

8 Χρόνια Facebook



Γενικό Λύκειο Καρπερού
Β' Λυκείου
Μάιος 2012

Συντάκτες

Ορφανίδου Ελένη
Καλιακάτσος Βασίλης

Υπεύθυνοι Καθηγητές

Καλκάνης Θωμάς (ΠΕ20)
Νασιόπουλος Απόστολος (ΠΕ02)
Τζιούφας Βασίλειος (ΠΕ11)
Μιχαήλ Ειρήνη (ΠΕ02)
Φλόκας Αθανάσιος (ΠΕ03)

Περιεχόμενα

1. Ιστορικό.....	1
2. Τι είναι το Facebook και τι προσφέρει.....	3
2.1 Επικοινωνία – Αναζήτηση φίλων.....	4
2.2. Ενημέρωση.....	5
2.3 Διασκέδαση.....	5
2.4 Διαφήμιση.....	6
2.5 Κοινωνικοποίηση.....	7
2.6 Δημιουργία Album Φωτογραφιών.....	7
2.7 Facebook Places.....	8
2.8 Χρονολόγιο.....	8
3 Η έννοια της φιλίας.....	9
4. Η πραγματικότητα στο Facebook.....	10
5. Ασφάλεια στο Facebook.....	15
5.1 Κίνδυνοι - Φόβοι.....	15
5.1.1 Προσωπικά Δεδομένα.....	17
5.1.2 Παρενόχληση, Παραπλάνηση.....	18
5.1.3 Εγκληματικότητα.....	19
5.1.4 Εθισμός.....	19
5.1.5 Μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση.....	20
5.1.6 Χειραγώγηση και παρακολούθηση.....	21
5.1.7 Ιστορικό.....	21
5.2 Τρόποι αντιμετώπισης.....	22
5.2.1 Άμυνα με χρήση τεχνολογίας.....	22
5.2.2 Άμυνα με αλλαγή/ τροποποίηση της συμπεριφοράς.....	26
5.2.2.1 Ελάχιστα προσωπικά στοιχεία.....	26
5.2.2.2 Προσοχή σε Αναρτήσεις, Σχόλια, Φωτογραφίες.....	27
5.2.2.3 Λίγοι φίλοι και καλοί.....	28
5.2.2.4 Γεωγραφικός αποπροσδιορισμός.....	28
5.2.2.5 Αποσήμανση.....	29
5.2.2.6 Για υπερβολικούς – Το κουμπάκι “Like”, τα cookies, τα EXIF και άλλα.....	29
6. Επίλογος και ένα μικρό πείραμα.....	31
Παράρτημα Α: Για γονείς	33
Παράρτημα Β: Διαγραφή λογαριασμού.....	34
Παράρτημα Γ: Πηγές.....	35

1. Ιστορικό



“ Νέα έρευνα έρχεται να μας δείξει πως το Facebook συνεχίζει να μεγαλώνει, με τις εκτιμήσεις να περιμένουν να φτάσει τους 1 δισεκατομμύριο χρήστες την άνοιξη του 2012. Ναι, πριν καταστραφεί ο κόσμος θα καταφέρει να φτάσει αυτό το εξωφρενικό νούμερο, παρόλο που τώρα είναι περίπου στα 700 εκατομμύρια χρήστες. Μόνο το Μαΐο προστέθηκαν 1.9 εκατομμύρια χρήστες από τη Βραζιλία, με την Ινδονησία, τις Φιλιππίνες και το Μεξικό να ακολουθούν. Πρώτη φυσικά σε χρήστες στο Facebook είναι οι ΗΠΑ, με 149 εκατομμύρια χρήστες αυτή τη στιγμή, αλλά όσο γίνεται «άνοιγμα» στην Ασία, τα νούμερα σίγουρα θα μεγαλώνουν. Πού θα φτάσει να δούμε!! “

Απόσπασμα από : 'http://www.techfans.gr/internet/facebook-1-disekatommirio-christes-to-2012/'

Το facebook δημιουργήθηκε από τον Mark Zuckerberg, φοιτητή του πανεπιστημίου Harvard, τις 4 Φεβρουαρίου του 2004. Ιδρύθηκε ως κάποιο site για φοιτητές του πανεπιστημίου Harvard, για να μπορούν να ανταλλάσσουν πληροφορίες σχετικά με τις εργασίες τους, με άτομα που δεν γνωρίζουν. Στη συνέχεια δικαίωμα συμμετοχής είχαν όλοι οι φοιτητές της Ivy League. Το 2005 δικαίωμα πρόσβασης απέκτησαν και κάποιοι μαθητές συγκεκριμένων λυκείων. Το 2006 το facebook έγινε προσβάσιμο από όλους όσους ήταν πάνω από 13 χρονών.

Το όνομα της ιστοσελίδας προέρχεται από τα έγγραφα παρουσίασης των μελών πανεπιστημιακών κοινοτήτων μερικών αμερικάνικων κολλεγίων και προπαρασκευαστικών σχολείων που χρησιμοποιούσαν οι νεοεισερχόμενοι σπουδαστές για να γνωριστούν μεταξύ τους. Έτσι λοιπόν το Facebook μετατράπηκε σε ένα εργαλείο που συνδέει φίλους, συγγενείς, συνεργάτες χωρίς να είναι αναγκαίο να φοιτούν σε κάποιο σχολείο. Αυτό έχει ως

αποτέλεσμα, το Facebook πλέον να αποτελεί παγκοσμίως, ίσως, την πιο δημοφιλή ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, αφού οι ενεργοί χρήστες του έχουν ξεπεράσει τα 800 εκατομμύρια και καθημερινά αυξάνονται συνεχώς.

Επίσης, το Facebook εκτός από την τεράστια κοινωνία που αποτελεί σήμερα, λόγω της μεγάλης διάδοσης και επέκτασης του παγκοσμίως, διότι έχει φτάσει σχεδόν σε όλες της χώρες του κόσμου, είναι και ένα από τα μεγαλύτερα και πιο δημοφιλή site για ανέβασμα φωτογραφιών, καθώς έχει παρατηρηθεί πως καθημερινά αναρτούνται πάνω από 14 εκατομμύρια φωτογραφίες από τους χρήστες του.

Το Facebook έχει βρει μεγάλη απήχηση σ'όλο τον κόσμο αφού οι χρήστες του αυξάνονται ολοένα και περισσότερο. Ποιες είναι όμως οι δέκα πιο δημοφιλείς χώρες για την χρησιμοποίηση του Facebook; Σύμφωνα με το Social Media Today, είναι οι εξής :

- Η.Π.Α
- Ινδονησία
- Ινδία
- Αγγλία
- Τουρκία
- Βραζιλία
- Μεξικό
- Φιλιππίνες
- Γαλλία
- Γερμανία.

Αν και παραπάνω αναφέραμε πως το Facebook είναι προσβάσιμο από όλους όσους είναι πάνω από 13 ετών, με βάση το ConsumersReports.org τον Μάιο του 2011 υπήρχαν 7.500.000 παιδιά κάτω των 13 χρόνων με λογαριασμούς παραβιάζοντας τους όρους της υπηρεσίας.

Τέλος λέγετε πως το Facebook στις 18 Μαΐου του 2012 θα μπει στο χρηματιστήριο. Το Facebook αναμένεται να αντλήσει από τη διαδικασία αυτή κεφάλαια που μπορεί να φτάσουν τα 12 δισ. δολάρια. Η δημόσια εγγραφή του Facebook είναι πολύ μεγαλύτερη ακόμα και από εκείνη του Google το 2004, όπως επισημαίνει το BBC.

2. Τι είναι το Facebook και τι προσφέρει



Το Facebook είναι μια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, η οποία χρησιμοποιείται σε όλες τις χώρες του πλανήτη και οι χρήστες του ξεπερνούν τα 800 εκατομμύρια. Το Facebook λοιπόν είναι μια πολύ χρήσιμη υπηρεσία στην οποία μπορείς να δημιουργήσεις το προφίλ σου δίνοντας πραγματικά ή ψεύτικα στοιχεία, ώστε να μπορείς να επικοινωνείς πιο εύκολα και πιο γρήγορα με γνωστούς, παλιούς φίλους και συγγενείς που ζουν στο εξωτερικό. Επίσης, μπορείς κάθε φορά στον τοίχο σου να κοινοποιείς τις σκέψεις σου και τα συναισθήματά σου και να τα βλέπουν όλοι οι ηλεκτρονικοί φίλοι σου.

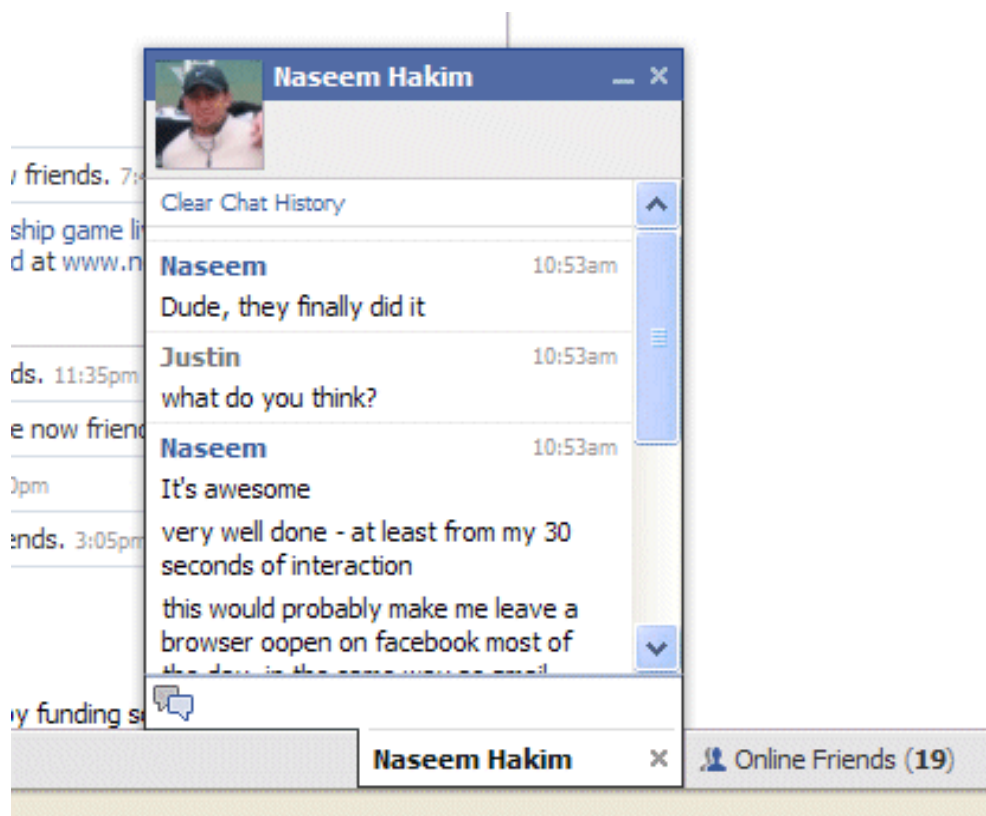
Ας δούμε όμως τι ακριβώς προσφέρει αυτή η τεράστια και τόσο διαδεδομένη ιστοσελίδα στους χρήστες της. Συνοπτικά, προσφέρει :

- επικοινωνία – αναζήτηση παλιών φίλων
- ενημέρωση
- διασκέδαση
- διαφήμιση
- κοινωνικοποίηση
- δημιουργία album φωτογραφιών
- Facebook places
- timeline profil (χρονολόγιο)

2.1 Επικοινωνία – Αναζήτηση φίλων



Το Facebook δίνει την δυνατότητα στους χρήστες του να βρουν άτομα που γνωρίζουν, φίλους του παρελθόντος, συγγενικά άτομα που ζουν στο εξωτερικό αλλά και άτομα που δεν γνωρίζουν και να τους προσθέσουν ως φίλους στο profil τους. Έτσι μ' αυτό τον τρόπο μπορούν να επικοινωνούν γρήγορα και εύκολα μαζί τους μέσω των συνομιλιών, μπορούν να επισκέπτονται το profil τους και να ενημερώνονται για τις καθημερινές δραστηριότητες των φίλων τους. Επίσης, στις συνομιλίες μπορούν να συζητήσουν με τα άτομα που θέλουν και πιο προσωπικά θέματα χωρίς να γίνεται γνωστό και στους υπόλοιπους ηλεκτρονικούς φίλους.



2.2. Ενημέρωση



Το Facebook διευκολύνει την ενημέρωση των ανθρώπων. Πώς όμως το πετυχαίνει αυτό; Είναι απλό, κάθε χρήστης μπορεί να κάνει like σε διάφορες σελίδες που υπάρχουν στο Facebook και τον ενδιαφέρουν και αυτομάτως κάθε φορά που υπάρχει κάτι καινούργιο πάνω στα θέματα που τον αφορούν εμφανίζονται στην αρχική του σελίδα στο λογαριασμό του. Επίσης, κάθε δραστηριότητα των “φίλων” του κάθε χρήστη εμφανίζεται και αυτή στη αρχική σελίδα προσφέροντας του μια σφαιρική ενημέρωση για τους φίλους του. Τέλος, μέσω του ημερολογίου που υπάρχει πάνω στο facebook οι χρήστες ενημερώνονται για τις εκδηλώσεις που τους έχουν προσκαλέσει και για το ποιοι από τους φίλους τους θα παρευρεθούν σ’ αυτές, όπως επίσης και για τα γενέθλια των φίλων τους.

