

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1η Ενότητα: Κοινωνικά Δίκτυα

1. Ορισμός σελ. 2
2. Γενικά σελ. 3
3. Δημοφιλής σελ. 4
4. Προβλήματα..... σελ. 5
 - Παραβίαση ιδιωτικής ζωήςσελ. 5
 - Εθισμός.....σελ. 8
 - Εκφοβισμός.....σελ.10
 - Ιοί.....σελ.10
 - Παιδική Πορνογραφία..σελ.10
 - Ανεπιθύμητα μηνύματα.....σελ.12
 - Βίαια παιχνίδια.....σελ.12
 - Ηλεκτρονικός Τζόγος.....σελ.13
5. The history of social networking.....σελ.14



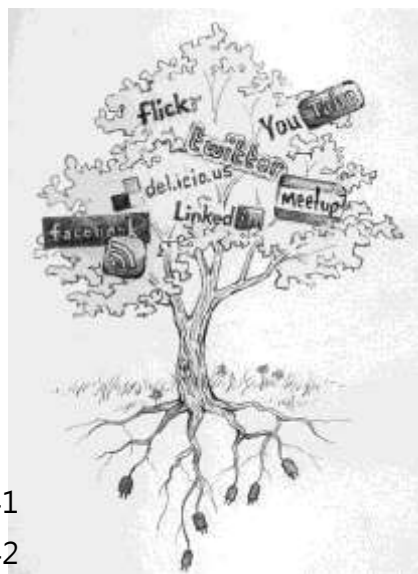
2η Ενότητα: Facebook

1. Ορισμός.....σελ.16
2. Πόσο δημοφιλής είναι.....σελ.18
3. Αρνητική πλευρά.....σελ.18
4. Ιστορίασελ.18
5. Κλοπή προσωπικών δεδομένων και παραβίαση της ιδιωτικής μας ζωής.....σελ.22
6. Διαδικτυακός εκφοβισμός..σελ.24
7. Προσοχή στις ιστοσελίδες....σελ.26
8. Μειονεκτήματα.....σελ.27
 - Χάσιμο χρόνου.....σελ.27
 - Εξάρτηση.....σελ.28
 - Σε γενικές γραμμές.....σελ.28
 - Τα ψεύτικα προφίλ...σελ.30



3η Ενότητα: Youtube

1. Ορισμός.....σελ.33
2. Γενικά.....σελ.34
3. Δημοφιλέστερα βίντεο...σελ.35
4. Κρυμμένο παιχνίδι.....σελ.37
5. Χρέωση.....σελ.38



4η Ενότητα: Twitter

1. Ιστορία.....σελ.41
 - Το όνομα.....σελ.42
 - Σήμερα.....σελ.42
2. 140 χαρακτήρες.....σελ.42
3. Πώς κερδίζει χρήματα.....σελ.43
4. Πώς άλλαξε τα:.....σελ.44
 - Μέσα ενημέρωσης.....σελ.44
 - Την πολιτική.....σελ.44
 - Τις επιχειρήσεις.....σελ.45
5. Περισσότερους ακόλουθους:.....σελ.45
 - Παγκοσμίως...σελ.45
 - Στον Καναδά.....σελ.46
6. Twitter quotes.....σελ.47
7. Εκφοβισμός.....σελ.51

5η Ενότητα: MySpace

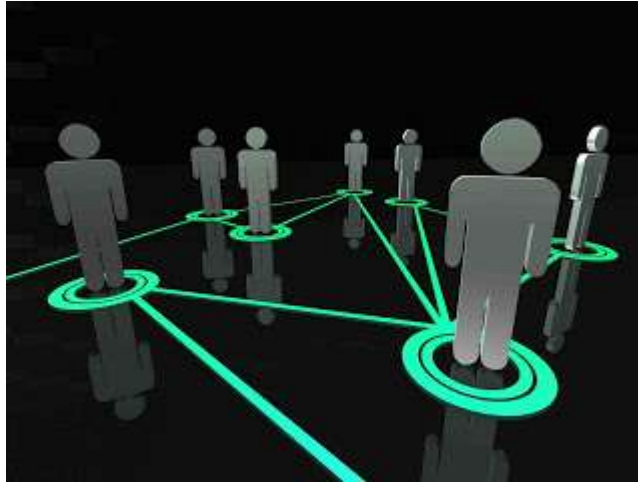
1. Ιστορία.....σελ.54
2. Πλεονεκτήματα.....σελ.55
3. Μειονεκτήματα.....σελ.56
4. "Μαύρες σελίδες".....σελ.57
 - Γενικά.....σελ.57
 - Θάνατος.....σελ.58
 - Τοπικά νέα.....σελ.59
5. Αξιοπιστία και ασφάλεια.....σελ.60
6. Στατιστικά.....σελ.61

6η Ενότητα:Βιβλιογραφία

1. Πηγές.....σελ.63



Κοινωνικά Δίκτυα



❖ Κοινωνικά Δίκτυα Ορισμός.

Κοινωνική δικτύωση είναι η συγκέντρωση ή συμμετοχή των ατόμων σε συγκεκριμένες ομάδες, όπως για παράδειγμα οι αγροτικές κοινότητες, οι γειτονιές, οι χώροι εργασίας, τα

πανεπιστήμια και τα σχολεία. Στη βιβλιογραφία εμφανίζονται διάφοροι ορισμοί για το τι είναι ένα

κοινωνικό δίκτυο:

- Ο Χτούρης (Χτούρης 2004) ορίζει ως κοινωνικά δίκτυα τα «πολυδιάστατα συστήματα επικοινωνίας και διαμόρφωσης της ανθρώπινης πρακτικής και της κοινωνικής ταυτότητας».
- Οι Walker, MacBride και Vachon (1977), όρισαν ως κοινωνικό δίκτυο το άθροισμα των προσωπικών επαφών μέσω των οποίων το άτομο διατηρεί την κοινωνική του ταυτότητα, λαμβάνει συναισθηματική υποστήριξη, υλική ενίσχυση και συμμετοχή στις υπηρεσίες, έχει πρόσβαση στις πληροφορίες και δημιουργεί νέες κοινωνικές επαφές.
- Τα κοινωνικά δίκτυα συνήθως αποτελούνται από τα μέλη της οικογένειας, τους φίλους και τους γνωστούς και περιλαμβάνουν τρεις κρίσιμες έννοιες: α) το μέγεθος ή το εύρος, το οποίο αναφέρεται στον αριθμό των ατόμων που συμμετέχουν στο δίκτυο β) τη σύνθεση, δηλαδή το ποσοστό συμμετοχής μελών της ευρύτερης οικογένειας ή φίλων στο δίκτυο γ) τη συχνότητα, που δηλώνει το πόσο συχνά τα μέλη ενός κοινωνικού δικτύου αλληλεπιδρούν μεταξύ τους (Χτούρης, Παπάνης, Ρόντος, 2004).

Ένα κοινωνικό δίκτυο είναι επομένως μια κοινωνική δομή που αποτελείται από άτομα τα οποία συνδέονται ή δεσμεύονται μεταξύ τους με έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους τύπους αλληλεξάρτησης όπως η φιλία, η συγγένεια, τα κοινά ενδιαφέροντα, οι οικονομικές συναλλαγές.

Δεν είναι ίσως υπερβολή το να ισχυριστούμε ότι τα θέματα και τα ενδιαφέροντα των

κοινωνικών δικτύων είναι τόσο ποικίλα και πλούσια, όσο και η ιστορία του κόσμου μας. Η κοινωνική δικτύωση σήμερα είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στην online μορφή της, δηλαδή σε απευθείας σύνδεση στο Διαδίκτυο. Αυτό συμβαίνει διότι το Διαδίκτυο είναι γεμάτο με εκατομμύρια άτομα που επιθυμούν να γνωρίσουν άλλους ανθρώπους, να αναπτύξουν φιλίες ή επαγγελματικές συμμαχίες, να αναζητήσουν εργασία, να σχηματίσουν ομάδες και να μοιράζονται από πρώτο χέρι πληροφορίες και εμπειρίες σχετικά με τα χόμπι και τα ενδιαφέροντά τους.

❖ Κοινωνικό δίκτυο Γενικά

Αν και social media συνηθίζεται να ονομάζονται μόνο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social networks), όπως το facebook και το LinkedIn, τα συγκεκριμένα δεν είναι παρά μόνο δύο από αυτά. Στα social media περιλαμβάνονται και πολλά άλλα όπως τα blogs και media sharing sites, και χωρίζονται σε κατηγορίες:

- Social news and recommendations (π.χ digg.com),
- Social book marking sites (π.χ delicious.com),
- Micro blogging services (twitter),
- Blogging systems (π.χ.blogger.com),
- Social networks (π.χ. facebook, linkedin),
- Social sharing (π.χ. youtube, flickr), και
- Wikis(π.χ. mediawiki.org).

Τα κοινωνικά δίκτυα συνήθως αποτελούνται από τα μέλη της οικογένειας, τους φίλους και τους γνωστούς και περιλαμβάνουν τρεις κρίσιμες έννοιες:

το μέγεθος ή το εύρος, το οποίο αναφέρεται στον αριθμό των ατόμων που συμμετέχουν στο δίκτυο,

τη σύνθεση, δηλαδή το ποσοστό συμμετοχής μελών της ευρύτερης οικογένειας ή φίλων στο δίκτυο, και

τη συχνότητα, που δηλώνει το πόσο συχνά τα μέλη ενός κοινωνικού δικτύου αλληλεπιδρούν μεταξύ τους.

Όταν πρόκειται για online κοινωνική δικτύωση, χρησιμοποιούνται ιστοσελίδες γνωστές ως ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης. Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης λειτουργούν ως online κοινότητες των χρηστών του Διαδικτύου. Ανάλογα με τα χαρακτηριστικά κάθε ιστότοπου, τα μέλη της online κοινότητας έχουν κοινά ενδιαφέροντα όπως κάποιο χόμπι, τη θρησκεία ή την πολιτική. Η εγγραφή και πρόσβαση σε έναν ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης παρέχει στα μέλη του άμεση και συνεχή κοινωνικοποίηση. Αυτή η κοινωνικοποίηση μπορεί να περιλαμβάνει την ανάγνωση του προφίλ των άλλων μελών και συχνά και την επικοινωνία μαζί του.

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ή ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα, έκαναν την εμφάνισή τους το 2002 με το Friendster. Αυτές οι ιστοσελίδες επιτρέπουν στα άτομα να παρουσιάσουν τους εαυτούς τους, να αναπτύξουν την κοινωνική τους δικτύωση, καθώς και να δημιουργήσουν ή να διατηρήσουν συνδέσεις με άλλους χρήστες. Η ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης όμως που ξεχώρισε ανάμεσα στις άλλες είναι το Facebook. Με 132 εκατομμύρια χρήστες, τον Ιούνιο του 2008, και 200% μέση ετήσια αύξηση εγγραφών το Facebook είναι αναμφισβήτητα η δημοφιλέστερη ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης.

❖ Δημοφιλή online κοινωνικά δίκτυα.

Σήμερα, υπάρχουν πολλοί ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης. Οι ιστότοποι διακρίνονται σε κατηγορίες ανάλογα με:

το αντικείμενό τους,

τον τρόπο εγγραφής και συμμετοχής μελών,

τον τρόπο επικοινωνίας μεταξύ των μελών τους και

το είδος του περιεχομένου που ανταλλάσσουν οι χρήστες μεταξύ τους.

Ο τρόπος επικοινωνίας μεταξύ των μελών μπορεί να είναι ατομικός, δηλαδή ανάμεσα σε δύο άτομα, ή μαζικός όπου τα μέλη δημοσιεύουν περιεχόμενο ορατό σε όλους τα μέλη. Μπορεί να περιλαμβάνει δημοσιεύσεις μηνυμάτων ή ακόμα και ζωντανές συνομιλίες, σχόλια, νήματα συζητήσεων κλπ. Το περιεχόμενο που δημοσιεύουν ή ανταλλάσσουν μεταξύ τους τα μέλη του ιστότοπου μπορεί να είναι κείμενο, φωτογραφίες, ή ακόμα και βίντεο.



Στόχος τους είναι προσελκύσουν απλούς χρήστες του Διαδικτύου οι οποίοι θα γίνουν αποδέκτες των προσωπικών του απόψεων, ή θα εμπλακούν σε διάλογο μαζί τους. Μπορούν να χαρακτηριστούν ως "ερασιτέχνες" δημοσιογράφοι ή συγγραφείς.

Οι πιο δημοφιλείς ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης σήμερα είναι οι εξής:

- Facebook,

- MySpace,
- Youtube,
- Blogger,
- Wordpress
- Flickr,
- Twitter, και
- LinkedIn.

❖ Τα προβλήματα της Κοινωνικής Δικτύωσης

1. Παραβίαση Ιδιωτικής Ζωής

Σε κάθε βήμα της περιδιάβασής μας στο Διαδίκτυο “προσφέρουμε” προσωπικές πληροφορίες. Αυτές οι πληροφορίες είναι σαν ένας γρίφος που πρέπει να συμπληρωθεί για να αποκαλυφθεί η εικόνα μας. Η περιήγηση μας στο Διαδίκτυο έχει πολλά κοινά με τη ζωή μας στο φυσικό κόσμο. Έτσι τίθενται κάποια πολύ σοβαρά ζητήματα: της προστασίας των προσωπικών μας δεδομένων, της ορθής και ηθικής επικοινωνίας με τη βοήθεια της τεχνολογίας και το γεγονός πως ό,τι και αν κάνουμε στο Διαδίκτυο αφήνει ίχνη.

Όταν στέλνουμε ηλεκτρονικά μηνύματα σίγουρα δίνουμε πληροφορίες στο άτομο με το οποίο επικοινωνούμε. Εάν δεν είμαστε προσεχτικοί, μπορεί επίσης να δώσουμε πληροφορίες σε ένα μεγάλο αριθμό ατόμων, συμπεριλαμβανομένου του εργοδότη μας, της κυβέρνησης, του παροχέα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και οποιουδήποτε βρίσκεται στη διαδρομή του μηνύματός μας προς τον παραλήπτη.

Προσεχτικοί πρέπει να είμαστε και όταν συμμετέχουμε σε ομάδες συζητήσεων (groups ή listserves) του Διαδικτύου όπου είμαστε μέλη και δίνουμε προσωπικές πληροφορίες σε όλα τα μέλη της ομάδας (π.χ. διεύθυνση του ηλεκτρονικού μας ταχυδρομείου). Δεν απαγορεύεται σε μέλος να πάρει και να διανέμει τη διεύθυνσή μας.

Σημαντικό είναι να γνωρίζουμε ότι κατά την πλοήγησή μας στο Διαδίκτυο με χρήση οποιουδήποτε φυλλομετρητή αφήνουμε ίχνη. Όταν απλά κοιτάζουμε πληροφορίες στο Διαδίκτυο πολύ πιθανόν ο φυλλομετρητής μας να δίνει τον αριθμό του υπολογιστή και τις σελίδες που επισκεφθήκαμε στον παροχέα Διαδικτύου. Αν ο φυλλομετρητής χειρίζεται και το ηλεκτρονικό μας ταχυδρομείο, τότε πολύ πιθανόν να παρέχει την ηλεκτρονική διεύθυνση και το τηλέφωνό μας. Επίσης πολλές από τις

ιστοσελίδες που επισκεπτόμαστε, φυλάνε στον υπολογιστή μας δεδομένα για την επίσκεψη μας, τα λεγόμενα "Cookies". Τα Cookies είναι μικρά κομμάτια από πληροφορίες όπως το όνομα χρήστη, πληροφορίες της εγγραφής μας σε μια σελίδα, προτιμήσεις, διαδικτυακά «καλάθια με ψώνια» και λοιπά. Οι νόμιμες εταιρείες χρησιμοποιούν τα Cookies για να κάνουν προσφορές σε χρήστες που τους επισκέπτονται ξανά. Παράνομες εταιρείες χρησιμοποιούν Cookies για να πάρουν πληροφορίες για τους χρήστες και να τις πουλήσουν σε εταιρείες Marketing.

Προσεχτικοί πρέπει να είμαστε και όταν στέλνουμε Μηνύματα της Στιγμής (Instant Messages) π.χ. με Google Talk ή με Microsoft Live Messenger. Πρέπει να γνωρίζουμε ότι πολλές από αυτές τις εταιρείες αυτόματα αποθηκεύουν τα μηνυμάτά μας, εκτός και εάν έχουμε κάνει τις ανάλογες ρυθμίσεις.

Κοινωνικά Δίκτυα όπως το Facebook και MySpace επιτρέπουν την αποστολή φωτογραφιών και την αποθήκευση προσωπικών σημειώσεων. Προσωπικές πληροφορίες που ανταλλάσσονται σε τέτοια δίκτυα μπορεί να προκαλέσουν προβλήματα του χρήστη με το σχολείο, τον εργοδότη του και όχι μόνο. Τέτοιες ιστοσελίδες δέχονται συχνά και με ευκολία επισκέψεις από παιδοφίλους που ενδιαφέρονται είτε να παραπλανήσουν ανήλικους σε πραγματικές συναντήσεις ή να κλέψουν φωτογραφίες και πληροφορίες που ανταλλάσσονται από άτομα που χρησιμοποιούν αυτά τα δίκτυα.

