

## Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Κίνδυνοι και Ασφαλής Χρήση.



Ερευνητική Εργασία

‘B Τάξη Λυκείου

Πειραματικό Λύκειο Πανεπιστημίου Πατρών

Σχολικό Έτος 2016-2017

Υπεύθυνη καθηγήτρια: Κρίθη Μαρία

## Τμήμα Ερευνητικής Εργασίας

- Στόκου Αναστασία
- Αντωνιάδης Πέτρος
- Αποστολόπουλος Λάμπης
- Αρβανίτη Κωνσταντίνα
- Βαγγαλάτη Κωνσταντίνα
- Βρυώνης Ανδρέας
- Γιαννοπούλου Θεοδώρα
- Θωμόπουλος Χρήστος
- Κανναβός Ηλίας
- Λάζαρη Χρυσάφη
- Μηχανετζή Ελευθερία
- Σιτήστας Γεώργιος
- Σταΐκος Θεόδωρος
- Στόλλας Μάξιμος
- Τσουκαλής Παναγιώτης
- Χαλαντζούκας Φοίβος

## Περιεχόμενα

Τμήμα Ερευνητικής Εργασίας	2
Περιεχόμενα	3
Περίληψη	4
Εισαγωγή	5
1. Παρουσίαση επιλεγμένων Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.	6
1.1 To Instagram.	6
1.2 To Snapchat.	6
1.3 To Facebook	7
1.4 To Pinterest.	7
1.5 To Youtube.	8
1.6 To Flickr.	8
1.7 To LinkedIn.	8
1.8 To Tumblr.	9
1.9 Γλωσσάρι χρήσης των Μ.Κ.Δ..	9
2. Διαδικτυακός εκφοβισμός (cyberbullying).	11
2.1. Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος	11
3. Προσωπικά Δεδομένα.	12
3.1. Προσωπικά Δεδομένα	12
3.2. Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα	12
4. Παρουσίαση ερωτηματολογίου και αποτελεσμάτων.	13
Επίλογος	13
Βιβλιογραφία-Ηλεκτρονικές Πηγές	14
Παράθεμα I	15
Παράθεμα II	17

## Περίληψη

Το συγκεκριμένο τμήμα ενδιαφέροντος ερευνήσε το φαινόμενο των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Μ.Κ.Δ.) σε μια προσπάθεια να γνωρίσουμε καλύτερα τις δυνατότητες που αυτά μας παρέχουν αλλά και τους κινδύνους που ίσως εγκυμονεί η χρήση τους. Για τους εφήβους του σήμερα τα Μ.Κ.Δ. αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς τους. Ποια είναι όμως τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους; Τι οριοθετεί την σωστή χρήση τους; Ποιοι είναι οι πιθανοί κίνδυνοι και πως μπορούν να αντιμετωπιστούν; Αυτά ήταν τα βασικά ερωτήματα που αποφάσισε να ερευνήσει η ολομέλεια του τμήματος. Η έρευνα ήταν τόσο βιβλιογραφική, με αναζήτηση πληροφοριών στο Διαδίκτυο και σε έντυπο υλικό, όσο και ποσοτική με την χρήση ερωτηματολογίου που απευθυνόταν σε μαθητές της Β Λυκείου. Ακολουθώντας την διατύπωση των βασικών ερωτημάτων, η εργασία δομήθηκε ως εξής: η πρώτη ενότητα παρουσιάζει μια σειρά Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης δίνοντας έμφαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και τους όρους σωστής χρήσης τους, η δεύτερη ενότητα ασχολείται με τους κινδύνους που μπορεί κάποιος να αντιμετωπίσει ως χρήστης των Μ.Κ.Δ. και τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να προστατευτεί, η τρίτη ενότητα ασχολείται με τα προσωπικά δεδομένα και την υπεύθυνη Αρχή Προστασίας Δεδομένων και η τέταρτη παρουσιάζει την έρευνα που πραγματοποιήσαμε μέσω ερωτηματολογίων.

## **Εισαγωγή**

Στη συγκεκριμένη ερευνητική εργασία θα αναλύσουμε βασικές πτυχές των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Αρχικά θα παρουσιάσουμε κάποια από αυτά τα μέσα και θα ερευνήσουμε τη σχέση των σημερινών εφήβων με αυτά. Στη συνέχεια, θα συζητήσουμε τρόπους με τους οποίους μπορείτε να προφυλαχθείτε ενώ χρησιμοποιείτε τα μέσα αυτά. Μέσω μιας έρευνας που διεξήγαμε, με δείγμα μαθητές της Δευτέρας Λυκείου σχετικά με τις προτιμήσεις και τις εμπειρίες τους στο κόσμο του διαδικτύου, θα προβούμε σε ανάλυση και ερμηνεία των αποτελεσμάτων αυτών. Ένα σημαντικό ζητούμενο της εργασίας αυτής αποτελούν οι φορείς στους οποίους μπορεί κάποιος να απευθυνθεί για απλή ενημέρωση ή επίλυση προβλημάτων. Τέλος, θα ασχοληθούμε με τα ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα και τον τρόπο προστασίας τους. Αδιαμφισβήτητα υπάρχουν πολλές πηγές που καλύπτουν το θέμα των Μ.Κ.Δ.. Παρόλα αυτά, η συγκεκριμένη εργασία αντανακλά το ενδιαφέρον και τις ανησυχίες των εφήβων του σήμερα οι οποίοι, ως οι κατεξοχήν χρήστες των μέσων αυτών, είναι σε θέση να τα προσεγγίσουν και να ενημερώσουν τους συνομηλίκους τους ουσιαστικά και αποτελεσματικά.

