεται ο κίνδυνος εμφάνισης παχυσαρκίας, μυοσκελετικών προβλημάτων και οφθαλμικών παθήσεων λόγω των πολλών ωρών- ακινησίας- μπροστά στην οθόνη. Παράλληλα, οι εθισμένοι στο Διαδίκτυο νεαροί παραμελούν τη σωματική τους υγιεινή, ενώ κάνουν πολλές απουσίες στο σχολείο με αποτέλεσμα ακόμη και να χάνουν τάξεις.

Δεν είναι ανάγκη, όμως, να φθάσουν τα πράγματα σε αυτά τα άκρα. Υπάρχουν προειδοποιητικά καμπανάκια και οι γονείς πρέπει να έχουν ανοικτά τα αυτιά τους ώστε να τα ακούσουν. Αν οι γονείς δουν ότι οι σχολικές επιδόσεις του παιδιού πέφτουν χωρίς να υπάρχει άλλος λόγος εκτός από τη συνεχή ενασχόληση με τον υπολογιστή, αν καταλάβουν ότι το παιδί χάνει την κοινωνικότητά του και απομονώνεται, πρέπει να αντιδράσουν, να βρουν τρόπο διαχείρισης της κατάστασης, θέτοντας ένα πλαίσιο ώστε να απομακρύνουν τον έφηβο από τη μόνιμη ασχολία του με το Διαδίκτυο.



Αντιμετώπιση

Δεν βοηθάει να σκεφτόμαστε τα άτομα με οποιαδήποτε έκφραση εθισμού ως άτομα που δεν «ξέρουν το σωστό» και πρέπει να ενημερωθούν ή να τα πείσουμε με κάποιο τρόπο για το «λάθος» τους. Όπως ένας ασθενής με υπέρταση, αναπνευστικά προβλήματα ή νεφρική ανεπάρκεια δεν μπορεί έτσι απλά από μόνος του να ρυθμίσει τη πίεση του, την αναπνοή ή τον τρόπο που δουλεύουν τα νεφρά του, έτσι και ένας ασθενής εθισμένος στο Διαδίκτυο δεν μπορεί πλέον να ρυθμίσει τη συμπεριφορά του στο Διαδίκτυο – αυτή είναι η φύση της νόσου του. Χρειάζεται κατάλληλη αντιμετώπιση από έναν επαγγελματία ψυχικής υγείας. Μπορούμε απλά να τον/την προτρέψουμε να αναζητήσει κατάλληλη βοήθεια για το συγκεκριμένο πρόβλημα υγείας του. Βοήθεια από κάποιον ειδικό Ψυχικής Υγείας ο οποίος να έχει εμπειρία και τριβή με αυτό το ειδικό αντικείμενο.



Ο εθισμός από το διαδίκτυο αναγνωρίζεται πια από την ψυχιατρική κοινότητα ως ξεχωριστή ψυχοσωματική διαταραχή γι' αυτό χρήζει ειδικής θεραπείας. Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλά κέντρα που βοηθούν τους εφήβους να ξεφύγουν από τον εθισμό τους. Η παρακολούθηση κάθε περίπτωσης γίνεται από τετραμελή ομάδα στην οποία συμμετέχουν παιδίατρος, παιδοψυχίατρος, παιδοψυχολόγος και οικογενειακός σύμβουλος. Κατά τη διάρκεια της θεραπείας δε διακόπτεται η χρήση, αλλά ο έφηβος μαθαίνει να θέτει όρια στη χρήση και να αρχίσει και πάλι την ενασχόληση με άλλες δραστηριότητες. Παρ' όλα αυτά, σε περίπτωση που κάποιο από τα παιδιά αντιμετωπίζει και άλλα προβλήματα πέρα από τον εθισμό του, υπάρχει και κατάλληλη φαρμακολογία. Σύμφωνα με μελέτες, το 1/3 από τα παιδιά ανταποκρίνεται πολύ θετικά, ειδικά όταν η εξάρτηση βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο.



ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ

Μιχαηλίδης Βασίλης

Ροκίδου Νικολέττα

Τραγιάννης Θανάσης

Τσιλογλανίδου Άλκηστis

Φεσλίογλου Ελένη



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Έχετε λογαριασμό σε κάποια σελίδα κοινωνικής δικτύωσης;
Ναι Όχι
2. Αν ναι, σε ποιο/ποια ; (μέχρι δύο (2) απαντήσεις)
Facebook Twitter Skype ooVoo Άλλο
3. Κάθε πότε ασχολείστε με την σελίδα σας;
Κάθε μέρα Συχνά Σπάνια Ποτέ
4. Από ποια ηλικία ξεκινήσατε να ασχολείστε με τα μέσα κοινων. δικτύωσης;
10-12 12-14 14-16 17+
5. Έχετε συναντήσει ποτέ κάποιο άτομο που δεν γνωρίζατε παρά μόνο αφού επικοινωνήσατε μέσω του διαδικτύου;
Ναι Όχι
6. Αφιερώνετε περισσότερο χρόνο στα μέσα κοινων. δικτύωσης από ότι στα μαθήματα σας;
Πάντα Κάποιες φορές Σπάνια
Ποτέ
7. Οι γονείς σου ξέρουν ότι έχεις κάποια προσωπική σελίδα;
Ναι Όχι
8. Πιστεύεις ότι υπάρχουν κίνδυνοι μέσω του διαδικτύου;
Ναι, και για αυτό δεν έχω δημιουργήσει προσωπική σελίδα
Ναι, αλλά πιστεύω ότι είναι δύσκολο να πέσεις σε κάποια παγίδα και να βρεθείς σε κίνδυνο, αν είσαι προσεκτικός
Όχι, οι κίνδυνοι αποτελούν γεγονός μυθοπλασίας
9. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινων. δικτύωσης; (μέχρι δύο (2) απαντήσεις.)
Διασκέδαση Επικοινωνία Ενημέρωση Άλλο

10. Δημοσιεύετε φωτογραφίες ή άλλα προσωπικά δεδομένα στη σελίδα σας;

Ναι Όχι

11. Έχετε παρατηρήσει αλλαγή στην ψυχολογική κατάσταση σας ή των φίλων σας λόγω κάποιου συμβάντος μέσω κοινωνικής σελίδας;

Ναι Όχι

12. Θα μπορούσατε από την μία στιγμή στην άλλη να διαγράψετε την ιστοσελίδα σας με ευκολία;

Όχι, θα δυσκολευόμουν πολύ Ναι, η παρουσία/απουσία του δεν επηρεάζει τη ζωή μου

(Το παραπάνω ερωτηματολόγιο μοιράστηκε σε 74 μαθητές της Α', Β' και Γ' τάξης του Λυκείου μας. Παρακάτω παραθέτουμε τα αποτελέσματα της έρευνας.)

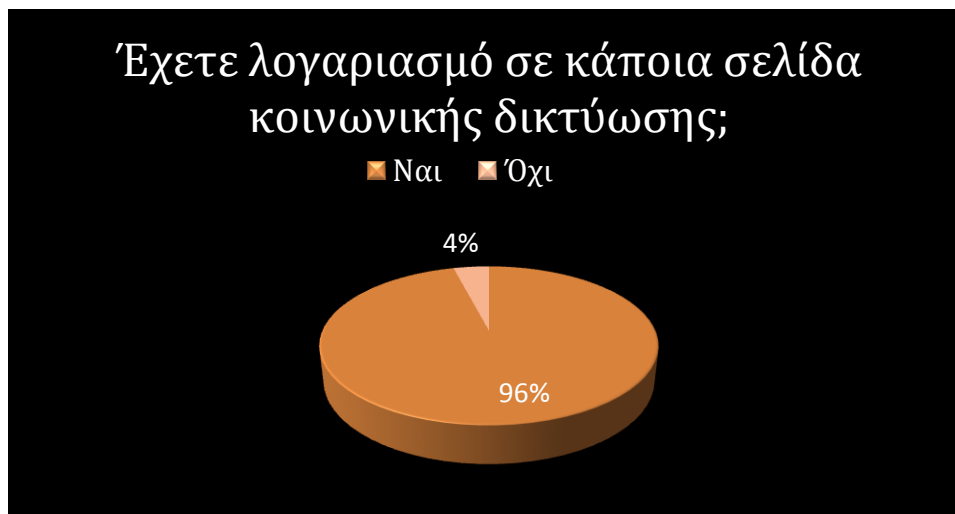
ΜΕΛΗ ΟΜΑΔΑΣ ΣΥΝΤΑΞΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Τζιλής Αντώνης