Έχνη στο Διαδίκτυο είναι δυνατό να αφήσουμε και κατά τη χρήση ιστολογίων (Blog). Πολλοί νεαροί που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, έχουν δημιουργήσει το δικό τους ιστολόγιο (Blog), κάτι σαν ενημερωτικό φυλλάδιο ή εφημερίδα, το οποίο ανανεώνεται συχνά και είναι για ελεύθερη πρόσβαση. Οι χρήστες των ιστολογίων μπορούν να καταθέσουν σχόλια. Σε κάποια από τα ιστολόγια χρειάζεται να κάνει κάποιος εγγραφή για να μπορεί να σχολιάσει, δίνοντας έτσι πληροφορίες όπως ηλεκτρονική διεύθυνση, όνομα κ.λπ.

Υποκλοπή Προσωπικών Δεδομένων

Υποκλοπή Προσωπικών Δεδομένων στο Διαδίκτυο είναι η πράξη της εξαπάτησης ενός χρήστη κάνοντας τον να δώσει προσωπικές πληροφορίες σε μια «πλαστή ιστοσελίδα» στο Διαδίκτυο (π.χ. διεύθυνση, αριθμό ταυτότητας, αριθμό διαβατηρίου, αριθμούς τραπεζικών λογαριασμών, κ.λπ.). Μια τέτοιου είδους δραστηριότητα επιτρέπει σε έναν απατεώνα (cracker) να κλέψει ή να πλαστογραφήσει τα στοιχεία του θύματος ή/και να κερδίσει παράνομη πρόσβαση στα δεδομένα του/της, όπως προσωπικούς λογαριασμούς, συνδρομές, e-mail, κωδικούς, κ.λπ.

Κάποιοι θεωρούν τις Απάτες (Scams) ως ένα είδος υποκλοπής, μόνο που οι Απάτες συνήθως δεν ενδιαφέρονται για τις προσωπικές μας πληροφορίες, αλλά προσπαθούν να προκαλέσουν τον οίκτο μας για τον ανθρώπινο πόνο ώστε να προσφέρουμε λεφτά για να βοηθήσουμε ένα δήθεν καλό σκοπό. Για παράδειγμα, σχεδόν κάθε μεγάλη καταστροφή (σεισμός, πλημμύρες, πείνα, πόλεμος) έχει προκαλέσει πολυάριθμες ηλεκτρονικές απάτες, μηνύματα σε ιστοσελίδες που ζητούν από τους χρήστες να προσφέρουν λεφτά για να βοηθήσουν για κάποιο καλό σκοπό. Πολλοί άνθρωποι έχουν χάσει πολλά λεφτά για τέτοιους "καλούς" σκοπούς. Κάποιοι έχουν χάσει ακόμα και τη ζωή τους, καθώς έχουν ταξιδέψει σε άλλες χώρες για να γνωρίσουν αυτούς που επωφελούνταν των προσφορών τους.

2. Αποξένωση από τον Πραγματικό Κόσμο

Η αλόγιστη και πολύωρη χρήση του Διαδικτύου, δημιουργεί συναισθηματική απόσταση και αλλοιώνει την ποιότητα επικοινωνίας ανάμεσα στους ανθρώπους, κάτι το οποίο πολλές φορές οδηγεί στην Αποξένωσή τους από τον Πραγματικό Κόσμο.

Αρκετοί είναι αυτοί οι οποίοι ξοδεύουν άπειρες ώρες μπροστά στον υπολογιστή παίζοντας διαδικτυακά παιχνίδια, σερφάροντας στο Διαδίκτυο ή ακόμα και επικοινωνώντας με φίλους τους μέσω του Διαδικτύου. Η πολύωρη ενασχόληση με τα πιο πάνω, οδηγεί πολλές φορές στην Αποξένωση από τον Πραγματικό Κόσμο εφόσον επιτρέπει στους ανθρώπους να ψυχαγωγούνται ή να επικοινωνούν χωρίς τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της προσωπικής επαφής. Αρκετοί είναι αυτοί για παράδειγμα οι οποίοι αναπτύσσουν Διαδικτυακές (on-line) σχέσεις χωρίς να εγκαταλείπουν τα σπίτια τους.

Όλα αυτά γίνονται σε βάρος του χρόνου που διαφορετικά μπορούν να έχουν διαθέσιμο για τη συμμετοχή σε άλλες δραστηριότητες με φίλους, γείτονες ή ομάδες ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα. Ως αποτέλεσμα, κάποιοι άνθρωποι δεν μπορούν να ταυτιστούν με τους άλλους νιώθοντας αποκλεισμένοι στην εντός του Διαδικτύου κοινωνική τους ζωή.

Αποπλάνηση

Αποπλάνηση συμβαίνει όταν άγνωστοι κακόβουλα εκμεταλλεύονται το στοιχείο της ανωνυμίας στο Διαδίκτυο για να προσεγγίσουν ανήλικα παιδιά με στόχο τη σεξουαλική παρενόχληση.

Στο Διαδίκτυο ποτέ δεν μπορούμε να είμαστε σίγουροι ποιος είναι ο συνομιλητής μας στις ηλεκτρονικές μας επικοινωνίες, ακόμα και αν βλέπουμε τη φωτογραφία του ή αν χρησιμοποιούμε κάμερα. Έτσι, πολλοί επιτήδριοι εκμεταλλεύονται το γεγονός αυτό, δίνουν ψεύτικα στοιχεία (κυρίως για την ηλικία τους) και ξεκινούν συζητήσεις με τα πιθανά θύματά τους με στόχο να αναπτύξουν φιλική με αυτά σχέση και να

αποσπάσουν όσο το δυνατό περισσότερες πληροφορίες (π.χ. τόπο διαμονής, τα ενδιαφέροντά τους, τα χόμπι τους, τις σεξουαλικές τους εμπειρίες κ.λ.π.).

Τα δωμάτια επικοινωνίας (chat rooms) είναι ένας δημοφιλής τρόπος επικοινωνίας μεταξύ των νέων αλλά και δημοφιλές μέσο αποπλάνησης (Shannon, 2008). Αυτά είναι εικονικά μέρη όπου άνθρωποι από όλο τον κόσμο μπορούν να «συναντηθούν» και να «συνομιλήσουν» μέσω μηνυμάτων. Πρέπει να γνωρίζουμε όμως ότι οποιοσδήποτε μπορεί, χρησιμοποιώντας απλά ένα ψευδώνυμο, να παρακολουθεί ή να συμμετέχει σε συζητήσεις μας.

Υπάρχει ωστόσο και η δυνατότητα «ιδιωτικής συνομιλίας», όπου κάποιος από τα μέλη της ομάδας αποφασίζει να απομονωθεί από τους άλλους σε ένα ιδιαίτερο «δωμάτιο» και να επικοινωνούν μόνο μεταξύ τους. Υπάρχουν συχνά καταγγελίες παιδιών ότι, κατά τη διάρκεια τέτοιου είδους συνομιλίας, έχουν δεχτεί προτροπές από αγνώστους για συνάντηση σε πραγματικό χώρο. Σε χώρες του εξωτερικού έχουν παρουσιασθεί έως τώρα δεκάδες περιπτώσεις παιδιών που εξαφανίσθηκαν, έπεσαν θύματα παιδοφίλων ή κυκλωμάτων παιδικής πορνογραφίας, ή παρασύρθηκαν από κακόβουλους αγνώστους, τους οποίους «συνάντησαν» σε δωμάτια επικοινωνίας (Craven, et al, 2006).

3. Εθισμός

Εθισμός στο Διαδίκτυο μπορεί να προκύψει με την πολύωρη ενασχόληση ατόμων σε διαδικτυακές δραστηριότητες όπως είναι τα παιχνίδια, δωμάτια συζητήσεων, ηλεκτρονικός τζόγος και άλλα.

Ένα άτομο είναι εθισμένο όταν χαρακτηρίζεται από τουλάχιστο τρία από τα πιο κάτω:

- Χρήση του Διαδικτύου για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα από το προτιθέμενο
 - Κατανάλωση υπερβολικού χρόνου ή/και χρήματος σε δραστηριότητες σχετικές με το Διαδίκτυο
 - Συμπτώματα Συνδρόμου Απόσυρσης, όπως για παράδειγμα άγχος, έμμονη σκέψη για το Διαδίκτυο, όνειρα για το Διαδίκτυο
 - Χρήση Διαδικτύου προκειμένου να αποφευχθούν συμπτώματα απόσυρσης
 - Μείωση λειτουργικότητας του ατόμου. Συνήθως παραμελούν την προσωπική τους υγεία, γευματίζουν ανθυγιεινά, σταματούν τα αγαπημένα τους ενδιαφέροντα, εγκαταλείπουν το σχολείο, συγκρούονται έντονα στο σπίτι με τους γονείς τους, έχουν μεγάλη ένταση και θυμό που οδηγεί ακόμα και στη βία (Chakraborty, 2010)
 - Συνέχιση χρήσης του Διαδικτύου παρά τη γνώση της παραπάνω δυσλειτουργίας
- Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία της Μονάδας Εφηβικής Υγείας (Μ.Ε.Υ.) στην Ελλάδα, το φαινόμενο είναι συχνότερο σε αγόρια, σε δυσλειτουργικές οικογένειες και σε παιδιά με καταθλιπτικά συναισθήματα ή σύνδρομο υπερκινητικότητας.

Η Δοκιμή.



Ο Εθισμός.



4. Εκφοβισμός

Εκφοβισμός είναι δυνατό να συμβεί μέσω του Διαδικτύου και περιλαμβάνει εσκεμμένη, επαναλαμβανόμενη και εχθρική συμπεριφορά απέναντι σε άτομο ή ομάδα ατόμων με σκοπό την πρόκληση συναισθηματικής και ψυχολογικής βλάβης.

Ο Διαδικτυακός Εκφοβισμός συνήθως έχει τη μορφή ενός εκφοβιστικού, ρατσιστικού, προσβλητικού ή πρόστυχου ηλεκτρονικού μηνύματος, φωτογραφίας ή βίντεο. Κάποιες φορές ο εκφοβισμός μπορεί να οδηγήσει στο να περιθωριοποιηθούν και να αποκλειστούν άτομο ή άτομα από άλλους.

Ο Διαδικτυακός Εκφοβισμός διαφέρει από τα άλλα είδη εκφοβισμού αφού επεμβαίνει στον προσωπικό χώρο του παραλήπτη. Ο εκφοβισμός αυτός είναι δύσκολο να περιοριστεί, αφού δεν υπάρχει περιορισμός ούτε των μηνυμάτων που διανέμονται ηλεκτρονικά, ούτε του αριθμού των παραληπτών που μπορούν να γίνουν δέκτες αυτών των μηνυμάτων. Η σύγχρονη έρευνα έχει δείξει ότι το σχολείο, όταν υπάρχει πληροφόρηση και ενημέρωση του προσωπικού, μπορεί να αντιμετωπίσει το πρόβλημα (Bhat, 2008).

5. Ιοί

Ιός είναι κακόβουλο πρόγραμμα, το οποίο εγκαθίσταται στον υπολογιστή, συνήθως εν αγνοία του χρήστη, και ενεργοποιείται είτε κάποια προκαθορισμένη χρονική στιγμή είτε ύστερα από κάποια συγκεκριμένη ενέργεια. Η ενεργοποίηση ενός ιού μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα διάφορες συνέπειες, επικίνδυνες ή μη. Συγκεκριμένα, μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα το συνεχές άνοιγμα διαφόρων παραθύρων στην οθόνη, μπορεί όμως και να προκαλέσει την καταστροφή δεδομένων σε αρχεία ή άλλες βλάβες. Ένας ιός ενσωματώνεται σε ηλεκτρονικά μηνύματα και προγράμματα, έτσι ώστε όταν ανοίξουμε τα μηνύματα αυτά ή εκτελέσουμε τα προγράμματα, ενεργοποιούμε άθελά μας και τον ιό.

6. Παιδική Πορνογραφία

Παιδική πορνογραφία ορίζεται ως οι αναπαραστάσεις ανηλίκων που συμμετέχουν σε σεξουαλικές πράξεις ή καταστάσεις που υποδηλώνουν σεξουαλικές δραστηριότητες

Μερικές φορές ο ορισμός περιλαμβάνει εικόνες που έχουν υποστεί επεξεργασία από ηλεκτρονικό υπολογιστή. Η παιδική πορνογραφία θεωρείται έγκλημα και υπόκειται σε ποινικές κυρώσεις.

Η παιδική πορνογραφία ορίζεται διαφορετικά από τη νομοθεσία της κάθε χώρας. Σύμφωνα με τη Σύμβαση για τα Διαδικτυακά Εγκλήματα του Συμβουλίου της Ευρώπης, η παιδική πορνογραφία έχει τις εξής μορφές:

- Ένας ανήλικος που συμμετέχει σε σεξουαλική δραστηριότητα.
- Ένα άτομο που συμμετέχει σε σεξουαλική δραστηριότητα προσποιούμενο ότι είναι ανήλικο.
- Ρεαλιστικές εικόνες που αναπαριστούν ένα ανήλικο να συμμετέχει σε σεξουαλικές δραστηριότητες.

Σύμφωνα με ανακοίνωση στην ιστοσελίδα του φορέα για την ασφάλεια του Διαδικτύου στην Κύπρο (www.cyberethics.info) τον Αύγουστο του 2009, η 14η ιστοσελίδα προτίμησης των Κυπρίων είναι πορνογραφικού περιεχομένου. Η 14η θέση είναι η ψηλότερη θέση προτίμησης για πορνογραφική ιστοσελίδα ανάμεσα σε ευρωπαϊκές χώρες. Αυτές οι πληροφορίες είναι ανησυχητικές, γιατί σύμφωνα με ειδικούς κλινικούς σεξολόγους, οι άνθρωποι που εθίζονται στην πορνογραφία τείνουν να έχουν διαταραγμένη αντίληψη για τις ανθρώπινες σχέσεις, κάτι που μπορεί να τους αποξενώσει από τους συντρόφους τους. Επίσης, επισημαίνουν ότι οι ανήλικοι είναι πιο επιρρεπείς σε αυτό γιατί τους λείπει η συναισθηματική ωριμότητα.

Η εξάπλωση των κυκλωμάτων παιδοφιλίας είναι ανησυχητική. Τα κυκλώματα αυτά είναι ομάδες ατόμων, τα οποία εργάζονται μαζί μέσω του Διαδικτύου με στόχο τη συλλογή και διανομή πορνογραφικού υλικού για τη δική τους ικανοποίηση. Τέτοιες ενέργειες αποτελούν έγκλημα και υπόκεινται στο νόμο.

7. Ανεπιθύμητα Μηνύματα

Ανεπιθύμητα Μηνύματα θεωρούνται τα μηνύματα εκείνα που υπό κανονικές συνθήκες οι χρήστες δεν θα επέλεγαν να δουν και τα οποία διανέμονται σε μεγάλο αριθμό παραληπτών. Παραδείγματα ανεπιθύμητων μηνυμάτων είναι μηνύματα που περιέχουν διαφημιστικά για αμφίβολα προϊόντα, μηνύματα με περιεχόμενο που συσχετίζεται με ψευδοτυχερά παιχνίδια, ψευδονομικές υπηρεσίες, πορνογραφικό υλικό κτλ. Πολύ συχνό φαινόμενο είναι και η λήψη αλυσιδωτών μηνυμάτων (chain e-mails). Τα μηνύματα αυτά είναι, συνήθως, ανεπιθύμητα και ο αποστολέας ζητά από τον παραλήπτη να προωθήσει το μήνυμα σε άλλα άτομα, τα οποία γνωρίζει. Ο κίνδυνος εδώ, είναι ότι κάθε φορά που προωθούμε ένα μήνυμα, αν δεν είμαστε προσεχτικοί, μαζί με αυτό εμφανίζεται και η ηλεκτρονική διεύθυνση όλων των προηγούμενων ατόμων που προώθησαν το ίδιο μήνυμα. Έτσι δεν γνωρίζουμε ποιος

θα παραλάβει το μήνυμα και τι θα κάνει με τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις, οι οποίες θα εμφανίζονται σε αυτό.

8. Βίαια Παιχνίδια

Σύμφωνα με έρευνες, εκατομμύρια άτομα αφιερώνουν χρόνο σε καθημερινή βάση σε ηλεκτρονικά παιχνίδια (<http://www.appdata.com>). Όπως στην αγορά έτσι και στο Διαδίκτυο υπάρχουν διάφορες κατηγορίες παιχνιδιών. Η πιο δημοφιλής κατηγορία παιχνιδιών είναι η κατηγορία παιχνιδιών δράσης η οποία χωρίζεται σε άλλες υποκατηγορίες, όπως παιχνίδια πολεμικών τεχνών (Beat' em up), λαβυρίνθων (maze), πλατφόρμας (platform), βολών (shooters) κ.ά.