## **1. Παρουσίαση επιλεγμένων Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.**

Τα Μ.Κ.Δ. είναι ηλεκτρονικές πλατφόρμες μέσω των οποίων οι άνθρωποι μπορούν να επικοινωνούν, να ενημερώνονται και να μοιράζονται προσωπικές στιγμές μέσω φωτογραφιών και video. Συνήθως είναι επιχειρήσεις αξίας εκατομμυρίων δολαρίων των οποίων η χρήση όλο και διευρύνεται κατά τη διάρκεια του 21ου αιώνα.

### **1.1. Το Instagram.**

Το Instagram δημιουργήθηκε από τους Kevin Systrom και τον Mike Krieger και έγινε προσβάσιμο στο διαδίκτυο τον Οκτώβριο του 2010 ως μια δωρεάν εφαρμογή, η οποία κατέληξε να είναι ευρέως γνωστή τον Δεκέμβριο του 2014 με περισσότερους από 300 εκατομμύρια χρήστες. Η συγκεκριμένη εφαρμογή προσφέρει στους χρήστες της την δυνατότητα να ανεβάζουν φωτογραφίες και βίντεο, καθώς και να επεξεργάζονται τις εικόνες και τα βίντεο, τα οποία μπορούν να κοινοποιούν. Κάποιος μπορεί να συνδεθεί στο Instagram μέσω IOS και Android. Παράλληλα οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιούν και το [instagram.com](http://instagram.com). Ο κάθε χρήστης έχει το προσωπικό προφίλ του, το οποίο μπορεί να είναι είτε δημόσιο (η δυνατότητα να βλέπουν τις φωτογραφίες και τα βίντεο όλοι οι χρήστες), είτε ιδιωτικό (η δυνατότητα να βλέπουν το αναρτημένο υλικό μόνο εκείνοι που έχουν κάνει αίτημα φιλίας και ο χρήστης το έχει αποδεχθεί). Δεν υπάρχουν φίλιες όπως στο Facebook αλλά ακόλουθοι. Εκτός από τις αποθηκευμένες φωτογραφίες στην συσκευή του ο χρήστης μπορεί να χρησιμοποιεί την κάμερα του και την βιντεοκάμερα (15 δευτερολέπτων) του Instagram. Όπως στο Facebook έτσι και στο Instagram υπάρχουν τα likes (προτιμήσεις) και τα σχόλια. Σημαντικό γνώρισμα του συγκεκριμένου social medium είναι τα hashtags. Τα hashtags είναι η ομαδοποίηση των φωτογραφιών και των βίντεο σε ένα θεματικό πλαίσιο, με την χρήση της δίεσης. Ένα άλλο γνώρισμα είναι το tagging. Το tagging είναι μια δυνατότητα του χρήστη να προσθέσει σε ετικέτα έναν άλλο χρήστη. Τέλος, υπάρχει η σελίδα εξερεύνησης, στην οποία ο κάθε χρήστης μπορεί να δει φωτογραφίες και βίντεο σχετικά με τα likes που κάνει και τους ακόλουθους που έχει. Μια νέα δυνατότητα του Instagram είναι το instastory, το οποίο λειτουργεί όπως το Snapchat, δηλαδή μπορεί ο χρήστης να ανεβάζει φωτογραφίες και βίντεο, τις οποίες μπορούν να δουν οι άλλοι χρήστες. Κάθε τι που ανεβάζει ο χρήστης είναι δημοσιευμένο μόνο για μια μέρα και έπειτα διαγράφεται. Το 2012 το Facebook αγόρασε το Instagram στην τιμή των 715 εκατομμυρίων δολαρίων. Σήμερα αξίζει περισσότερο από 35-40 δισεκατομμύρια δολάρια.

### **1.2. Το Snapchat.**

Το Snapchat είναι ένα από τα Μ.Κ.Δ., στο οποίο οι χρήστες ανεβάζουν φωτογραφίες και βίντεο (10 δευτερολέπτων). Τα αρχεία που δημοσιεύονται έχουν την δυνατότητα να τα βλέπουν οι χρήστες μόνο για μια μέρα και μόλις περνάει αυτό το χρονικό διάστημα τα αρχεία διαγράφονται. Στο Snapchat μπορεί κάποιος να αναζητήσει φίλους του μέσω ενός κωδικού χρήστη (scan). Μια ακόμη δυνατότητα είναι τα φίλτρα, που βάση του σχήματος του προσώπου δημιουργούν αστείες φάτσες και διάφορα ζώα. Βγάζοντας κάποιος φωτογραφία μπορεί να τοποθετήσει λέξεις, αυτοκόλλητα, την ημερομηνία ή ώρα, τα χιλιόμετρα, την τοποθεσία, την θερμοκρασία και φίλτρα επεξεργασίας. Η επικοινωνία με φίλους μπορεί να λάβει

χώρα μέσω βίντεο , φωτογραφιών, βιντεοκλήσεων και μηνυμάτων, τα οποία αποθηκεύονται στον χώρο ‘Αναμνήσεις’.

### 1.3. Το Facebook

Το *Facebook* είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης όπου οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν με άλλους. Ιδρύθηκε το 2004 από τον Μαρκ Ζάκερμπεργκ, με σκοπό την επικοινωνία των φοιτητών στο Πανεπιστήμιο του Χάρβαρντ. Μέχρι στιγμής έχουν εγγραφεί πάνω από 1.5 δις άτομα και αυξάνονται ραγδαία. Ακόμα, το *Facebook* λειτουργεί ως φορέας προώθησης εταιριών και εμπόρων, αφού μέσω αυτού πραγματοποιείται η διαφήμισή τους. Το Facebook έχει δημοσιεύσει τους ακόλουθους κανόνες ορθής χρήσης.