2.3 Διασκέδαση

Οι χρήστες του μπορούν να διασκεδάσουν μέσω των εκατοντάδων παιχνιδιών που υπάρχουν. Παιχνίδια διαφόρων κατηγοριών. Παιχνίδια γνώσεων, παιχνίδια για την φροντίδα ηλεκτρονικών ζώων, παιχνίδια για επιδέξιους αγρότες και πολλά άλλα. Όμως όλα αυτά τα αμέτρητα παιχνίδια σου δίνουν την δυνατότητα να τα μοιραστείς με τους φίλους σου, αφού κάθε φορά που παίζεις ένα



Top 25 Facebook Games for April 2010			
Rank	Game	Monthly Actives	Developer
1	FarmVille	82,794,001	Zynga
2	Birthday Cards	39,855,951	RockYou
3	Café World	30,284,720	Zynga
4	Texas HoldEm Poker	28,976,467	Zynga
5	Mafia Wars	25,302,262	Zynga
6	Happy Aquarium	23,794,134	CrowdStar
7	FishVille	22,483,907	Zynga
8	MindJolt Games	21,131,794	MindJolt.com
9	PetVille	20,778,925	Zynga
10	Pet Society	19,594,691	Playfish
11	Zoo World	19,404,406	RockYou
12	Restaurant City	15,849,506	Playfish
13	YoVille	12,524,254	Zynga
14	Happy Island	11,714,152	CrowdStar
15	Bejeweled Blitz	10,576,622	PopCap Games
16	Farm Town	9,665,616	Slashkey
17	Happy Pets	9,398,328	CrowdStar
18	Country Life	9,271,251	Country Life
19	Island Paradise	6,876,941	Meteor Games
20	Bumper Sticker	6,232,475	LinkedIn
21	Sorority Life	5,183,798	Playdom
22	(Lil) Farm Life	4,650,908	Playdom
23	Ninja Saga	4,628,765	Ninja Saga
24	Fish World	4,321,989	TallTree Games
25	Country Story	4,296,285	Playfish

καινούργιο παιχνίδι σου ζητάει να προσκαλέσεις και άλλους 20 φίλους σου. Παράλληλα τα διαφορά quiz που υπάρχουν είναι και αυτά διασκεδαστικά αφού μέσα από αυτά μπορείς να μάθεις ποιος είναι ο χαρακτήρας σου και αν ήσουν καρτούν συμφωνά με τον χαρακτήρα σου, ποιο cartoon θα ήσουν. Βέβαια όλοι οι χρήστες μπορούν να "ανεβάζουν" τραγούδια και να σου προτείνουν να ακούσεις κάποια από αυτά.

2.4 Διαφήμιση

Reach the right people.
Instead of creating an advertisement and hoping that it reaches the right customers, you can create a Facebook Social Ad and target it precisely to the audience you choose. The ads can also be shown to users whose friends have recently engaged with your Facebook Page or engaged with your website through Facebook Beacon. Social Ads are more likely to influence users when they appear next to a story about a friend's interaction with your business.

Το Facebook αποτελεί μια πολύ έξυπνη και εύχρηστη υπηρεσία για τους χρήστες που θέλουν να προωθήσουν και να διαφημίσουν την εργασία τους. Κάθε χρήστης μπορεί να δημιουργήσει μια ιστοσελίδα με εικόνες και κείμενα και μέσω του facebook να την διαφημίσει σε περισσότερους από 800 εκατομμύρια χρήστες σε όλο τον κόσμο. Ταυτόχρονα το Facebook επιτρέπει την οριοθέτηση του κοινού στο οποίο θα απευθύνεται η κάθε διαφήμιση, π.χ. ηλικία, περιοχή, στοιχεία ενδιαφέροντος, έτσι ώστε να μην χρεώνονται από μη σωστό κοινό προσέγγισης. Τέλος, το κόστος της διαφήμισης το ορίζει κάθε χρήστης που θα κάνει την διαφήμιση ανάλογα με τον προϋπολογισμό των διαφημίσεων, ενώ μπορεί και να επιλέξει αν θα χρεώνεται με βάση τα κλικ που θα έχει η διαφήμιση ή με βάση τις εμφανίσεις που θα έχει στην αρχική σελίδα κάποιου χρήστη.

Facebook Ad
Reach the exact relevant targeted friends.

Social Ads
Pair your targeted ad with related actions from a user's friends.

Advanced Targeting
Target by age, gender, location, interests, and more.

Content Integration
Get noticed, not skipped.

Flexible Pricing
Buy clicks (CPC) or impressions (CPM).

What do you want to advertise?
When people click on your ad, this is where it will link.

☒ I have a web page I want to advertise:

☐ Help me make a Page.

Product (Red)
Facebook Pages

2.5 Κοινωνικοποίηση



Οι κοινωνικοποίηση των ατόμων επιτυγχάνεται και μέσω του Facebook. Υπάρχουν πάρα πολλές ομάδες κοινού ενδιαφέροντος πάνω στο Facebook στις οποίες κάθε χρήστης μπορεί να γίνει μέλος τους ανάλογα με το ενδιαφέροντα, τις αντιλήψεις και τις πεποιθήσεις του. Παίρνοντας μέρος σε τέτοιες δραστηριότητες επικοινωνεί με άλλους ανθρώπους, ανταλλάσσει ιδέες για την λύση διαφόρων προβλημάτων και βλέπει τις τάσεις που επικρατούν στην σημερινή κοινωνία. Με τον τρόπο αυτό οξύνεται το πνεύμα της συνεργασίας και της ομαδοποίησης.

2.6 Δημιουργία Album Φωτογραφιών

Κάθε χρήστης μπορεί να ανεβάσει προσωπικές και μη φωτογραφίες και να δημιουργήσει φωτογραφικά Album με διάφορες στιγμές της ζωής του. Επίσης, μπορεί να επιλέξει κάποια φωτογραφία και να την θέσει ως φωτογραφία του προφίλ του και εάν αυτή η εικόνα απεικονίζει τον ίδιο ίσως να τον διευκολύνει στο να τον αναγνωρίζουν πιο εύκολα οι γνωστοί και οι φίλοι του. Επιπρόσθετα, το



Facebook παρέχει την δυνατότητα συσχέτισης/ σήμανσης προσώπων με φωτογραφίες. Έτσι μπορεί κάποιος να ανεβάσει φωτογραφίες που υπάρχουν και άλλα πρόσωπα, εκτός από τον ίδιο και να τα συσχετίσει/ σημάνει με τα ονόματά τους. Βέβαια εάν κάποιο από αυτά τα πρόσωπα ανήκει στην μεγάλη οικογένεια του Facebook και στους Facebook φίλους του χρήστη που ανέβασε την φωτογραφία, αυτομάτως η φωτογραφία κοινοποιείται και στο προφίλ του ατόμου το οποίο επισημάνθηκε σ' αυτή.

2.7 Facebook Places

Με το Places μπορεί ο χρήστης να ενημερώνει το προφίλ του για την τοποθεσία στην οποία βρίσκεται κάνοντας χρήση του κινητού του τηλεφώνου ή smartphone. Με το Places μπορεί να ανακαλύπτει άλλους φίλους που βρίσκονται κοντά του ή να τους κάνει tag σε μέρη που έχει πάει.

Το Facebook Places είναι διαθέσιμο μέσα από τις επίσημες εφαρμογές του Facebook για τα κινητά iPhone, Android και BlackBerry, ενώ μπορεί κάποιος να το χρησιμοποιήσει και από οποιαδήποτε άλλη φορητή συσκευή ή κινητό.



Facebook Places

Who. What. When. And now **where**.

2.8 Χρονολόγιο

Το νέο προφίλ του Facebook έχει την ονομασία "Timeline". Είναι ένα ψηφιακό λεύκωμα που δημιουργείται αυτόματα μέσα από την συνολική δραστηριότητα του κάθε χρήστη στο Facebook όλα τα χρόνια που το χρησιμοποιεί. Οι φωτογραφίες, οι ενημερώσεις και ό,τι άλλο κάνει ο κάθε χρήστης, συγκεντρώνονται σε αντίστροφη χρονολογική σειρά, διαμορφώνοντας έτσι αυτό που περιγράφεται εύστοχα με την φράση "ιστορία της ζωής του".



3 Η έννοια της φιλίας

Πόσους φίλους άραγε μπορεί ένας άνθρωπος να έχει και ποια η σημασία του φίλου για αυτόν;

Φίλος και φιλία δυο πολύ σημαντικές έννοιες για την ζωή κάθε ατόμου. Φιλία είναι η σχέση μεταξύ δύο ή περισσότερων ατόμων ίδιου ή διαφορετικού φύλου. Για να υπάρξει μια τέτοια σχέση πρέπει τα άτομα που την αποτελούν να γνωρίζουν πολύ καλά ο ένας τον άλλο, να υπάρχει επικοινωνία μεταξύ τους, αμοιβαίος σεβασμός και αγάπη. Άλλωστε θεωρούμε φίλους μας εκείνα τα άτομα τα οποία μπορούμε να τα εμπιστευτούμε και που ξέρουν ότι όταν τα χρειαστούμε θα είναι δίπλα και θα μας προσφέρουν ότι μπορούν χωρίς να ζητούν κάποιο αντάλλαγμα. Τώρα στο ερώτημα πόσους φίλους μπορεί να έχει κάποιος πιστεύουμε πως η απάντηση είναι ελάχιστους. Τα άτομα που πληρούν τις παραπάνω προϋποθέσεις στην ζωή κάθε ατόμου είναι λίγα σε αντίθεση με τους γνωστούς ή με τα άτομα που μπορεί να τύχει να κάνουμε κάποιες φορές παρέα που είναι αμέτρητα.

Όμως τα τελευταία 8 χρόνια η έννοια του φίλου και της φιλίας έχει πάρει διαφορετικές διαστάσεις. Αυτές οι διαστάσεις οφείλονται στο Facebook. Το Facebook λοιπόν έχει υιοθετήσει τον όρο φίλος για όλους τους χρήστες που μπορεί κάποιος να έχει προσθέσει στο προφίλ του. Από την στιγμή που ονομάζει έτσι όλους αυτούς τους χρήστες σημαίνει πως διαθέτουν όλες τις αρετές που έχουν οι πραγματικοί φίλοι. Αν όμως σκεφτούμε πως πολλοί από τους Facebook φίλους μπορεί και να μην τους γνωρίζουμε καν, καταλαβαίνουμε πως η χρήση αυτής της λέξης είναι άστοχη για την περιγραφή της σχέσης μεταξύ του κάθε χρήστη και των Facebook φίλων του. Βέβαια δεν είναι απίθανο να δημιουργηθεί κάποια πραγματική φιλία μέσω του Facebook όπως επίσης, είναι φυσικό κάποιοι από τους Facebook φίλους να αποτελούν τους φίλους που έχουμε και στη πραγματική μας ζωή (οι πραγματικοί μας φίλοι μπορεί να έχουν Facebook και να είναι και ηλεκτρονικοί μας φίλοι).

Επειδή όμως στο Facebook δεν μπορούμε να γνωρίζουμε ποιος βρίσκεται πίσω από κάθε προφίλ και από κάθε όνομα χρήστη καλό θα ήταν να μην ξεδιπλώνουμε τις πτυχές της ζωής μας σ' αυτούς τους φίλους μέσω των συνομιλιών μας, ώστε να διατηρήσουμε τα προσωπικά μας δεδομένα ασφαλή.

Τέλος, συμπεραίνουμε ότι ενώ στο Facebook οι φίλοι μας μπορεί να ξεπερνάνε τα 100 και τα 1000 άτομα, όμως οι πραγματικοί μας φίλοι είναι όσοι θα ήταν εάν δεν υπήρχε το Facebook.

4. Η πραγματικότητα στο Facebook

«Το Facebook θέλει να γίνει το Internet», λένε οι ειδικοί στις μέρες μας. Όμως τα νούμερα δεν κάνουν λάθος. Το 2011 οι εγγεγραμμένοι χρήστες έφτασαν τα 7.000.000 παγκοσμίως, ενώ εκτιμάται ότι το 2012 θα φτάσουν το αστρονομικό νούμερο του 1.000.000.000 χρηστών. Αν ήταν χώρα θα κατέλαβε την τρίτη θέση μετά την Κίνα και την Ινδία. Το Facebook είναι η πλέον δημοφιλής ιστοσελίδα, που έχει καταφέρει να αποκτήσει φανατικούς οπαδούς σε όλες τις ηλικίες και κυρίως στους έφηβους και αυτό γιατί διαθέτει μία τεράστια γκάμα εφαρμογών και η εγγραφή ενός νέου χρήστη, όσο και η χρήση του είναι αρκετά εύκολα ακόμα και για ανθρώπους με ελάχιστες γνώσεις σε υπολογιστή.

Ο βασικός λόγος που οι περισσότεροι χρήστες εγγράφονται στο Facebook είναι η δυνατότητα να εντοπίζουν φίλους τωρινούς και από τα παλιά, συγγενείς που μένουν κοντά και μακριά, γνωστούς και αγνώστους και να έρθουν σε επαφή μαζί τους, να ανταλλάξουν απόψεις και να μάθουν νέα. Υπάρχουν ακόμη και περιπτώσεις παντρεμένων ζευγαριών που γνωρίστηκαν μέσω Facebook. Επίσης, μπορούν να γίνουν μέλη σε Fan Clubs και προσωπικές σελίδες καλλιτεχνών, πολιτικών, επιστημόνων και διάφορων οργανώσεων και να επικοινωνούν μαζί τους, ακόμα και απευθείας. Έτσι παρατηρείται ότι οι περισσότεροι χρήστες και κυρίως οι ανήλικοι έχουν ένα τεράστιο αριθμό φίλων στο προφίλ τους, εκ των οποίων μόνο ελάχιστοι είναι φίλοι τους και στην πραγματική ζωή.