Η κατηγορία βολών θεωρείται η πλέον βίαια κατηγορία παιχνιδιών και έχει κατακριθεί ιδιαίτερα για τα κακά πρότυπα και τις αρνητικές επιδράσεις που πιθανότατα να έχει, ειδικά σε νεαρά άτομα. Όπως λέει και το όνομα, σκοπός είναι να χρησιμοποιήσουμε όπλα, ώστε να εξοντώσουμε τους αντιπάλους και να ολοκληρώσουμε τις αποστολές του παιχνιδιού.

Βία όμως που εκφράζουμε στα παιχνίδια μπορεί να την εμφανίσουμε και στην κανονική μας ζωή. Ανησυχητικά είναι τα συμπεράσματα που προκύπτουν από τις έρευνες των Πανεπιστημίων της Καλιφόρνια και του Σαν Φρανσίσκο στις ΗΠΑ. Οι μελετητές βρήκαν ότι η βία στα ηλεκτρονικά παιχνίδια προκαλεί αντικοινωνική και πολεμοχαρή συμπεριφορά στην καθημερινότητα των παιδιών ηλικίας 18 έως 21 (Ferguson, 2007).

Αυτό το ενισχύει και ο οργανισμός ISFE (Interactive Software Federation of Europe), όπου σύμφωνα με έρευνές του, υψηλά επίπεδα έκθεσης σε βίαια ηλεκτρονικά παιχνίδια σχετίζονται έντονα με αυξανόμενη επιθετική συμπεριφορά στο σχολείο και στο ελεύθερο παιχνίδι και οδηγούν στην εγκληματικότητα.

Εδώ υπάρχει το ζήτημα του ενδεχομένως ακατάλληλου για την ηλικία του παιδιού περιεχόμενο. Για το σκοπό αυτό η βιομηχανία παιχνιδιών εφαρμόζει κώδικες σήμανσης των παιχνιδιών όπως π.χ. Πανευρωπαϊκού Συστήματος Πληροφόρησης για τα Ηλεκτρονικά Παιχνίδια (Pan European Game Information - PEGI). Στη σήμανσή του, το PEGI αναφέρει τόσο την ηλικιακή ομάδα στην οποία απευθύνεται ο κάθε τίτλος, καθώς και τα στοιχεία που περιλαμβάνει (π.χ. βία, ρατσιστικά στοιχεία, κ.ά.).

9. Παραπληροφόρηση

Παραπληροφόρηση στο Διαδίκτυο είναι δυνατό να συμβεί με την παρουσίαση διάφορων ψευδών ή αναληθών ή τροποποιημένων πληροφοριών σε ιστοσελίδες, με πιθανό σκοπό την παραπλάνησή μας. Παραπληροφόρηση συμβαίνει και όταν οι

πληροφορίες είναι ελλιπείς με αποτέλεσμα να οδηγήσουν σε λανθασμένα συμπεράσματα.

10. Ηλεκτρονικός Τζόγος

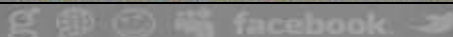
Με τον όρο Ηλεκτρονικός Τζόγος εννοούμε τη δραστηριότητα κατά την οποία δύο ή περισσότερα άτομα συναντώνται διαδικτυακά με σκοπό την ανταλλαγή στοιχημάτων. Μια τέτοια δραστηριότητα περιλαμβάνει το ρίσκο της πραγματικής οικονομικής απώλειας ή του κέρδους.

Ένα από τα βασικότερα προβλήματα του τζόγου είναι η απώλεια χρημάτων. Κάποιος μπορεί να χάσει τις οικονομίες του, το σπίτι του, την περιουσία του ακόμη και το/τη σύζυγό της/του. Πολλοί είναι αυτοί που εθίζονται και δεν μπορούν να σταματήσουν πιστεύοντας πως στον επόμενο γύρο θα πάρουν τα λεφτά τους πίσω. Έτσι εκτός από την σπατάλη πολλών χρημάτων οδηγούνται παράλληλα στη σπατάλη πολλού χρόνου, παραμέληση των υποχρεώσεών τους με όλες τις επακόλουθες συνέπειες του εθισμού. Είναι γνωστό ότι ακόμα και η ενασχόληση με περιβάλλοντα τζόγου, στα όπου δεν γίνεται χρήση πραγματικών χρημάτων, μπορεί να προκαλέσει τον εθισμό (Hyder et al, 2008). Η ευκολία πρόσβασης σε ιστοσελίδες ηλεκτρονικού τζόγου αυξάνει τους κινδύνους εμπλοκής παιδιών και εφήβων σε τέτοιες δραστηριότητες.

Επιβλαβές συμπεριφορές

Το γεγονός ότι το Διαδίκτυο δεν είναι υπό τη δικαιοδοσία οποιουδήποτε καθιστά αδύνατο τον έλεγχο του περιεχομένου του. Ιστοσελίδες για βουλιμία, ανορεξία, αυτοκτονία, σατανισμό και τυχερά παιχνίδια υπάρχουν πολλές και παρακινούν σε επιβλαβείς συμπεριφορές. Για παράδειγμα, σύμφωνα με το Eating Disorders Review (2003), άρχισαν να εμφανίζονται ιστοσελίδες υπέρ των διατροφικών διαταραχών και, παρά τις προσπάθειες που κατέβαλαν ομάδες εναντίον της ανορεξίας και της βουλιμίας, αυτές οι ιστοσελίδες παραμένουν προσβάσιμες. Σύμφωνα με έρευνα από την British Medical Journal, οι άνθρωποι που ψάχνουν πληροφορίες για τρόπους αυτοκτονίας είναι πιθανότερο να βρουν σελίδες που την ενθαρρύνουν παρά σελίδες που προσφέρουν βοήθεια και στήριξη. Από 240 ιστοσελίδες που βρέθηκαν το 2008 να αναφέρουν την αυτοκτονία οι 45 περίπου την ενθάρρυναν, την προωθούσαν ή την διευκόλυναν.

THE HISTORY OF SOCIAL NETWORKING



BEING CONNECTED TO THE WORLD AROUND US HAS NEVER BEEN MORE EASY AND ACCESSIBLE THAN IT IS TODAY, BUT IT DIDN'T START OUT THAT WAY. AFTER THE INTERNET MADE IT POSSIBLE TO REACH PEOPLE AROUND THE GLOBE WITH MERELY A CLICK OF A BUTTON, SOCIAL NETWORKING EXPLODED INTO ONE OF THE BIGGEST INDUSTRIES OF OUR TIME.

1971

THE FIRST EMAIL IS SENT. THE TWO COMPUTERS WERE SITTING RIGHT NEXT TO EACHOTHER.



1978

BBS (BULLETIN BOARD SYSTEMS) EXCHANGED DATA OVER PHONE LINES WITH OTHER USERS.

1978

THE FIRST COINS OF EARLY WEB BROWSERS ARE DISTRIBUTED THROUGH USENET, AN EARLY ONLINE BULLETIN BOARD, BIRTHPLACE OF FLAME WARS AND SCORING.

1994

ONE OF THE WEB'S FIRST SOCIAL NETWORKING SITES, GEOCITIES, IS FOUNDED. THE CONCEPT WAS FOR USERS TO CREATE THEIR OWN WEBSITES, CATEGORIZED BY ONE OF 54 CITIES, KNOWN FOR CERTAIN CHARACTERISTICS. (HOLLYWOOD, WALLSTREET ETC).

1995

THEGLOBE.COM GAVE USERS THE FREEDOM TO PERSONALIZE THEIR ONLINE EXPERIENCES, BY PUBLISHING THEIR OWN CONTENT AND INTERACTING WITH OTHERS WITH SIMILAR INTERESTS.

THEGLOBE.COM POSTED A RECORD IPO THAT FELL FROM \$600 MILLION TO BARELY \$4 MILLION IN LESS THAN THREE YEARS.

1997

AOL INSTANT MESSENGER IS LAUNCHED.

POPULARIZING INSTANT MESSAGING.

1997

SIXDEGREES.COM LAUNCHES ALLOWING PEOPLE TO SEARCH AND JOIN FRIENDS.

2000

FUELED FOR YEARS BY THE THE GROWING INTERNET, INCLUDING EARLY SOCIAL NETWORKING SITES, THE .COM BUBBLE BURSTS, SENDING THE STOCK MARKETS CRASHING, AND WEB ENTREPRENEURS BACK TO THE DRAWING BOARDS.

2002

FRIENDSTER IS LAUNCHED, PIONEERING THE ONLINE CONNECTION OF REAL-WORLD FRIENDS. IT'S USER-BASE GROWS TO 1 MILLION USERS IN THE FIRST THREE MONTHS. ABOUT 1 IN EVERY 100 INTERNET USERS AT THE TIME.

2003

MYSPACE IS LAUNCHED. FIRST CONCEIVED AS A FRIENDSTER CLONE, CREATED BY AN INTERNET MARKETING FIRM, THE FIRST VERSION WAS HASTILY CODED IN 10 DAYS.

IN THE FOLLOWING YEARS, MANY OTHER SOCIAL NETWORKING SITES LAUNCHED, AMONG THEM, PORNOST, LINKDIN, CLASSMATE.NET, JAZZ, FERRARI, ETC.

2004

FACEBOOK IS LAUNCHED, ORIGINALLY AS A WAY OF CONNECTING U.S. COLLEGE STUDENTS. FIRST LAUNCHED AT HARVARD COLLEGE, MORE THAN HALF OF THE 18,000 STUDENTS SIGNED UP WITHIN THE FIRST MONTH.

2006

Twitter is launched.

AT THE CLOSE OF THE 2010 JAPAN VS DENMARK WORLD CUP SOCCER GAME, TWITTER USERS PUBLISHED 3,283 TWEETS PER SECOND.

2008

FACEBOOK OVERTAKES MYSPACE AS THE LEADING SOCIAL NETWORKING SITE, IN MONTHLY UNIQUE VISITORS. BOTH SITES ARE VASTLY MORE POPULAR THAN THE ORIGINAL, FRIENDSTER.

SOCIAL NETWORKS COMPARED (BY USERS)



THE END

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

FACEBOOK

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΛΥΔΙΑ ΔΕΝΑΞΑ

ΤΣΟΥΛΚΑΝΙΔΗ ΗΛΙΑΝΑ

ΜΑΡΙΑΝΝΑ ΧΑΤΖΙΑΛΕΞΗ

ΗΛΙΑΣ ΝΙΝΟΣ

δημογραφικά στοιχεία. Εδώ χρειάζονται κάποιες εξηγήσεις, αν και όσοι δεν γνωρίζετε τι ακριβώς είναι το facebook...

Φιλικό στο χρήστη: Μπορείτε να δημιουργήσετε μία προσωπική σελίδα, η οποία ουσιαστικά υποδηλώνει το δικτυακό σας στίγμα. Αν θέλετε, όμως, να σας βρουν οι παλαιοί συμμαθητές και οι φίλοι, είστε υποχρεωμένοι να χρησιμοποιήσετε το όνομα που αναγράφεται στην ταυτότητά σας. Για πρώτη φορά στην Ιστορία τόσα εκατομμύρια άνθρωποι έδωσαν με προθυμία το αληθινό τους όνομα σε ένα μέσο που είναι προσβάσιμο από όλους. Η εγγραφή, όμως, δεν μπορεί να γίνει χωρίς μία έγκυρη ηλεκτρονική διεύθυνση. Έχουμε, λοιπόν, περίπου 60 εκατομμύρια ονόματα που αντιστοιχούν σε ίδιο αριθμό ηλεκτρονικών διευθύνσεων. Το σύστημα σε προτρέπει να αναρτήσεις τη φωτογραφία σου και φωτογραφίες φίλων. Χαριτωμένο; Όχι και τόσο.

Ο εναλλακτικός είναι ότι facebook είναι η μεγαλύτερη φωτογραφική βάση δεδομένων που δημιουργήθηκε ποτέ. Στους υπολογιστές του είναι αποθηκευμένες 2 δισεκατομμύρια φωτογραφίες, ούτε το σύστημα συνοριακών ελέγχων των ΗΠΑ δεν έχει τόσες. Όμως η αλήθεια είναι: Μέχρι να διαβάσουμε αυτήν την πρόταση στη βάση του θα έχουν προστεθεί εκατοντάδες χιλιάδες φωτογραφίες. Κάθε μέρα 14 εκατομμύρια φωτογραφίες εμπλουτίζουν το φωτογραφικό άλμπουμ της υπηρεσίας. Η συντριπτική πλειονότητα των χρηστών έχει τοποθετήσει προσωπική φωτογραφία. Μπορεί να είναι και η δική σας κάπου εκεί, εν αγνοία σας και μάλιστα ταυτοποιημένη στο πρόσωπό σας.

Πώς; Κάποιος φίλος σας «ανέβασε» φωτογραφία σας στο προσωπικό του άλμπουμ, χρησιμοποίησε τη δυνατότητα λεζάντας και έτσι όταν ο δείκτης του mouse περάσει πάνω από το πρόσωπό σας, αποκαλύπτεται και το όνομά σας. Οι χρήστες έχουν κάποιους περιορισμούς στην περιήγηση των προφίλ. Ούτως ή άλλως, δεν μπορείς να βουτήξεις σε εκατομμύρια εγγραφές, θα πνιγείς. Αλλά το facebook μπορεί να τους δει όλους. Και να τους περάσει από λεπτό κόσκινο. Ως υπηρεσία είναι εξαιρετικά εύχρηστη ως και χαριτωμένη. Αν, όμως, έχουμε να κάνουμε με εξουσιοδοτημένες κρατικές υπηρεσίες των ΗΠΑ, τότε το facebook θα χαρεί να εξυπηρετήσει: “Χρησιμοποιώντας το facebook συμφωνείτε στη μεταφορά προσωπικών σας δεδομένων στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής. Μπορεί να υποχρεωθούμε να διαθέσουμε τα προσωπικά σας στοιχεία έπειτα από νομικές αιτήσεις ή δικαστικές αποφάσεις. Αυτό μπορεί να σημαίνει τη διανομή πληροφοριών σε τρίτες εταιρίες, δικηγόρους ή πράκτορες κυβερνητικών υπηρεσιών”. Διατίθεται ένα

πλήθος εφαρμογών με τεστ προσωπικότητας, τα οποία σου αποκαλύπτουν πόσο καλός εραστής είσαι ή σε ποιο είδος καταστροφής αντιστοιχείς.

Για να δεις, όμως, τα αποτελέσματα, θα πρέπει να καλέσεις και άλλους είκοσι φίλους να ακολουθήσουν το ίδιο μονοπάτι, δηλαδή να χρησιμοποιήσουν την ίδια εφαρμογή. Έτσι, όσο εσύ απαντάς σε ερωτηματολόγια για να μάθεις με ποιον τρόπο φιλάς, προσφέρεις στην καλή υπηρεσία την ευκαιρία να μάθει όχι μόνο τα δημογραφικά σου στοιχεία, αλλά και από ποιο πλευρό κοιμάσαι το βράδυ. Και φαίνεται ότι κοιμάσαι βαθιά.

ΠΟΣΟ ΔΗΜΟΦΙΛΗΣ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ ΤΟ FACEBOOK;

Ο αστρονομικός σχεδόν αριθμός των 132,1 εκατομμυρίων ενεργών χρηστών τα λέει όλα. Κι αυτό, σύμφωνα με τη μέτρηση που έγινε μόλις τον Ιούνιο του 2008 από τη διαδικτυακή εταιρεία marketing «comScore». Πέραν τούτου, όμως, το Facebook έχει τιμηθεί με βραβεία, όπως η τοποθέτησή του στις «Top 100 Κλασσικές Ιστοσελίδες» από το περιοδικό PC Magazine το 2007, καθώς και το «People's Voice Award» στα πλαίσια των Webby Awards (βραβείων που αφορούν τη δραστηριότητα στο Internet) το 2008. Μάλιστα, σε μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε το 2005 από τη Student Monitor, μια εταιρία με έδρα το New Jersey που ειδικεύεται στην έρευνα της πανεπιστημιακής αγοράς, το Facebook μαζί με τη μπύρα (!) κατατάχτηκε στη 2η θέση των πιο δημοφιλών δραστηριοτήτων των φοιτητών με μικρή διαφορά από το πρώτο, το iPod. Τέλος, ο δημιουργός της ιδιαίτερα επιτυχημένης αμερικανικής σειράς «West Wing», Aaron Sorkin, έχουν ήδη εκφράσει με τη Sony Pictures την επιθυμία να πραγματοποιήσουν μια ταινία με θέμα «τους ιδρυτές του επικοινωνιακού διαδικτυακού τόπου του Facebook...



Η ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ FACEBOOK.