1. Δεν θα δημοσιεύονται μη εξουσιοδοτημένες εμπορικές πληροφορίες.
2. Δεν θα συλλέγεται περιεχόμενο ή πληροφορίες χρηστών.
3. Δεν θα ανεβάζονται ιοί ή άλλα είδη κακόβουλου κώδικα.
4. Δεν θα αποσπώνται πληροφορίες σύνδεσης ή πρόσβασης σε λογαριασμό που ανήκει σε τρίτο πρόσωπο.
5. Δεν θα τρομοκρατείται κανένας χρήστης.
6. Δεν θα δημοσιεύεται περιεχόμενο που περιλαμβάνει ρητορική μίσους, απειλητικό ή πορνογραφικό υλικό, υποκινεί τη βία ή περιέχει γυμνές εικόνες και έντονες ή αδικαιολόγητες σκηνές βίας.
7. Δεν θα αναπτύσσονται εφαρμογές τρίτων με περιεχόμενο το οποίο σχετίζεται με τη χρήση αλκοόλ, την αναζήτηση γνωριμιών ή άλλο περιεχόμενο που προορίζεται μόνο για ενήλικες.
8. Δεν θα χρησιμοποιείται το Facebook για οποιαδήποτε παράνομη, παραπλανητική και κακόβουλη ενέργεια.
9. Δεν θα διευκολύνεται και δεν θα ενθαρρύνεται οποιαδήποτε παραβίαση της παρούσας δήλωσης.

### 1.4. Το Pinterest.

Το *Pinterest* είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες να κάνουν *bookmark* σε ιστοσελίδες που θεωρούν ενδιαφέρουσες. Ιδρύθηκε τον Μάρτιο του 2010 από τους Ben Silbermann, Paul Sciarra και Evan Sharp. Οι γυναίκες αποτελούν το 83% των εγγεγραμμένων. Οι κανόνες λειτουργίας του Pinterest απαγορεύουν την δημοσίευση των παρακάτω:

- σεξουαλικό ή πορνογραφικό υλικό
- αυτοτραυματισμός, διατροφικές διαταραχές ή χρήση σκληρών ναρκωτικών
- επίθεση, εκφοβισμός και παρενόχληση ατόμων
- ρητορική μίσους
- παραβίαση της πνευματικής ιδιοκτησίας, της ιδιωτικότητας ή άλλων δικαιωμάτων
- προσωπική πληροφορία κάποιου άλλου
- οποιαδήποτε πληροφορία ή περιεχόμενο που είναι παράνομο
- Εμπόριο ή προώθηση ναρκωτικών

### **1.5.To Youtube.**

Το YouTube είναι μια δημοφιλής διαδικτυακή πλατφόρμα, που επιτρέπει αποθήκευση, αναζήτηση και αναπαραγωγή ψηφιακών ταινιών (video). Κατατάσσεται ως η κορυφαία σε επισκεψιμότητα ιστοσελίδα τηλεόρασης και βίντεο παγκόσμια, προσελκύνοντας περισσότερους από 15 δισεκατομμύρια επισκέπτες ανά μήνα. Όποιος έχει τη δυνατότητα να τραβήξει video, μπορεί να τ' ανεβάσει στο YouTube. Οτιδήποτε αξιοπερίεργο, εντυπωσιακό, αστείο μπορείτε να το ανεβάσετε. Στο κόσμο αρέσει να βλέπει τι γίνεται στην άλλη πλευρά του πλανήτη και αρέσει ακόμα πιο πολύ καθώς μπορεί ο οποιοσδήποτε να τα σχολιάσει. Ακόμα μπορούν φίλοι σας και οποιοσδήποτε άλλος να τα σχολιάσει. Δημιουργήθηκε στις 14 Φεβρουαρίου του 2005 από τους Steve Chen, Jawed Karim και Chad Hurley και εδρεύει στην Καλιφόρνια. Το 2006 ονομάστηκε ως η εφεύρεση της χρονιάς και τον Οκτώβριο του ίδιου έτους εξαγοράστηκε από την Google για 1,65 δισεκατομμύρια δολάρια. Σήμερα αποτελεί θυγατρική εταιρία της.

### **1.6.To Flickr.**

Είναι διαθέσιμο στα Αγγλικά, Κινέζικα, Γαλλικά, Γερμανικά, Ιταλικά, Κορεάτικα, Πορτογαλικά. Το Flickr είναι μια ιστοσελίδα, η οποία επιτρέπει την δημοσίευση video και κυρίως φωτογραφιών. Η υπηρεσία χρησιμοποιείται συχνά από bloggers για να ενσωματώσουν τις φωτογραφίες τους στα blogs τους. Δημιουργήθηκε τον Φεβρουάριο του 2004 από την εταιρία Ludicorp και αργότερα εξαγοράστηκε από την Yahoo! Παρ' όλα αυτά, την 1η Ιουνίου του 2009 μπλοκαρίστηκε στην Κίνα. Αν και δεν είναι τόσο διαδεδομένο όσο το Facebook και το Instagram οι χρήστες του έχουν καταφέρει ήδη από το 2010 να ανεβάσουν 5 δισεκατομμύρια φωτογραφίες. Η εγγραφή στο Flickr μπορεί να είναι είτε δωρεάν είτε επί πληρωμή, και να παρέχει περισσότερα δικαιώματα στους χρήστες του.