Τα τελευταία χρόνια, κυρίως οι πολιτικοί, χρησιμοποιούν το Facebook προκειμένου να έρθουν σε επικοινωνία με ψηφοφόρους τους, διότι έχει παρατηρηθεί ότι τόσο οι φιλελεύθεροι όσο και οι συντηρητικοί επιλέγουν να κάνουν “Like” σε κάποια από τα “post” πολιτικού περιεχομένου. Ακόμη και έμποροι, ελεύθεροι επαγγελματίες και ομάδες ανθρώπων μπορούν να δημιουργούν σελίδα, καθαρά για την κατηγορία τους, και εκεί μπορούν να διαμορφώνουν το περιεχόμενο, να τοποθετούν άρθρα και να κάνουν σχόλια. Ταυτόχρονα μπορούν να παρακολουθούν την κίνηση στη σελίδα τους, τον αριθμό των ενεργών μελών, το βαθμό δραστηριότητάς τους, τον αριθμό αναφορών στη σελίδα κ.α.

Όμως οι γνωριμίες με αγνώστους στο Facebook απεδείχθησαν επιβλαβής σε κάποιες περιπτώσεις με πολύ άσχημες συνέπειες. Η εικόνα ενός αγνώστου που παρουσιάζεται στο Facebook μπορεί να διαφέρει εντελώς από την εικόνα του στον πραγματικό κόσμο και σε συνδυασμό με την αφέλεια, κυρίως των εφήβων, και τη διαστροφή αρκετών επιτήδειων, έχουν συμβεί και θα συνεχίσουν να συμβαίνουν τραγικά συμβάντα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η περίπτωση της 17χρονης Άσλι Χολ, η οποία στα τέλη του 2009 απήχθη, βιάστηκε και δολοφονήθηκε από έναν άνδρα, ο οποίος της παρουσιάσθηκε ως έφηβος στο Facebook.

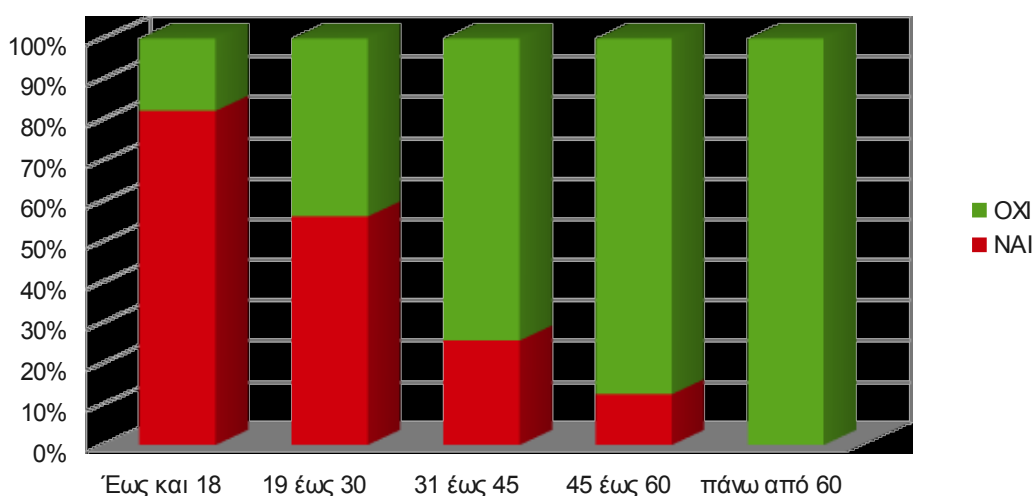
Για το λόγο αυτό, αλλά και για άλλες παρόμοιες περιπτώσεις η εταιρία του Facebook πρόσθεσε μία λειτουργία, το λεγόμενο «Πλήκτρο Πανικού», στους λογαριασμούς ανήλικων χρηστών. Στόχος της η βελτίωση της διαδικτυακής ασφάλειάς τους, που τους επιτρέπει να αναφέρουν κρούσματα ύποπτης συμπεριφοράς και να ζητούν βοήθεια, συμβουλές και στήριξη.

Πέρα όμως από τις επαφές που προσθέτουν οι χρήστες στη σελίδα τους, έχουν την δυνατότητα να προσφέρουν δώρα «ηλεκτρονικά», να αφιερώνουν τραγούδια, να κερνάνε ηλεκτρονικά γλυκά και ποτά στους φίλους τους. Επίσης, μπορούν να γράφουν σχόλια, τα οποία όμως βλέπουν ταυτόχρονα και όλοι οι φίλοι τους και πολλές φορές έχει παρατηρηθεί

ότι αρκετοί χρήστες εκμεταλλεύονται αυτή τη λειτουργία με αρνητικούς σκοπούς προκειμένου να θίξουν ή να δυσφημίσουν συγκεκριμένα πρόσωπα.

Οι νέοι από 12 έως 17 χρονών, προτιμούν τα σύντομα σχόλια στο Facebook καθημερινά, κυρίως μέσω κινητών τηλεφώνων, διότι έχει αποτελέσει μόδα στους κύκλους τους, σε αντίθεση με το Twitter που θεωρείται ότι είναι πιο δημοφιλές σε άτομα με αναπτυγμένη διαδικτυακή ικανότητα και γνώση.. Ταυτόχρονα έχει επιφέρει σαν αποτέλεσμα την μείωση του ποσοστού χρηστών αυτής της ηλικίας, που ασχολούνται με το “blogging”. Η Amanda Lenhart, ερευνητής του Pew, δήλωσε στο Associated Press ότι η ραγδαία αύξηση της χρήσης του Διαδικτύου μέσω κινητών τηλεφώνων οφείλεται κατά 55% σε άτομα από 18 έως και 29 ετών και κατά 27% σε άτομα από 12 έως και 17 ετών. Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα γενικότερα η καθημερινή χρήση του Facebook είναι περισσότερη σε ηλικίες έως 18 ετών και μειώνεται όσο ανεβαίνουν.

ΠΟΣΟΣΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ



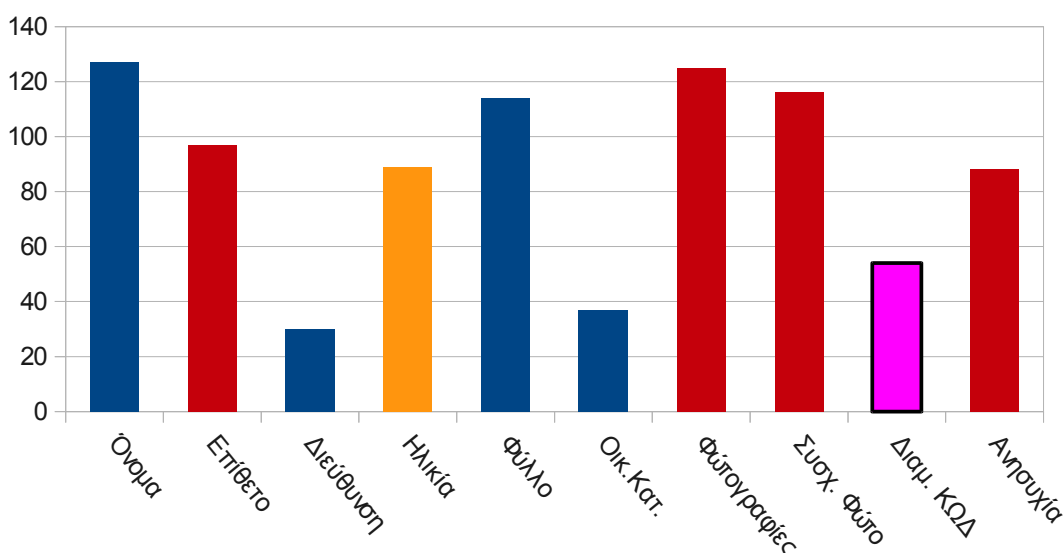
Όμως το Facebook επεξεργάζεται και λογοκρίνει το κάθε σχόλιο, ακόμη και πριν τη δημοσίευσή του. Υποστηρίζει ότι διαθέτει αυτοματοποιημένα συστήματα που δουλεύουν στο παρασκήνιο για να διατηρούν ένα ασφαλές περιβάλλον μακριά από συνδέσμους σε spam και malware. Σε μεμονωμένες περιπτώσεις κάνουν λάθη, όπως στην περίπτωση νεαρού που προσπάθησε να γράψει σχόλιο το οποίο περιείχε μέσα τον όρο “Google+”. Το σχόλιο θεωρήθηκε από τα συστήματα του Facebook ως spam και δεν δημοσιοποιήθηκε. Μόνο όταν ο νεαρός επικοινωνήσει με την εταιρία, έγινε έρευνα για την αιτία και διαπιστώθηκε, κατά τα λεγόμενά της, ότι ήταν λάθος αλγοριθμικό και ότι δεν επρόκειτο για κακόβουλο σχόλιο.

Επίσης, οι χρήστες πολύ συχνά ανεβάζουν πλήθος φωτογραφιών τους, μιλάνε για τις δραστηριότητές τους, για τη δουλειά τους και για την οικογένειά τους, χωρίς να συνειδητοποιούν ότι έτσι ξεμπροστιάζουν την προσωπική τους ζωή δημόσια. Να μην παραλείψουμε να αναφέρουμε ότι το Facebook έχει καταφέρει να πείσει τα άτομα που θέλουν να δημιουργήσουν λογαριασμό, να δίνουν τα πραγματικά προσωπικά τους στοιχεία. Πολλές φορές έχουν γίνει καταγγελίες από ανθρώπους που είδαν φωτογραφίες τους ή και ολόκληρη σελίδα τους με ψεύτικα στοιχεία, στο Facebook χωρίς να τα έχουν τοποθετήσει οι ίδιοι, αλλά κάποιοι κακόβουλοι που θέλησαν έτσι να τους δυσφημίσουν ή να τους κοροϊδέψουν ή να τους κάνουν ρεζίλι σε κοινούς γνωστούς. Χαρακτηριστικές είναι οι περιπτώσεις ζευγαριών που χωρίζουν και έπειτα ο ένας από τους δύο ανεβάζει στη

σελίδα του στο Facebook άσεμνες φωτογραφίες του άλλου ή οι περιπτώσεις διασήμων που αποκτούν σελίδα χωρίς να την έχουν δημιουργήσει οι ίδιοι. Μετά από έρευνα που έγινε σε δείγμα 250 ατόμων όλων των ηλικιών, διαπιστώθηκε ότι οι περισσότεροι δεν είχαν πρόβλημα να δώσουν το ονοματεπώνυμό τους, την ηλικία τους και φωτογραφίες τους, ενώ ταυτόχρονα ήταν ανήσυχοι που το είχαν ήδη κάνει. Παρακάτω ακολουθεί σχετικό διάγραμμα.

Το Facebook και ένας εύκολος τρόπος επικοινωνίας, κυρίως για ανθρώπους με χαμηλή αυτοεκτίμηση, υψηλό κοινωνικό άγχος και κάτω του μετρίου εμφάνιση. Τους ενθαρρύνει να μιλήσουν με πολλούς φίλους, ακόμα και για πράγματα που μέχρι τώρα δεν είχαν το θάρρος να πουν ή να θίξουν. Ταυτόχρονα διαθέτει ένα εργαλείο, το λεγόμενο Lexicon, το οποίο επιτρέπει στους χρήστες να παρακολουθούν ποια θέματα συζητιούνται περισσότερο στο Facebook. Από την άλλη όμως, καταλήγουν απόλυτα εξαρτημένοι από την εικονική τους ζωή, σε βαθμό που θέλουν μέσα από το προφίλ τους να δείξουν ότι περνάνε καλά, χωρίς να του νοιάζει αν όντως είναι έτσι τα πράγματα.

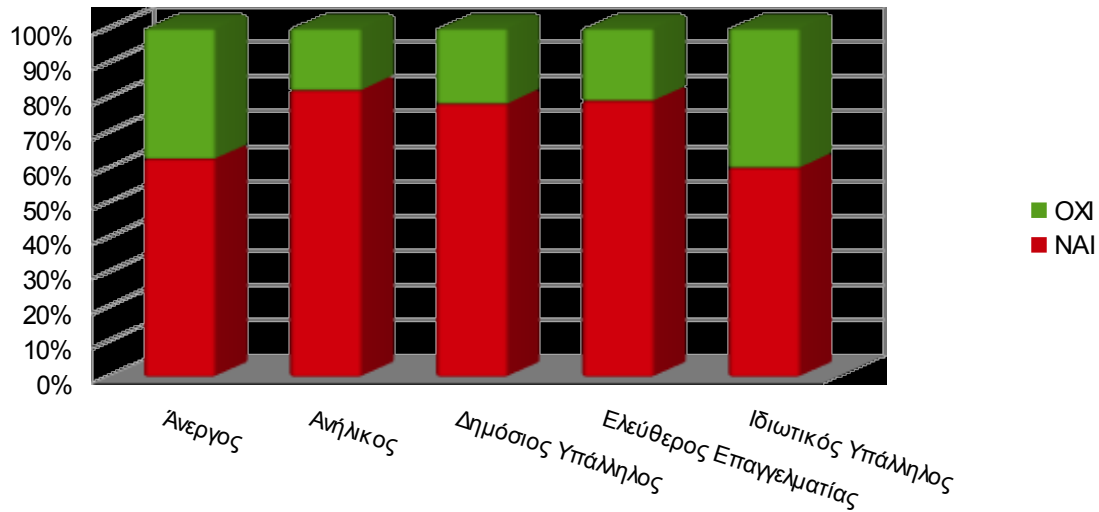
Προσωπικά Στοιχεία



Συνεχίζοντας με τις εφαρμογές του Facebook, να αναφέρουμε ότι διαθέτει quiz, εκατοντάδες παιχνίδια στα οποία συναγωνίζεται ο χρήστης με φίλους του από τη σελίδα του, τεστ προσωπικότητας, chat, τζόγο και ηλεκτρονικά καταστήματα. Οι επαγγελματίες μπορούν να τοποθετούν δημοσκοπήσεις και διαφημίσεις σε συγκεκριμένες ομάδες χρηστών βάσει κριτηρίων, όπως φύλλο, ηλικία, τόπος διαμονής κ.α.