Το Facebook είναι αδιαμφισβήτητα ένας star της εποχής μας... Και σαν κάθε star που σέβεται τον εαυτό του, έχει τους θερμούς υποστηρικτές αλλά και τους σφοδρούς πολέμιους του. Η χρήση του facebook έχει κατά καιρούς απαγορευτεί σε πανεπιστημιακές σχολές, όπως αυτή του New Mexico τον Οκτώβριο του 2005 αλλά και σε κυβερνητικούς εργαζομένους ανά τον κόσμο, όπως σε αυτούς του Ontario το Μάιο του 2004. Οι λόγοι των απαγορεύσεων αυτών υποστηρίζεται πως είναι ότι «η ιστοσελίδα αυτή δεν απευθύνεται απευθείας στον εκάστοτε εργασιακό χώρο και τους σκοπούς του». Μια ακόμα παράξενη υπηρεσία του facebook προκάλεσε κοινωνικές αντιδράσεις στο Toronto του Καναδά τον Ιανουάριο του 2008 και πρόκειται για τη «σελίδα πένθους» που δημιουργήθηκε από φίλους της δολοφονημένης εφήβου Stefanie Rengel και η οποία περιείχε όλα τα στοιχεία του θύματος αλλά και αυτά των πιθανών δραστών, επίσης εφήβων, παρά το γεγονός ότι απαγορεύεται ρητά από τον καναδικό νόμο περί Νεανικής Εγκληματικής Πράξης (Youth Criminal Justice Act) να δίνονται στη δημοσιότητα οποιαδήποτε στοιχεία που αφορούν εγκληματική πράξη εφήβου. Παρά τις προσπάθειες διαγραφής όλων των σχετικών σελίδων και πληροφοριών, η έκταση ήταν τέτοια που δεν ήταν δυνατό να ελεγχθεί όλο το βάθος διασποράς της είδησης και των παραμέτρων της, όπως παραδέχτηκε η ίδια η ομάδα του facebook.

ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ FACEBOOK.

Το facebook είναι στοχώρος κοινωνικής δικτύωσης που ξεκίνησε στις 4 Φεβρουαρίου του 2004. Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μέσω μηνυμάτων με τις Το **Facebook** είναι 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. 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. Το Facebook έχει συμβάλει θετικά στην ζωή του ανθρώπου! Τα τελευταία χρόνια, έχουν δημιουργηθεί ομάδες χρηστών μέσω του διαδικτύου με συγκεκριμένους στόχους!

Κοινός στόχος όλων όμως είναι η γνωριμία και η επαφή ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα, απόψεις καθώς και ιδέες. Άνθρωποι από όλο τον κόσμο έρχονται σε επαφή με άλλους χρήστες, μαθαίνουν για την ζωή τους, γίνονται φίλοι(στο διαδίκτυο) όμως μπορούν να αναπτυχθούν και φιλίες στην πραγματικότητα (εκτός διαδικτύου), εφόσον βρίσκουν πολλά κοινά ενδιαφέροντα. Βρίσκουν παλιούς φίλους, γνωστούς από τα μαθητικά και φοιτητικά χρόνια. Επιπλέον, το Facebook μπορεί να λειτουργήσει θετικά ακόμα και στην κινητοποίηση και ενεργή συμμετοχή των πολιτών, οι οποίοι αρχικά έχουν ενταχθεί σε δικτυακές ομάδες για να υποστηρίξουν τα μέλη-οργανωτές στον κάθε στόχο τους. Οι χρήστες επίσης έχουν την δυνατότητα ενημέρωσης σχετικά με πολιτιστικές και κοινωνικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα σε διάφορα μέρη εντός η εκτός της περιοχής τους και μπορούν να παρευρεθούν!



Το Facebook έχει προσφέρει βοήθεια ακόμα και στις αρχές. Μέσω αυτού έχουν εξιχνιαστεί διάφορες υποθέσεις, βρέθηκαν άνθρωποι που κρύβονταν από τις αρχές καθώς τα στοιχεία κάθε χρήστη είναι εμφανή και προσβάσιμα σε αυτές. Αυτό στοχεύει στην ομαλή λειτουργία του διαδικτύου και την αποφυγή δικτυακής βίας (εκβιασμός, εξαπάτηση κλπ.). Κάποια σώματα ασφαλείας έχουν δικαιώματα παρακολούθησης ακόμα και στην προσωπική συνομιλία χρηστών μεταξύ τους για τυχόν παρανομίες από διάφορους επιτήδειους. Ένας επιπλέον λόγος που το Facebook έχει φανεί χρήσιμο είναι πώς γίνονται χρήστες ακόμα και πολιτικά πρόσωπα προκειμένου να δημοσιεύσουν ιδέες και απόψεις και να τα «πασάρουν» στον κόσμο. Χρήστες είναι επίσης καλλιτεχνικά πρόσωπα, τα οποία αναζητούν περισσότερους θαυμαστές όπως και μέσα να αναδείξουν τον τρόπο ζωής τους. Ένα παραπάνω πλεονέκτημα είναι το γεγονός πως βοηθά τους ανθρώπους που δεν είναι ιδιαίτερα κοινωνικοί. Μπορούν έτσι να αποβάλλουν το φόβο, τη ντροπή, το άγχος και να έχουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση στην γνωριμία τους με άλλους ανθρώπους, κυρίως διότι είναι απρόσωπο και η κατάσταση είναι πιο «χαλαρή» αφού δεν υπάρχει άμεση επαφή. Βοηθά στην κοινωνικοποίηση τους, ανοίγονται ευκολότερα και αναδεικνύουν στοιχεία του χαρακτήρα τους. Ωστόσο, δεν είναι τυχαίο που οι περισσότεροι χρήστες είναι έφηβοι και νέοι. Το γεγονός αυτό στηρίζεται στο ότι βρίσκονται στην φάση αυτή της ζωής τους που αναζητούν οποιονδήποτε εύκολο κατά προτίμηση τρόπο επικοινωνίας και προσέγγισης άλλων ανθρώπων. Δημιουργούν τις πρώτες τους φιλίες, τα πρώτα τους φλέρτ, καθώς επίσης είναι και ένας τρόπος ψυχαγωγίας.

Τέλος, το Facebook αποτελεί μέσο διασκέδασης και ψυχαγωγίας καθώς οι χρήστες ανταλλάσσουν απόψεις μεταξύ τους, μαθαίνουν για τις

διάφορες κοινωνικές-πολιτιστικές εκδηλώσεις, βλέπουν φωτογραφίες που έχουν δημοσιευτεί. Διαθέτει παιχνίδια που μπορούν να περνούν ευχάριστα και δημιουργικά το χρόνο τους άτομα κάθε ηλικίας, κυρίως δωρεάν. Έχουν τους δικτυακούς τους φίλους, περνούν ώρες διασκεδάζοντας και έτσι γίνονται πιο εύθυμοι και πολλές φορές ξεχνιούνται και από το άγχος της καθημερινότητας.

Οι χρήστες του Facebook ξεπερνούν τα 400 εκατομμύρια σε όλο τον κόσμο. Εκατομμύρια νέοι σήμερα κινδυνεύουν να πέσουν θύματα απάτης δίνοντας χωρίς δεύτερη σκέψη προσωπικά τους δεδομένα στο Διαδίκτυο ... Πολλοί εργοδότες, έχουν παραδεχτεί ότι πριν προσλάβουν κάποιο άτομο ελέγχουν τα προσωπικά του δεδομένα από το Facebook... Η ανάρτηση προσωπικών δεδομένων, φωτογραφιών, κλπ σε μια στιγμή της ζωής σας που είσαστε χαλαροί και δεν σκεφτόσαστε πως αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν ή να αξιολογηθούν από τα μελλοντικά σας αφεντικά, ίσως σας στοιχήσουν. Έχουν γίνει καταγγελίες για τα κοινωνικά δίκτυα σχετικά με την προστασία προσωπικών δεδομένων, αφού έχουν καταγραφεί περιστατικά κλοπής φωτογραφιών, δεδομένων αλλά και ολόκληρων profile από άλλους χρήστες (και όχι μόνο). Στο Facebook, όταν κάποιος αποφασίσει να απενεργοποιήσει τον λογαριασμό του, δεν μπορεί να διαγράψει πλήρως τα στοιχεία από το προφίλ του. Τους δίνετε η δυνατότητα απενεργοποίησης του λογαριασμού τους αλλά παρόλο που δεν είναι προσβάσιμα τα δεδομένα τους, παραμένουν στους servers του Facebook. Οι χρήστες που επιθυμούν να διαγράψουν εντελώς τα δεδομένα τους πρέπει, σύμφωνα με την αυτοματοποιημένη απάντηση από την εξυπηρέτηση πελατών Facebook, «να συνδεθούν και να διαγράψουν όλο το περιεχόμενο του λογαριασμού τους»...

Facebook!... Ίσως το καλύτερο μέσο για να επικοινωνήσεις με φίλους σου που έχεις να δεις χρόνια! Για όσους δεν ξέρετε το Facebook είναι ένα κοινωνικό δίκτυο στο οποίο μπορεί κάποιος να ανταλλάξει μηνύματα με τους φίλους του, να υπάρξουν ομάδες συζητήσεων, παιχνίδια και ένα σωρό άλλες εφαρμογές. Η χρήση όμως ενός τέτοιου δικτύου εμπεριέχει πολλές παγίδες!

ΚΛΟΠΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ Η ΠΑΡΑΒΙΑΣΗ ΤΗΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΜΑΣ ΖΩΗΣ

Γνωρίζεται πως όταν δημιουργήσουμε ένα λογαριασμό στο Facebook εξ ορισμού όλοι οι χρήστες του Facebook έχουν πρόσβαση σε ότι πληροφορίες, δεδομένα ανεβάσουμε πάνω στο λογαριασμό μας; Μήπως γνωρίζετε για ποιον αριθμό μιλάμε? ... οι χρήστες του Facebook ξεπερνούν τα 400 εκατομμύρια σε όλο τον κόσμο. Αυτό σημαίνει ότι αν εξαιρέσουμε τους φίλους σας περίπου 400 εκατομμύρια άσχετα άτομα με εσάς μπορούν αν το θελήσουν να εισβάλουν στον λογαριασμό σας, να πάρουν τις φωτογραφίες σας και να τις χρησιμοποιήσουν όπως θέλουν αυτοί... Μπορούν επίσης να δουν πληροφορίες όπως για παράδειγμα το πού μένετε, πόσο χρονών είστε και τι κάνετε ανά πάσα στιγμή ... δεν σας τρομάζει αυτό? Σκεφτείτε το διαφορετικά...

Αν έρθει ένας άγνωστος στο δρόμο και σας ζητήσει να του δώσετε μια φωτογραφία σας ή σας ρωτήσει να του πείτε πού μένετε θα του πείτε? Με την ίδια λογική δεν τα το κάνατε ούτε στο Facebook. Βεβαιωθείτε λοιπόν ότι στο εικονικό σας προφίλ έχουν πρόσβαση μόνο οι φίλοι σας!!! (Κάντε κλικ εδώ για οδηγίες).

Τώρα για να δούμε ποιους θεωρούμε ηλεκτρονικούς μας φίλους... Κάντε λίγα μαθηματικά και σκεφτείτε πόσους φίλους έχετε στην πραγματική σας ζωή και πόσους φίλους έχετε στο Facebook! Σίγουρα ο αριθμός δεν είναι καθόλου ο ίδιος. Πολλής κόσμος έχει την τάση να κάνει add στο προφίλ του άτομα τα οποία αν τα συναντούσε στον δρόμο το πιο πιθανό ούτε γεια δεν θα τους έλεγε! Μην κάνετε φίλους σας οποιονδήποτε σας κάνει "add request". Από την στιγμή που τον κάνετε φίλο σας αυτόματα έχει πρόσβαση στο προφίλ σας.

Οι σχέσεις μεταξύ των ατόμων δεν αλλάζουν επειδή αλλάζει ο τρόπος επικοινωνίας. Στην περίπτωση όμως που αποφασίσετε να προσθέσετε στην λίστα των φίλων σας όλο τον κόσμο που σας το ζητά, προσπαθήστε να μην ανεβάζετε πολύ προσωπικές φωτογραφίες και να μην γράφετε πολύ προσωπικά στοιχεία για σας. Πότε δεν ξέρετε αν κάποιος από τους «φίλους» σας, χρησιμοποιήσει κάποια φωτογραφία σας ή βίντεο, εναντίον σας με σκοπό να σας απομονώσει ή να σας βλάψει.



ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΟΣ ΕΚΦΟΒΙΣΜΟΣ (Cyberbullying)

Διαδικτυακός Εκφοβισμός είναι ο εκφοβισμός ο οποίος συμβαίνει μέσω του Διαδικτύου. Περιλαμβάνει εσκεμμένη, επαναλαμβανόμενη και εχθρική συμπεριφορά απέναντι σε κάποιο άτομο με σκοπό να το απομονώσει ή να το βλάψει. Ο Διαδικτυακός Εκφοβισμός συνήθως έχει τη μορφή ενός εκφοβιστικού, ρατσιστικού ή προσβλητικού ηλεκτρονικού μηνύματος, φωτογραφίας ή βίντεο. Αν κάποιος επανειλημμένα γράφει κάτι προσβλητικό για εσάς είναι εκφοβισμός. Αν κάποιος έχει ανεβάσει ένα βίντεο ή μια φωτογραφία σας η οποία σας κάνει να νιώθετε άβολα και παρόλο που του το ζητήσατε δεν το κατεβάζει είναι εκφοβισμός.

Αν δεχτείτε οποιονδήποτε είδος εκφοβισμού/παρενόχληση:

1. Εμπιστευτείτε το αμέσως σε κάποιον ενήλικα (γονιός, καθηγητής, φίλος)
2. Σταματήστε αμέσως την επικοινωνία με τον Θύτη. Έχετε την δυνατότητα να Φιλτράρετε ή να μπλοκάρτε τα μηνύματα από άτομα που σας παρενοχλούν και
3. Αν χρειαστεί καταγγείλετε το περιστατικό στην Αστυνομία ή σε κάποια από τις Γραμμές Βοήθειας

Αποπλάνηση

Αποπλάνηση συμβαίνει συνήθως όταν κάνουμε chat. Κακόβουλοι άγνωστοι προσπαθούν να μας αποπλανήσουν για να συναντηθούμε μαζί τους σε πραγματικό χώρο με στόχο τη σεξουαλική παρενόχληση. Σύμφωνα με τη Στατιστική Υπηρεσία, στην Κύπρο, όσον αφορά τη σεξουαλική παρενόχληση

ανηλίκων το 2004 είχαμε 11 υποθέσεις, το 2005 είχαμε 19 υποθέσεις και το 2006 22 υποθέσεις. Μάλιστα φαίνεται ότι τα αγόρια πιο εύκολα αποδέχονται τέτοιους είδους συναντήσεις.

Για τον λόγο αυτό:

Μην ανεβάζετε πολύ προσωπικά σας στοιχεία στο facebook που να διευκολύνουν τον εντοπισμό: Τηλέφωνα, διευθύνσεις, φωτογραφίες που να φαίνετε το σπίτι μας, το σχολείο τα μέρη όπου συχνάζουμε. Μην δεχτείτε ποτέ να συναντήσετε κάποιον ξένο τον οποίον γνωρίσατε στο facebook. Δεν ξέρετε ποιος κρύβεται πίσω από την μάσκα του Διαδικτύου. Μπορεί να μην είναι αυτός που λέει. Σταματήστε αμέσως άβολες συζητήσεις και αποθηκεύστε αντίγραφο της συνομιλίας. Αν κάτι σας προκαλέσει ανησυχία, θα πρέπει αμέσως να αποθηκεύσουν αντίγραφο της συνομιλίας, να εγκαταλείψετε την συνομιλία και να το πείτε σε κάποιο ενήλικα.





ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΤΙΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Εάν θέλουμε λοιπόν να εγκαταλείψουμε το facebook:

- 1. Διαγράψτε όσα πιο πολλά στοιχεία*
- 2. αντικαταστήστε τα υπόλοιπα με ψεύτικα.*
- 3. Απενεργοποιήστε τα δεδομένα σας*

Τί πρέπει να προσέχεις στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, MySpace). Νομίζω ότι δεν υπάρχει πρόβλημα να χρησιμοποιούμε το Facebook από τη στιγμή που ξέρουμε πώς να προστατευτούμε. Βεβαιώσου ότι το προφίλ σου είναι προσβάσιμο μόνο από τους φίλους σου. Μη δίνεις σε κανέναν τον κωδικό πρόσβασης στο εικονικό προφίλ σου. Όποιος αποκτά πρόσβαση σε αυτό μπορεί να διαχειριστεί πλήρως τα δεδομένα που εμφανίζονται σε αυτό.

Μην ανεβάζεις στο προφίλ σου φωτογραφίες όπου φαίνεται καθαρά η τοποθεσία στην οποία βρίσκεσαι, ειδικότερα αν πρόκειται για το σπίτι σου, το σχολείο ή μέρη που συχνάζεις. Έτσι θα μειώσεις τις πιθανότητες εντοπισμού σου στον φυσικό κόσμο. Να θυμάσαι ότι, ακόμα και όταν διαγράψεις το προφίλ σου, πολλές πληροφορίες δεν αφαιρούνται και ενδέχεται επίσης να τις συναντήσεις και αλλού στο Διαδίκτυο.