### **1.7. To LinkedIn.**

Το LinkedIn είναι ένας ιστόχωρος επαγγελματικής κοινωνικής δικτύωσης. Ιδρύθηκε τον Δεκέμβριο του 2002 από τον Ρεντ Χόφμαν, αλλά ξεκίνησε επίσημα στις 5 Μαΐου του 2003. Η έδρα της εταιρίας είναι στη Σίλικον Βάλει και έχει γραφεία σε όλο τον κόσμο.

Ο ιστόχωρος είναι διαθέσιμος σε 19 γλώσσες, Αγγλικά, Γαλλικά, Γερμανικά, Ιταλικά, Ισπανικά, Πορτογαλικά κλπ. Σήμερα θεωρείται ο πιο επιτυχημένος ιστόχωρος επαγγελματικής κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως, μετρώντας περισσότερους από 300 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες σε περισσότερες από 200 χώρες. Κάθε δευτερόλεπτο εγγράφονται δύο νέοι χρήστες στην πλατφόρμα.

Το 2007 κέρδισε δύο βραβεία στον ετήσιο θεσμό Webby Awards στις κατηγορίες Services (υπηρεσίες) και Social Networking (Κοινωνική Δικτύωση)

Τα Webby Awards ιδρύθηκαν το 1996, κατά τη διάρκεια της παιδικής ηλικίας του Ιστού και παρουσιάζονται από τη Διεθνή Ακαδημία Ψηφιακών Τεχνών και Επιστημών (IADAS) -ένα σώμα κριτών. Η Ακαδημία αποτελείται από Εκτελεστικά μέλη-κορυφαίους ειδικούς στο Web, οραματιστές και δημιουργικά Μέλη (διασημότητες), αναπληρωτές οι οποίοι είναι πρώην νικητές Webby, υποψήφιοι και άλλους επαγγελματίες του Διαδικτύου.



## 1.8. Το Tumblr.

Το Tumblr σας επιτρέπει να μοιραστείτε εύκολα οτιδήποτε. Δημοσιεύσεις όπως κείμενα, φωτογραφίες, αποσπάσματα, συνδέσεις, μουσική και βίντεο από τον browser, το τηλέφωνο, την επιφάνεια εργασίας, το e-mail σας ή όπου και αν τυχαίνει να είναι. Επίσης σας δίνει την ευκαιρία να επεξεργαστείτε το προφίλ σας, αφού μπορείτε να προσαρμόσετε τα πάντα, από τα χρώματα, τις γραμματοσειρές και τις φωτογραφίες σας. Ιδρύθηκε το 2007 στην Νέα Υόρκη από τον Ντέιβιντ Καρπ. Οι χρήστες μπορούν να ακολουθήσουν άλλους χρήστες ή να επιλέξουν να μετατρέψουν το μπλογκ τους σε ιδιωτικό. Η ιστοσελίδα έχει σχεδόν 91.7 εκατομμύρια δημοσιεύσεις την ημέρα και αποκτά περίπου 15.000 νέους χρήστες κάθε μέρα. Το 2013 η εταιρία Yahoo αγόρασε το Tumblr για 1.1 δισεκατομμύρια δολάρια. Μέχρι και την 1η Μαρτίου 2016, το Tumblr φιλοξενούσε πάνω από 282.100.000 blogs και έφτασε τα 555 εκατομμύρια μηνιαίους επισκέπτες. Η έδρα της εταιρείας βρίσκεται στην Νέα Υόρκη. Είναι η 21η διασημότερη ιστοσελίδα στις Η.Π.Α. και 44η παγκοσμίως (Μάρτιος 2016). Θεωρείται από τις πλέον ανερχόμενες και ανταγωνιστικές. Το Tumblr προτείνει τα ακόλουθα βήματα για ασφαλείς λογαριασμούς.

1. 'Επιλέξτε ένα εντελώς μοναδικό κωδικό πρόσβασης για το Tumblr. Είναι μια καλή πρακτική για να αποφευχθεί η επανάληψη στους κωδικούς πρόσβασης για οποιονδήποτε από τους λογαριασμούς σας, και να επιλέξετε κωδικούς πρόσβασης που είναι ένα μείγμα γραμμάτων, αριθμών και συμβόλων.
2. Κάντε τον κωδικό σας πολύ μεγάλο - όσο μεγαλύτερος είναι τόσο καλύτερα. Σας προτείνουμε κωδικούς πρόσβασης πάνω από 12 χαρακτήρες σε μήκος.
3. Ποτέ μη δίνετε σε μια εφαρμογή πρόσβαση στον λογαριασμό σας του Tumblr, εκτός αν είναι από μια πηγή που εμπιστεύεστε.'

## 1.9. Γλωσσάρι χρήσης των Μ.Κ.Δ..

Τα Μ.Κ.Δ. αποτελούν έναν ολόκληρο κόσμο με δικούς του κανόνες, φιλοσοφία ακόμα και λέξεις ή εκφράσεις. Το τμήμα ενδιαφέροντος συνέταξε λοιπόν ένα γλωσσάρι που μπορεί να κατατοπίσει όποιον ενδιαφέρεται να συμμετάσχει σε αυτήν την εικονική κοινωνία.