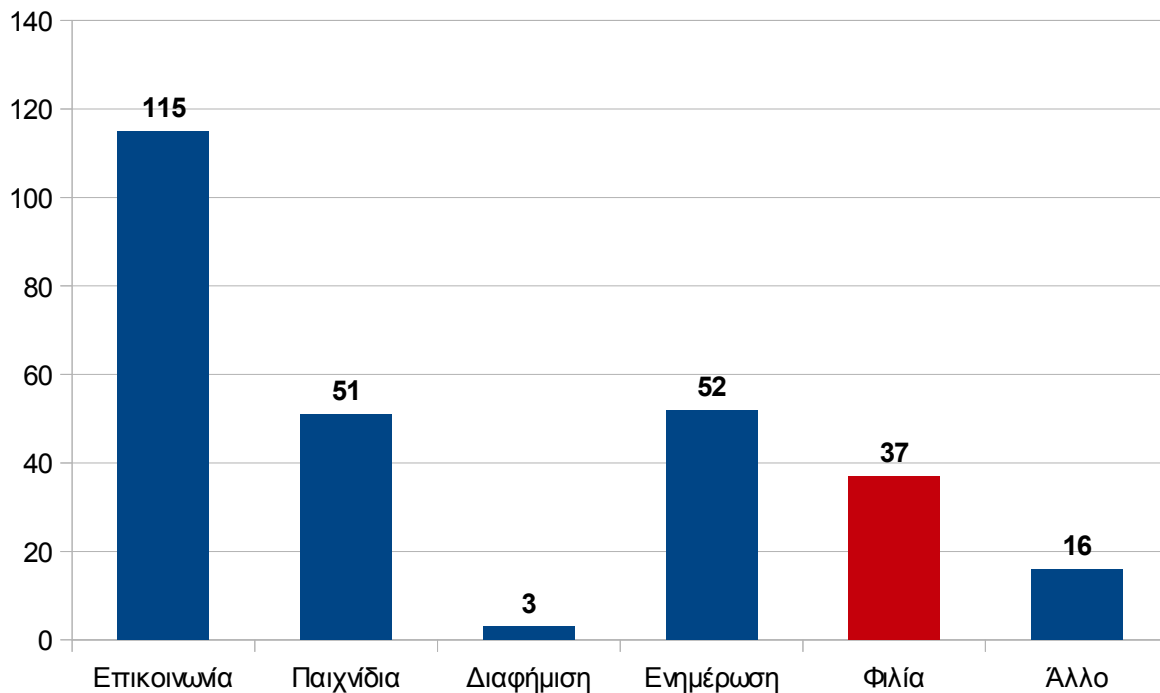
Οι περισσότερες από αυτές τις εφαρμογές, ιδιαίτερα κάποια από τα παιχνίδια, είναι πολύ δημοφιλείς στους χρήστες σε βαθμό εθισμού. Αποτέλεσμα είναι οι ατελείωτες ώρες χρήσης του Facebook, η απομάκρυνση από την πραγματική ζωή, η απομόνωση από το υπόλοιπο κοινωνικό σύνολο και η υποβάθμιση της ποιότητας της ζωής τους και της υγείας τους. Βάση της έρευνας που προαναφέραμε καταγράφηκαν τα ποσοστά χρήσης ανά κατηγορία επαγγελματιών στο παρακάτω διάγραμμα.

ΠΟΣΟΣΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΠΠΑΓΕΛΜΑΤΙΩΝ



Στη συνέχεια ακολουθεί διάγραμμα στο οποίο παρουσιάζονται τα ποσοστά χρήσης των εφαρμογών του Facebook.

ΧΡΗΣΗ



Οι ενήλικες συνηθίζουν να συνδέονται στο λογαριασμό τους τη στιγμή που φτάνουν στο χώρο εργασίας τους και παραμένουν συνδεδεμένοι σχεδόν μέχρι να φύγουν, αλλά ασχολούνται με το προφίλ τους ανά τακτά χρονικά διαστήματα όταν έχουν διάλλειμα ή όταν δεν έχουν πολύ δουλειά. Όμως έχει παρατηρηθεί ότι πολλές φορές παρασύρονται και αφιερώνουν αρκετό χρόνο, με αποτέλεσμα να παραμελούν τη δουλειά τους. Έχουν υπάρξει ακόμη και περιπτώσεις εργοδοτών που παρακολουθούσαν στο Facebook τους

υπαλλήλους τους και έτσι βρήκαν στοιχεία που σε αρκετές περιπτώσεις αποτέλεσαν αιτία για την απόλυσή τους.

Αυτοί όμως που παρουσιάζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά εθισμού είναι οι έφηβοι. Οι ώρες που αφιερώνουν στο Facebook έχουν σοβαρές επιπτώσεις στις επιδόσεις τους στο σχολείο και τις υπόλοιπες δραστηριότητές τους. Παρατηρείται ότι χρησιμοποιούν συχνά στο καθημερινό τους λεξιλόγιο εκφράσεις, όπως «έχεις Facebook;», «σε έκανα add», «σε σκούνησα, το είδες;», και άλλες πολλές που πηγάζουν από την ορολογία του Facebook.

Το φαινόμενο αυτό ανησυχεί τους γονείς και ιδιαίτερα αυτούς που δεν γνωρίζουν πως λειτουργεί. Κάποιοι επιχειρούν να αποκτήσουν κρυφά πρόσβαση στο προφίλ των παιδιών τους, ενώ άλλοι επιλέγουν να γίνουν «φίλοι» τους. Πρόσφατη έρευνα σε μαθητές, απέδειξε ότι το 16% των μαθητών δέχτηκαν να γίνουν «φίλοι» με τους γονείς τους στο Facebook, διότι ήταν βασική προϋπόθεση εξ' αρχής ώστε να τους επιτραπεί να δημιουργήσουν δικό τους λογαριασμό. Το 38% που είχαν ήδη λογαριασμό, αγνόησαν το αίτημα φιλίας των γονιών τους και τέλος, το 65% δήλωσε ότι δεν κρύβονται από αυτούς.

5. Ασφάλεια στο Facebook

Κατά τον Χρήστο Γιοβάνη

“Ασφάλεια είναι η απουσία κινδύνου”

Οπότε, για να μιλήσουμε για ασφάλεια στο Facebook πρέπει πρώτα να ορίσουμε τους κινδύνους και αμέσως μετά να δούμε πως μπορούμε να τους εξαλείψουμε. Όμως, σε ένα εξελισσόμενο μέσο όπως είναι το Facebook, είναι σχεδόν αδύνατη η εξάλειψη των κινδύνων. Οπότε θα αρκεστούμε στον περιορισμό των κινδύνων και στην μέγιστη εξασθένιση της ισχύος τους.

5.1 Κίνδυνοι - Φόβοι

Έχοντας υπ' όψη την πραγματικότητα για το Facebook όπως αναφέρθηκε προηγουμένως και δίνοντας μεγάλη βάση στο ερωτηματολόγιο που δημιουργήσαμε, κάναμε μια τυπική αναγνώριση των κινδύνων. Το ερωτηματολόγιο το διαθέσαμε σε μαθητές, εκπαιδευτικούς, γονείς και κατοίκους της περιοχής και ζητήσαμε να μας πουν με καθημερινό πεζό λόγο, αν φοβούνται κάτι στο Facebook και τι είναι αυτό.

Το αποτέλεσμα ήταν εκατοντάδες εγγραφές από προτάσεις οι οποίες συνοψίζονται στα παρακάτω:

Κίνδυνοι όπως αναφέρθηκαν στο ερωτηματολόγιο	
Σύνοψη	Κείμενο ερωτηθέντων
Προσωπικά Δεδομένα	πορνογραφία κακόβουλη χρήση πώληση, διαπώμπευση κλοπή χρήση από τρίτους παραπλάνηση κτλ
Παρενόχληση, Παραπλάνηση	λεκτική πορνογραφική παιδεραστία συκοφαντία ανήθικα και ακατάλληλα σχόλια γνωριμία με αγνώστους καταπάτηση δικαιωμάτων κτλ

Εγκληματικότητα	βία βιασμοί σκοτωμοί απαγωγές απάτες απειλές εκβιασμοί ηλεκτρονικά εγκλήματα κτλ
Εθισμός	κατάχρηση χρόνου σπατάλη χρόνου αντικοινωνικότητα αποξένωση μοναξιά “τρελαίνονται” υπερέκθεση κτλ
Μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση	κλοπή διαπιστευτηρίων επέμβαση στο προφίλ εν αγνεία ιοί χακάρισμα κίνδυνος spam-malware και κακόβουλου λογισμικού κτλ
Χειραγώγηση και παρακολούθηση	χειραγώγηση της κοινής γνώμης πώληση κοινωνικών και οικονομικών τάσεων προσηλυτισμός αλλοίωση της ατομικής προσωπικότητας έλεγχος της κάθε μας κίνησης έλεγχος πλήθους εκμετάλλευση δημιουργία κατευθυνόμενης διαφήμισης εσφαλμένα συμπεράσματα κτλ
Φοβάμαι μην με προδώσουν οι δηλώσεις μου	Ως έχει
Χρήση ναρκωτικών	Ως έχει
Διάφοροι	Ως έχει
Ότι κίνδυνος και να υπάρχει θα τον ξεπεράσουμε	Ως έχει

5.1.1 Προσωπικά Δεδομένα

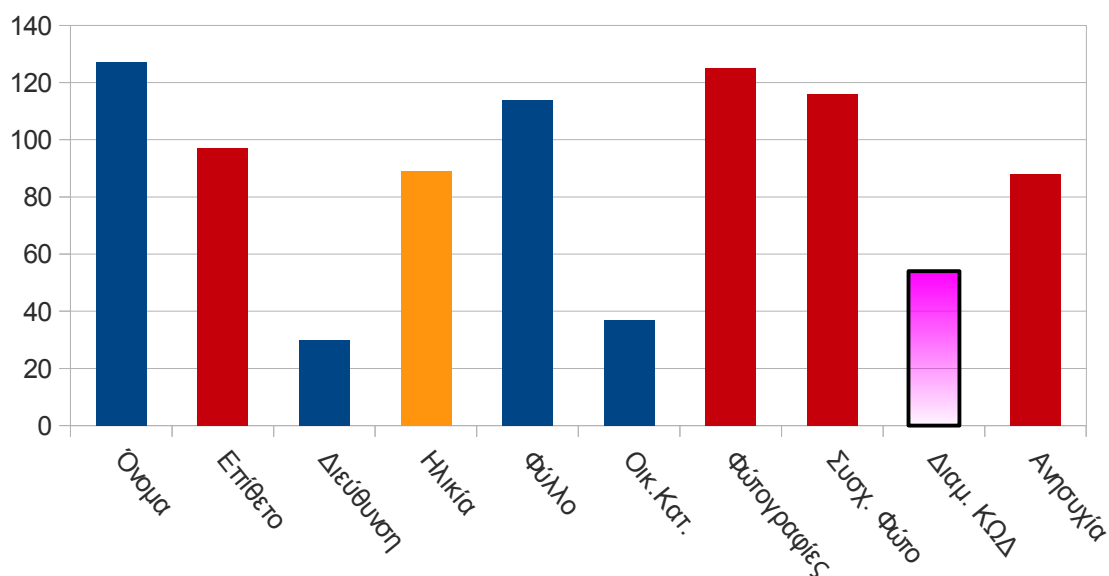
Όσον αφορά τα προσωπικά δεδομένα, οι ερωτηθέντες εξέφρασαν τους περισσότερους φόβους. Οι φόβοι τους έχουν κυρίως σχέση με διαρροή των προσωπικών δεδομένων, γεγονός το οποίο οδηγεί σε καταστάσεις, όπως κλοπή και πώληση δεδομένων ή άλλη αντίστοιχη κακόβουλη χρήση, σε συκοφαντία και κάποιες φορές σε μια ενδιαμέση μορφή πορνογραφίας, όπου οι χρήστες εν αγνοία τους παρουσιάζονται σε άλλους ιστοτόπους όντας σε ιδιωτικές στιγμές. Κάποιες φορές μάλιστα, τα πρόσωπά τους προσαρτώνται σε άλλες φωτογραφίες ερωτικού περιεχομένου και μάλιστα η επεξεργασία είναι τόσο καλή που οι θεατές δεν αντιλαμβάνονται την παραποίηση.



Από μελέτες φαίνεται ότι οι χρήστες του Facebook γενικότερα, έχουν αρχίσει να προσπαθούν να προστατέψουν τα προσωπικά τους δεδομένα. Αυτό οφείλεται κυρίως σε ιστορίες που έχουν δημοσιευτεί κατά καιρούς, όπου τα αποτελέσματα από τον υπερβολικό διαμοιρασμό προσωπικών δεδομένων ή από την κλοπή αυτών, κάποιες φορές ήταν ολέθρια. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι η συμπεριφορά και τα σχόλια ενός ατόμου μπορεί να οδηγήσουν σε άμεση απόλυση αν έρχονται σε αντίθεση με τον προϊστάμενό του.

Πάντως, από το δικό μας ερωτηματολόγιο φαίνεται μία αντιφατική κατάσταση. Στο παρακάτω γράφημα εμφανίζεται το πλήθος των προσωπικών δεδομένων και το είδος τους, συνοδευόμενα από την ανησυχία που έχουν οι χρήστες που διαμοιράζουν τα δεδομένα τους. Προσέξτε ότι οι περισσότεροι χρήστες δίνουν το πραγματικό τους όνομα και επίθετο μαζί με την ηλικία τους, ενώ δεν διστάζουν να δίνουν τα διαπιστευτήριά τους σε άλλους φίλους. Στην πραγματική ζωή αυτό μεταφράζεται με τον διαμοιρασμό των κλειδιών

Προσωπικά Στοιχεία



του σπιτιού μας. Επίσης, όχι μόνο ανεβάζουν πολλές προσωπικές φωτογραφίες, αλλά ταυτόχρονα τις ταυτοποιούν με άλλα μέλη της μεγάλης αυτής κοινότητας. Και σαν κερασάκι στην τούρτα, οι περισσότεροι από αυτούς ανησυχούν για τα προσωπικά τους δεδομένα.