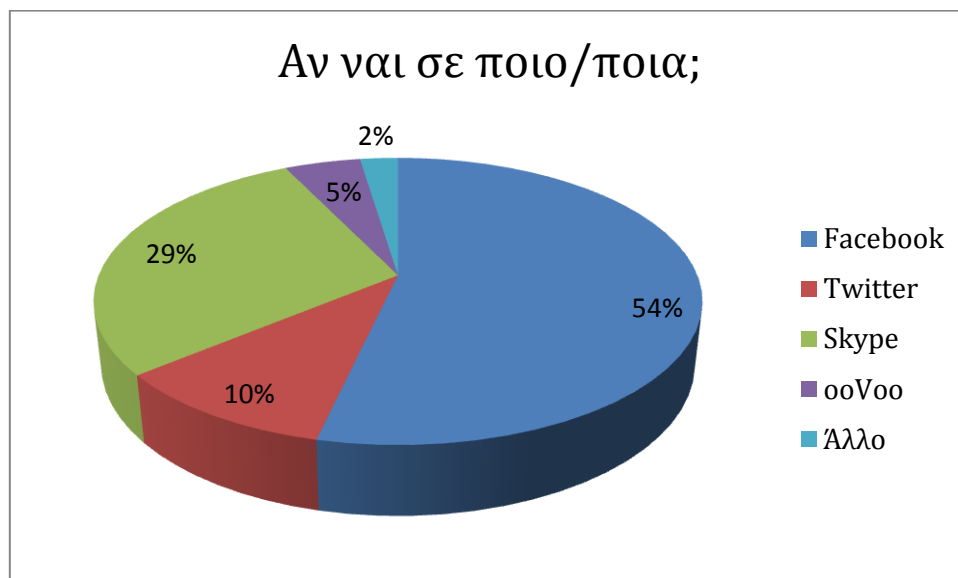
Χριστοδουλίδου Δώρα



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ



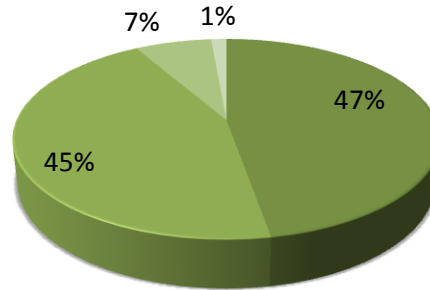
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του γραφήματος, σχεδόν όλοι οι μαθητές που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν λογαριασμό σε κάποια σελίδα κοινωνικής δικτύωσης, με ποσοστό που φθάνει το 96%.



Όπως φαίνεται από το παραπάνω γράφημα, οι μισοί σχεδόν μαθητές έχουν λογαριασμό στο Facebook (54%) και ακολουθούν το Skype με ποσοστό 29%, το Twitter με ποσοστό 10% και το ooVoo με ποσοστό 5%. Το υπόλοιπο ποσοστό μοιράζεται σε άλλες σελίδες κοινωνικής δικτύωσης.

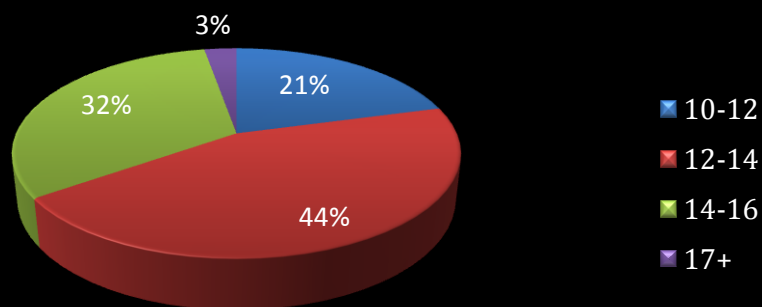
Κάθε πότε ασχολείστε με την σελίδα σας;