Tumblr

theme → θέμα του προφίλ

liked this → αρέσει σε κάποιον

posted this → δημοσίευσε

is following you → σας ακολουθεί

unfollow → να μην ακολουθείτε

reblogged this from... → αναδημοσίευσε αυτό από κάποιον

Pinterest

Pin: Καρφίτσωμα (δήλωση ότι κάτι επιθυμούμε)

Followers: Ακόλουθοι

Log in: Είσοδος στον λογαριασμό

Log out: Έξοδος από τον λογαριασμό

Pinner: Ο χρήστης του pinterest

### Instagram

follow: χρησιμοποιείται όταν θέλει κάποιος να βλέπει τα αρχεία και προφίλ ενός χρήστη

unfollow: όταν δεν θέλει κάποιος να βλέπει τα αρχεία ενός άλλου χρήστη

like: όταν ενός χρήστη του αρέσει μια δημοσίευση, τότε υπάρχει ένα κουμπί κάτω από την φωτογραφία που εκφράζεται αυτή η επιθυμία

comment: είναι ένα κουμπί με το οποίο μπορεί κανείς να προσθέσει ένα σχόλιο στην ανάρτηση.

private account: ένας λογαριασμός ενός χρήστη που δεν μπορεί ο οποιοσδήποτε να βλέπει τις αναρτήσεις του, αλλά χρειάζεται να ζητήσει την άδειά του για να έχει πρόσβαση στα αρχεία

tags: όταν προστίθενται ένα άτομο σε μια φωτογραφία ενός άλλου χρήστη

instastory: είναι μια δράση, στην οποία μπορεί ο χρήστης να ανεβάσει μια φωτογραφία από την καθημερινότητά του και οι άλλοι χρήστες μπορούν να την δουν έως 24 ώρες μετά την ανάρτησή της και έπειτα διαγράφεται

direct message: είναι η δυνατότητα συνομιλίας με άλλους χρήστες του Instagram

hashtag: είναι μια λέξη που έχει συγκεκριμένη θεματολογία και προστίθεται με την βοήθεια του συμβόλου #

search: είναι η αναζήτηση προσώπων, θεματολογίας

log in: είσοδος στο Instagram

log out: αποσύνδεση χρήστη

sign up: δημιουργία λογαριασμού

### Snapchat

snap filters: είναι διάφορα εφέ που μπορούν οι χρήστες να προσθέτουν στις φωτογραφίες και στα βίντεο

memories: είναι ένας αποθηκευτικός χώρος, στον οποίο μπορούν οι χρήστες να αποθηκεύουν συγκεκριμένες αναρτήσεις και ολόκληρες ιστορίες

story: είναι οι αναρτήσεις ενός προσώπου μέσα σε ένα 24ωρο

chat: η συνομιλία μεταξύ των χρηστών μέσω φωτογραφιών, βιντεοκλήσης, μηνυμάτων και κλήσης

snapcode: εικονίδιο για την δημιουργία 'φιλίας'

screenshot: όταν κάποιος θέλει να βγάλει φωτογραφία την φωτογραφία ενός άλλου

snappers: οι χρήστες του snapchat

### YouTube

Like: Δηλώνει ότι ένα Video αρέσει στο χρήστη.

Dislike: Δηλώνει ότι ένα Video δεν αρέσει στο χρήστη.

Subscribe: Εγγραφή σε ένα κανάλι.

Views: Ο αριθμός προβολών ενός Video.

Comment: Σχόλια που γράφουν οι χρήστες για ένα Video

Upload: Η δημοσίευση ενός Video

Flickr

Upload: Δημοσίευση μιας φωτογραφίας ή ενός Video.

Photostream: Η συλλογή φωτογραφιών και Video ενός χρήστη.

Favorites: Οι αγαπημένες φωτογραφίες και Video ενός χρήστη.

Galleries: Ξεχωριστές κατηγορίες και ομάδες φωτογραφιών και Video

Tags: Λέξεις οι οποίες περιγράφουν μια φωτογραφία ή ένα Video.

## 2. Διαδικτυακός εκφοβισμός (cyberbullying).

Ο διαδικτυακός εκφοβισμός (cyberbullying) αφορά την ψυχολογική βία και την απειλή κυρίως εφήβων και προεφήβων. Παρατηρείται συχνά στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, σε κινητά τηλέφωνα και άλλα είδη ψηφιακής τεχνολογίας. Ο διαδικτυακός εκφοβισμός μπορεί να πάρει διάφορες μορφές:

1. Επαναλαμβανόμενη αποστολή ηλεκτρονικών ή τηλεφωνικών μηνυμάτων
2. Παρέμβαση και παρενόχληση οποιασδήποτε διαδικτυακής δραστηριότητας του ατόμου
3. Δημιουργία ψεύτικων διαδικτυακών προφίλ
4. Είσοδος σε προσωπικά δεδομένα του ατόμου και κοινοποίηση αυτών σε άλλα άτομα
5. Αποστολή φωτογραφιών του ατόμου ή αλλού είδους μαγνητοσκοπημένου υλικού
6. Αποστολή απειλητικών μηνυμάτων σε άλλα άτομα υποκρινόμενοι το άτομο που εκφοβίζεται
7. Υποκίνηση τρίτων για διαδικτυακή παρακολούθηση και παρενόχληση του ατόμου.

Για την αντιμετώπιση των παραπάνω καταστάσεων, μπορούν να παρθούν κάποια μέτρα από τους ίδιους τους χρήστες. Αυτά είναι τα εξής:

1. Αγνόηση ενοχλητικών μηνυμάτων ή αναφορά αυτών
2. Προειδοποίηση του αποστολέα και σε περίπτωση που δεν συμμορφωθεί αποκλεισμός αυτού.
3. Αναφορά της περίπτωσης στον γονέα ή τον κηδεμόνα του ατόμου.
4. Αναφορά του περιστατικού στην Αστυνομία ή σε κάποια αρμόδια υπηρεσία Δίωξης Ηλεκτρονικού εγκλήματος.

