

**FACEBOOK:  
ΜΕΣΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ  
Ή ΔΙΑΛΥΣΗΣ;**

**ΚΕΙΜΕΝΑ ΠΡΟΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟ**

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ  
ΤΗΣ ΙΕΡΑΣ ΜΗΤΡΟΠΟΛΕΩΣ ΓΛΥΦΑΔΑΣ,  
ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ, ΒΟΥΛΑΣ, ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ & ΒΑΡΗΣ  
ΙΟΥΝΙΟΣ 2018**



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	σελ.
Πρόλογος	1
1. Εγκύκλιος της Ιεράς Συνόδου της Εκκλησίας της Ελλάδος με θέμα τη λειτουργία ιστοσελίδων εκ μέρους εκκλησιαστικών φορέων και εκ μέρους κληρικών και μοναχών	3
2. Αυτόνομη, όχι διαφημιζόμενα!	7
3. 39 φωτογραφίες!!!	9
4. Από το face to face ... στην ερημιά του facebook!!!	11
5. «Είμαστε τα προϊόντα του Facebook»	14
6. Πίστευα ότι τα social media είναι μια δύναμη του καλού – τώρα όλα δείχνουν πως όχι	16
7. «Κατώτερη μορφή επικοινωνίας και μορφή ψυχασθένειας το Facebook»	21
8. Facebook: Ο Ιστός της αράχνης που τρέφεται με likes...	23
9. Τα κοινωνικά δίκτυα θρέφουν τον ναρκισσισμό των χρηστών	30
10. Γιατί το Facebook μας κάνει πιο δυστυχημένους	33
11. Το Facebook εκτρέφει το άγχος	34
12. Facebook και Twitter προκαλούν εθισμό όπως τα ναρκωτικά!	37
13. Το Internet εθίζει σαν ναρκωτικό και καταστρέφει τον εγκέφαλο όπως η κοκαΐνη	38
14. Ένας Θεός ξέρει τι κάνει στους εγκεφάλους των παιδιών μας: Ο πρώην πρόεδρος του Facebook κυνικά αποκαλύπτει	40
15. Ο εθισμός στα social media δεν είναι καθόλου τυχαίος	42

16. Πρώην εργαζόμενοι του Facebook και της Google ξεκινούν εκστρατεία εναντίον του εθισμού στην τεχνολογία	45
17. Το Facebook καταστρατηγεί το δικαίωμα των παιδιών στην αθωότητα	47
18. «Το Facebook οδηγεί τους νέους στα ναρκωτικά!»	51
19. Ψαρεύουν παιδιά από το Ίντερνετ	52
20. Το ερωτικό βίντεο που αναρτήθηκε στο Facebook από δύο έφηβους, έχει διχάσει τη Δανία	56
21. Σε κίνδυνο τα παιδιά που οι γονείς τους αναρτούν φωτογραφίες στα social media	58
22. Ωμές εικόνες παιδικής πορνογραφίας εντοπίστηκαν στο Facebook	64
23. Facebook και παιδοφιλία: Ο «ανόητος» και ο «ευφυής» θύτης – αληθινά παραδείγματα	65
24. «Ακυρώστε το Messenger Kids, το Facebook δεν είναι για μικρά παιδιά»	68
25. Messenger Kids και στο Android: όταν ο Zuckerberg τους γράφει όλους	70
26. Το Facebook μπαίνει στο παιχνίδι του dating	72
27. Οι Μασόνοι ψάχνουν μέλη μέσω Facebook : Τουλάχιστον 20 ετών και όχι άεργους	73
28. Είναι εξαιρετικά εύκολη η αγορά fake Facebook λογαριασμών!	74
29. Το Facebook απενεργοποίησε περισσότερα από 1,3 δισεκατομμύρια ψεύτικα accounts	75
30. Οι πλαστές σελίδες Facebook αντιπροσωπεύουν το 60% του phishing στα social media	76
31. Το Facebook «φακελώνει» όσα γράφουμε και δεν δημοσιεύουμε	81
32. Το Facebook συλλέγει ιστορικό κλήσεων και δεδομένα SMS από συσκευές Android	82

33. Έτσι το Facebook φακελώνει ακόμα κι όσους δεν έχουν Facebook	84
34. Αυστρία: Το Facebook «γνώριζε» από το 2011 για τη διαρροή των δεδομένων	88
35. Η άσχημη αλήθεια: Το σημείωμα του 2016 που "καίει" το Facebook	90
36. Αμαρτίες ή γκάφες; - Μια σύντομη ιστορία των μεγάλων σφαλμάτων του Facebook	92
37. Facebook: γιατί πρέπει να σταματήσετε την χρήση του	96
38. Facebook: Σοβαρό σφάλμα στον έλεγχο ασφαλείας δύο παραγόντων - Το κοινωνικό δίκτυο «σπαμάρει» τους χρήστες του	100
39. «Συχνή πρακτική η κλοπή δεδομένων στο Facebook»	102
40. Συνιδρυτής Whatsapp: Διαγράψτε το Facebook!	103
41. Ομάδες ακτιβιστών ξεκινούν εκστρατεία για να κλείσουν το Facebook	104
42. Άρχισαν οι καταγγελίες για το GDPR σε βάρος Facebook, Instagram και WhatsApp	106
43. Το Facebook και η Google έφτασαν τα 8,8 δισεκατομμύρια δολάρια σε αγωγές την πρώτη ημέρα του GDPR	107
44. Νέες καταγγελίες κατά του Facebook: Παραπλανεί τους χρήστες να υπογράψουν τους νέους όρους χρήσης	109
45. Αποσπάσματα από τους νέους όρους χρήσης του Facebook (New terms of service)	111
46. Ποιες κατηγορίες δεδομένων μου μπορώ να δω από το Facebook;	114
47. Νέα Ζηλανδία κατά Facebook	125
48. Οι φωτογραφίες στο Facebook μπορούν να σας μαρτυρήσουν στην πραγματική ζωή	126





ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
**ΙΕΡΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΣ ΓΛΥΦΑΔΑΣ**  
ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΒΟΥΛΑΣ ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ ΒΑΡΗΣ (ΒΑΡΚΙΖΗΣ)  
ΒΑΣΙΛΕΩΣ ΠΑΥΛΟΥ 2 - 16673 ΒΟΥΛΑ  
Τηλ. 210-9658849, Fax: 210-9657210,  
www.imglyfadas.gr E-mail: imgl@hotmail.gr

## Π Ρ Ο Λ Ο Γ Ο Σ

Με άφορμή τὸ 2<sup>ο</sup> Διεθνὲς Συνέδριο Ψηφιακῶν Μέσων καὶ Ὁρθόδοξης Ποιμαντικῆς (19-21 Ἰουνίου 2018), ἡ Ἱερά Μητρόπολις μας προβαίνει στὴν ἔκδοση τοῦ τέταρτου τόμου, ὁ ὁποῖος προσφέρεται γιὰ λόγους ποιμαντικούς, πρὸς ἐνημέρωση τοῦ Ὁρθοδόξου πληρώματος.

Τὸ Διαδίκτυο ἀποτελεῖ ἓνα μέσο πὸν θὰ μπορούσε νὰ ἀποβεῖ χρήσιμο ἐργαλεῖο γιὰ τὴν Ὁρθόδοξη ποιμαντικὴ, ὑπὸ συγκεκριμένες προϋποθέσεις. Τὰ μέσα κοινωνικῆς δικτύωσης (social media) θὰ μπορούσαν νὰ γίνουν ἀποδεκτὰ στὸ βαθμὸ πὸν δὲν ἔχουν ἐγγενῆ προβλήματα καὶ χρησιμοποιοῦνται μὲ τρόπο σωστὸ, μετρημένο καὶ εὐλογημένο. Στὴν ἀντίθετη περίπτωση ὁμιλοῦμε γιὰ κινδύνους, ἐκτροπὲς καὶ ἀστοχίες, οἱ ὁποῖες περιλαμβάνουν λανθασμένη χρήση, κατάχρηση καὶ χρήση διάτρητων συστημάτων, ὅπως τὸ Facebook.

Δὲν ὑποστηρίζουμε μέσα κοινωνικῆς δικτύωσης πὸν διαδίδουν ψευδεῖς εἰδήσεις, πὸν ἐξαπατοῦν καὶ ἐκμεταλλεύονται, πὸν συμβάλλουν στὴν παραπληροφόρηση καὶ τὴ χειραγώγηση τῆς κοινῆς γνώμης, πὸν καλλιεργοῦν τὸν ἀπομονωτισμὸ καὶ τὴν ὑποκρισία, πὸν δημιουργοῦν ἐθισμὸ, πὸν καλλιεργοῦν τὰ πάθη, πὸν ὀδηγοῦν σὲ πολυποίκιλη κακοποίηση τῶν παιδιῶν, στὴ διάλυση οἰκογενειῶν, στὴν παραπλάνηση καὶ στὸν προσηλυτισμὸ ἀπὸ αἰρέσεις καὶ παραθρησκευτικὲς ὁμάδες.

Δὲν συμφωνοῦμε μὲ τὸ ἐπιφανειακό, τὸ ρηχό, τὸ κενόδοξο, μὲ ὁτιδήποτε ὀδηγεῖ στὴν ἀπώλεια τοῦ ἀνθρώπινου προσώπου καὶ στὴν ἀλλοίωση τοῦ Ὁρθοδόξου Χριστιανικοῦ φρονήματος.

Ἡ Ἐκκλησία ἀγαπᾷ τὸν ἄνθρωπο. Προσεύχεται καὶ διακονεῖ τὴν ἐν Χριστῷ μεταμόρφωσὴν του. Κάθε τι ὠφέλιμο τὸ δέχεται καὶ τὸ εὐλογεῖ. Ὅταν κάτι εἶναι ἀλλότριον μὲ τὸ ἦθος της καὶ ἐγκυμονεῖ πνευματικούς κινδύνους, δὲν τὸ ἀποδέχεται. Ἐνημερώνει καὶ περιφρουρεῖ τοὺς πιστοὺς της.

Με πολλές εὐχές ἐν Κυρίῳ,

Ο ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΗΣ

+ ὁ Γλυφάδας, Ἐγγ. Β. Β. Ε. Β. Μεσοπόσει Α!