■ Κάθε μέρα ■ Συχνά ■ Σπάνια ■ Ποτέ



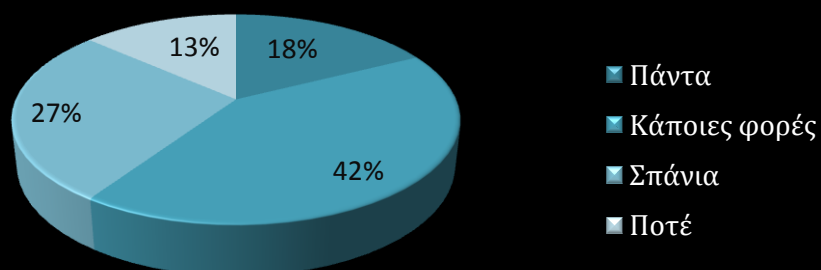
Οι περισσότεροι μαθητές χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ σε καθημερινή βάση και συχνά, ενώ ένα μικρό ποσοστό (7%) ασχολείται σπανίως με τις σελίδες αυτές.

Από ποια ηλικία ξεκινήσατε να ασχολείστε με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;



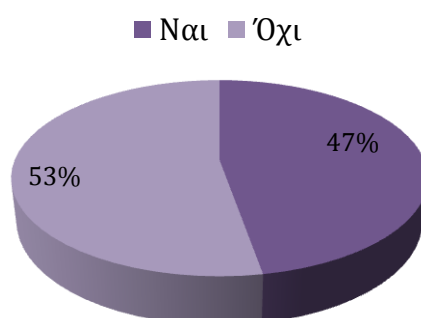
Οι περισσότεροι μαθητές έγιναν χρήστες των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης από την ηλικία των 12-14 ετών (!!!) σε ποσοστό που φθάνει το 44%, δηλαδή σχεδόν οι μισοί μαθητές! Σε ποσοστό 32% συναντούμε τις ηλικίες των 14-16 ετών, ενώ εντύπωση προκαλεί το επίσης σχετικά μεγάλο ποσοστό (21%) των μαθητών που ασχολούνται με τα ΜΚΔ από την ηλικία των 10-12 ετών.

Αφιερώνετε περισσότερο χρόνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από ό,τι στα μαθήματά σας;



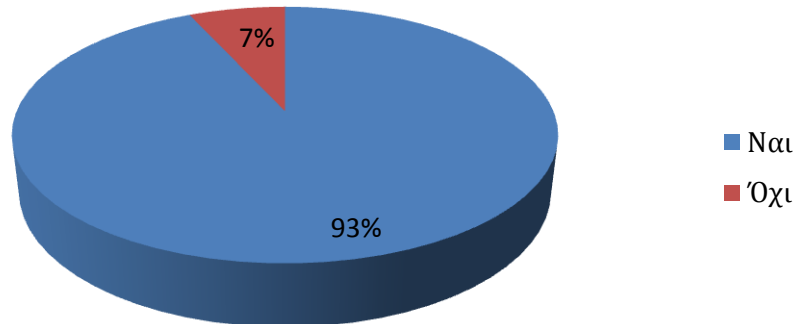
Πολλοί είναι οι μαθητές, οι οποίοι αφιερώνουν αρκετό χρόνο στα ΜΚΔ σε αντίθεση με τον χρόνο που δαπανούν για την μελέτη των μαθημάτων τους. Σε ποσοστό που αγγίζει περίπου το 42% συναντούμε μαθητές που κάποιες φορές ασχολούνται περισσότερο με τα ΜΚΔ και σε ποσοστό 18% μαθητές που ΠΑΝΤΑ παραμελούν τα μαθήματά τους για να ασχοληθούν με τα ΜΚΔ. Το 27% των μαθητών δήλωσε ότι σπάνια αφιερώνει περισσότερο χρόνο στα ΜΚΔ και το 13% ποτέ.