Εκτός όμως από την Δίωξη, υπάρχουν διάφοροι φορείς με τους οποίους μπορεί να έρθει κάποιος σε επαφή ζητώντας στήριξη και συμβουλές. Υπάρχει η Γραμμή Βοήθειας Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου, όπου μπορούν να απευθυνθούν παιδιά/έφηβοι και γονείς/ενήλικες για συμβουλές. Οι γραμμές είναι ανοιχτές από Δευτέρα έως Παρασκευή με ώρες λειτουργίας 09:00-17:00( τηλέφωνο επικοινωνίας, 2106007686.Email επικοινωνίας: [info@help-line.gr](mailto:info@help-line.gr)). Το INHOPE είναι μια διεθνής οργάνωση γραμμών τηλεφώνων , που έχει ως σκοπό να μειώσει την παράνομη χρήση του διαδικτύου και την ελάττωση των θυμάτων του σεξουαλικού ρατσισμού στο ίντερνετ ( [info@inhope.org](mailto:info@inhope.org) , +31 (0) 20 570 0296 ).

Το Safer Internet είναι ένας ιστοχώρος που βοηθά ανθρώπους να περιηγούνται στο διαδίκτυο με ασφάλεια. Είναι χρήσιμο γιατί το άτομο μπορεί να απευθυνθεί στην συγκεκριμένη ιστοσελίδα, αν αντιμετωπίσει κάποιο πρόβλημα στο διαδίκτυο.

### 2.1.Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος

Η Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος έχει ως στόχο την αντιμετώπιση του διαδικτυακού εκφοβισμού. Ο τρόπος με τον οποίο κινούνται τα μέλη της είναι αρχικά

η συζήτηση με τα άτομα που έχουν υπάρξει θύματα του cyberbullying και στην συνέχεια η λήψη κάποιων μέτρων δυνατών να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα. Ο διαδικτυακός εκφοβισμός δεν θεωρείται έγκλημα. Έγκλημα μπορεί να θεωρηθεί ο τρόπος με τον οποίον συμπεριφέρεται το άτομο.

Όταν γίνεται λόγος για cyberbullying, μιλάμε για χρήση φωτογραφιών ή ψεύτικων προφίλ για εκφοβισμό, δυσφήμιση και παρόμοιες τακτικές (Μπράτιτσης, 2010). Εκείνο που ποινικοποιείται λοιπόν, είναι η παραβίαση και παραποίηση των προσωπικών δεδομένων, η συκοφαντική δυσφήμιση, η εξύβριση, η παραποίηση δεδομένων και διώκονται ανά περίπτωση. Παρ' όλα αυτά, αποφεύγεται η ποινική δίωξη των θυτών που είναι κάτω των 18 ετών. Επιχειρείται συμμόρφωση μέσω της συζήτησης και όχι κάποιου άλλου είδους τιμωρία.

### **3. Προσωπικά Δεδομένα.**

#### **3.1. Προσωπικά Δεδομένα**

Προσωπικά δεδομένα είναι κάθε πληροφορία που περιγράφει ένα άτομο, όπως ονοματεπώνυμο, ηλικία, επάγγελμα κ.λπ. Το άτομο στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα ονομάζεται υποκείμενο των δεδομένων.

Τα ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα ενός ατόμου αναφέρονται στην φυλετική ή εθνική του προέλευση, στα πολιτικά του φρονήματα, στις φιλοσοφικές του πεποιθήσεις, καθώς και σε πιο προσωπικές πληροφορίες. Τα ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα προστατεύονται από τον νόμο με αυστηρότερες ρυθμίσεις απ' ότι τα απλά προσωπικά δεδομένα.

Η επεξεργασία απλών και ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων επιτρέπεται μόνο με την συγκατάθεση του ατόμου. Υπάρχουν όμως κάποιες εξαιρέσεις που επιτρέπουν την επεξεργασία αυτών. Αυτές είναι οι εξής:

1. 'Η διαφύλαξη ζωτικού συμφέροντος του υποκειμένου από το νόμο συμφέροντος τρίτου, εάν το υποκείμενο τελεί σε φυσική ή νομική αδυναμία να δώσει την συγκατάθεσή του.
2. Εάν η επεξεργασία αφορά την εκδίκαση υποθέσεων ή είναι στοιχεία τα οποία έχει δημοσιοποιήσει το ίδιο το άτομο.
3. Εθνική ασφάλεια, εγκληματολογική ή σωφρονιστική πολιτική, προστασία της δημόσιας υγείας και δίωξη οικονομικών εγκλημάτων.' (Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα).

#### **3.2. Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα**

Ιδρύθηκε στις 10 Νοεμβρίου 1997 και αποτελεί μια συνταγματικά κατοχυρωμένη ανεξάρτητη διοικητική Αρχή. Με την πάροδο του χρόνου, η τεράστια πρόοδος στον τομέα της πληροφορικής, η ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, οι νέες μορφές διαφήμισης και ηλεκτρονικών συναλλαγών και η ανάγκη της ηλεκτρονικής οργάνωσης του κράτους έχουν σαν συνέπεια την αυξημένη ζήτηση προσωπικών πληροφοριών από τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα. Η ανεξέλεγκτη καταχώριση και επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων σε ηλεκτρονικά και χειρόγραφα αρχεία υπηρεσιών, εταιρειών και οργανισμών μπορεί να προκαλέσει προβλήματα στην ιδιωτική ζωή του πολίτη. Για την προστασία του ατόμου στην κοινωνία της πληροφορίας δεν επαρκούν οι παραδοσιακές θεσμικές εγγυήσεις και ρυθμίσεις, αλλά χρειάζεται ειδική αντιμετώπιση. Για τον σκοπό αυτό στην Ελλάδα, ιδρύθηκε με τον Νόμο 2472/1997

ως ανεξάρτητος διοικητικός φορέας η Αρχή Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (Α.Π.Δ.Π.Χ.).