Να γνωρίζεις ότι, από τη στιγμή που θα προσθέσεις στη λίστα των φίλων σου κάποιο άτομο (αποδοχή «friend request»), αυτό αποκτά πρόσβαση στα

προσωπικά δεδομένα που εμφανίζονται στο προφίλ σου, μεταξύ των οποίων οι φωτογραφίες και τα στοιχεία επικοινωνίας σου. Αν δεχτείς οποιοδήποτε είδος εκφοβισμού σταμάτα αμέσως την επικοινωνία με το θύτη και ενημέρωσε αμέσως κάποιος ενήλικα. Αν χρειαστεί κατάγγειλε το περιστατικό στην Αστυνομία ή σε μια από τις Γραμμές Βοήθειας πιο κάτω.



Μειονεκτήματα

facebook.

Το facebook, αν και αρκετά δυνατό, έχει και αρκετά **μειονεκτήματα**. Το ιδιαίτερο που έχει, είναι το πόσο έξυπνα το χρησιμοποιούμε. Όσο λιγότερο έξυπνα το χειριζόμαστε, τόσο περισσότερα τα μειονεκτήματα.

1) Facebook και χάσιμο χρόνου

Όπως και κάθε κοινότητα θέλει να σε κρατήσει μέσα της όσο το δυνατόν περισσότερο γίνεται, έτσι και το facebook. Έτσι, έμμεσα σε "ρουφάει" τον **ελεύθερο χρόνο** και όσο περισσότερους φίλους αποκτάς, τόσο χειρότερα τα πράγματα. Συμπέρασμα: χάνουμε μεγάλο μέρος του ελεύθερου χρόνου μας σε μία ψευδαίσθηση, χάνοντας την ουσία: να ζήσουμε αληθινά. Να βγούμε έξω ξεκούραστοι, να κάνουμε χαβαλέ, να φλερτάρουμε, να βελτιωθούμε, να περάσουμε καλά, να κερδίσουμε αληθινούς φίλους.

2) Facebook και εξάρτηση

Πολλοί λένε "σιγά μωρέ, για πλάκα το έχω 5-10 λεπτά την ημέρα ασχολούμαι". Είναι όμως όντως έτσι; Σε κάποιες φάσεις ναι. Αν όμως το χρησιμοποιήσουν "πιο σωστά" και μάθουν διάφορα πραγματάκια ακόμα, τότε το σκηνικό αλλάζει, χωρίς να το καταλάβουν.

Κάνεις τόσο κόπο να χτίσεις ένα καλό προφίλ, να βρεις τόσους φίλους και να ξεκινήσεις πάρε-δώσε με αυτούς.

Πολλοί το κάνουν κομμάτι της ζωής τους και ζούνε με αυτό. Επίσης φτάνουν σε σημείο, να προσπαθούν να κάνουν πράγματα στη ζωή μόνο και μόνο για να αποθανάτισουν μια τέτοια στιγμή σε μια φωτογραφία, με μόνο σκοπό να την ανεβάσουν στο facebook (υπερβολικό παράδειγμα αλλά με μεγάλη δόση αλήθειας...) Η **εξάρτηση** φτάνει σε βαθμό να θέλουν να δείξουν στους άλλους ότι "περνάνε καλά", χωρίς να τους νοιάζει αν όντως περάσαν καλά. Φυσικά κανείς δεν πρόκειται να παραδεχτεί τέτοιο πράγμα. Λίγο πολύ όμως, όλοι το έχουμε μέσα μας...

Σε γενικές γραμμές...

Το facebook έκανε τόσο μεγάλη επιτυχία, γιατί πέτυχε διάννα αυτά που ο κόσμος θα ήθελε...

Τι θέλει ο κόσμος

- 1) αυταπάτη ότι έχει ένα σωρό καλούς φίλους (όσο καλύτερη η αυταπάτη, τόσο πιο θετική η ψυχολογία μας)
- 2) να μπορεί να δείχνεται ότι είναι ο σούπερ cool τύπος
- 3) παρόλη την "αποτυχημένη" εξωτερική του εμφάνιση, να παρουσιάζεται σαν μοντέλο
- 4) να μπορεί να "σκαλίσει" προσωπικά δεδομένα άλλων ατόμων
- 5) να πάρει "τροφή" για κουτσομπολιό

Σε γενικές γραμμές, το **facebook** δεν είναι ούτε καλό, ούτε κακό. Σημαντικό ρόλο παίζει ο τρόπος που το χρησιμοποιούμε. Το δυσάρεστο είναι ότι μας απομακρύνει ακόμα περισσότερο από την πραγματική ζωή και μας απομονώνει, χειρότερα και πιο ύπουλα από την τηλεόραση. Αυτό μεγαλώνει αλυσιδωτά **κοινωνικά προβλήματα** και στην ουσία υποβαθμίζει την ποιότητα της ζωής μας. Απομονώνει τους ανθρώπους, "σπάει" τις κοινωνικές ομάδες και καταλύει την ανάγκη συμβίωσης του ατόμου με άλλα άτομα.

Αυτό δεν συμβαίνει φυσικά σε όλους. Ίσως σε μια μικρή μερίδα. Όμως αυτή η μικρή μερίδα επηρεάζει και τη ζωή των υπολοίπων, που δεν έχουν μπει ΑΚΟΜΑ στο τρυπάκι...





Τα ψεύτικα προφίλ στο Facebook είναι πάρα πολλά και δυστυχώς οι επιτήδαιοι ξέρουν τον τρόπο να τα παρουσιάζουν ως αληθινά.

Υπάρχει όμως τρόπος να ανακαλύψετε ποιοι λογαριασμοί είναι ψεύτικοι. Αρκεί να ακολουθήσετε τα παρακάτω βήματα:

1) Κοιτάξτε τις φωτογραφίες του/της. Έχει πολλές φωτογραφίες; Ανεβάζει φωτογραφίες με φίλους ή φίλες; Επίσης, τις ανανεώνει ή έχει την ίδια φωτογραφία εδώ και χρόνια; Στα περισσότερα αυθεντικά προφίλ υπάρχουν πολλές φωτογραφίες του ατόμου στο οποίο ανήκει το προφίλ.

2) Πολύ σημαντικό είναι να κοιτάτε τα σχόλια στις αναρτήσεις και στις φωτογραφίες. Αν φαίνεται ότι σχολιάζουν πολλά διαφορετικά άτομα τα οποία δείχνουν να γνωρίζουν το άτομο, τότε πιθανότατα το προφίλ δεν είναι ψεύτικο. Όσο λιγότερα σχόλια υπάρχουν, τόσο αυξάνεται η πιθανότητα το προφίλ να είναι ψεύτικο.

3) Τα περισσότερα ψεύτικα προφίλ δημιουργούνται από άνδρες που το... παίζουν γυναίκες. Μια γυναίκα θα κάνει πιο εύκολα αποδοχή φιλίας σε μια άγνωστη γυναίκα, παρά σε έναν άγνωστο άνδρα. Αυτό το γνωρίζουν οι άνδρες, με αποτέλεσμα να δημιουργούν ψεύτικα, γυναικεία προφίλ με την ελπίδα να δημιουργήσουν φίλιες με

κοπέλες. Αν βλέπετε γυναικεία προφίλ με φωτογραφίες με λίγα ρούχα, σώματα στην παραλία και με σχόλια σεξουαλικού περιεχομένου, τότε μάλλον κάτι δεν πάει καλά...

4) Δείτε αν ανανεώνει το προφίλ του/της συχνά. Αν έχει ελάχιστες αναρτήσεις και μάλιστα με σπάνια ανανέωση, τότε κι αυτό είναι ύποπτο.

5) Υπάρχουν ορισμένοι που ανεβάζουν πολλές φωτογραφίες που βρίσκουν είτε από το google, είτε από άλλα ξένα προφίλ στο facebook. Συνήθως, οι φωτογραφίες αυτές είναι τραβηγμένες στο εξωτερικό και αρκετές φορές αυτό μπορείτε να το διακρίνετε...

6) Αρκετοί δημιουργούν προφίλ για διαφημιστικούς σκοπούς. Ανεβάζουν τη φωτογραφία μιας οποιαδήποτε κοπέλας στη κεντρική φωτογραφία του προφίλ τους και απλά αναρτούν είτε το προϊόν τους, είτε το site που διαφημίζουν....

7) Ορισμένοι άνδρες δεν ανεβάζουν φωτογραφίες δικές τους, αλλά ανεβάζουν γλυκές φωτογραφίες από σκυλιά, λιοντάρια, έξυπνες παροιμίες κτλ με σκοπό να επικεντρωθούν στον συναισθηματικό τομέα μιας κοπέλας. Και αυτά τα προφίλ είναι συνήθως ψεύτικα και δεν αντιπροσωπεύουν το όνομα που έχουν δώσει στο συγκεκριμένο προφίλ.





YOUTUBE

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΝΤΑΝΙΕΛΑ ΝΤΑΟΥΤΗ

ΝΤΑΝΙΕΛΑ ΜΠΟΥΡΚΑ

ΕΛΕΝΗ ΜΠΑΚΗ

ΟΛΤΙΑΝ ΜΟΥΤΣΑ





Youtube: Ορισμός

Το Youtube είναι ο χώρος αναπαραγωγής και κοινοποίησης videos, κυρίως από μεμονωμένα άτομα, αλλά και από πολυεθνικές ενημέρωσης, όπως τα BBC, CBS, Veno και Hulu. Όλοι μας το χρησιμοποιούμε καθημερινά, αλλά κατά κύριο λόγο για να διασκεδάσουμε (μουσικά videos). Λίγοι είναι αυτοί που γνωρίζουν βασικές λεπτομέρειες γι' αυτό, παρά της χρήσης που του κάνουν. Για την ιστορία, λοιπόν, το Youtube δημιουργήθηκε το 2005 (7 χρόνια μετά την Google) και συγκεκριμένα στις 14 Φλεβάρη από τους Steve Chen, Chad Hurley και Jawed Karim. Η έδρα της είναι στην California, όπως ακριβώς και της Google, ενώ τον Νοεμβρίο του 2006 αγοράστηκε από την δεύτερη για \$1,6 δισεκατομμύρια.

Πέρα από αυτά, το **Youtube** όπως προανέφερα χρησιμοποιείται καθημερινά από εκατομμύρια κόσμο, ο οποίος είτε αναπαράγει τα ήδη υπάρχοντα videos, είτε ανεβάζει νέα για σκοπούς προώθησης, διασκέδασης, ενημέρωσης, παροχής πληροφοριών ή και για να μοιραστεί προσωπικές του στιγμές με όλο τον κόσμο.

Το YouTube είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης με περιεχόμενο που αποτελείται από βίντεο που δημιουργούν και δημοσιεύουν τα μέλη του. Μέσα από την σελίδα του Youtube οι χρήστες μπορούν να αναπαράγουν τα βίντεο που ανήκουν σε άλλους χρήστες και να "ανεβάσουν" και να τα δικά τους βίντεο. Επίσης έχουν την δυνατότητα να σχολιάσουν τα βίντεο και τα τραγούδια που ακούν και να δείξουν αν τους αρέσουν ή όχι, απλά πατώντας ένα κουμπί. Οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν το περιεχόμενό τους να είναι δημόσιο ή ιδιωτικό για τους ίδιους και συγκεκριμένους χρήστες. Το YouTube αποτελεί τη μεγαλύτερη σε χρήστες και όγκο περιεχομένου μηχανή αναζήτησης και παροχής βίντεο



YOUTUBE- ΦΟΡΤΩΝΟΥΝ 35 ΏΡΕΣ ΒΊΝΤΕΟ ΚΆΘΕ ΛΕΠΤΌ

Το YouTube ανακοίνωσε ότι περίπου 35 ώρες βίντεο φορτώνονται κάθε λεπτό στην ιστοσελίδα του, δύο... φορές περισσότερο απ'ότι πριν από δύο χρόνια και με σημαντική επιτάχυνση από τις αρχές του έτους. Τον Μάρτιο, το YouTube είχε περάσει το όριο των 24 ωρών βίντεο κάθε λεπτό και τώρα η ιστοσελίδα έχει θέσει μια νέα πρόκληση για τους χρήστες της: να ξεπεράσουν το όριο των 48 ωρών βίντεο ανά λεπτό.

Ο διευθυντής διαχείρισης προϊόντος του YouTube, Χάντερ Γουόκ, δήλωσε ότι «αν τρία από τα μεγαλύτερα αμερικανικά τηλεοπτικά δίκτυα είχαν μεταδώσει εκπομπές 24 ώρες την ημέρα, επτά ημέρες την εβδομάδα, επί 365 ημέρες το χρόνο εδώ και 60 χρόνια, δεν θα είχαν μεταδώσει τόσα προγράμματα, όσα φορτώνονται στο YouTube σε 30 ημέρες». Στο μπλογκ του YouTube, ο κ.Γουόκ υποστηρίζει ακόμη ότι αυτή η πρόοδος οφείλεται σε πολλούς παράγοντες, κυρίως στο γεγονός ότι η μέγιστη διάρκεια ενός ερασιτεχνικού βίντεο έχει αυξηθεί από 10 έως 15 λεπτά, και στη δυνατότητα να φορτωθούν ταινίες που γυρίστηκαν σε κινητό τηλέφωνο.

Η ιστοσελίδα που δημιουργήθηκε το 2005 αρχικά μια απλή πλατφόρμα για την ανταλλαγή του ερασιτεχνικών βίντεο ενώ τον επόμενο χρόνο εξαγοράστηκε από τη Google για 1,65 δισεκατομμύρια δολάρια. Κάθε μήνα εξυπηρετεί περισσότερους από 500 εκατομμύρια χρήστες σε όλον τον κόσμο και μεταδίδει όλο και περισσότερα βίντεο επαγγελματικού περιεχομένου, τα οποία είναι συνήθως μεγάλης διάρκειας.

Ο νεαρός (γενν. 1994) που τον ανακάλυψαν από τα βίντεό του στο YouTube και έγινε σούπερ σταρ μέσα σε λίγους μήνες, ήταν και πρώτος σε θεάσεις μέχρι που τον ξεπέρασε ο PSY τον περασμένο Νοέμβριο. Το τραγούδι είναι 12 φορές πλατινένιο, το πιο εμπορικό στην ιστορία των ΗΠΑ.

3. Jennifer Lopez – On the floor ft. P.tbull

687 εκατ. views

Ακριβό και εντυπωσιακό. Οι fans της τραγουδίστριας είχαν την ευκαιρία να ψηφίσουν για το πώς θα τελειώνει η ιστορία του βιντεοκλίπ. Έκτοτε το καμαρώνουν.

4. Eminem – Love The Way You Lie ft. Rihanna

589 εκατ. views

Το τραγούδι το έκαναν επιτυχία οι ερμηνευτές του. Για το βιντεοκλίπ χρειάστηκαν και τη βοήθεια της Μέγκαν Φοξ. Τις πρώτες ημέρες της κυκλοφορίας του στο YouTube έκανε 6,5 εκατ. views την ημέρα. Δείτε το αν σας αρέσουν οι φωτιές.

5. LMFAO – Party Rock Anthem ft. Lauren Bennett, GoonRock

564 εκατ. views

Παρωδία του φιλμ καταστροφής «28 ημέρες μετά». Αντί οι «μολυσμένοι» να γίνονται, όπως στην ταινία, αιμοδιψή ζόμπι, μολύνονται από τον ιό του χορού και μετατρέπουν την πόλη σε ένα μετα-αποκαλυπτικό dance club.

6. Waka Waka (This Time for Africa)

546 εκατ. views

Το επίσημο τραγούδι του Παγκοσμίου Κυπέλλου Ποδοσφαίρου του 2010 το τραγούδησε η Κολομβιανή Σακίρα. Σκηνές από εμβληματικές φάσεις προηγούμενων Μουντιάλ (ιστορικά γκολ, χαμένα πέναλτι, πανηγυρισμοί), αλλά και παίκτες-θρύλοι (Πελέ, Μαραντόνα, Μέσι, Ρονάλντο, Ζιντάν, Μπέκαμ κ.ά) παρελαύνουν στο βίντεο.

7. Charlie bit my finger – again !

543 εκατ. views

Δύο αδέρφια στο καρεκλάκι τους και το ένα δαγκώνει το άλλο που διαμαρτύρεται. Μισό δισ. views θεάσεις. Και μετά κοροϊδεύουν τους Ιάπωνες που βιντεοσκοπούν γατάκια. Ο Τσάρλι που δαγκώνει ήταν το πρώτο μη επαγγελματικό βίντεο που βρέθηκε στην κορυφή του YouTube το 2009 και ήταν για καιρό το βίντεο με τα περισσότερα Like – ακόμη και σήμερα έχει πάνω από 1 εκατ.

8. PSY – GENTLEMAN M/V

531 εκατ. views

Το πρώτο βίντεο του PSY μετά το Gangnam Style έπρεπε να σταθεί στο ύψος του προκατόχου του. Με 100 εκατ. θεάσεις το μήνα από τον περασμένο Απρίλιο τα πάει μάλλον καλά. Εκτός κι αν όλοι το βλέπουν από περιέργεια.

9. Lady Gaga – Bad Romance

529 εκατ. views

Υπερπαραγωγή. Επτά βραβεία MTV, μεταξύ των οποίων και βίντεο της χρονιάς, και ένα Grammy για μια σουρεαλιστική ιστορία σε ένα bathhouse, με πολύ χορό, δεκάδες αλλαγές κοστουμιών, κρύσταλλα, θερμοκοιτίδες-σολάριουμ, φωτιές και στο τέλος όλα στάχτη.