† Ὁ Γλυφάδας, Ἑλληνικοῦ, Βούλας, Βουλιαγμένης καὶ Βάρης,

ΠΑΥΛΟΣ ὁ Α΄



**ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ ΤΗΣ ΙΕΡΑΣ ΣΥΝΟΔΟΥ ΤΗΣ ΕΚΚΛΗΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΜΕ ΘΕΜΑ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ  
ΕΚΚΛΗΣΙΑΣΤΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΚΑΙ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΚΛΗΡΙΚΩΝ  
ΚΑΙ ΜΟΝΑΧΩΝ**

**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Η ΙΕΡΑ ΣΥΝΟΔΟΣ  
ΤΗΣ ΕΚΚΛΗΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**

Δ/νσις: Ιωάννου Γενναδίου 14 – 115 21, Αθήναι  
Τηλ. 210-72.72.204, Fax: 210-72.72.210, e-mail: contact@ecclesia.gr

Αριθμ. Πρωτ. 187  
Διεκπ. 79

Αθήνησι 15<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2015

**ΕΓΚΥΚΛΙΟΝ ΣΗΜΕΙΩΜΑ**

**Πρός  
τήν Ἱεράν Ἀρχιεπισκοπὴν Ἀθηνῶν καί  
τάς Ἱεράς Μητροπόλεις τῆς Ἐκκλησίας τῆς Ἑλλάδος**

**Θέμα: «Λειτουργία ιστοσελίδων ἐκ μέρους ἐκκλησιαστικῶν φορέων καί  
ἐκ μέρους κληρικῶν καί μοναχῶν»**

Ἡ Διαρκὴς Ἱερά Σύνοδος, κατὰ τὰς Συνεδρίας τῆς 9<sup>ης</sup> Δεκεμβρίου 2014 καί τῆς 14<sup>ης</sup> Ἰανουαρίου ἐ.ἔ., διεξήλθε τό ζήτημα τῆς δημιουργίας καί τηρήσεως σελίδων στό διαδίκτυο (μέσα κοινωνικῆς δικτυώσεως ἢ καί αὐτοτελῶν ιστοσελίδων ὑπό διάφορες μορφές) ἐπ' ὀνόματι Ἑνοριῶν. Παρίσταται πρόδηλο ὅτι ἡ μέσῳ διαδικτύου ἀπόπειρα ἀσκήσεως ποιμαντικῆς ἐκ μέρους τῶν Ἐφημεριῶν, ὅσο καλοπροαίρετη καί ἐάν εἶναι, δέν εἶναι δυνατόν νά ὑποκαταστήσει τήν ζῶσα, βιωματική σχέση τῶν

πιστῶν μεταξύ τους καί μέ τόν Ἐφημέριο ἐντός τοῦ πλαισίου τῆς Ἐνορίας ὡς ἐνεργοῦ κυττάρου τῆς ἐκκλησιαστικῆς ζωῆς. Ἐπιπλέον, σέ καμία περίπτωση δέν πρέπει μέσω τῆς λειτουργίας τέτοιων ιστοσελίδων νά δίδεται ἡ πλαστή ἐντύπωση, ἀκόμη καί στούς ἐπισκεπτόμενους αὐτές μέ εἰλικρινές ἐνδιαφέρον, ὅτι ἡ ἐπίσκεψη σέ ιστοσελίδες τοῦ εἴδους ἀναπληροῖ τήν συμμετοχή τους στήν λειτουργική ζωή ἢ ὅτι ἀποτελεῖ εἶδος ἢ ἐκδήλωση πίστεως. Κατά τό παρελθόν ἔχει παρατηρηθεῖ ἡ λειτουργία ιστοσελίδων, εὐτυχῶς ἀπό ἰδιῶτες, μέ ἀπομιμήσεις τῆς ἀνθρώπινης εὐλάβειας, πού ὑπερέβησαν τά ὅρια καί τῆς γελοιότητος (π.χ. ἀναμμα online κεριοῦ σέ ιστοσελίδα).

Κατά συνέπεια, σελίδες Ἐνοριῶν στό διαδίκτυο δύνανται νά λειτουργοῦν, ἐφ' ὅσον:

1. Ἐχει ληφθεῖ σχετική ἀπόφαση τοῦ Ἐκκλησιαστικοῦ Συμβουλίου τῆς Ἐνορίας γιά τό ἀνοιγμα τῆς διαδικτυακῆς σελίδας, ἡ ὁποία περαιτέρω ἔχει ἐγκριθεῖ ἀπό τό Μητροπολιτικό Συμβούλιο.

2. Ἀποβλέπουν στήν ἐνημέρωση τοῦ κοινοῦ γιά τήν λειτουργική ζωή τῆς Ἐνορίας (π.χ. πρόγραμμα ἀκολουθιῶν) καί τήν ἐν γένει πνευματική ζωή καί φιλανθρωπική δράση της (παρέχουν ἐνημέρωση γιά προγράμματα κατηχήσεως, ἐθελοντικῆς αἰμοδοσίας, συγκέντρωση τροφίμων γιά συσσίτια, ἐνίσχυση τοῦ ἐθελοντισμοῦ κ.λπ.) ἢ τήν ἱστορία τοῦ οἰκείου Ναοῦ. Πρός τόν σκοπό αὐτό, ἐπιτρέπεται καί ἡ δημοσίευση ἢ ἀναδημοσίευση δόκιμων θεολογικῶν κειμένων γιά τούς ἐνδιαφερόμενους ἀναγνῶστες (κειμένων ἐρμηνευτικῶν, κηρυγμάτων κ.λπ.).

3. Δέν προβαίνουν στήν προσωπική προβολή λαϊκοῦ ἢ κληρικοῦ, οὔτε στήν προσβολή τῆς τιμῆς καί τῆς ὑπολήψεως οὐδενός προσώπου, λαϊκοῦ ἢ κληρικοῦ. Ἡ ιστοσελίδα τῆς Ἐνορίας ὀφείλει, ὅπως καί ἡ ἴδια ἡ Ἐνορία, νά προαγάγει τήν ἐν Ἁγίῳ Πνεύματι ἀγαπητική ἐνότητα ὅλων τῶν μελῶν της καί τήν εὐχαρισθηριακή συμμετοχή τους στό ἐκκλησιαστικό γεγονός ὑπό τήν εὐλογία τοῦ οἰκείου Ἐπισκόπου.