Άλλες αρχές που εποπτεύουν την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων είναι στην Ελλάδα η Αρχή Διασφάλισης Απορρήτου των Επικοινωνιών και στην Ευρώπη ο Ευρωπαϊός Επόπτης Προστασίας Δεδομένων.

#### **4. Παρουσίαση ερωτηματολογίου και αποτελεσμάτων.**

Θέλοντας να ερευνήσουμε τις απόψεις των συμμαθητών μας όσον αφορά την σχέση τους με τα Μ.Κ.Δ. και τις γνώσεις τους για αυτά, συντάξαμε και διανεμίσαμε ερωτηματολόγιο σε μαθητές της Β Τάξης του σχολείου μας (Παράθεμα Ι, σελ. ). Το δείγμα μας αποτελείται από 30 άτομα και τα ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα.

Κατόπιν ακολούθησε η αποδελτίωση και η ερμηνεία των αποτελεσμάτων.

Ανακαλύψαμε λοιπόν ότι σχεδόν όλοι οι μαθητές χρησιμοποιούν τα Μ.Κ.Δ. και μάλιστα σε καθημερινή βάση. Ιδιαίτερη απήχηση στους νέους με σειρά δημοτικότητας έχουν το Facebook, το Instagram και το Viber. Οι νέοι χρησιμοποιούν τα Μ.Κ.Δ. κυρίως για επικοινωνία και ενημέρωση, καθώς και για ψυχαγωγία σε μικρότερο ποσοστό. Οι περισσότεροι υποστηρίζουν πως στη χρήση των Μ.Κ.Δ. έγκεινται κίνδυνοι με κυριότερο την υποκλοπή προσωπικών δεδομένων, οι οποίοι μπορούν να αποφευχθούν κυρίως μέσω της ενημέρωσης των νέων για αυτούς. Βέβαια, η πλειονότητα των ερωτηθέντων δεν έχει αντιμετωπίσει αρνητικές εμπειρίες κατά τη χρήση των Μ.Κ.Δ., ωστόσο γνωρίζει που μπορεί να απευθυνθεί σε τέτοιες περιπτώσεις. Τέλος, πιστεύουν πως ο κύριος φορέας ενημέρωσης για τους κινδύνους στο διαδίκτυο οφείλει να είναι το σχολείο, και έπειτα η οικογένεια. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται με την μορφή γραφημάτων στο Παράθεμα ΙΙ (σελ. )

#### **Επίλογος**

Τα Μ.Κ.Δ. είναι αναμφίβολα ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής μας. Οι δυνατότητες που μας παρέχουν είναι πολλές εφόσον η χρήση τους γίνεται με προσοχή και σύνεση. Η παρούσα εργασία επιχείρησε να δείξει ακριβώς αυτό, το πώς δηλαδή η χρήση τους σύμφωνα με τους κανόνες προστασίας και ορθής χρήσης μας επιτρέπει να απολαύσουμε αυτές τις διαδικτυακές πλατφόρμες και να εκμεταλλευτούμε τα πολλά οφέλη τους χωρίς να κινδυνεύσουμε.

## **Βιβλιογραφία-Ηλεκτρονικές Πηγές**

Μπράτισης, Θ., Καρασπύρου, Ι., & Κυρίδης, Α. (2010). Ιστοχώροι κοινωνικής δικτύωσης: Απόψεις εφήβων για ζητήματα ασφάλειας και ενημέρωσης. *Πρακτικά Εργασιών 7ου Πανελληνίου Συνεδρίου Κόρινθος*, [WWW] Available from: (<http://korinthos.uop.gr/~hcicte10/proceedings/85.pdf>), Accessed [10.05.2011].

<http://www.socialmedialife.gr/109388/ti-einai-to-pinterest-kai-pos-leitourgei/>

<https://www.youtube.com/yt/policyandsafety/el/>

[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1\\_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82\\_%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82_%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82)

<http://www.dpa.gr/>

## Παράθεμα I

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο. Οι απαντήσεις του θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τη διεξαγωγή έρευνας σχετικά με τη χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στα πλαίσια της ερευνητικής εργασίας με τίτλο “Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Κίνδυνοι και ασφαλής χρήση”.

1. Χρησιμοποιείτε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Μ.Κ.Δ.) ;  
Ναι                      Όχι
  
2. Αν όχι, για ποιο λόγο;  
.....  
.....
  
3. Αν ναι, πόσες μέρες την εβδομάδα;;  
Κάθε Μέρα                      4-6 μέρες/εβδομάδα                      2-3 μέρες/εβδομάδα  
Πολύ σπάνια
  
4. Ποια Μ.Κ.Δ. χρησιμοποιείτε;  
Facebook                      Instagram                      Twitter                      Viber  
                         Άλλο
  
5. Για ποιο λόγο τα χρησιμοποιείτε;  
Ενημέρωση                      Επικοινωνία                      Ψυχαγωγία                      Άλλο
  
6. Πιστεύετε ότι υπάρχουν κίνδυνοι στη χρήση Μ.Κ.Δ.;  
Ναι                      Όχι  
Αν ναι ποιοι;  
.....  
.....  
.....
  
7. Πώς πιστεύετε ότι μπορούν να αντιμετωπιστούν αυτοί οι κίνδυνοι;  
.....  
.....  
.....
  