10. Michel Teló – Ai Se Eu Te Pego

521 εκατ. views

Το 2011 βαρεθήκαμε να το ακούμε. Από τα ραδιόφωνα, από τις διαφημίσεις, ακόμα και μέσα στα γήπεδα. Ο χορός του έγινε κάτι σαν επίσημος πανηγυρισμός των ποδοσφαιριστών εκείνη την εποχή. Ευκαιρία να το ξαναθυμηθείτε. Αλλά μπορεί και όχι.

Για την επιλογή των δημοφιλέστερων βίντεο στο YouTube δεν ήταν αρκετός ο αριθμός των views, δηλαδή πόσες φορές έγινε η αναπαραγωγή τους. Η λίστα Top Trending YouTube Video διεθνώς και σε 50 χώρες διαμορφώθηκε συνυπολογίζοντας τα Share, τις αναζητήσεις, τα like και τις απαντήσεις (response).

Εντυπωσιακά υψηλός είναι ο χρόνος που ξοδέψαμε το 2012 μπροστά στο YouTube: **4 δισεκατομμύρια ώρες τον μήνα**(που ισοδυναμεί με 456.318,211 χρόνια ζωής).

Πραγματοποιείται μεταφόρτωση βίντεο συνολικής διάρκειας **48 ωρών κάθε λεπτό**, κάτι που σημαίνει ότι πραγματοποιείται μεταφόρτωση **περιεχομένου διάρκειας 8 ετών κάθε μέρα**.

YOUTUBE: ΚΡΥΜΜΈΝΟ ΠΑΙΧΝΊΔΙ ΣΤΑ ΒΊΝΤΕΟ

Ένα κρυμμένο παιχνίδι στο Youtube ανακάλυψε εντελώς τυχαία ένας χρήστης και πρόκειται για το γνωστό σε όλους μας **φιδάκι**. Για να παίξει κάποιος το διάσημο παιχνίδι αρκεί να κρατήσει πατημένο το **αριστερό** βελάκι του πληκτρολογίου, σε οποιοδήποτε βίντεο του Youtube και μετά από λίγο θα εμφανιστεί το φιδάκι. Το παιχνίδι είναι συμβατό μόνο στο νέο player του Youtube, ενώ δεν λειτουργεί με τα embedded βίντεο που βρίσκουμε σε άλλες ιστοσελίδες, όπως το Facebook. Για όσους δεν γνωρίζουν το φιδάκι, στόχος του παιχνιδιού είναι να φάτε τις μπίλιες που εμφανίζονται στην οθόνη, χωρίς να χτυπήσετε την ουρά σας ή τις άκρες.



ΧΡΈΩΣΗ YOUTUBE ΓΙΑ ΑΝΈΒΑΣΜΑ ΤΡΑΓΟΥΔΙΟΎ

Η δημοφιλέστερη ιστοσελίδα βίντεο στον κόσμο αποφάσισε να χρεώνει το μουσικό περιεχόμενο που αναρτούν οι χρήστες της, υπό τις «ασφυκτικές» πιέσεις της μουσικής βιομηχανίας. Η κίνηση αυτή, που ήδη έχει προκαλέσει αντιδράσεις μεταξύ των απλών «οικιακών» χρηστών, οι οποίοι... δεν χρησιμοποιούν την ιστοσελίδα για εμπορικούς σκοπούς, βασίζεται στην αρχή ότι η χρήση ενός προϊόντος με κατοχυρωμένα πνευματικά δικαιώματα (π.χ. ενός τραγουδιού), προϋποθέτει άδεια από τον δημιουργό του.

Πρακτικά, για να γίνει αυτό, μέχρι τώρα απαιτούνταν μια πολυδαίδαλη και χρονοβόρα διαδικασία. Ο χρήστης θα έπρεπε να βρει σε ποια εταιρεία ανήκει το τραγούδι που έχει επιλέξει, ποιοι άλλοι έχουν κατοχυρωμένα πνευματικά δικαιώματα σε αυτό, έπειτα να επικοινωνήσει μαζί τους, να ζητήσει άδεια και, όταν αυτή του χορηγηθεί, να χρησιμοποιήσει το τραγούδι. Κι όλα αυτά, μόνο και μόνο για να «ανεβάσει» ένα ερασιτεχνικό βίντεο που έφτιαξε, στο οποίο ακούγεται το εν λόγω μουσικό θέμα.

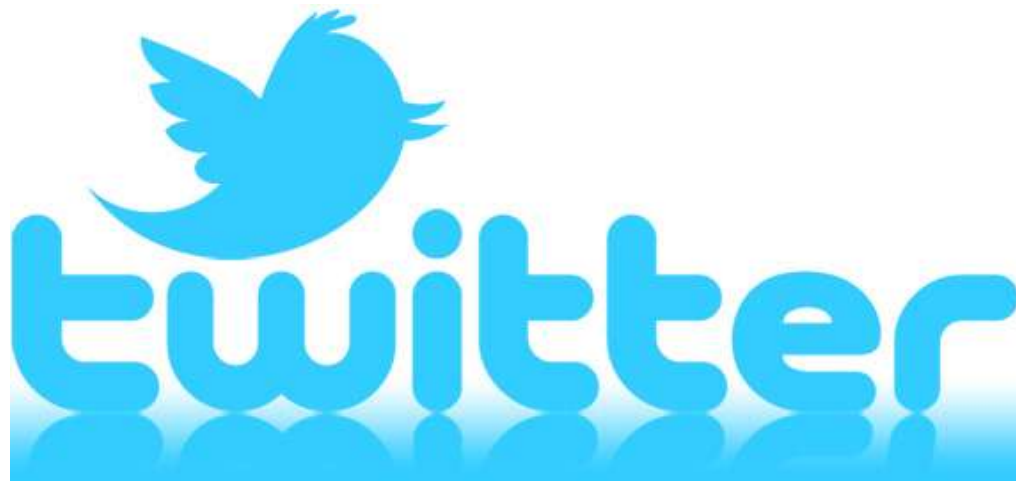
Όμως, το YouTube βρήκε τη λύση (η οποία είναι εξαιρετικά αμφίβολο αν θα αρέσει στους χρήστες). Από αύριο, η εταιρεία Rumblefish, που ασχολείται με την αδειοδότηση προστατευμένης μουσικής, εισάγει μια υπηρεσία πώλησης τραγουδιών που είναι κατοχυρωμένα από πνευματικά δικαιώματα.

Οι χρήστες θα καταβάλλουν 1,99 δολάρια (1,6 ευρώ), προκειμένου να χρησιμοποιήσουν το τραγούδι που έχουν επιλέξει. Πληρώνοντας αυτό το ποσό, θα έχουν στη διάθεσή τους την πλήρη έκδοση του τραγουδιού. Θα μπορούν, μάλιστα, να το επεξεργαστούν κατά το δοκούν: να το μοντάρουν, να το «κόψουν» και να το αναπαράγουν ξανά και ξανά.

Η Google, ιδιοκτήτρια του YouTube, «περιπολεί» στον Παγκόσμιο Ιστό και παρακολουθεί τα βίντεο που «ανεβαίνουν» στην ιστοσελίδα, προκειμένου να διαπιστώσει αν οι χρήστες της έχουν «ανεβάσει» προστατευμένη από πνευματικά δικαιώματα μουσική. Από πέρυσι, μάλιστα, έχει αρχίσει να σβήνει τον ήχο στα βίντεο που περιέχουν προστατευμένα τραγούδια. Όσοι χρησιμοποιείτε συχνά το YouTube, θα έχετε πιθανότατα πέσει πάνω σε κάποιο «μουγκό» βίντεο.

Τη δυνατότητα να βγάλουν χρήματα από τα βίντεο που «ανεβάζουν» δίνει στους χρήστες του το YouTube, που ανακοίνωσε ότι στο εξής θα χρηματοδοτεί τους πιο δραστήριους ερασιτέχνες δημιουργούς του.





ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΚΑΝΟΥΡΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ

ΦΛΩΡΑΚΗ ΑΝΤΩΝΙΑ

ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΔΗΜΗΤΡΗΣ



Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ TWITTER

Το twitter είναι η εφευρεση μιας ομάδας προγραμματιστών τους [@Jack](#), [@Biz](#), [@Noah](#), [@Crystal](#), [@Jeremy](#), [@Adam](#), [@TonyStubblebine](#), [@Ev](#), [@Dom](#), [@Rabble](#), [@RayReadyRay](#), [@Florian](#), [@TimRoberts](#), και [@Blaine](#) , οι οποίοι δούλευαν σε μια podcasting company στο South Park του San Fransisco.

Όταν η εταιρία τους ήταν στα πρόθυρα καταστροφής έπρεπε να βρουν νέες ιδέες έτσι ώστε να μην χάσουν ότι πολυτιμότερο είχαν. Έτσι ο jack ήταν αυτός που περιέγραψε την ιδέα να μπορούν οι άνθρωποι να στέλνουν SMS από το κινητό τους και αυτό να αναρτήσεται στο διαδίκτυο. Στις 21 Μαρτίου του 2006 ο Jack έστειλε το πρώτο του

tweet το οποίο έλεγε : << just setting up the twttr>> δηλαδή << Μόλις έφτιαξα το twttr (όπως ονομάστηκε στην αρχή)>>.

Λίγο αργότερα ο Dom Saloga (@Dom) ανέβασε μια άλλη δημοσίευση όπου έλεγε <<OO, this is going to be so addictive>>.

ΤΟ ΟΝΟΜΑ

Το όνομα twitter εμπνεύστηκε από το Flickr , μια υπηρεσία στην οποία μπορούσε κανείς να ανεβάσει φωτογραφίες. Στην αρχή όμως χρησιμοποίησαν το όνομα Friendstalker και λίγο αργότερα το Dodgeball.

Η ερμηνεία της λέξης twitter σε ένα λεξικό είναι: “ένα σύντομο ξέσπασμα από ασύμαντες πληροφορίες, και ο Jack ανέφερε πως ήταν το καταλληλότερο όνομα διότι αυτό ήταν ακριβώς το προϊόν .

ΤΟ TWITTER ΣΗΜΕΡΑ

Το twitter έχει περίπου 200 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως. Επίσης περίπου 460.000 καινούριοι λογαριασμοί δημιουργούνται κάθε μέρα. Τα tweets που ανεβάζουν οι χρήστες είναι 140 εκατομμύρια καθημερινά συνεπώς ένα δισεκατομμύριο κάθε εβδομάδα.

Το 2008 το twitter είχε 8 υπαλλήλους , σήμερα έχει πάνω από 400 και συνεχίζουν να προσλαμβάνουν και άλλους! Ένα χαρακτηριστικό που ξεχωρίζει το Twitter από τα υπόλοιπα social networks είναι η πολύ λιτή διεπαφή του. Η βασική ιδέα γύρω από το συγκεκριμένο social network είναι αυτή των followers. Όταν επιλέγει ο χρήστης να κάνει follow έναν άλλον, τότε τα tweets του δεύτερου εμφανίζονται με αντίστροφη χρονολογική σειρά στην κεντρική σελίδα του πρώτου. Τα tweets αυτά και ένα πεδίο στο οποίο αναγράφονται τα πιο πολυσυζητημένα θέματα της παρούσας χρονικής περιόδου καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της σελίδας του χρήστη. Φυσικά προσφέρονται και κάποιες περαιτέρω δυνατότητες που θα αναλυθούν παρακάτω. Όσον αφορά την προαναφερθείσα λειτουργία που παρουσιάζει στον χρήστη τα πιο κοινά θέματα, είναι σύμφωνα με τους δημιουργούς του μια μεγάλη καινοτομία στα social networks, καθώς πλέον ο χρήστης μπορεί να ενημερωθεί για τα πιο σημαντικά θέματα που συμβαίνουν παγκοσμίως, την ώρα που συμβαίνουν.

ΓΙΑΤΙ ΜΟΝΟ 140 ΧΑΡΑΚΤΗΡΕΣ;

Όπως όλοι γνωρίζουμε ο κύριος σκοπός του twitter είναι να ανεβάζει κάποιος tweets τα οποία τα διαβάζουν εκατομύρια άνθρωποι. Όμως το όριο για κάθε tweet είναι μόνο 140 χαρακτήρες.

Στην αρχή δεν υπήρχε όριο, όμως όταν έγινε κοινό υοθέτησαν το όριο 140 χαρακτήρων. Γιατι;

Διότι το όριο για κάθε SMS ήταν 160 χαρακτήρες και οι εφευρέτες του twitter ήθελαν να αφήσουν και χώρο για το όνομα του κάθε χρήστη έτσι έκαναν το συγκεκριμένο όριο.



ΠΩΣ ΚΕΡΔΙΖΕΙ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΟ TWITTER!

Το twitter εισπράτει 150.000.000 \$ ετησίως. Όμως επειδή είναι μια ιδιωτική εταιρία τα έσοδα της δεν είναι ξεκάθαρο από πού τα εισπράτει. Το twitter έχει την άδεια να στέλνει όλα τα tweets του στη Microsoft , Yahoo και Google.

Υπάρχουν συνεχής φήμες πως το twitter θα εξαγοραστεί από το Facebook ή το Google ή ακόμη μπορεί να είναι κοινό όπως το LinkedIn.

Το twitter, για να αγοραστεί, αξίζει 4-5 δισεκατομμυρια δολλάρια. Η αξία του προέρχεται από το δυναμικό του να αξιοποιεί την βάση των εκατοντάδων εκατομμυρίων χρηστών.

ΠΩΣ ΤΟ TWITTER ΑΛΛΑΞΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ.

Το twitter δεν είναι μόνο για να αναρτήσουν οι άνθρωποι τι έφαγαν το μεσημέρι ή που θα πάνε το βράδυ και άλλες τέτοια tweets.

Ολοένα και περισσότερο, οι ειδήσεις που προκύπτουν, ένα τσουνάμι, ένα αυτοκινητικό δυστύχημα κ.τ.λ. ανεβαίνουν από διάφορους ανθρώπους που εμείς ακολουθούμε. Αυτό δημιουργεί μια διαδικτυακή εφημερίδα η οποία μας ενημερώνει για τα πάντα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι άνθρωποι να μην αγοράζουν εφημερίδες ή να βλέπουν τηλεόραση παρά να είναι συνεχώς στο twitter.



ΠΩΣ ΤΟ TWITTER ΑΛΛΑΞΕ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Twitter έχουν αλλάξει ριζικά την πολιτική επικοινωνία. Παλιότερα τα πολιτικά μηνύματα συνήθιζαν να ελέγχονται από ισχυρούς φύλακες. Στις μέρες μας όμως τα πολιτικά αυτά μηνύματα είναι πιο διασκορπισμένα και ανόμοια.

Στον Καναδά, ο υπουργός Βιομηχανίας Tony Clement είναι ένας από τους πιο παραγωγικούς και δημοφιλείς χρήστες του Twitter.

ΠΩΣ ΤΟ TWITTER ΑΛΛΑΞΕ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ;

Πέρα από την κοινωνική του λειτουργία, το Twitter χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο από τις επιχειρήσεις για να επικοινωνήσουν με τους υπαλλήλους και τους πελάτες.

Η μονόδρομη μετάδοση πληροφοριών morphing γρήγορα σε αμφίδρομη αλληλεπίδραση. Μπορούν να επικοινωνούν άμεσα μέσω μηνυμάτων με τους πελάτες που θέλουν να πλησιάσουν.

Επίσης αν κάποιο προϊόν δεν είναι καλό τότε μπορούν να το διαδώσουν μέσω του twitter και να προλάβουν τυχόν καταστροφές.

ΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΤΟΥΣ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΥΣ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ.

1. **Lady Gaga** (@ladygaga): 8.9 million followers
2. **Justin Bieber** (@justin bieber): 8.2 million
3. **Britney Spears** (@britneyspears): 7.1 million
4. **Barack Obama** (@BarackObama): 7.0 million
5. **Kim Kardashian** (@KimKardashian): 6.8 million

ΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΤΟΥΣ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΥΣ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΣ (ΚΑΝΑΔΑΣ)

Οι πέντε πιο δημοφιλέστεροι χρήστες του twitter στον Καναδά είναι οι παρακάτω :

3. **Jeremy Jack Bieber** (@LordBieber): 185.000 followers (ο πατέρας του Justin Bieber)
4. **Gemstar** (@Gemstars): 182.500 followers (γκαλερί τέχνης)
5. **James Rivers** (@JamesRivers): 105.000 followers (ειδικός στην διαχείριση των οικονομικών του twitter)
6. **Sharon Hayes** (@SharonHayes): 104.000 followers (επειληρηματίας)
7. **Jaydon Wale** (@jeyounit11): 101.000 followers (έχει ονομάσει τον εαυτό του "Youtube Legend")



TWITTER QUOTES

1."The qualities that make Twitter seem inane and half-baked are what makes it so powerful" -Harvard law professor Jonathan Zittrain

2."Who ever said things have to be useful?" -Twitter co-founder Evan Williams

3."This is what the naysayers fail to understand: it's just as easy to use Twitter to spread the word about a brilliant 10,000-word New Yorker article as it is to spread the word about your Lucky Charms habit." -Steven Johnson, author of The Invention of Air

ΤΑ ΠΡΩΤΑ TWEETS ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΔΙΑΣΗΜΩΝ

Ένας από τους δημιουργούς του twitter : Jack Dorsey στις 21/3/2003.