Οἱ ἀνωτέρω ὅροι ἰσχύουν γιά τήν ταυτότητα τοῦ λόγου καί γιά τήν λειτουργία στό διαδίκτυο σελίδων Ἱερῶν Μονῶν, Ἱερῶν Προσκυνημάτων, Ἐκκλησιαστικῶν Ἰδρυμάτων κ.λπ. τῶν Ἱερῶν Μητροπόλεων.

Ἐκ δευτέρου, ἡ Διαρκής Ἱερά Σύνοδος ἐξήτασε τό παρεμφερές ζήτημα τῆς λειτουργίας προσωπικῶν σελίδων σέ διαδικτυακά μέσα κοινωνικῆς

δικτυώσεως καί ιστοσελίδων από κληρικούς παντός βαθμού καί μοναχούς. Ασφαλώς, κατά τό Σύνταγμα ή δημόσια έκφραση τῶν στοχασμῶν καί τῆς γνώμης, ὡς στοιχεῖο ἀναπτύξεως τῆς προσωπικότητος, καί ή συμμετοχή στήν «κοινωνία τῆς πληροφορίας» εἶναι κατοχυρωμένη γιά ὅλους (5, 5Α, 14 Συντ.), ὑπό τούς περιορισμούς πού περιγράφουν οἱ οἰκειές διατάξεις (μή παραβίαση τῶν δικαιωμάτων τῶν ἄλλων, τοῦ Συντάγματος, τῶν χρηστῶν ἠθῶν κ.λπ.).

Ἦδη, πολύ πρό τῆς ἐπικρατήσεως τῶν ιδεῶν τοῦ εὐρωπαϊκοῦ διαφωτισμοῦ καί τῆς θεωρίας τῶν ἀτομικῶν δικαιωμάτων, ή διδασκαλία καί τό κανονικό δίκαιο τῆς Ἐκκλησίας εἶχε θέσει στό ἐπίκεντρο τήν ἐλευθερία ἐπιλογῆς καί λόγου τοῦ ἀνθρώπου.

Ἡ αὐτοπροαίρετη ὁμως προσέλευση στόν Ἱερό Κλήρο καί τόν Μοναχισμό συνεπάγεται ὄχι ἀπλῶς σειρά τυπικῶν ὑποχρεώσεων γιά τόν προσερχόμενο καί «εἰδική κυριαρχική σχέση» του μέ τόν τοπικό του Ἐπίσκοπο, ἀλλά κυρίως συνειδητή καί διαρκή προσπάθεια ἐκ βάθρων ἀνακαινίσεως τῆς ζωῆς του.

Ἐκ τῶν ἀνωτέρω προκύπτει ὅτι οἱ μοναχοί δέν ἐπιτρέπεται νά ἐκφράζονται, ἀκόμη καί διά τῶν μέσων τοῦ διαδικτύου, διά τρόπου ὁ ὁποῖος τούς ὀδηγεῖ στήν ἀλλοτρίωση τῆς ἀσκητικῆς τους ὑποσχέσεως καί σέ ἀνάμειξή τους σέ ἐγκόσμιες μέριμνες, γεγονός πού πλήττει τήν φύση τοῦ Μοναχισμοῦ.

Παραλλήλως, τόσον οἱ μοναχοί ὅσον καί οἱ κληρικοί παντός βαθμοῦ ὀφείλουν νά μήν λησμονοῦν ὅτι τήν ιδιότητά τους αὐτή δέν τήν χάνουν καί δέν μετατρέπονται σέ ἀπλοῦς ιδιωτές, ὅταν διαδίδουν τίς ἀπόψεις τους στό διαδίκτυο, ὅπως δέν τήν χάνουν οὔτε ὅταν ἐκφράζουν τίς ἀπόψεις τους διά τοῦ τύπου ἢ σέ δημόσιο χῶρο. Ὁ σεβασμός πού ἐμπνέει τό μοναχικό ἢ ἱερατικό σχῆμα τους στό κοινό τῶν ἀναγνωστῶν τους δέν μπορεῖ νά χρησιμοποιεῖται γιά τήν ἀνάπτυξη διχαστικοῦ λόγου, τόν προπαγανδισμό, τήν ὑποστήριξη παρατάξεων, τήν έκφραση προσωπικῆς ἐμπαθείας, τήν προσβολή τῆς τιμῆς καί τῆς ὑπολήψεως λαϊκοῦ ἢ κληρικοῦ ἢ ἀκόμη καί τήν πρόκληση σχίσματος πρός τόν τοπικό Ἐπίσκοπο ἢ πρός ὅσους ἔχουν τήν εὐθύνη διοικήσεως ἄλλων Μητροπόλεων, ὀρθοδόξων Ἐκκλησιῶν καί Πατριαρχείων, δηλαδή γιά ἐπιδιώξεις πού ἀνήκουν στήν ἀνθρώπινη παθολογία, δέν ἐντάσσονται στό σωτηριολογικό σκοπό τῆς Ἐκκλησίας καί προκαλοῦν διαίρεση τοῦ

Σώματός Της. Ὁ δημόσιος λόγος πού ἀναπαράγει τά προαναφερθέντα χαρακτηριστικά δέν εἶναι ἀπλῶς «παράνομος» ἢ «ἀνήθικος» ἢ «ἀντικανονικός». Εἶναι λόγος παντελῶς ἄσχετος μέ τήν Ἐκκλησία, ἀποτελεῖ «αἵρεση», δηλαδή ἐκτροπή τοῦ κληρικοῦ καί τοῦ μοναχοῦ ἀπό τήν ἀποστολή στήν ὁποία προσήλθε ἐκουσίως, καί προτίμηση (αἵρεση) προσωπικῆς ἐκδοχῆς γιά τό καθῆκον του ὡς κληρικοῦ ἢ μοναχοῦ καί τό περιεχόμενο τοῦ ἐκκλησιαστικοῦ γεγονότος, καί, ὡς τοιοῦτος, εἶναι λόγος ἀποδοκιμαστέος.