Έχετε συναντήσει ποτέ κάποιον που δεν γνωρίζατε παρά μόνο αφού επικοινωνήσατε μέσω του διαδικτύου;



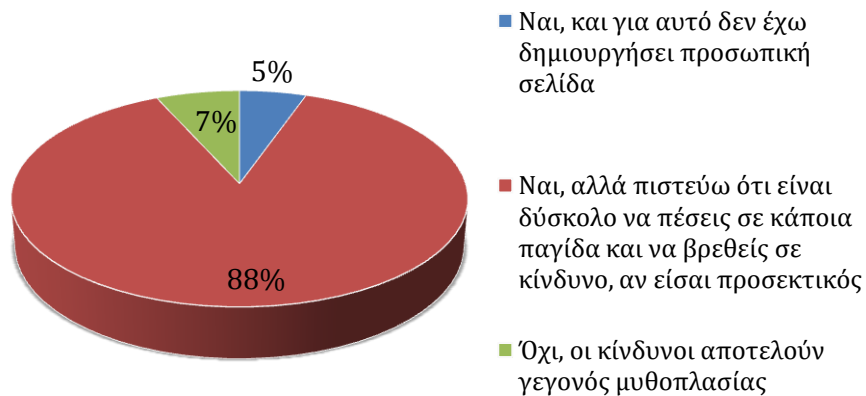
Σχεδόν οι μισοί μαθητές έχουν συναντήσει κάποιον άγνωστο που γνώριζαν μόνο μέσω διαδικτύου (!!!)

Οι γονείς σου ξέρουν ότι έχεις κάποια προσωπική σελίδα;

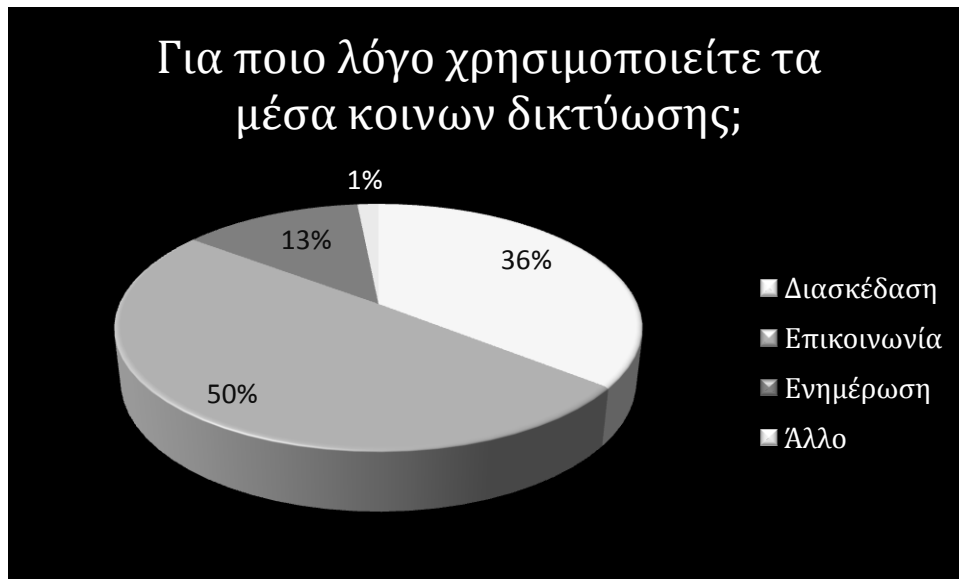


Το 93% των μαθητών, δηλώνει ότι οι γονείς τους είναι ενημερωμένοι για την χρήση των ΜΚΔ από τα παιδιά τους.