Barack Obama στις 20/4/2007:



Lady Gaga στις 26/3/2008:

 **Lady Gaga** 
@ladygaga 

sequin catsuit thats been painted to my tired little bod, post
tommy boy party, where I met the incredible dj bob sinclair
"world! Hold ...

27 Mar 08  Reply  Retweet  Favorite

Mark Zuckerberg, στις 13/2/2009:

 **Mark Zuckerberg**
@finkd 

@ooontz I knew you'd be under ditka

13 Feb 09  Reply  Retweet  Favorite


Justin Bieber , στις 11/5/2009:



 **Justin Bieber** 
@justinbieber 

Check out my single "ONE TIME" on my myspace and spread
the word for me. Thanks www.myspace.com/justinbieber




12 May 09  Reply  Retweet  Favorite

Oprah Winfrey, στις 17/4/2009:



Oprah Winfrey 
@Oprah 

HI TWITTERS . THANK YOU FOR A WARM WELCOME.
FEELING REALLY 21st CENTURY .

17 Apr 09  Reply  Retweet  Favorite

Bill Gates, στις 19/1/2010:



Bill Gates 
@BillGates 

"Hello World." Hard at work on my foundation letter -
publishing on 1/25.

19 Jan 10  Reply  Retweet  Favorite

Δαλάι Λάμα, στις 22/2/2010:

 **Dalai Lama** 
@DalaiLama 

His Holiness the Dalai Lama in Los Angeles - 21 February
2010 <http://bit.ly/cRGXyr>

22 Feb 10  Reply  Retweet  Favorite

Beyoncé , στις 5/4/2012:

 **Beyoncé Knowles** 
@Beyonce 

Hey World, It's B! I'm so excited to invite you to my new
beyonce.com - we've been working hard, and it's finally ready
for you XO

5 Apr 12  Reply  Retweet  Favorite

ΕΚΦΟΒΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ
ΑΥΤΟ.

Kellogg's UK @KelloggsUK

1 RT = 1 breakfast for a vulnerable child

Reply Retweet Favorite More

James Wong @Botanygeek

“@KelloggsUK: 1RT = 1 breakfast for a vulnerable child”
Anyone else find this kinda creepy? Like sayin “Help us advertise or kids go hungry”

12:16 AM - 10 Nov 2013

86 RETWEETS 38 FAVORITES

Perry @AdamDanielPerry

@KelloggsUK sick bastards, if you have the capability to feed vulnerable children then do so. This is sickening.

5:08 AM - 10 Nov 2013

50 RETWEETS 35 FAVORITES

Kellogg's UK @KelloggsUK

We want to apologise for the recent tweet, wrong use of words. It's deleted. We give funding to school breakfast clubs in vulnerable areas.

1:49 PM - 10 Nov 2013

136 RETWEETS 30 FAVORITES

iznogood @iznogood_gr 14m
Πάμε πάλι πιο καθαρά πως ξεκίνησε ο εκβιασμός περί ανωνυμίας του @GVeitsi από τον Γερογκρινιάρη ή Παλιοπαρέα ρε. [twitter.com/ΑΙΤΜΟπ29Εα](#)
Details

Apostoli Zoupaniotis @apostolosz
@iznogood_gr @AdonisGeorgiadi Πέστε τώρα μου ότι **στηρίζετε τις παλιανθρωπιές και τις ύβρεις του...** Αν ναι, να σταματήσω να σας βλέπω εντελώς
Translate Tweet
Reply Retweet Favorite More
1 favorite
8:32 PM · 16 May 13

Reply to @apostolosz @AdonisGeorgiadi

iznogood @iznogood_gr 8m
@apostolosz **πες μου πύρα ότι στηρίζεις τους εκβιασμούς του φίλου σου να σου πω αντίο.** @AdonisGeorgiadi
Details

Apostoli Zoupaniotis @apostolosz 7m
@iznogood_gr @AdonisGeorgiadi Επειδή η συμπεριφορά του άλλου δείχνει ψυχική διαταραχή, λυπούμαι για σας και σας μπλοκάρω και τους 2.
Details

Apostoli Zoupaniotis @apostolosz 5m
Κατ' ακρίβεια ανθόλο τον αδωνι μπλοκ στον χαλίη. Και βλέπουμε δεν αντέχω να βλέπω RT διεστραμμένων.
Collapse Reply Retweet Favorite More
9:36 PM · 16 May 13 · Details

Apostoli Zoupaniotis @apostolosz 20m
@Gerogriniaris @elenacou @CorinaVasilopou @kanaliotis @VaskoDeGamata Εχασα πολλά επεισόδια σήμερα. Για τον **αληθινό βέλγη μιλάμε ακόμα.**
Details

Βάσκο ντε Γάμα τα @VaskoDeGamata 11m
@apostolosz @Gerogriniaris @elenacou @CorinaVasilopou @kanaliotis Σπέρα...
Details

Gerogriniaris @Gerogriniaris 4m
@VaskoDeGamata Μπον σουαρέ :-)
@apostolosz @elenacou @CorinaVasilopou @kanaliotis
Details

Apostoli Zoupaniotis @apostolosz
@Gerogriniaris @VaskoDeGamata @elenacou @CorinaVasilopou @kanaliotis Γειά σου ρε Βάσκο.
Translate Tweet
Reply Retweet Favorite More
9:26 PM · 16 May 13

επέλεξε να μην προδώσει την παλιοπαρέα του.



MYSPACE

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Τατιάνα Γιαννούλη

Εύη Καλαρά

Υβόννη Κουρκούτα

Αθηνά Λώλη

The Myspace logo is displayed in white on a solid black rectangular background. The word "myspace" is in its characteristic lowercase font, with a horizontal line underlining the letters "a", "c", and "e".

Myspace



Ιστορία

Myspace είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης, η οποία ανήκει στην εταιρεία Specific Media LLC και στον ποπ σταρ Τζάστιν_Τίμπερλεϊκ. Το Myspace ξεκίνησε τον Αύγουστο του 2003 και εδρεύει στο Μπέβερλι Χιλς, στην Καλιφόρνια. Τον Αύγουστο του 2011, το Myspace είχε 33,1 εκατομμύρια ξεχωριστούς επισκέπτες στις Η.Π.Α.

Το Myspace ιδρύθηκε το 2003 και εξαγοράστηκε από τη News Corporation τον Ιούλιο του 2005 έναντι \$ 580 εκατομμυρίων. Από το 2005 μέχρι τις αρχές του 2008, το Myspace ήταν η μεγαλύτερη σε επισκεψιμότητα σελίδα κοινωνικής δικτύωσης στον κόσμο, και τον Ιούνιο του 2006 ξεπέρασε το Google ως η μεγαλύτερη σε επισκεψιμότητα ιστοσελίδα στις Ηνωμένες Πολιτείες. Τον Απρίλιο του 2008, το Myspace ξεπεράστηκε από το Facebook όσον αφορά τον αριθμό των μοναδικών επισκεπτών από όλο τον κόσμο, και τον αριθμό των μοναδικών επισκεπτών στις Η.Π.Α τον Μάιο του 2009. Από τότε , ο αριθμός των χρηστών του MySpace έχει μειωθεί σταθερά, παρά τις πολλές επανασχεδιάσεις. Το Δεκέμβριο του 2011, το Myspace κατετάγη 138ο σε επισκεψιμότητα.

Τον Ιούνιο του 2009, το Myspace απασχολούσε περίπου 1.600 εργαζόμενους. Από τότε στην εταιρεία υπήρξαν αρκετοί γύροι απολύσεων και τον Ιούνιο του 2011, το Myspace είχε μειώσει το προσωπικό του σε περίπου 200 εργαζόμενους.

With Myspace's sale on Wednesday to Specific Media for \$35 million, a fraction of what News Corp. paid for the social network in 2005, it might be difficult to remember the influence that the now-struggling site once had on our lives.

Since its official launch in 2004, Myspace has played a role in social events like political scandals and was even central in grisly murder cases. At the same time, the site minted internet celebrities, launched musical careers and helped inspire an entire industry based around web.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Τα οφέλη του MySpace είναι:

- η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων, εφόσον το διαδίκτυο συγκεντρώνει πλήθος άτομα από όλο τον κόσμο,
- η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με άτομα που μπορεί να βρίσκονται σε μεγάλη γεωγραφική απόσταση το ένα από το άλλο, εφόσον το Διαδίκτυο καταργεί τις αποστάσεις. Αυτή η δυνατότητα δεν υπάρχει στα στενά κοινωνικά δίκτυα του άμεσου πραγματικού περιβάλλοντος του ατόμου,
- η δυνατότητα δημιουργίας μεγάλης ποικιλίας κοινωνικών δεσμών εφόσον στο Διαδίκτυο συρρέουν άτομα από διαφορετικές χώρες, κοινωνίες, πολιτισμούς και με διαφορετικές συνήθειες και χαρακτηριστικά,
- η δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε μεγάλο πλήθος κοινωνικών ομάδων και η αναζήτηση της ομάδας που εκφράζει και ωφελεί το άτομο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο,
- η δυνατότητα επαφής με πολλούς διαφορετικούς πολιτισμούς,
- η δυνατότητα διεύρυνσης των γνώσεων και των πνευματικών οριζόντων του ατόμου,
- η δυνατότητα αναζήτησης και ανεύρεσης περιεχομένου (φωτογραφιών, βίντεο κλπ) στο οποίο οι χρήστες δε θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση με διαφορετικό τρόπο,
- η δυνατότητα άμεσης και από πρώτο χέρι ενημέρωσης για οτιδήποτε συμβαίνει στον κόσμο, εφόσον οι ειδήσεις μεταδίδονται μεταξύ των χρηστών του Διαδικτύου από τη μια άκρη της γης στην άλλη, σε ελάχιστο χρόνο, και
- η δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε ψυχαγωγικό περιεχόμενο, από το σπίτι, μέσω π.χ. της παρακολούθησης βίντεοκλιπ και μέσω της ενασχόλησης με εφαρμογές ψυχαγωγικού χαρακτήρα όπως τα παιχνίδια.



Επιπλέον κίνδυνοι του MySpace είναι:

- η έκθεση σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό κινδύνων κοινωνικού χαρακτήρα. Ενώ θα περίμενε κανείς ότι το Διαδίκτυο λόγω της απόστασης που εμπεριέχει, θα προφύλασσε τα άτομα από την επαφή με πραγματικούς κινδύνους, είναι πολλές οι περιπτώσεις όπου ιδιαίτερα οι νέοι βιώνουν έντονα καταστάσεις μέσα από την χρήση του κυβερνοχώρου, οι οποίες είναι τραυματικές για την ψυχική τους υγεία εξαιτίας της χρήσης online κοινωνικών δικτύων και της επαφής τους με πλήθος αγνώστων ατόμων,
- η επιβλαβής έκθεση της προσωπικής ζωής του ατόμου. Τα online κοινωνικά δίκτυα είναι χώροι όπου μπορεί να συγκεντρώνεται πλήθος διαφορετικών και άγνωστων ατόμων,
- η καταχώρηση και δημοσίευση προσωπικών στοιχείων σε αυτά, καθιστά τους χρήστες τους ευάλωτους σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό ατόμων, συχνά με ανεξέλεγκτες συνέπειες,
- η επαφή και η διασύνδεση με παντελώς αγνώστους ενέχει περισσότερους κινδύνους απ' ότι η επαφή με αγνώστους στον πραγματικό κόσμο, γιατί δεν υπάρχει η αμεσότητα και η δυνατότητα ανάπτυξης κριτικής σκέψης και αντίδρασης,
- η παρενόχληση από άτομα εντελώς άγνωστα μέλη του κοινωνικού δικτύου χωρίς τη δυνατότητα προστασίας ή αντιμετώπισης τέτοιων ενεργειών,
- η κλοπή των προσωπικών δεδομένων και γενικά η απειλή της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών τους,
- η εύκολη μετάδοση και επαφή με ηλεκτρονικό περιεχόμενο που δεν είναι ασφαλές για τους χρήστες του, όπως κακόβουλο λογισμικό, πορνογραφικό υλικό, υλικό προσηλυτισμού, υλικό εθισμού σε επικίνδυνες ουσίες, υλικό με θέμα τη βία, ρατσιστικό περιεχόμενο κ.ά., και
- ο βομβαρδισμός με διαφημιστικά μηνύματα από τις σελίδες του ιστότοπου.

"Μαύρες σελίδες" του MySpace

Η Megan Meier Taylor (6 Νοεμβρίου 1992 - 17η Οκτωβρίου, 2006) ήταν μια Αμερικανίδα έφηβος από Dardenne Prairie, Μισσούρι, η οποία αυτοκτόνησε δι' απαγχονισμού τρεις εβδομάδες πριν από τα δέκατα τέταρτα γενέθλιά της. Ένα χρόνο αργότερα, οι γονείς Meier ζήτησαν να γίνει Τελικά, η έρευνα για το θέμα και την αυτοκτονία της αποδόθηκε σε κυβερνο-παρενόχληση μέσω της ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης Myspace. Η Lori Drew, η μητέρα μιας φίλης της Meier, κατηγορήθηκε για το θέμα το 2008, αλλά το 2009, που αθωώθηκε.

Η Megan Meier Taylor γεννήθηκε στις 6 Νοεμβρίου 1992 από τη Χριστίνα " Tina " Meier και τον Ronald Meier στο O'Fallon , Μισσούρι. Κατά τη διάρκεια της παιδικής ηλικίας της η Μέγκαν έζησε στην κοντινή Dardenne Prairie . Είχε μια νεώτερη αδελφή που ονομάζεται Allison .

Από την τρίτη τάξη , Megan ήταν υπό την φροντίδα ενός ψυχιάτρου. Είχε διαγνωστεί με διαταραχή ελλειμματικής προσοχής και κατάθλιψη , και δεν είχε αυτοπεποίθηση θέματα σχετικά με το βάρος της . Περιγράφεται από τους γονείς της ως «ανόητο» κορίτσι που απολάμβανε τον ελεύθερο χρόνο της με φίλους και την οικογένειά της . Στην όγδοη τάξη , οι γονείς της την έγραψαν σε σχολείο Ευαγγελισμού της Θεοτόκου Catholic School σε Dardenne Prairie . Πίστευαν ότι η πολιτική του που να απαιτεί στολές και να απαγορεύει το μακιγιάζ και τα κοσμήματα μπορεί να βοηθήσει Megan ταιριάζει.



Ένας 16χρονος άνδρας με το όνομα " Josh Evans " είχε καταχωρηθεί στο λογαριασμό που χρησιμοποιείται για τέτοιου είδους μηνύματα στην Meier . Αλλά η Lori Drew , η μητέρα της Sarah , πρώην φίλης της Meier , αργότερα παραδέχτηκε τη δημιουργία του λογαριασμού Myspace . Κατά τη στιγμή της αυτοκτονίας , οι οικογένειες Drew και Meier ήταν γείτονες, που ζούσαν τέσσερις πόρτες μακριά.

Ο Lori Drew βοήθούσε την Sarah και την Ashley Grills, ένας 18χρονος υπάλληλος της Λόρι .Η Lori και αρκετοί άλλοι χρησιμοποιησαν τον λογαριασμό προκειμένου να κοροιδεύουν . Μάρτυρες κατέθεσαν ότι οι γυναίκες που έχουν πρόθεση να χρησιμοποιήσουν τα μηνύματα Meier έστειλε στην « Josh » για να πάρει πληροφορίες για 'αυτήν και αργότερα την ταπεινώσει , σε αντίποινα για τους ισχυρισμούς διάδοση κουτσομπολιού της για την κόρη του Ντρου.

Λίγο μετά το άνοιγμα ενός λογαριασμού στο Myspace ,η Meier έλαβε ένα μήνυμα που υποτίθεται ότι από ένα 16χρονο αγορι,τον Josh Evans . (Απεστάλη από την Lori Drew χρησιμοποιώντας συνθετικά λογαριασμό .) Η Meier και Ο « Josh » έγιναν απευθείας φίλοι , αλλά ποτέ δεν συναντήθηκαν στο πρόσωπο ή μίλησαν από κοντά . Η Meier σκέφτηκε ότι ο « Josh » την θεωρούσε ελκυστική . Έτσι, άρχισαν να ανταλλάσσουν μηνύματα με αυτό το άτομο και η οικογένεια της είπε ότι φάνηκε να είναι σε καλύτερη ψυχολογική κατάσταση. Αυτό το άτομο που φέρεται να έχει μετακινηθεί προς την κοντινή πόλη της Ο'Fallon , δεν πήγαινε και δεν έχει ακόμη έναν αριθμό τηλεφώνου .