Ἀποτελεῖ περιεχόμενο ποιμαντικῆς εὐθύνης ἐκάστου Ἐπισκόπου ἢ παρακολούθηση καί ἐπίβλεψη τῆς τηρήσεως τῶν ὡς ἄνω ὅρων, ὅπως καί ἡ λήψη καταλλήλων μέτρων πρός παῦσιν τυχόν φαινομένων ἐκτροπῆς.

Ἐντολῇ τῆς Ἱεραῆς Συνόδου

Ὁ Ἀρχιεπίσκοπος

† Ὁ Μεθώνης Κλήμης

## Αὐτονόητα, ὄχι διαφημιζόμενα!

Τοῦ Ἀρχιμανδρίτου π. Δανιήλ Ἀεράκη

Γιὰ ἕναν ἀγιασμό 31 φωτογραφίες διαφημιστικὲς σὲ ἐκκλησιαστικὴ ἱστοσελίδα. Ναί, καλὰ διαβάσατε, 31 φωτογραφίες γιὰ ἕναν ἀγιασμό!

Πόση ὥρα κρατάει ἕνας μικρὸς ἀγιασμός; Ἐπρεπε κάθε λεπτό του καὶ κάθε λεπτομέρειά του ν' ἀπαθανατισθοῦν καὶ τὸ «ἄλμπουμ» ἀπὸ αὐτὸν τὸν ἀγιασμό ν' «ἀνεβῆ» σὲ «σάϊτ»; Μὴ ρωτῆστε, ποιὸς εἶναι ὁ ἀγιασμός αὐτός, διότι θά... ἀδικήστε τοὺς ἄλλους. Παντοῦ σχεδὸν τὸ ἴδιο γίνεται!

Ὁ μακαριστὸς Μητροπολίτης Σηλυβρίας Αἰμιλιανός, σοβαρὸς ἐπίσκοπος, μὲ ἀποστολικὸ περιεχόμενο καὶ μὲ καθόλου ἐξωτερικὴ κουφότητα, ἔλεγε ἐπανειλημμένως:

«Φαντάζεσθε ἰατρικὸ περιοδικὸ νὰ δημοσιεύη φωτογραφίες ἱατροῦ, πού ἐξετάζει ἄρρωστο μὲ τὰ ἀκουστικά του ἢ τοῦ παίρνει τὴν πίεσι; Μὰ κάτι τέτοια γιὰ τὸν ἱατρὸ εἶναι αὐτονόητα. Τὰ αὐτονόητα ἢ πράξεις ἐπαγγελματικῆς ρουτίνας δὲν ἀποτελοῦν εἰδήσεις...

Στὸ χῶρο τῆς Ἐκκλησίας γιὰτὴν αὐτὴ ἢ κουφότητα; Αὐτονόητο γιὰ τὸν ἱερέα ἢ γιὰ τὸν ἐπίσκοπο εἶναι ἢ τέλεισις ἑνὸς ἀγιασμοῦ ἢ ἑνὸς ἔσπερινοῦ. Αὐτὰ δὲν ἀποτελοῦν εἰδήσεις γιὰ δημοσίευσιν σὲ ἐκκλησιαστικὰ περιοδικὰ ἢ γιὰ προβολή. Δὲν εἶναι ἔκτακτες εἰδήσεις, πού χρῆζονται λαμπρᾶς προβολῆς».

Ἡ τέλεισις ἀγιασμοῦ ἢ ἔσπερινοῦ δὲν ἀποτελοῦν εἰδήσεις. Αὐτονόητο γιὰ τὸν κληρικὸ εἶναι ἢ τέλεισις λατρευτικῶν πράξεων. Εἶναι ἀνάγκη νὰ προβληθοῦν οἱ τελοῦντες αὐτονόητα πράγματα;

Κάποτε τὴν κουφότητα γιὰ πολλὰς φωτογραφίες τὴν συναντούσαμε μόνο σὲ γάμους καὶ βαπτίσις. Καὶ τότε μᾶς φαινόταν ὑπερβολικὸ τὸ φαινόμενο καὶ ἐν πολλοῖς... ἀσεβές! Τὸ μυστήριον καταντοῦσε γελοϊότητα. Τὸ θαῦμα μετατρεπόταν σὲ φανταχτερὸ θέαμα. Ἡ προσευχὴ γινόταν ἐπιδεικτικὴ φασαρία. Καὶ φυσικὰ τώρα τὸ κακὸ ἔχει παραγίνει. Ὁ ναὸς μεταβάλλεται σὲ «στούντιο». Καὶ οἱ μετέχοντες προσέχουν τὴν κάμερα τοῦ «βίντεο» καὶ τῶν φωτογράφων!