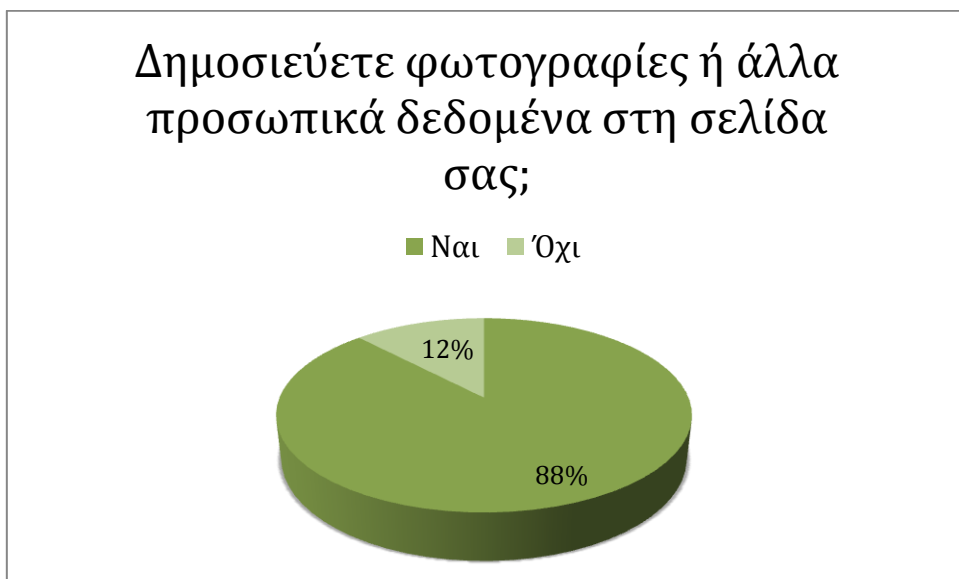
Πιστεύεις ότι υπάρχουν κίνδυνοι μέσω του διαδικτύου;



Το 88% των μαθητών πιστεύει ότι υπάρχουν κίνδυνοι μέσω της χρήσης του διαδικτύου αλλά είναι ενημερωμένοι για την σωστή και ασφαλή πλοήγηση σε αυτό, προσέχοντας τις κινήσεις και τις επιλογές τους. Δυστυχώς με μικρό μεν αλλά υπαρκτό δε, ακολουθεί το ποσοστό των μαθητών (7%) που πιστεύουν ότι οι κίνδυνοι μέσω του διαδικτύου είναι προϊόν μυθοπλασίας και ότι δεν κινδυνεύουν από κανέναν και από τίποτα.



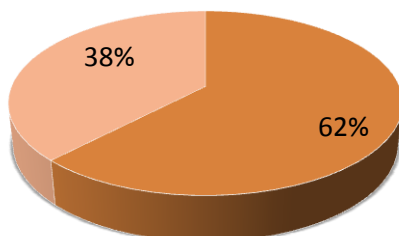
Οι περισσότεροι μαθητές χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για επικοινωνία και διασκέδαση, ενώ μόλις το 13% τα χρησιμοποιεί για ενημέρωση.



Όπως βλέπουμε οι περισσότεροι μαθητές σε ποσοστό που αγγίζει το 88%, δημοσιεύουν προσωπικά δεδομένα και φωτογραφίες στις σελίδες τους.

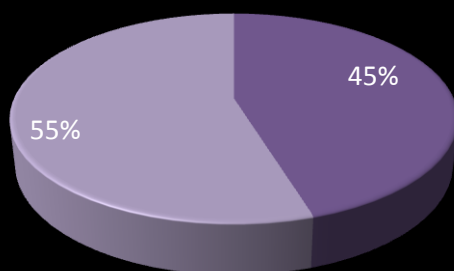
Έχετε παρατηρήσει αλλαγή στην ψυχολογική κατάσταση σας ή των φίλων σας λόγω κάποιου συμβάντος μέσω κοινωνικής σελίδας;

■ Ναι ■ Όχι



Πολλοί είναι οι μαθητές που επηρεάζονται ψυχολογικά λόγω διαφόρων καταστάσεων που μπορεί να βιώσουν ή να γίνουν θεατές μέσω των ΜΚΔ, αγγίζοντας το ποσοστό του 62%.

Θα μπορούσατε από τη μια στιγμή στην άλλη να διαγράψετε την ιστοσελίδα σας με ευκολία;



■ Όχι, θα δυσκολευόμουν πολύ
■ Ναι, η παρουσία του δεν επηρεάζει τη ζωή μου

Οι μισοί περίπου από τους μαθητές δηλώνουν ότι δεν θα είχαν πρόβλημα να διαγράψουν το προφίλ τους από τα ΜΚΔ και οι άλλοι μισοί (σε ποσοστά 55% και 45% αντίστοιχα) δηλώνουν ότι δεν μπορούν να διαγράψουν τη σελίδα τους έτσι εύκολα χωρίς να επηρεαστούν ψυχολογικά.