5.1.2 Παρενόχληση, Παραπλάνηση

Και αυτοί οι φόβοι έχουν άμεση σχέση με το διαμοιρασμό προσωπικών δεδομένων, αλλά ακόμη περισσότερο έχουν να κάνουν με την συμπεριφορά των χρηστών. Ενώ υπάρχουν άπειρες περιπτώσεις όπου οι χρήστες υπέστησαν πραγματική παρενόχληση, είτε αυτή είναι λεκτική είτε είχε την μορφή συκοφαντίας, υπάρχουν και περιπτώσεις όπου η παρενόχληση ήταν αποτέλεσμα δικής τους μη φρόνιμης συμπεριφοράς. Είναι πολλές οι φορές, όπου νεαρά άτομα δηλώνουν ερωτευμένα ή όχι με ταυτόχρονη δημοσίευση προκλητικών φωτογραφιών και σχολίων για αναζήτηση νέου συντρόφου. Αν και το τελικό αποτέλεσμα είναι η παρενόχληση, αυτή ουσιαστικά αυτοπροκαλείται, αφού δυστυχώς, λόγω του νεαρού της ηλικίας αυτά τα άτομα δεν μπορούν να διαχειριστούν τέτοιες καταστάσεις.

Ακόμη χειρότερα, η δημοσιοποίηση των πραγματικών στοιχείων του χρήστη οδηγεί επιτήδειους πολύ κοντά στο πραγματικό άτομο, στην πραγματική του ζωή, με αποτέλεσμα η παρενόχληση να παίρνει πραγματικές διαστάσεις και όχι μόνο εικονικές.

Μια άλλη μορφή παρενόχλησης είναι η αντιγραφή της προσωπικότητας ενός ατόμου. Έχουν παρατηρηθεί φαινόμενα, όπου κάποιοι χρήστες προσποιούμενοι τους φίλους με κάποιον άλλο χρήστη, αντιγράφουν φωτογραφίες και πληροφορίες με τις οποίες δημιουργούν ένα νέο προφίλ προσποιούμενοι το πραγματικό άτομο. Το προφίλ είναι αρκετά πειστικό, αφού βασίζεται σε πραγματικά στοιχεία του πραγματικού χρήστη και η συκοφαντία ξεκινά με κάθε νέα ανάρτηση.

Τέλος, υπάρχουν και μορφές παρενόχλησης οι οποίες δεν καταλήγουν άμεσα στον χρήστη, αλλά έμμεσα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η συκοφαντία, αφού μια φωτογραφία ή ένα σχόλιο μπορεί να αντιγραφεί μερικώς, οδηγώντας το κοινό σε μια μερική άποψη της αλήθειας η οποία ουσιαστικά είναι ψευδής.

Η έκφραση

“Μια εικόνα αξίζει όσο χίλιες λέξεις”

στην εποχή της εύκολης επεξεργασίας αποκτά ακόμη μεγαλύτερη σημασία και ίσως θα μπορούσε να ξαναγραφεί ως εξής:

“Μια εικόνα αξίζει όσο χίλιες λέξεις, αλλά ποιες λέξεις είναι αυτές;”

5.1.3 Εγκληματικότητα

Ενώ κάποιος θα περίμενε ότι σε ένα εικονικό περιβάλλον είναι ασφαλής, μακριά από εγκλήματα της καθημερινής ζωής, θα λέγαμε ότι όχι μόνο κάνει λάθος, αλλά το λάθος του είναι τόσο μεγάλο όσο το μέγεθος του διαμοιρασμού των προσωπικών του πληροφοριών. Έχουν καταγραφεί φαινόμενα βίας, βιασμών, ξυλοδαρμών, ανθρωποκτονιών, εκβιασμών και άλλων εγκλημάτων της πραγματικής ζωής στο Facebook. Μάλιστα αν προσθέσουμε και τα “νέα” εγκλήματα, τα ηλεκτρονικά, τότε ίσως το Facebook είναι πιο επικίνδυνος τόπος από την κακόφημη πλατεία της πόλης μας.



Βέβαια, όπως αναφέραμε πιο πάνω, η επικινδυνότητα αυξάνεται με την αύξηση του διαμοιρασμού των στοιχείων μας. Έτσι ένας επίδοξος εγκληματίας, ενώ στην πραγματική ζωή θα δυσκολευόταν να βρεί στοιχεία για κάποιο άτομο, όντας “φίλος” στο Facebook ή φίλος φίλου, μπορεί να συλλέξει αρκετές πληροφορίες για τις συνήθειες του ατόμου και τον χαρακτήρα του. Χρησιμοποιώντας μάλιστα την νέα τεχνολογία μπορεί ανά πάσα στιγμή να γνωρίζει σε πιο σημείο ανά τον κόσμο βρίσκεται το υποψήφιο θύμα. Τέτοιες τεχνολογίες είναι οι EXIF πληροφορίες στις φωτογραφίες, οι συντεταγμένες της φορητής συσκευής με την οποία ο χρήστης έκανε την τελευταία ανάρτηση κ.α. Έτσι απλές συναντήσεις μπορεί να καταλήξουν σε βιασμό ή εκβιασμό, σε ανθρωποκτονία ή ξυλοδαρμό, ληστεία και απαγωγές ή απλά σε απειλές ή ακόμα καλύτερα σε μια πικρή γεύση μια άκαρπης συνάντησης με κάποιον που απλά θεωρούνταν φίλος μέχρι τότε.

5.1.4 Εθισμός

Άλλοι κίνδυνοι, ίσως λιγότερο επικίνδυνοι με την πρώτη ματιά, έχουν να κάνουν με τον εθισμό που μπορεί να αποκτήσει κάποιος με την χρήση κοινωνικών δικτύων. Ενώ οι προηγούμενοι κίνδυνοι είχαν κυρίως σχέση με τον διαμοιρασμό των προσωπικών δεδομένων και τον χαρακτήρα του ατόμου, ο εθισμός έχει άμεση σχέση με την προσωπικότητά του. Ο καθένας μας εκμεταλλεύεται τον χρόνο του ανάλογα με τις εμπειρίες του και το διαπροσωπικό του κύκλο. Τα αποτελέσματα και οι αιτίες είναι διαφορετικά για τον καθένα μας. Παραδείγματα είναι η κατασπατάληση του ελεύθερου χρόνου, η αντικοινωνικότητα στον πραγματικό κόσμο, η αποξένωση από την οικογένεια και τους συγγενείς, η μοναξιά ανάμεσα στους χιλιάδες ‘φίλους’ κ.α.

Χαρακτηριστική ήταν μια μονολεκτική απάντηση στο ερωτηματολόγιο :

“Τρελαίνονται”

Ο μαθητής αντιλαμβανόμενος τα παραπάνω από συναίσθηση και μη, έχοντας την εμπειρία να αναγνωρίσει τους πραγματικούς κινδύνους, έδωσε αυτή την απάντηση. Προφανώς είδε τον εθισμό, αλλά όντας μέσα στην κατάσταση δεν μπορεί να τον διαχειριστεί. Μη ξεχνάμε μάλιστα ότι το Facebook για τους νέους είναι μεταξύ των άλλων και μόδα και ως τέτοιο όλοι πρέπει να το έχουν.

Το θέμα αυτό είναι αρκετά μεγάλο και απασχολεί πολλούς ειδήμονες, αλλά τελικά εξαρτάται από τον ίδιο το χρήστη στο πως διαθέτει τον χρόνο του.



5.1.5 Μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση

Θα μπορούσε κάποιος να υποστηρίξει ότι η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση αποτελεί έγκλημα και σαν έγκλημα θα έπρεπε να συμπεριληφθεί στους κινδύνους που αναφέραμε προηγουμένως. Η αλήθεια είναι ότι θα είχε δίκιο, αλλά από το ερωτηματολόγιό μας είδαμε ένα σαφή διαχωρισμό των δύο. Υπήρχαν πολλές αναφορές σε κλοπή διαπιστευτήριων, σε επέμβαση στο προφίλ εν αγνοία του πραγματικού χρήστη, σε ιούς, σε “χακαρίσματα”, σε spam, σε malware και άλλα τέτοια. Το μόνο που μπορούμε να συμπεράνουμε εδώ είναι αυτό που συμπεράναμε και λίγο πριν. Ότι δηλαδή, οι χρήστες με την λέξη κίνδυνος, αντιλαμβάνονται διαφορετικά πράγματα όταν βρίσκονται μπροστά στον υπολογιστή και διαφορετικά πράγματα όταν απομακρύνονται από αυτόν. Στην πραγματικότητα όμως θα πρέπει απλά να διευρύνουν την έννοια της λέξης όταν βρίσκονται σε αλληλεπίδραση με κάποιον υπολογιστή και μάλιστα συνδεδεμένοι σε κάποιο ηλεκτρονικό δίκτυο κοινωνικής δικτύωσης.

Θα πρέπει εδώ να αναφέρουμε και περιπτώσεις, όπου απλοί χρήστες χωρίς τεχνικές γνώσεις δεν μπορούν να καταλάβουν όλες τις μορφές ηλεκτρονικού εγκλήματος στις οποίες μπορεί να έχουν πέσει θύματα. Χαρακτηριστικά μπορούμε να αναφέρουμε την περίπτωση ενός εταιρικού (ή σχολικού) δικτύου, όπου ο κεντρικός εξυπηρετητής μπορεί να καταγράψει όλες τις τοποθεσίες που έχει επισκεφθεί κάποιος χρήστης και ο διαχειριστής μπορεί να δει όλες τις φωτογραφίες των 'φίλων', χωρίς καν να είναι μέλος του Facebook. Εξειδικεύοντας λίγο περισσότερο μπορούμε να πούμε για περιπτώσεις keyloggers (μικρά προγραμματάκια που καταγράφουν το κάθε πάτημα πλήκτρου) όπου και πάλι μη εξουσιοδοτημένα άτομα μπορούν να έχουν πρόσβαση σε κάθε συνομιλία χωρίς να γνωρίζουν ούτε έναν από τους συνομιλητές. Πρέπει πάντως να σημειώσουμε ότι το παραπάνω μπορεί και να μην αποτελεί έγκλημα και εξαρτάται από την πολιτική χρήσης των υπολογιστών της κάθε εταιρίας.

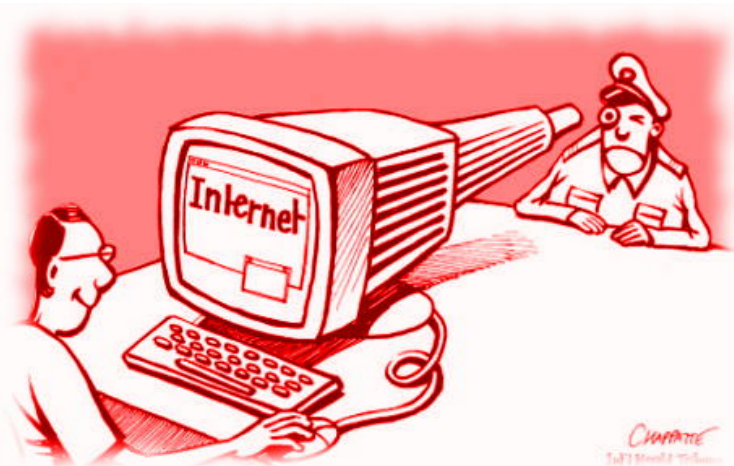


5.1.6 Χειραγώγηση και παρακολούθηση

Η χειραγώγηση και η παρακολούθηση έχουν αλληλένδετη σχέση αφού για να χειραγωγήσεις κάποιον πρέπει να το παρακολουθήσεις και για να το παρακολουθήσεις πρέπει να το χειραγωγήσεις ή απλά να τον εξαπατήσεις ώστε να σε θεωρήσει φίλο του. Κάποιοι υποστηρίζουν ότι:

“το Facebook θέλει να γίνει το Internet”

Αυτοί βέβαια το λένε για τους δικούς τους λόγους, αλλά μάλλον έχουν δίκιο στην γενική ιδέα. Το Facebook έχει κατηγορηθεί κατά καιρούς για πώληση προσωπικών δεδομένων και τάσεων της “κοινής γνώμης”, για στενή παρακολούθηση χρηστών, για λογοκρισία και άλλα τέτοια που παραπέμπουν στον γνωστό Big Brother.



Επίσης, τελευταία γίνεται πολύ μεγάλος λόγος για το κουμπάκι

“Like”. Κάθε φορά που εμφανίζεται αυτό το κουμπάκι στην σελίδα που βλέπει ο χρήστης, στην πραγματικότητα το κουμπάκι δεν στέλνεται από την ίδια την σελίδα αλλά από κάποιον server του Facebook. Με απλά λόγια αυτό σημαίνει ότι, όταν κάποιος είναι συνδεδεμένος στο Facebook, το Facebook εκ των πραγμάτων γνωρίζει την διεύθυνση, το ονοματεπώνυμό του, το χαρακτήρα του, αλλά επιπρόσθετα, στέλνοντας αυτό το κουμπάκι μπορεί και “βλέπει” σε πραγματικό χρόνο σε ποιες σελίδες “μπαίνει” ο κάθε χρήστης.

Σε γενικές γραμμές πάντως υπάρχουν πολλά κείμενα στο Internet που μιλούν για χειραγώγηση της κοινής γνώμης, πώληση κοινωνικών και οικονομικών τάσεων, προσηλυτισμό, αλλοίωση της ατομικής προσωπικότητας, έλεγχο της κάθε μας κίνησης, έλεγχο πλήθους, δημιουργία κατευθυνόμενης διαφήμισης (την οποία παραδέχεται το Facebook) και πολλά άλλα.