Ἐ, λοιπόν, τὸ ἀσεβὲς αὐτὸ φαινόμενο κυριαρχεῖ πλέον καὶ στὸν ἔσπερινὸ καὶ στὴ θεία λειτουργία καὶ στὶς χειροτονίες καὶ στὶς... μοναχικὲς κουρές! Ἡ θεία κοσμιότητα ἀντικαταστάθηκε ἀπὸ τὴν ἐπιδεικτικὴ κοσμικότητα.

Ὁ σεμνὸς λειτουργὸς, ἔχοντας συνείδησι τοῦ φορικτοῦ μυστηρίου ποῦ διακονεῖ, τρέμει ἀπὸ φόβο καὶ ἱερὸ δέος. Καὶ φυσικὰ λαμβάνει τὰ μέτρα του, νὰ περιφρουρήσῃ τὴ μυσταγωγία.

Τὸ «μηδεὶς ἀμύητος εἰσίτω» ἰσχύει πολὺ περισσότερο γιὰ τὶς φωτογραφίες: «Μηδεὶς φωτογράφος εἰσίτω»!

Ἐξω ἢ ἐπιδειξιομανία! Μέσα ἢ ἱερότητα καὶ ἢ εὐλάβεια!

Καὶ ἐπειδὴ μὲ τὰ σύγχρονα «κινητὰ» ὅλοι εἶναι φωτογράφοι, οἱ σχετικὲς ὁδηγίες ὀφείλουν νὰ εἶναι πιὸ συγκεκριμένες καὶ αὐστηρές. Καὶ νὰ καλύπτονται βεβαίως καὶ ἀπὸ Συνοδικὲς ἐγκυκλίους.

Πηγή: Ακτίνες

## 39 φωτογραφίες!!!

Τοῦ Ἀρχιμανδρίτου π. Δανιήλ Ἀεράκη

Φαντάζεστε τὸν Κύριό μας ν' ἀνεβαίνει στὸ ὄρος γιὰ νὰ διανυκτερεύσει (Λουκ. στ' 12) «ἐν τῇ προσευχῇ», καὶ νὰ μὴν ἀρχίζει τὴν προσευχή Του, γιατί κάποιος... ἀπουσιάζει; Ποιός; Ἀκούγεται ἡ φωνὴ τοῦ Κυρίου (συγχώρεσέ μας, Κύριε, πού βάζουμε στὸ στόμα Σου τέτοια λόγια!):

—Πῶς ν' ἀρχίσουμε τὴν ἀγρυπνία, ἀφοῦ δὲν ἦρθαν οἱ... φωτογράφοι; Περιμένετε λίγο. Ὅπου νᾶναι, θὰ στηθοῦν καὶ θὰ προβάλουν τὴν προσευχή μας!...

Καὶ πάλι, συγχώρεσέ μας, Κύριε, γιὰ τὴν παρένθεσι αὐτοῦ τοῦ κοσμικοῦ λόγου στὴν ἱερὴ σου ἀγρυπνία, στὴν «ὑπερφυᾶ προσευχή» Σου! Ἀλλά, Κύριε, ἐμεῖς ἀνοίξαμε ἐκκλησιαστικὸ ἱστολόγιο στὸ «ἴντερνετ», καὶ μετρήσαμε 39 φωτογραφίες, πού πρόβαλλαν ἀγρυπνία σέ Ἁγιορείτικη Μονή!

Εἶναι ἱερὴ καὶ ἔμπονη ἡ προσευχή μιᾶς ἀγρυπνίας. Ποιός, λοιπόν, τὴν ὥρα τῆς μυστικῆς προσευχῆς μεριμνᾶ γιὰ φωτογραφίες; Ποιός μέσα στὴ νύχτα κατὰ τακτὰ διαστήματα στέλνει φωτογραφίες καὶ σύντομα δελτία γιὰ τὸ πού βρίσκεται ἡ ἀγρυπνία; Ὅπωςδήποτε αὐτὰ δὲν γίνονται μόνα τους. Καὶ πρὸ παντός δὲν γίνονται χωρὶς τὴν ἄνωθεν ἐντολή (μᾶλλον «εὐλογία»!)

Δὲν βλέπει ὁ ἡγούμενος ἢ ὁ χοροστατῶν ἐπίσκοπος τὴ βεβήλωσι τοῦ ἱεροῦ χώρου καὶ τῶν ἀγίων στιγμῶν;

Ὁ Κύριος μᾶς παραγγέλλει νὰ κρυφτοῦμε (νὰ κλειστοῦμε) στὸ «ταμιεῖον» μας (Ματθ. στ' 6) καὶ ἐκεῖ, μακριὰ ἀπὸ τὰ μάτια τῶν ἀνθρώπων καὶ τὰ φῶτα τῆς δημοσιότητας, τὴ φαντασμαγορία, νὰ προσευχηθοῦμε.

Δὲν ἰσχύουν τὰ λόγια αὐτὰ καὶ γιὰ τὸ «ταμιεῖον» τῆς καρδιᾶς μας καὶ γιὰ τὸ «ταμιεῖον» τοῦ κελλιοῦ μας καὶ γιὰ τὸ «ταμιεῖον» τῆς μονῆς μας καὶ γιὰ τὸ «ταμιεῖον» τῆς μυσταγωγικῆς λατρείας;

Ἡ Ἱ. Σύνοδος τῆς Ἐκκλησίας τῆς Ἑλλάδος ἐξέδωκε ἐγκύκλιο νὰ μὴ κατέρχωνται Ἀγιορεῖτες (κᾶν εἰκόνας φέροντες!) ἄνευ ἰδικῆς τῆς ἄδειας. Δὲν ξέρουμε, ἂν εἶναι ἐφικτὴ ἢ ἐφαρμογὴ τῆς ἐγκυκλίου. Ὅμως ἡ Ἱ. Κοινότητα τοῦ Ἁγίου Ὄρους, μὲ ὅποιο διοικητικὸ κῦρος διαθέτει, ἄς ἐκδώσῃ ἀπόφασιν νὰ ἀπαγορευθοῦν οἱ φωτογραφήσεις καὶ οἱ βιντεοσκοπήσεις τουλάχιστον τῶν ἱερῶν ἀγρυπνιῶν.