Συμπεράσματα - Επίλογος

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την παραπάνω έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε μαθητές του σχολείου μας, είναι τα εξής:

- ❖ Σχεδόν όλοι οι μαθητές χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ, σε καθημερινή βάση και κυρίως για επικοινωνία και διασκέδαση.
- ❖ Οι περισσότεροι διατηρούν λογαριασμό στο Facebook (πολλοί από αυτούς από την ηλικία των 12-14 ετών) και δηλώνουν ότι οι γονείς τους γνωρίζουν την ύπαρξη των προσωπικών σελίδων τους.
- ❖ Μισοί από τους συμμετέχοντες, έχουν συναντηθεί με άτομα που δεν γνώριζαν παρά μόνο μέσω διαδικτυακών συνομιλιών. Αρκετά μεγάλο το ποσοστό αν αναλογιστούμε τους κινδύνους που μπορεί να κρύβει μια τέτοιου είδους συνάντηση, παρόλο που οι περισσότεροι δηλώνουν ενημερωμένοι για τους διαδικτυακούς κινδύνους και ότι δεν κινδυνεύουν αν είναι προσεκτικοί.
- ❖ Επηρρεάζονται ψυχολογικά από διάφορα συμβάντα που μπορεί να βιώσουν μέσα από τα ΜΚΔ.
- ❖ Οι μισοί περίπου δηλώνουν ότι τους είναι πολύ δύσκολο να διαγράψουν το προφίλ τους και να «αποχωριστούν» για πάντα τη σελίδα τους.

Παρατηρούμε λοιπόν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εισέλθει στην καθημερινότητα των νέων κυρίως και έχουν αλλάξει ριζικά τον τρόπο ζωής τους. Οι νέοι επικοινωνούν μέσω αυτών, ενημερώνονται και ψυχαγωγούνται κατά τον ελεύθερο κυρίως χρόνο τους. Έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνούν με φίλους τους που βρίσκονται μακριά, να ανταλλάσουν ιδέες και απόψεις για διάφορα ζητήματα που τους απασχολούν συμμετέχοντας σε διαδικτυακές ομάδες και να ενημερώνονται για γεγονότα και ειδήσεις ανά τον κόσμο μέσω διαφόρων βίντεο που αναρτώνται σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες.

Δυστυχώς όμως είναι λεπτή η ισοροπία ανάμεσα στα θετικά που προσφέρει η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και στα αρνητικά που μπορεί να επιφέρει η αλόγιστη χρήση τους και η έλλειψη ενημέρωσης. Δυστυχώς πολλοί νέοι έρχονται αντιμέτωποι με φαινόμενα όπως αυτό του εθισμού, της κοινωνικής απομόνωσης, του εκφοβισμού, και άλλων πολλών κινδύνων που μπορεί να κρύβονται και να προέρχονται μέσα από το διαδίκτυο και τις εφαρμογές του.

Γι' αυτό οφείλουν να ενημερώνονται για ζητήματα ασφαλείας που αφορούν τόσο στη σωματική τους ακεραιότητα όσο και στην ψυχολογική τους κατάσταση, να προφυλλάσουν την ιδιωτική τους ζωή από αδιάκριτα βλέματα και να ακολουθούν το γνωστό σε όλους μας ρητό «Παν μέτρον άριστον». Αν αυτή τη ρήση την κάνουμε κανόνα στη ζωή μας, τότε μπορούμε και το διαδίκτυο να το έχουμε σύμμαχο μας και όχι εχθρό μας.

Η παρούσα εργασία συντάχθηκε στα πλαίσια του σχολικού μαθήματος της Ερευνητικής Εργασίας με επιβλέπουσα καθηγήτρια την κ. Αναστασία Σιούτη.

Ευχαριστούμε τους συμμαθητές μας, που βοήθησαν με την ενεργή συμμετοχή τους στην επιτυχή διεκπεραίωση της συγκεκριμένης εργασίας.