5.1.7 Ιστορικό

Κάποιος απάντησε στο ερωτηματολόγιο

“Φοβάμαι μην με προδώσουν οι δηλώσεις μου”

Με απλά λόγια ο χρήστης απάντησε πως φοβάται την “κολοτούμπα”. Το Facebook, όπως και ο γραπτός λόγος, μένουν. Αυτό σημαίνει ότι, αν και ο καθένας έχει δικαίωμα να αλλάξει άποψη όποτε το επιθυμεί, τεκμηριωμένα ή όχι, μετά από κατανόηση του λάθους του ή όχι, δεν αλλάζει το οτιδήποτε έχει ειπωθεί. Ειδικά οι περισσότεροι ανήλικοι και οι μικροί σε ηλικία δεν μπορούν να το καταλάβουν αυτό και γράφουν πλέον τα πάντα χωρίς να δίνουν περιθώριο λάθους στον εαυτό τους. Και επειδή κανείς δεν είναι τέλειος, αργά ή γρήγορα θα έρθουν αντιμέτωποι με δηλώσεις τους.

5.2 Τρόποι αντιμετώπισης

Η πιο αισιόδοξη δήλωση στο ερωτηματολόγιο ήταν η εξής

“Ό,τι κίνδυνος και να υπάρχει θα τον ξεπεράσουμε”

Θα μπορούσε να είναι αλήθεια, αλλά δυστυχώς δεν μπορούμε να προστατευτούμε από όλους τους κινδύνους που προαναφέραμε ή που υπάρχουν και είτε δεν τους γνωρίζουμε είτε απλά δεν τους αναφέραμε για λόγους περιορισμού του μεγέθους της εργασίας.

Βλέποντας και αναγνωρίζοντας τους παραπάνω κινδύνους, αυτόματα σχεδόν βρίσκουμε τομείς στους οποίους μπορούμε και πρέπει να προστατευτούμε στο Facebook:

- Από άλλους χρήστες
- Από εφαρμογές
- Από την αναζήτηση του Facebook
- Από δημοσιοποίηση των γεωγραφικών δεδομένων
- Από δημοσιοποίηση χαρακτηρισμένων φωτογραφιών
- Από man in the middle
- Από cookies και γενικά το κουμπί Like του Facebook
- Από τον εαυτό μας

Επίσης, με βάση όλα τα παραπάνω οι τρόποι άμυνας χωρίζονται σε 2 κατηγορίες. Στους τρόπους που έχουν άμεση σχέση με τις τεχνικές δυνατότητες μας ή του Facebook και στους τρόπους που έχουν να κάνουν με την συμπεριφορά μας.

5.2.1 Άμυνα με χρήση τεχνολογίας

Αρχικά πρέπει να ενεργοποιηθεί η ασφαλής πρόσβαση (https). Για να το κάνουμε αυτό, στις ρυθμίσεις ασφαλείας τσεκάρουμε τη επιλογή που φαίνεται στην παρακάτω εικόνα.

Ρυθμίσεις ασφαλείας

Ερώτηση ασφαλείας	Με την ερώτηση ασφαλείας θα μπορούμε να σας αναγνωρίσουμε πιο εύκολα.	Επεξεργασία
Ασφαλής περιήγηση	☒ Όποτε μπορείτε, περιηγηθείτε στο Facebook από ασφαλή σύνδεση (https) Αποθήκευση αλλαγών Ακύρωση	
Ειδοποιήσεις σύνδεσης	Οι ειδοποιήσεις σύνδεσης είναι απενεργοποιημένες .	Επεξεργασία
Εγκρίσεις σύνδεσης	Όταν συνδέεστε από μη αναγνωρισμένη συσκευή, δεν απαιτείται έγκριση.	Επεξεργασία
Κωδικοί πρόσβασης εφαρμογών	Δεν έχετε δημιουργήσει κωδικούς εφαρμογών.	Επεξεργασία
Αναγνωρισμένες συσκευές	Καμία αναγνωρισμένη συσκευή.	Επεξεργασία
Ενεργές συνδέσεις	Σύνδεση από Thessaloniki, 54, GR.	Επεξεργασία

[Απενεργοποιήστε το λογαριασμό σας.](#)

Από την επόμενη σύνδεση τα δεδομένα που μεταφέρονται από και προς τους servers του Facebook, θα μεταφέρονται κρυπτογραφημένα. Το ίδιο θα μπορούσε να συμβεί αν απλά πληκτρολογήσουμε **https://www.facebook.com**, αντί του απλού **http://www.facebook.com**. Προσοχή πρέπει να δωθεί ώστε αυτή η λειτουργία να είναι ενεργή πάντα στις περιπτώσεις που συνδέεστε από κοινόχρηστους υπολογιστές ή από κάποιο εταιρικό δίκτυο. Αν δεν χρησιμοποιείται αυτή την κατάσταση λειτουργίας, ο κωδικός σας μεταφέρεται στο μέσο (καλώδιο, αέρας) χωρίς κρυπτογράφηση και κακόβουλοι χρήστες μπορούν να τον υποκλέψουν.

Αμέσως μετά τη πρώτη σας σύνδεση, το Facebook θα σας προτείνει συνεχώς (δείτε τις εικόνες που ακολουθούν) να δώσετε τα διαπιστευτήρια (κωδικό) του e-mail σας, για να σας βρει νέους φίλους. Προσοχή όμως, γιατί το Facebook και το email είναι 2 εντελώς διαφορετικά πράγματα. Το email είναι προσωπικό σας στοιχείο και όπως δεν θα επιτρέπατε σε κάποια τράπεζα ή άλλο οργανισμό στην πραγματική σας ζωή να διαβάσει την αλληλογραφία σας, έτσι δεν θα πρέπει να επιστρέψετε και στο Facebook να διαβάσει την ηλεκτρονική σας αλληλογραφία.

Καλώς όρισες στο Facebook, Tafi

1 Αναζήτηση στο email σας για φίλους που βρίσκονται ήδη στο Facebook

Αυτοί οι **4 φίλοι** βρήκαν τους φίλους τους με τη βοήθεια του εργαλείου εισαγωγής επαφών.



Το email σας:

Κωδικός πρόσβασης
του email:

Βρείτε φίλους

 Το Facebook δεν θα αποθηκεύσει τον προσωπικό σας κωδικό πρόσβασης.



Tafi, οι φίλοι σου περιμένουν



Οι χρήστες του Facebook βρίσκουν κατά μέσο όρο 20 φίλους ή συγγενείς μέσω του εργαλείου "Βρείτε φίλους". Αν δεν έχετε βρει όλους τους φίλους σας, δοκιμάστε το τώρα.

Το email σας:

Κωδικός πρόσβασης
του email:

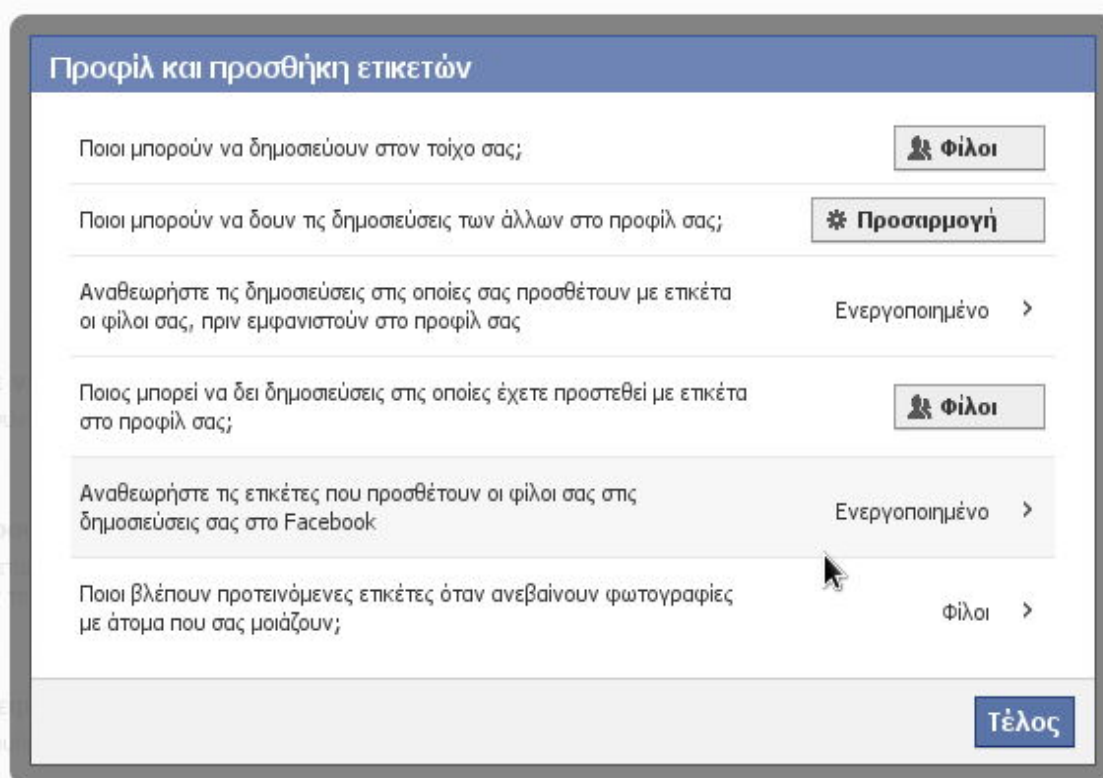
Βρείτε φίλους

 Το Facebook δεν θα αποθηκεύσει τον προσωπικό σας κωδικό πρόσβασης.

Μια ακόμη καλή κίνηση είναι να επαναπροσδιορίσετε ποιοι βλέπουν τις δημοσιεύσεις σας. Αρχικά περιορίστε τις παλιές δημοσιεύσεις μόνο σε φίλους. Δείτε την παρακάτω εικόνα:



Επίσης, εφαρμόστε κανόνες για τις νέες δημοσιεύσεις και τις σημάνσεις (tagging) φωτογραφιών. Μην αφήνετε φίλους φίλων ή αγνώστους να δημοσιεύουν στον τοίχο σας, όπως επίσης, μην επιτρέπτε την σήμανσή σας σε φωτογραφίες χωρίς την άδειά σας (δείτε την επόμενη εικόνα).

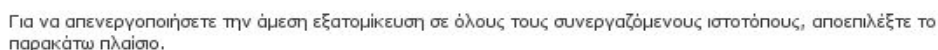


Μην επιτρέπτε σε αγνώστους (χρήστες, εφαρμογές κ.α.) να έχουν πρόσβαση στις προσωπικές σας πληροφορίες. Επίσης, αν δεν είναι απαραίτητο μην ενεργοποιείται την άμεση εξατομίκευση. Αν το κάνετε, τότε εκτός από Facebook οι κινήσεις σας στο Internet και οι κινήσεις των φίλων σας, θα γνωστοποιούνται και στους συνεργαζόμενους ιστοτόπους του Facebook.

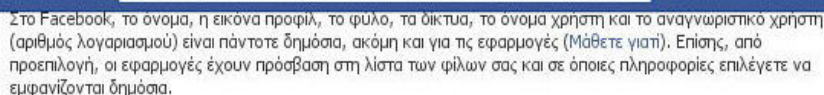
Το Facebook δεν παραχωρεί σε εφαρμογές τρίτων ή σε διαφημιστικά δίκτυα το δικαίωμα να χρησιμοποιούν το όνομα ή τη φωτογραφία σας στις διαφημίσεις τους. Αν επιτρέψουμε κάτι τέτοιο στο μέλλον, η ρύθμιση που επιλέγετε θα καθορίσει πώς θα χρησιμοποιηθούν τα στοιχεία σας.

Αν επιτραπεί στο μέλλον, τότε θέλω να εμφανίζονται τα στοιχεία μου στα παρακάτω: Kανείς

Ακύρωση



☒ Ενεργοποιήστε την άμεση εξατομίκευση σε συνεργαζόμενους ιστότοπους.



Επεξεργαστείτε τις ρυθμίσεις σας, ώστε να ελέγχετε τι κοινοποιείτε (εσείς και οι άλλοι) σε εφαρμογές, παιχνίδια και ιστοτόπους:

25

Τέλος, όσον αφορά το τεχνικό κομμάτι, θα πρέπει να επιθεωρείτε τις ρυθμίσεις ασφαλείας του Facebook αρκετά συχνά, αφού αρκετές φορές προστίθενται νέες ρυθμίσεις ασφαλείας χωρίς να ενημερώνονται οι χρήστες. Αυτή είναι μια αρκετά δημοφιλείς τακτική του Facebook (ειδικά παλαιότερα), που φαίνεται συνήθως μετά από κάθε μεγάλη αναβάθμισή του.

5.2.2 Άμυνα με αλλαγή/ τροποποίηση της συμπεριφοράς

Τα προηγούμενα, αν και κάπως δυσνόητα λόγω της τεχνικής τους φύσης, σε κάποιες περιπτώσεις είναι χρήσιμα, αλλά όχι αρκετά. Δυστυχώς, το Facebook έχει αλλάξει αρκετές φορές τη διαχείριση του απορρήτου των χρηστών και ακόμη περισσότερες φορές τα μέσα για την προστασία τους. Πολλές φορές μάλιστα, έχει κατηγορηθεί για αρχικοποίηση των ρυθμίσεων ασφαλείας σε πολύ χαμηλό επίπεδο κάθε φορά που αλλάζει αυτές τις ρυθμίσεις.