Ἄβατο εἶναι τὸ Ἅγιον Ὄρος μόνο στὶς γυναῖκες; Δὲν εἶναι ἄβατο στὴν κοσμικότητα, στὴν ἐπιδειξιμανία καὶ στὴ φαρισαϊκὴ λατρεία; Οἱ σεβάσμιοι πατέρες (καὶ ὑπάρχουν πολλοὶ καὶ στὸν Ἄθωνα) ἄς διαμαρτυρηθοῦν γιὰ τὴν παραβίασιν τοῦ ἀσύλου τῆς προσευχῆς!

Πηγή: Ακτίνες



## **Από το face to face ... στην ερημιά του facebook!!!**

Του πρωτοπρεσβυτέρου π. Χρήστου Αιγίδη

Είναι θλιβερή η διαπίστωση πως όπου και αν σταθείς και όπου και αν βρεθείς βλέπεις τριγύρω σου ανθρώπους να είναι κολλημένοι στην οθόνη του κινητού τους. Στο δρόμο, στις πλατείες, στα μαγαζιά, στις αίθουσες, παντού. Πολλές φορές μάλιστα μου έχουν πει αρκετοί φίλοι πόσο ανασφαλείς αισθάνονται όταν κατά λάθος ξεχάσουν το κινητό τους. Αυτό συμβαίνει από τις πρώτες τάξεις του δημοτικού έως την τρίτη ηλικία. Όλη μέρα (και σε πολλές περιπτώσεις και όλη νύκτα) με ένα κινητό στο χέρι. Συμβαίνει ακόμα να επικοινωνούν τα μέλη της οικογένειας με μηνύματα. Ακόμα και μέσα στο ίδιο το σπίτι!

Τι θλιβερή πραγματικότητα!

Τα τελευταία χρόνια καταβάλλεται μεγάλη προσπάθεια να οικοδομηθεί μια απρόσωπη κοινωνία. Να μετατραπούμε από πρόσωπα μοναδικά και ανεπανάληπτα σε μάζες και αριθμούς. Δυστυχώς με μεγάλη επιτυχία. Στη βιομηχανία των νέων τεχνολογιών επενδύονται κάθε χρόνο πολλά εκατομμύρια ευρώ. Όλοι μας δαπανούμε χρόνο και χρήματα για να δικτυωθούμε επαρκώς. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επικρατεί πανικός, συνωστισμός. Και όλα αυτά γιατί έχουμε την ψευδαίσθηση ότι αποτελούν τρόπους επικοινωνίας.

Κάπου διάβασα κάτι πολύ όμορφο και αληθινό, «το να είσαι διάσημος στο facebook, είναι σαν να είσαι πλούσιος στη monopoly». Είναι αλήθεια πως ο αριθμός των φίλων στο facebook ή ο αριθμός των likes αποτελούν για κάποιους σημαντικούς δείκτες στη ζωή τους και ενισχύει την αυτοπεποίθησή τους ή καλύτερα τον εγωισμό τους.

Ο χώρος και ο τρόπος του διαδικτύου δημιουργεί την αίσθηση της ελευθερίας που καταντά ασυδοσία. Είναι πολύ εύκολο να κρύβεσαι πίσω από μια οθόνη και να περιεργάζεσαι τα πάντα και τους πάντες. Είναι πολύ συνηθισμένο να ενισχύεται η ανωνυμία και να γίνεται ανεκτή και οικεία η παρανομία ή ακόμα και η ανωμαλία. Πολλά ναυάγια

οικογενειών ξεκινούν μέσα στο διαδίκτυο. Πολλές τραγωδίες παίζονται με φόντο το facebook. Και όλα αυτά γιατί γίνεται κακή χρήση των δυνατοτήτων των νέων τεχνολογιών.

Είναι σημαντικό να τονίσουμε πως όλα αυτά ΔΕΝ είναι επικοινωνία και πως δεν βοηθούν ούτε ωφελούν τις διαπροσωπικές σχέσεις. Η αληθινή φιλία προϋποθέτει την Αγάπη. Και η Αγάπη είναι κόπος και θυσία, είναι μέριμνα και ενδιαφέρον. Δεν είναι το πάτημα ενός κουμπιού (που γίνεται για την δική μας εγωιστική διάθεση), ούτε μια κοινοποίηση στον τοίχο των social media, ούτε ένα like που γίνεται για τα μάτια του κόσμου.

Τότε γιατί η τρέλα του διαδικτύου; Γιατί η προσπάθεια προβολής και έκθεσης του εαυτού μας, γιατί η ανάγκη να αποκτήσω πολλούς ακόλουθους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Δύο είναι τα πράγματα που χαρακτηρίζουν αυτή την τρέλα. Ο άμετρος εγωισμός μας και η ατελείωτη μοναξιά που νιώθουμε. Ο μεγαλύτερος εχθρός της φιλίας, της αγάπης και των διαπροσωπικών σχέσεων είναι ο ΕΓΩΙΣΜΟΣ μας. Όσο περιορίζεται ο εγωισμός τόσο αυξάνουν οι αληθινές και ουσιαστικές σχέσεις των ανθρώπων. Ο εγωισμός και η αγάπη είναι αντιστρόφως ανάλογες έννοιες.