Θάνατος

Την Δευτέρα 16 Οκτωβρίου του 2006 , ο τόνος των μηνυμάτων αλλάζει. Ο « Josh » , δήλωσε σε μήνυμα που αποστέλλεται στην Μέγκαν : « Δεν ξέρω αν θέλω να είμαι φίλος σου πια , γιατί έχω ακούσει ότι δεν συμπεριφέρεσαι σωστά στους φίλους σου " . Περισσότερα μηνύματα αυτού του τύπου εστάλησαν ? Μερικά από τα μηνύματα της Megan μοιράστηκαν με τους άλλους? Και δελτία στάλθηκαν για 'αυτήν . Σύμφωνα με τον Ronald Meier και ένα γείτονα που είχε συζητήσει την φάρσα με τον Drew , το τελευταίο μήνυμα που έστειλε από το " Josh " διάβαζε: . " Όλοι στην Ο'Fallon ξέρουν ποια είσαι.Είσαι κακός άνθρωπος και όλοι σε μισούν. Ο κόσμος θα ήταν ένα καλύτερο μέρος χωρίς εσένα."

Meier απάντησε λέγοντας, "Είσαι ο τύπος του αγοριού που ένα κορίτσι θα αυτοκτονούσε για εκείνον." Οι τελευταίες ανταλλαγές έγιναν μέσω του AOL Instant Messenger αντί του Myspace .Η Meier βρέθηκε 20 λεπτά αργότερα στην ντουλάπα

του υπνοδωματίου της! Η ίδια είχε κρεμαστεί με μια ζώνη . Παρά τις προσπάθειες για να την αναβιώσει ,η Megan Meier Taylor ήταν νεκρή την επόμενη ημέρα , στις 17 Οκτωβρίου.

ΤΟΠΙΚΑ ΝΕΑ

Αρκετές εβδομάδες μετά το θάνατό της , οι γονείς Megan Meier είπαν ότι η μητέρα ενός από τις φίλες της , με την οποία- η Megan είχε πέσει έξω , είχε δημιουργήσει το λογαριασμό με όνομα " Josh Evans " . Η μητέρα, Lori Drew , η οποία δημιούργησε τον ψεύτικο λογαριασμό , παραδέχθηκε ότι η ίδια και η κόρη της είχαν τον κωδικό πρόσβασης στο λογαριασμό , και χαρακτήρισαν την φάρσα σε έναν δημοσιογράφο ως « αστείο » . Αρχικά , ο Drew αρνήθηκε να γνωρίζει σχετικά με τα επιθετικά μηνύματα που στάλθηκαν στην Meier . Είπε στην αστυνομία ότι ο λογαριασμός είχε ως στόχο " να κερδίσουν την εμπιστοσύνη της Μέγκαν και να ανακαλύψει τι αισθάνθηκε για την κόρη της και τους άλλους ανθρώπους " . " Ενώ το όνομα Drew είχε αποκλειστεί από τις περισσότερες αρχές ιστορίες ειδήσεων , το CNN αποκαλύψει το όνομά της με την ένταξη της έκθεσης της αστυνομίας στην εκπομπή της ιστορίας! Το FBI ερευνούσε το θέμα και ζήτησε από την οικογένεια Meier να απέχει από το να μιλούν δημοσίως για να κρατήσει το Drews από την εκμάθηση για την έρευνά τους . Λίγο μετά την πρώτη επέτειο του θανάτου της Meier , η θεία της , η Βίκυ Dunn , είδε ένα άρθρο που γράφτηκε από τον Steve rokin του Προαστιακού Περιοδικού για το Διαδίκτυο ως παρενόχληση

Σε συνέντευξη Τύπου για τη Δευτέρα, 3 Δεκεμβρίου 2007 , ο Jack Banas , ο εισαγγελέας του Αγίου Charles County , δήλωσε ότι το 18 χρονος υπάλληλος Lori Drew , η Ashley Grills, έγραψε τα περισσότερα από τα μηνύματα που απευθύνονται στην Meier και ότι έγραψε το τελικό μήνυμα " Josh Evans » , που απευθύνεται στην Meier .



Αξιοπιστία και Ασφάλεια

Στους τομείς της αξιοπιστίας και της ασφάλειας, το MySpace φαίνεται κατά καιρούς ανεπαρκές, παρά την προσπάθεια του προσωπικού του για συνεχή βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Ένας από τους βασικούς λόγους είναι το γεγονός ότι, όπως προαναφέρθηκε, επιτρέπεται η χρήση κώδικα HTML στους χρήστες για την τροποποίηση του.

Όπως περιμένει κανείς όμως, μόνο ένα μικρό μέρος των χρηστών έχουν εμπειρία στη χρήση της HTML με αποτέλεσμα πολλά από τα profile, που υπάρχουν στο MySpace, να παγώνουν τον φυλλομετρητή κάποιου που επισκέπτεται το site, λόγω κακογραμμένου κώδικα. Ένας επιπλέον λόγος όμως που μπορεί να έχει κανείς προβλήματα κατά την πλοήγησή του σε διάφορα profile, είναι ότι ο δημιουργός ενός λογαριασμού μπορεί να τον υπερφορτώσει με αντικείμενα που δαπανούν μεγάλο εύρος ζώνης, όπως για παράδειγμα videos από το YouTube που παρέχει αυτή τη δυνατότητα για Όλα τα κριτήρια αναζήτησης

ενσωμάτωση. Θα υπέθετε κανείς ότι με τις αυξανόμενα πιο γρήγορες συνδέσεις Internet στους υπολογιστές των χρηστών, το πρόβλημα αυτό θα εξαλειφόταν, αλλά ένα σερφάρισμα σε μερικά profiles

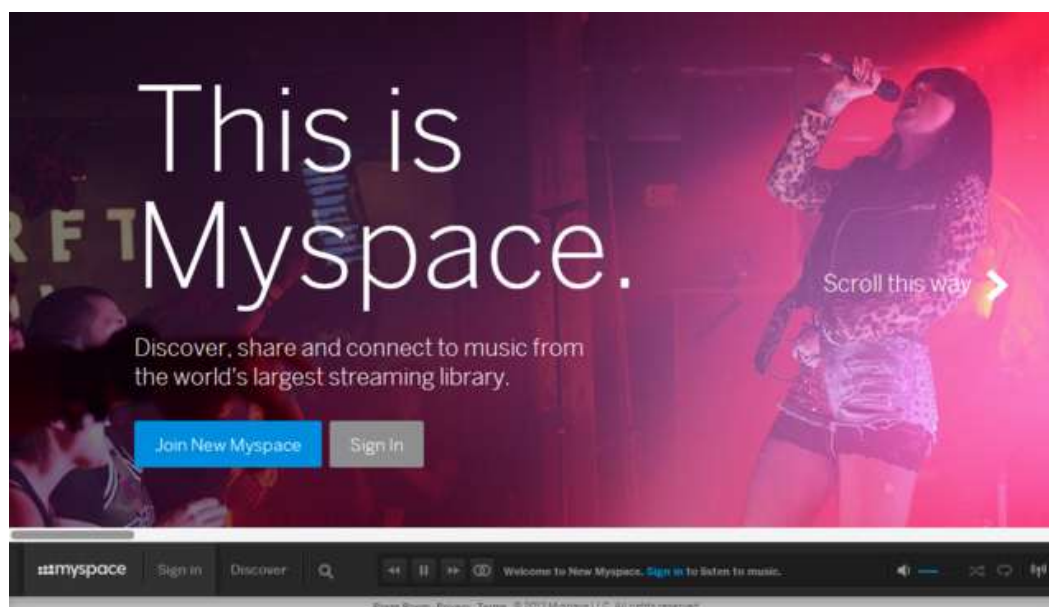
θα πείσει κάποιον ότι το πρόβλημα αυτό παραμένει, καθώς μαζί με την ταχύτητα αυξάνεται και ο αριθμός των video, η ποιότητα τους, καθώς και το πλήθος εφαρμογών που απαιτούν μεταφορά πολλών δεδομένων. Για αυτούς τους λόγους, το παγκόσμιας κυκλοφορίας περιοδικό PCWorld, ανακήρυξε το MySpace το χειρότερο site το έτος 2006.

Ένα χαρακτηριστικό γεγονός για όσους κατακρίνουν τα μέτρα ασφαλείας του MySpace, έλαβε χώρα το 2005 όταν ο Samy Kamkar απελευθέρωσε έναν ιό – σκουλήκι, που μέσα σε 20 μόνο ώρες κατάφερε να μολύνει περισσότερα από ένα εκατομμύριο profiles, μένοντας μάλιστα στην ιστορία των υπολογιστών ως ένα από τους πιο γρήγορα διαδιδόμενους ιούς που κατασκευάστηκαν ποτέ. Ένα ακόμη μειονέκτημα στην ασφάλεια του MySpace, σύμφωνα με κάποιους είναι τα ελλιπή μέτρα ενάντια του Phising. **Phising** ονομάζεται η διαδικασία κατά την οποία ένας χρήστης παραπέμπεται σε μία σελίδα, η οποία έχει σκοπό να τον παραπλανήσει κάνοντας τον να πιστέψει ότι πρόκειται για την σελίδα στην οποία το MySpace του ζητάει να κάνει login. Έτσι ο ανυποψίαστος χρήστης πληκτρολογεί το username και τον κωδικό του. Η σελίδα όμως ήταν απλά ένα κατασκευάσμα ενός δεύτερου κακόβολου χρήστη ο οποίος γνωρίζει πλέον τα στοιχεία του πρώτου και μπορεί να συνδεθεί στο λογαριασμό του, επιφέροντας όσες αλλαγές θέλει. Μάλιστα επειδή όλες οι σελίδες που κατασκευάζει ο κακόβουλος χρήστης μέσω του Profile του έχουν στο domain name τους το www.myspace.com είναι ακόμη πιο δύσκολο για το θύμα να αναγνωρίσει την απάτη.

Στατιστικά του MySpace

Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της εταιρίας Alexa, η οποία ασχολείται με την παροχή πληροφοριών σχετικών με την κίνηση σε άλλα websites, το MySpace βρίσκεται στην 9η θέση παγκοσμίως από πλευράς επισκέψεων, με μέσο χρόνο παραμονής στο site περίπου 20 λεπτά για κάθε χρήστη. Επίσης διαπιστώνει κανείς ότι η δημοτικότητα του site παρουσιάζει μεγάλη απόκλιση ανάλογα με την χώρα. Έτσι ενώ στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής η ιστοσελίδα κατατάσσεται ως η 5η πιο δημοφιλής, στη Ιαπωνία τα στατιστικά την φέρνουν στη 116η θέση. Όσον αφορά τα στοιχεία των χρηστών, οι οποίοι επισκέπτονται το MySpace, η εταιρία Alexa, δηλώνει ότι το site είναι πολύ δημοφιλές στις ηλικίες 18 με 24 χρονών και ελαφρώς περισσότερο στους χρήστες που η ηλικία τους κυμαίνεται από 25 μέχρι 34 έτη. Ανεβαίνοντας στην κλίμακα των ηλικιών, η δημοτικότητα του site όλο και μειώνεται. Διαπιστώνεται δηλαδή συνολικά ότι το MySpace απαρτίζεται από νεαρούς κυρίως χρήστες. Περαιτέρω τα στατιστικά μας πληροφορούν ότι το εν λόγω site κοινωνικής δικτύωσης είναι αρκετά πιο δημοφιλές ανάμεσα σε άτομα αρσενικού γένους από ότι σε άτομα θηλυκού, και ότι ο μεγαλύτερος αριθμός αυτών που το χρησιμοποιούν δεν έχουν παιδιά.

Οι χρήστες του MySpace δεν φαίνεται να περιορίζονται σε άτομα με κάποιο συγκεκριμένο μορφωτικό επίπεδο, με μόνη ίσως εξαίρεση ότι οι απόφοιτοι κάποιας πανεπιστημιακής σχολής είναι ολιγάριθμοι αναλογικά. Τέλος, η συντριπτική πλειοψηφία των χρηστών προτιμάει να επισκέπτεται την ιστοσελίδα του MySpace από τον υπολογιστή της οικίας του και όχι από το σχολείο ή τη δουλειά του



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ



- https://www.google.gr/search?q=%CE%92%CE%99%CE%92%CE%9B%CE%99%CE%9F%CE%93%CE%A1%CE%91%CE%A6%CE%99%CE%91&client=firefox-a&hs=qR4&rls=org.mozilla:el:official&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=Rdu2Uu6JJPH7yAPciIGIBg&ved=0CAkQ_AUoAQ&biw=1366&bih=623#imgdii=_
- http://el.wikibooks.org/wiki/%CE%9A%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AC_%CE%94%CE%AF%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%B1_%28Social_Networks%29_%CF%CF%80%CF%84%CF%89%CF%83%CE%B7_%CF%84%CE%BF%CF%85_FaceBook
- http://en.wikipedia.org/wiki/File:M_Meier.jpg
- <http://twitter.about.com/od/Twitter-Basics/a/The-Real-History-Of-Twitter-In-Brief.htm>
- <http://snapbird.org/>
- <http://www.businessinsider.com/the-history-of-twitter-in-10-tweets-2013-11>
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Myspace>
- · ^ "Exclusive: The Bleak Financial Numbers From The MySpace Sale Pitch Book". TechCrunch. April 12, 2011. Retrieved 2011-10-23.
- · ^ Jump up to: ^a ^b Vascellaro, Jessica E. (June 30, 2011). "News Corp. Selling Myspace to Specific Media". *The Wall Street Journal*. Retrieved 2011-10-23.
- · ^ Jump up to: ^a ^b "Myspace.com Site Info". Alexa Internet. Retrieved 2013-12-01.
- · Jump up ^ "Site profile for Myspace". Google. Retrieved 2011-01-15.
- http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_YouTube
- · ^ "YouTube Partners With ABC News To Offer Its First-Ever Live Stream of the U.S. Presidential Debates". TechCrunch. Retrieved October 1, 2012.

- · [Jump up ^ "YouTube Reaches 1 Billion Users Milestone"](#). CNBC. March 21, 2013. Retrieved November 29, 2013.
- · [Jump up ^ Shields, Mike \(May 28, 2013\). "Arnold Schwarzenegger, Ryan Higa Win YouTube Comedy Week—Maybe"](#). Adweek. Retrieved November 29, 2013.
- · [↑ Jeremy Quittner \(October 3, 2013\). Twitter Unveils IPO Papers; Includes \\$317 Million in 2012 Revenue](#). Inc.. Ανακτήθηκε στις November 14, 2013.
- · [Jump up ↑ S-1 1 d564001ds1.htm FORM S-1](#). United States Securities Exchange Commission. United States Securities Exchange Commission. 3 October 2013. Ανακτήθηκε στις 5 October 2013.
- · [Jump up ↑ Dorsey, Jack \(March 21, 2006\). just setting up my twttr](#). Twitter. Ανακτήθηκε στις February 4, 2011.
- · [Jump up ↑ Celebrating #Twitter7](#). Twitter. 2013-03-21. Ανακτήθηκε στις 2013-03-21.
- · [Jump up ↑ Top Sites](#). Alexa Internet. Ανακτήθηκε στις 2013-05-13.
- · September 10, 2010.
- · [Jump up ^ Sullivan, Mark \(July 24, 2007\). "Is Facebook the New MySpace?"](#). PC World (San Francisco). Retrieved April 30, 2008.
- · [^ Jump up to: ^a ^b Der, Kevin. "Facebook is off-the-wall"](#). The Facebook Blog. Retrieved July 30, 2007.
- · [Jump up ^ "Inbox, Messages and Pokes"](#). Facebook. Retrieved March 9, 2008.
- · [Jump up ^ "The Facebook Gifts"](#). Facebook. Retrieved March 5, 2008.
- · [Jump up ^ Ramadge, Andrew \(November 26, 2007\). "Facebook is ... reconsidering the word "is""](#). news.com.au Technology blog (Sydney). Retrieved March 8, 2008.
- · [Jump up ^ Sanghvi, Ruchi \(September 6, 2006\). "Facebook Gets a Facelift"](#). The Facebook Blog. Retrieved February 11, 2008.
- · [Jump up ^ "Facebook: Celebrate Your Birthday Every Day"](#). Colnect blog. Retrieved March 9, 2010.
- · [Jump up ^ Lacy, Sarah \(September 8, 2006\). "Facebook Learns from Its Fumble"](#). BusinessWeek (New York). Retrieved June 28, 2008.
- · [Jump up ^ Gonsalves, Antone \(September 8, 2006\). "Facebook Founder Apologizes In Privacy Flap; Users Given More Control"](#). InformationWeek (New York). Retrieved June 28, 2008.
- · [Jump up ^ US patent 7669123](#)
- · [Jump up ^ "US Patent No. 7669123"](#). Social Media. March 1, 2010. Archived from the original on May 15, 2011. Retrieved March 9, 2010.
- · [Jump up ^ "Facebook's news-feed patent could mean lawsuits"](#). CNN. February 26, 2010. Retrieved July 12, 2010.
- · [Jump up ^ Arrington, Michael \(May 24, 2007\). "Facebook Launches Facebook Platform; They are the Anti-MySpace"](#). TechCrunch. Retrieved June 28, 2008.