Τι πρέπει να κάνουν λοιπόν οι χρήστες για να είναι ασφαλείς τόσο από άλλους χρήστες, όσο και από τους κινδύνους που αναφέραμε παραπάνω; Η απάντηση είναι μικρή σε λέξεις, αλλά μεγάλη σε σημασία:

“Οι χρήστες πρέπει να μάθουν να προστατεύονται από τον εαυτό τους”

Όσο βαρύγδουπη και αν ακούγεται η προηγούμενη φράση, τόσο αληθινή είναι. Για τα περισσότερα από τα “κακά” του Facebook φταίμε εμείς οι ίδιοι. Δεν μπορούμε να κατηγορούμε το Facebook όταν κάποιος που μας βρήκε εκεί ήρθε στο σπίτι μας και μας έκλεψε, τη στιγμή που εμείς οι ίδιοι δημοσιεύσαμε που θα είμαστε, για πόσο χρόνο, που ακριβώς είναι το σπίτι μας, φωτογραφίες του εξωτερικού και του εσωτερικού χώρου και άλλες τέτοιες προσωπικές πληροφορίες. Και τελικά δεν φταίει το Facebook που εμείς επιλέξαμε να κάνουμε φίλο κάποιον άγνωστο, μόνο και μόνο για να αυξήσουμε τους εικονικούς φίλους.

Έτσι λοιπόν, για να λέμε ότι παίρνουμε στα σοβαρά την ασφάλειά μας **“εκεί έξω”** πρέπει να μάθουμε να συμπεριφερόμαστε σαν να είμαστε **“έξω”** και όχι σαν να είμαστε ασφαλής στην πολυθρόνα, τον καναπέ ή το κρεβάτι μας **μέσα** στο σπίτι μας.

Παρακάτω θα προσπαθήσουμε να αναπτύξουμε κάποιους τομείς στους οποίους μπορούμε να αλλάξουμε την συμπεριφορά μας, χωρίς όμως να πρέπει να περιοριστούμε μόνο σε αυτούς. Το Internet είναι ένα υπερβολικά δυναμικό μέσο, πράγμα που σημαίνει ότι με το τέλος της παρούσας εργασίας νέοι κανόνες, νέοι κίνδυνοι και νέες ευκολίες θα έχουν εμφανιστεί.

5.2.2.1 Ελάχιστα προσωπικά στοιχεία

Όσο περισσότερα στοιχεία δίνουμε ως χρήστες, τόσο περισσότερο ευάλωτοι είμαστε στους κινδύνους που αναφέραμε προηγουμένως. Αναρωτήθηκε όμως κανείς, πόσο χρήσιμος είναι αυτός ο διαμοιρασμός στοιχείων; Στον δοκιμαστικό λογαριασμό που δημιουργήσαμε δεν δώσαμε ούτε ένα πραγματικό στοιχείο, αλλά οι πληροφορίες που συλλέξαμε από άλλους ήταν πάρα πολλές. Με απλά λόγια, το Facebook λειτουργεί και χωρίς να δώσουμε σχεδόν τίποτα από προσωπικά στοιχεία:

“Το Facebook είναι ένας δημόσιος χώρος”

Για εκείνους που όντως ψάχνουν παλιούς φίλους και γνωστούς, η ανάρτηση του ονόματός τους και της πόλης τους είναι αρκετά. Από εκεί και μετά χρειάζεται πραγματική διαπροσωπική επαφή.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι το Facebook είναι ένας δημόσιος χώρος και ως τέτοιο πρέπει να τον αντιλαμβανόμαστε. Καλό θα ήταν να κάναμε στο Facebook μόνο ό,τι θα κάναμε και σε ένα πραγματικό, πολυσύχναστο καφέ με πολλούς αγνώστους γύρω μας.



Μια άλλη καλή παρομοίωση του λογαριασμού μας στο Facebook είναι ένα γυάλινο σπίτι με εμάς μέσα και τα στοιχεία μας.

Πιο απλά, στο λογαριασμό και στις συζητήσεις μας στο Facebook δεν δίνουμε:

- πραγματικά στοιχεία (πέραν του ονόματος μας – αν είναι απαραίτητο)
- τοποθεσία κατοικίας
- μετακινήσεις (από τόπο σε τόπο)
- φωτογραφίες που εκθέτουν την ασφάλειά μας (πχ εξωτερικοί/ εσωτερικοί χώροι σπιτιού κτλ)
- τον χρονοπρογραμματισμό μας
- κ.α.

5.2.2.2 Προσοχή σε Αναρτήσεις, Σχόλια, Φωτογραφίες

Προσοχή στα posts, στα σχόλια και τις φωτογραφίες. Μένουν, αντιγράφονται, αναπαράγονται, μεταδίδονται. Δεν χρειάζεται να λέμε κάθε στιγμή τι κάνουμε, με ποιον είμαστε, τι μας αρέσει, τι δεν μας αρέσει και άλλα τέτοια που μόνο χρήσιμα δεν είναι. Απεναντίας, τα πιο πολλά από αυτά είναι ανούσια και μάλιστα μένουν για πάντα. Οτιδήποτε λέγεται, αναρτάται στο Facebook και μπορεί να κρατηθεί και να γυρίσει εις βάρος μας κάποια στιγμή στο μέλλον:

“Τα πάντα στο Facebook μένουν στην ιστορία”

Είναι στην φύση του ανθρώπου να αλλάζει, να αναθεωρεί και να διορθώνει τα λάθη του ή να κάνει κάποια άλλα, αλλά πάνω από όλα, όλα τα προηγούμενα είναι προσωπικά. Δεν

χρειάζεται κανένας να δει αυτές τις μεταβάσεις του χαρακτήρα μας, πόσο μάλλον να τις καταγράψει και να τις χρησιμοποιήσει κάποια στιγμή στο μέλλον.

5.2.2.3 Λίγοι φίλοι και καλοί

Στην πραγματική ζωή οι πραγματικοί μας φίλοι είναι λίγοι. Οι υπόλοιποι είναι απλοί γνωστοί φίλοι φίλων, συνάδελφοι, συνεργάτες, συμπαίχτες κτλ. Στην κάθε μία από τις προηγούμενες ομάδες λέμε διαφορετικά πράγματα, κρατάμε διαφορετικά μυστικά, εκμυστηρευόμαστε διαφορετικά προσωπικά στοιχεία κ.ο.κ

Με την έλευση του Facebook επικράτησε μια σύγχυση για την πραγματική έννοια της φιλίας και από την μία μέρα στην άλλη οι χρήστες άρχισαν να εκμυστηρεύονται πολύ προσωπικά δεδομένα σε πολλούς διαφορετικούς “φίλους”. Αναφέραμε την πραγματική έννοια της φιλίας (ή την έννοια του πραγματικού φίλου – είναι αλληλένδετες οι έννοιες) σε προηγούμενο κεφάλαιο. Οπότε, για να προστατευτούμε από τους μη πραγματικούς φίλους αρκεί να κάνουμε κάτι πολύ απλό:

“Προσωπικά δεδομένα δίνουμε μόνο σε πραγματικούς φίλους”

Σε όλους τους υπόλοιπους μπορούμε να μιλήσουμε με ψευδώνυμο, δεν είναι απαραίτητο να γνωρίζουν τον τόπο κατοικίας μας, που πήγαμε, που είμαστε, τι κάνουμε κ.α.

Επίσης, οι ανακοινώσεις προς φίλους πρέπει να είναι ανακοινώσεις **προς φίλους** και όχι ανακοινώσεις σε όλους όσους μπορούν να δουν τον “τοίχο” ή το “χρονολόγιό” μας. Οπότε, είναι καλή πρακτική να μην χρησιμοποιούμε τον τοίχο για προσωπικά δεδομένα. Αλλωστε, πόσοι μπαίνετε σε ένα cafe με ένα μεγάλο πανό, πάνω στο οποίο αναγράφετε τι ακούτε εκείνη την ώρα, πού ήσασταν λίγο πριν, ποιος είναι τώρα στο σπίτι σας κ.ο.κ.

Ένα άλλο φαινόμενο (όπως αναφέραμε στο κεφάλαιο για την πραγματικότητα), που πρέπει να προσέξουμε πολύ, είναι ο διαμοιρασμός των διαπιστευτήριων (όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης). Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι τα διαπιστευτήρια στο Facebook είναι ότι και τα κλειδιά του σπιτιού μας. Δεν τα δίνουμε σε κανέναν, παρά μόνο στην οικογένειά μας.

Τέλος, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η φιλία δεν μετράτε με νούμερα (1235 φίλοι), αλλά με πράξεις συμπαράστασης και αλληλεγγύης. Οπότε, μην κάνετε φίλους έτσι εύκολα, αλλά πρώτα μάθετε λίγα πράγματα για αυτούς. Αλήθεια, πόσοι “τόνοι” συμπαράστασης αντιστοιχούν σε 12893 φίλους;

5.2.2.4 Γεωγραφικός αποπροσδιορισμός

Ληστές, κακόβουλοι φίλοι και άλλοι θα μπορέσουν, αν θέλουν κάποια στιγμή, να χρησιμοποιήσουν τις πληροφορίες που αφορούν γεωγραφικά δεδομένα. Σύμφωνα με την νομοθεσία η παρακολούθηση κάποιου ατόμου απαγορεύεται, αλλά στις μέρες του Facebook θεωρείται “ΙΝ” να αναρτούμε την κάθε μας κίνηση. Ουσιαστικά αναιρούμε το σύνταγμα και τις προσπάθειες πολλών προγόνων μας για πραγματική ελευθερία.

Το που βρισκόμαστε κάθε στιγμή, είναι καθαρά προσωπικό δεδομένο και όχι εξυπνάδα ή μόδα. Ας μην δώσουμε σε επίδοξους κακοποιούς την ευκολία να μάθουν πληροφορίες για εμάς από εμάς. Ας προσπαθήσουν λίγο παραπάνω!

5.2.2.5 Αποσήμευση

Τελευταίο στην γραμμή άμυνας, αν και όχι λιγότερο σημαντικό, είναι το γεγονός ότι μπορούμε να αρνηθούμε τις επισημάνσεις του εαυτού μας από άλλους στις φωτογραφίες τους. Θα ήταν παράλογο να μην αναρτούμε προσωπικές φωτογραφίες, ενώ ταυτόχρονα να μην κάνουμε τίποτα για να μην χαρακτηριζόμαστε σε άλλες.

Το Facebook, όπως είδαμε πριν, μας δίνει την δυνατότητα να ελέγχουμε τις επισημάνσεις, αλλά αυτό δεν είναι αρκετό. Καλό θα ήταν να πείσουμε τους φίλους μας να μην κάνουν κάτι τέτοιο και αν το κάνουν να μην το εγκρίνουμε. Άλλωστε ποιος πραγματικός φίλος θα έκανε κάτι που δεν θα θέλαμε;

5.2.2.6 Για υπερβολικούς – Το κουμπάκι “Like”, τα cookies, τα EXIF και άλλα

Αν και ο τίτλος είναι λίγο τραβηγμένος και το θέμα είναι κάπως τεχνικό, η πραγματικότητα είναι όντως υπερβολική και η αντιμετώπιση έχει να κάνει κυρίως με αλλαγή συμπεριφοράς. Κάθε μας κίνηση στο Facebook, ακόμη και κάθε μας κίνηση εκτός Facebook παρακολουθείται από το Facebook αρκεί η σελίδα που επισκεπτόμαστε να έχει κάπου μέσα της το κουμπάκι “Like”.

Στην διπλανή εικόνα φαίνεται πως λειτουργεί αυτό το κουμπάκι:

Ο κάθε χρήστης του Internet έχει μια μοναδική διεύθυνση IP κατά την

περιήγησή του. Επισκεπτόμενος μια ιστοσελίδα, τα περιεχόμενά της μεταφέρονται στον υπολογιστή του χρήστη. Αν ή συγκεκριμένη σελίδα έχει ένα κουμπάκι “Like”, αυτό δεν στέλνεται από την ιστοσελίδα, αλλά από το ίδιο το Facebook. Αυτό σημαίνει ότι εκείνη την στιγμή το Facebook γνωρίζει ότι ο υπολογιστής του χρήστη (με την μοναδική διεύθυνση – αυτό δεν πρέπει να το ξεχνάμε) επισκέπτεται την ιστοσελίδα. Αν ο χρήστης είναι ήδη συνδεδεμένος στο Facebook, τότε με την αντιστοίχιση μοναδικής διεύθυνσης και ονόματος χρήστη, το Facebook γνωρίζει ποιος συγκεκριμένος χρήστης επισκέφθηκε ποια συγκεκριμένη ιστοσελίδα. Αν όμως, ο χρήστης δεν είναι χρήστης του Facebook τότε το Facebook γνωρίζει μόνο ότι η συγκεκριμένη μοναδική διεύθυνση (δηλαδή ο υπολογιστής), επισκέφθηκε την ιστοσελίδα.

Η ενδιαμέση περίπτωση είναι ο χρήστης να είναι γραμμένος στο Facebook, αλλά να μην είναι συνδεδεμένος εκείνη την χρονική στιγμή. Δυστυχώς, και πάλι η αντιστοίχιση ονόματος χρήστη και υπολογιστή είναι σχετικά εύκολη, αφού το Facebook κρατά ιστορικό για το που



έστειλε το Like και ποιοι χρήστες συνδέθηκαν κάποτε από εκείνο τον υπολογιστή.

Αν τώρα σκεφτούμε

- ότι πολλοί χρήστες δηλώνουν την τοποθεσία τους,
- οι διευθύνσεις IP αν και δυναμικές περιορίζονται γεωγραφικά,
- οι φωτογραφίες με τα smartphone μπορεί να περιέχουν και EXIF πληροφορίες με τις συντεταγμένες του σημείου λήψης

φαίνεται ότι (τεχνικά τουλάχιστον) για τον μη τεχνογνώστη χρήστη είναι αδύνατο να αποφύγει αυτή την “**παρακολούθηση**”. Αν σκεφτούμε και τα cookies (άλλη μια τεχνική έννοια) τότε τα πράγματα δεν είναι τόσο ευχάριστα.