8. Έχετε οι ίδιοι βιώσει αρνητικές εμπειρίες με την χρήση Μ.Κ.Δ.;  
Ναι                      Όχι  
Αν ναι, τι είδους;

.....  
.....  
.....

9. Γνωρίζετε σε ποιους φορείς μπορείτε να απευθυνθείτε σε περίπτωση που αντιμετωπίσετε πρόβλημα κατά τη χρήση των Μ.Κ.Δ.;

Ναι Όχι

10. Ποιος πιστεύετε ότι θα έπρεπε να ενημερώνει τους εφήβους για την σωστή χρήση των Μ.Κ.Δ.;

α) το σχολείο

β) οι γονείς

γ) οι ίδιοι οι έφηβοι με προσωπική έρευνα

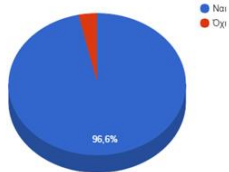
Σας ευχαριστούμε!



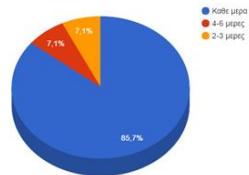
## Παράθεμα II

Αποτελέσματα ερωτηματολογίου σε γραφικές παραστάσεις.

Χρησιμοποιείτε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) ;

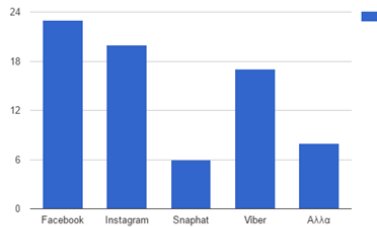


Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα Μ.Κ.Δ.

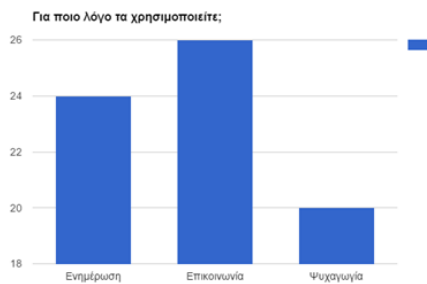


Σχεδόν όλοι οι μαθητές χρησιμοποιούν τα Μ.Κ.Δ. και μάλιστα σε καθημερινή βάση.

Ποια ΜΚΔ χρησιμοποιείτε;

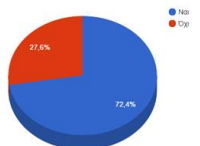


Ιδιαίτερη απήχηση στους νέους με σειρά δημοτικότητας έχουν το facebook, το instagram και το viber.

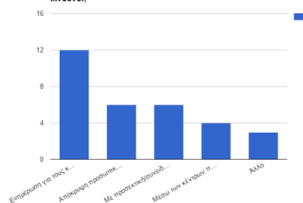


Οι νέοι χρησιμοποιούν τα Μ.Κ.Δ. κυρίως για επικοινωνία και ενημέρωση, καθώς και για ψυχαγωγία σε μικρότερο ποσοστό.

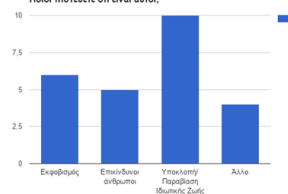
Πιστεύετε ότι υπάρχουν κίνδυνοι στη χρήση ΜΚΔ;



Πώς πιστεύετε ότι μπορούν να αντιμετωπιστούν αυτοί οι κίνδυνοι;

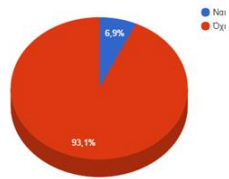


Ποιοί πιστεύετε ότι είναι αυτοί;

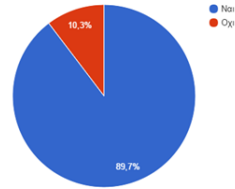


Οι περισσότεροι υποστηρίζουν πως στη χρήση των Μ.Κ.Δ. έγκεινται κίνδυνοι με κυριότερο την υποκλοπή προσωπικών δεδομένων, οι οποίοι μπορούν να αποφευχθούν κυρίως μέσω της ενημέρωσης των νέων για αυτούς.

Έχετε οι ίδιοι βιώσει αρνητικές εμπειρίες με την χρήση ΜΚΔ;

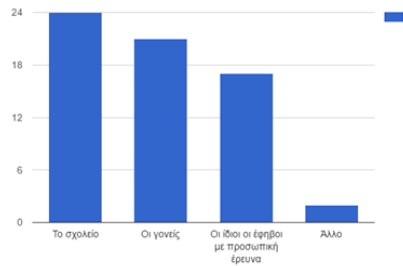


Γνωρίζετε σε ποιους φορείς μπορείτε να απευθυνθείτε σε περίπτωση που αντιμετωπίσετε πρόβλημα κατά τη χρήση των ΜΚΔ;



Βέβαια, η πλειονότητα των ερωτηθέντων δεν έχει αντιμετωπίσει αρνητικές εμπειρίες κατά τη χρήση των Μ.Κ.Δ., ωστόσο γνωρίζει που μπορεί να απευθυνθεί σε τέτοιες περιπτώσεις.

Ποιος πιστεύετε ότι θα έπρεπε να ενημερώνει τους εφήβους για την σωστή χρήση των ΜΚΔ;



Τέλος, πιστεύουν πως ο κύριος φορέας ενημέρωσης για τους κινδύνους στο διαδίκτυο οφείλει να είναι το σχολείο, και έπειτα η οικογένεια.