Για τα **cookies** η λύση είναι απλή και μάλιστα δεν είναι μόνο μία. Τους σύγχρονους περιηγητές μπορείτε να τους ρυθμίσετε να διαγράφουν τα cookies με τον τερματισμό της συνεδρίας ή να χρησιμοποιείτε την ιδιωτική περιήγηση (Firefox, Chrome). Επειδή όμως, τα cookies είναι γενικά χρήσιμα, μπορείτε να εγκαταστήσετε ένα ξεχωριστό περιηγητή για το Facebook ρυθμισμένο ώστε να διαγράφει τα cookies όταν τον κλείνετε.

Για τις **EXIF πληροφορίες** η λύση είναι να κλείσετε το GPS κατά την διάρκεια λήψης της φωτογραφίας ή να απενεργοποιήσετε αυτή την δυνατότητα από το smartphone.

Για το θέμα του κουμπιού “Like” τα πράγματα είναι πολύ πιο δύσκολα και η τεχνική λύση είναι οι ανώνυμοι proxies, πράγμα ιδιαίτερα δύσκολο για μη τεχνογνώστες και η μη τεχνική λύση είναι η μετακίνηση από τον καναπέ ή το γραφείο. Αυτό σημαίνει ότι αν θέλετε να απαλλαγείτε από το φαινόμενο του “Like” θα πρέπει να συνδέεστε στο Facebook από άλλο υπολογιστή, κατά προτίμηση κοινόχρηστο (Internet Cafe, Καφετέριες, σχολεία κτλ) ώστε να μην συνδυάζονται η τοποθεσία και ο υπολογιστής με το όνομα του χρήστη. Τότε όμως, θα πρέπει να αντιμετωπίσετε τους κινδύνους του κοινόχρηστου υπολογιστή, τους hackers, την κλοπή διαπιστευτηρίων κ.α.

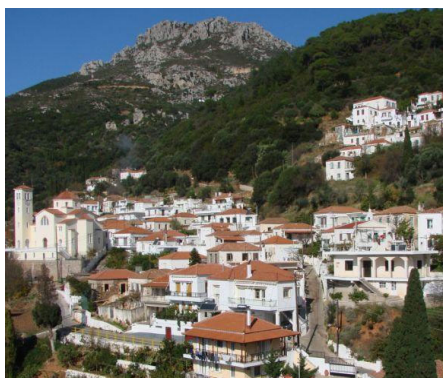
6. Επίλογος και ένα μικρό πείραμα

Το τελικό συμπέρασμα είναι, ότι **το Facebook είναι ένα κοινόχρηστο μέσο**, χρήσιμο για συγκεκριμένες περιπτώσεις και δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται για προσωπικούς λόγους και σκοπούς. Είναι καλύτερο να χαθούν μη προσωπικά δεδομένα σε κοινόχρηστους χώρους παρά προσωπικά δεδομένα σε ιδιωτικούς χώρους. Έτσι δεν είναι;

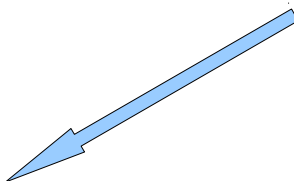
Αντί για ένα μεγαλύτερο επίλογο, προτιμήσαμε να παραθέσουμε τα αποτελέσματα ενός μικρού πειράματος που κάναμε στο χωριό μας. Το πείραμά μας αφορά την ιστορία τριών φίλων, όταν ο ένας από αυτούς, ονόματι Δημήτρης, που ζούσε στην πόλη, αποφάσισε να επισκεφθεί τους άλλους δυο φίλους του στο χωριό που κατοικούσαν. Ο Δημήτρης έμεινε στο χωριό των φίλων του μία ημέρα και πέρασε πολύ χρόνο μαζί τους. Έτσι είχαν την ευκαιρία να πούνε όλα τα νέα τους, τόσο τα προσωπικά τους όσο και τα νέα όλου του χωριού, όπως άλλωστε συνηθίζεται σε τέτοιες συναθροίσεις φίλων. Όταν ήρθε η ώρα να επιστρέψει σπίτι του στην πόλη, αντάλλαξαν μεταξύ τους όλα τα στοιχεία ώστε να γίνουν φίλοι και μέσω Facebook κι έτσι να διατηρήσουν επαφή και μέσω Διαδικτύου.

Επιστρέφοντας στην πόλη του, ο Δημήτρης πίστευε ότι είχε μάθει αρκετά νέα για τους φίλους του και το χωριό τους. Όμως τα ηλεκτρονικά στοιχεία διέψευσαν αυτήν την πραγματικότητα. Προσθέτοντάς τους ως φίλους στο Facebook, έκανε μια βόλτα στα προφίλ τους, διάβασε τα σχόλια που ήταν αναρτημένα, είδε τους “φίλους” που είχαν στο λογαριασμό τους και μπήκε και στο δικό τους κ.οκ. Οι περισσότεροι από τους “φίλους” των φίλων του ήταν από το ίδιο χωριό. Στο τέλος όλης αυτής της διαδρομής ο Δημήτρης διαπίστωσε ότι είχε μάθει πολύ περισσότερα νέα για τους δύο φίλους του και το χωριό τους, αλλά και για τα διπλανά χωριά, σε σχέση με αυτά που του είχαν πει στη διάρκεια της διαμονής του εκεί.

Όπως αποδείχθηκε οι άνθρωποι ανοίγονται πολύ πιο εύκολα σε πραγματικούς και εικονικούς φίλους στο Facebook, από ότι στις σχέσεις με φίλους στον πραγματικό κόσμο. Αυτό όμως που προκαλεί μεγαλύτερη εντύπωση είναι ο τρόπος που είναι φτιαγμένο το Facebook στο να επιτρέπει την πρόσβαση ακόμα και σε προφίλ ανθρώπων που είναι “φίλοι” “φίλων” μας και ταυτόχρονα όχι δικόι μας “φίλοι”, χωρίς να προστατεύει τα στοιχεία που ανεβάζουν ο καθένας από μη “φίλους” τους.



Επίσκεψη στο χωριό



Επίσκεψη στο Facebook

Παράρτημα Α: Για γονείς

(από το <http://www.mammasworkathome.gr/>)

10 συμβουλές για την επίβλεψη και την προστασία των παιδιών στο facebook:

- 1.** Οι γονείς πρέπει να γνωρίζουν τον κωδικό του παιδιού και να έχουν πρόσβαση στη σελίδα του.
- 2.** Οι γονείς πρέπει να μπορούν να επιλέγουν τις ρυθμίσεις του παιδιού ώστε να κάνουν ασφαλέστερο το προφίλ του (ρυθμίσεις απορρήτου, ορατότητας κλπ.).
- 3.** Τα μηνύματα email σχετικά με αναρτήσεις, αιτήματα φιλίας κ.λπ. πρέπει να έρχονται στον οικογενειακό λογαριασμό email.
- 4.** Οι γονείς πρέπει να διατηρούν λογαριασμό στο Facebook και τα παιδιά πρέπει να τους προσθέτουν ως «φίλους» και να τους διατηρούν.
- 5.** Τα παιδιά δεν πρέπει να προσθέτουν άγνωστα άτομα στους φίλους τους ούτε να χρησιμοποιούν την εφαρμογή άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων (chat) του Facebook για να μιλήσουν με αγνώστους.
- 6.** Οι γονείς πρέπει να επιτρέπουν στα παιδιά να περνούν συγκεκριμένο χρονικό διάστημα στο Facebook και να μην το υπερβαίνουν.
- 7.** Ο υπολογιστής πρέπει να βρίσκεται σε χώρο του σπιτιού που χρησιμοποιείται από όλους, όπως στο σαλόνι ή το καθιστικό, όπου θα είναι σε κοινή θέα.
- 8.** Τα παιδιά δεν πρέπει να κοινοποιούν στο Facebook προσωπικά στοιχεία (διεύθυνση, αριθμό τηλεφώνου, φωτογραφίες κ.λπ.) σε άτομα τα οποία δεν γνωρίζουν καλά.
- 9.** Τα παιδιά πρέπει να ενημερώνουν άμεσα τους γονείς τους σε περίπτωση που αισθανθούν άβολα από κάτι που είδαν ή από κάποια συζήτηση που είχαν με κάποιον στο Facebook. Οι γονείς πρέπει να ενεργούν αμέσως για να αποκλείουν ή να αναφέρουν το εν λόγω υλικό.
- 10.** Αν το παιδί δεν εφαρμόζει κάποιον από τους κανόνες που έχουν ορίσει οι γονείς, ο λογαριασμός του πρέπει να διαγράφεται.

Παράρτημα Β: Διαγραφή λογαριασμού

Την ώρα που γράφεται αυτό το κείμενο, δεν είναι εύκολη η διαγραφή του λογαριασμού μας στο Facebook. Αν και η απενεργοποίηση είναι εύκολη, δεν αποτελεί διαγραφή.

Για να διαγράψουμε πραγματικά το λογαριασμό μας, πρέπει να διαγράψουμε όλα τα δεδομένα μας ένα προς ένα. Η διαδικασία αυτή είναι επίπονη και κουραστική και οι πιο πολλοί χρήστες δεν την εφαρμόζουν. Δυστυχώς όμως είναι ο μόνος εγγυημένος τρόπος διαγραφής.

Τελευταία εμφανίστηκαν υπηρεσίες οι οποίες υποστηρίζουν ότι αν τους δώσουμε τα διαπιστευτήρια μας θα το κάνουν για μας. Ποιος όμως μας βεβαιώνει ότι πριν την διαγραφή δεν θα κρατήσουν για τους ίδιους ένα αντίγραφο;

Παράρτημα Γ: Πηγές

- (Ασφάλεια στο διαδίκτυο) <http://internet-safety.sch.gr/>
- (Κουτί Πανδώρας, Facebook ή Fakebook) <http://vimeo.com/16141225>
- (ΑντιFacebook Βίντεο) <http://www.youtube.com/watch?v=zBntpnfoxdl>
- <http://techblog.gr/internet/social-politics-social-networking-infographic-12212/>
- <https://www.eff.org/deeplinks/2012/04/picture-worth-thousand-words-including-your-location>
- <http://www.secnews.gr/archives/42828>
- (Οδηγός Γονέων) <http://www.connectsafely.org/Safety-Advice-Articles/facebook-for-parents.html>
- (Φυλλάδια) <http://www.saferinternet.gr/index.php?parentobjId=Page15>
- (Προστασία) <http://obelix7.blogspot.gr/2011/04/facebook.html>
- <http://www.apn.gr/news/nea/%CE%BF%CE%BC%CE%B1%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B1%CF%85%CF%84%CE%BF%CE%BA%CF%84%CE%BF%CE%BD%CE%AF%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF-facebook/>
- <http://www.ert.gr/kiononia/item/2755-Mesw-toy-Facebook-apetrepsan-thn-aytoktonia-22chronoy>
- (Υπουργείο προστασίας του πολίτη – Cyberkids) <http://www.cyberkid.gov.gr/>
- <http://www.techfans.gr/internet/facebook-1-disekatommirio-christes-to-2012/>
- <http://www.techfans.gr/internet/h-google-edose-3-5-ekatommiria-se-programmatistigia-na-mi-figi-sto-facebook/>
- <http://www.lawyersvoice.gr/nomiki-epikairoτητα/nomiko-paratiritirio/disfimisi-meso-facebook.html>
- <http://www.techfans.gr/diafora/to-facebook-sto-chrimatistirio/>
- (Διαγραφή Λογαριασμού) http://www.menslounge.gr/hitech/tecnologia/mission_impossible_pos_diagrafoume_to_logariasmo_sto_facebook.html
- (Διαγραφή Λογαριασμού) <http://zero.gr/?p=141>
- (Εργασία: Το Facebook στη ζωή μας.) <http://lyk-vatheos.eyv.sch.gr/Ergasies/2009-2010/Facebook.htm>
- <http://www.animalnewyork.com/2012/the-department-of-homeland-security-is-searching-your-facebook-and-twitter-for-these-words/>
- <http://greeklis.org/?p=91>
- (Προστασία) <http://forum.osarena.net/threads/facebook-%CE%8C%CF%83%CE%B1-%CE%B4%CE%B5%CE%BD-%CE%AE%CE%BE%CE%B5%CF%81%CE%B5%CF%82-%CE%9C%CE%AC%CE%B8%CE%B5-%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%83%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%AD%CF%88%CE%BF%CF%85.850/>

- (Προσωπικά Δεδομένα) <http://greeklis.org/?p=110>
- <http://www.prodigalwebmaster.com/2011/11/socialbots-a-new-threat-to-facebook-privacy/>
- (Εργασία Project) <http://lyk-neapol.lak.sch.gr/?p=219>
- (Web Application threads – pdf) www.bluecoat.com/doc/12770
- (Επίβλεψη παιδιών) <http://sxoleio98.blogspot.gr/2012/01/facebook-dekalogos.html>
- (Ασφάλεια στο Διαδίκτυο) http://www.pi.ac.cy/InternetSafety/sec_facebook.html
- <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- <http://www.startup-review.com/blog/facebook-case-study-offline-behavior-drives-online-usage.php>
- <http://www.vita.gr/html/ent/834/ent.8834.asp>
- <http://www.dailytech.gr/dailytech-news/2012/4/20/to-61-facebook.html>
- <http://www.iefimerida.gr/node/35114>
- (Προστασία, Αγγλικά) <http://www.jeffkorhan.com/2011/08/how-to-protect-your-facebook-account-from-hackers.html>
- (Λίγα λόγια για το “Like”, Αγγλικά) http://www.nytimes.com/2012/05/06/us/clicking-like-on-facebook-is-not-protected-speech-judge-rules.html?_r=2