Αισθάνομαι και ταπεινά φρονώ πως «μέσα» στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ενισχύεται η φιλαυτία και ο εγωισμός μας. Η ανωνυμία διασφαλίζει και την ανευθυνότητα. Πως είναι εύκολο αφού είναι δωρεάν και προσιτό να ξεφύγει κανείς, να χάσει το μέτρο. Θέλει πολλή προσοχή και αληθινή ισορροπία η υγιής παρουσία μας στο διαδίκτυο.

Έπειτα η μάστιγα της εποχής μας, η Μοναξιά. Αρκετοί συνάνθρωποι μας βιώνουν μια αβάσταχτη μοναξιά. Υπάρχουν άνθρωποι που ζουν μόνοι... Ακόμα και μέσα στην οικογένεια τους...

Πολλές φορές μέσα στο γάμο τους!!!

Η μόνη διέξοδος φαντάζει πως είναι η παρουσία τους στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Η ψευδαίσθηση της επικοινωνίας με άλλα πρόσωπα και η ελευθερία της έκφρασης, η επαφή με άλλους μέσω των φωτογραφιών, ξεγελά τα άτομα νομίζοντας ότι έχουν φίλους, ότι βρίσκουν απαντήσεις στα προβλήματά τους. Αλλά μάλλον έτσι ενισχύεται η μοναξιά τους και μεγαλώνει το κενό τους. Η μη ουσιαστική επικοινωνία, αλλά μάλλον ένα κρυφοκοίταγμα στις ζωές των άλλων δεν αναπληρώνει το κενό στη ζωή κανενός.

Προσοχή λοιπόν το διαδίκτυο να μην αντικαταστήσει τις υγιείς διαπροσωπικές σχέσεις, την υγιή ανάγκη επαφής με τους συνανθρώπους μας αλλά να παραμείνει ένα εργαλείο για τη δουλειά μας δίχως να μας καταδυναστεύει. Να μην αποτελεί ένα μέσο κουτσομπολιού αλλά ένα μέσο ενημέρωσης χρήσιμων πληροφοριών. Το κάθε τι ορίζεται από τη χρήση του.

-----

Ο π. Χρήστος Αιγίδης είναι κληρικός της Ιεράς Μητρόπολης Βεροίας, Θεολόγος & κάτοχος Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οργάνωση & Διοίκηση Εκκλησιαστικών Μονάδων.

Πηγή : <https://www.pemptousia.gr/2017/10/apo-to-face-to-face-stin-erimia-tou-facebook/>

## «Είμαστε τα προϊόντα του Facebook»

Της Αγγελικής Μπούμπουκα

Την ώρα που η τεχνολογία επιτρέπει μαζική εισβολή σε κάθε πτυχή της ιδιωτικής μας ζωής, καθώς μεταβαίνουμε σε πολύπλοκα τεχνικά συστήματα επικοινωνίας, η συζήτηση για το πώς θα συνδυάζονται στο μέλλον οι έννοιες «ασφάλεια» και «ιδιωτικότητα» γίνεται όλο και πιο επίκαιρη.

Ο Μπρους Σνάιερ ([www.schneier.com](http://www.schneier.com)), διεθνώς αναγνωρισμένος συγγραφέας και αναλυτής περί θεμάτων ασφαλείας, πιστεύει ότι **στο μέλλον θα κληθούμε να απολογηθούμε στα εγγόνια μας για τον τρόπο που εκχωρούμε τα προσωπικά μας δεδομένα προσπαθώντας να συμμετάσχουμε στην κοινωνία της πληροφορίας**. Τον συναντήσαμε ως καλεσμένο ομιλητή στο Θερινό Σχολείο που διοργάνωσε την προπερασμένη εβδομάδα στην Κρήτη ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός για την Ασφάλεια των Δικτύων και των Πληροφοριών ([www.enisa.europa.eu](http://www.enisa.europa.eu)).

Μίλησε για μια βίαιη αλλαγή στα κοινωνικά πρότυπα συμπεριφοράς, τονίζοντας τον καθοριστικό ρόλο των κοινωνικών δικτύων. «Υπάρχει πολλή ψυχολογική πίεση να συμμετάσχεις στα κοινωνικά δίκτυα, ειδικά αν είσαι νέος. Δεν μπορείς, π.χ., να πηγαίνεις γυμνάσιο και να μην έχεις λογαριασμό στο Facebook».

Η επικοινωνία μέσω αυτών των δικτύων, όμως, αλλάζει τον τρόπο που αποφασίζουμε το ποιος θα μάθει τι για εμάς: «Παλιά αποφασίζαμε τι θα πούμε σε κάποιον την ώρα που συζητούσαμε μαζί του. Τώρα πρέπει να αποφασίσουμε την ώρα που στέλνουμε τις πληροφορίες, που αναρτούμε κάτι στο Facebook, στο Twitter κ.λπ. Είναι μια αφύσικη διαδικασία και χρειάζεται να αναπτύξουμε μια πολιτική περί ιδιωτικότητας και να αναλύουμε τα αισθήματά μας για το ποιος μπορεί να μαθαίνει τι για εμάς».

Την ίδια στιγμή, «αμέτρητα δεδομένα για τον καθένα μας όλο και περισσότερο παράγονται, αποθηκεύονται και γίνονται αναζητήσιμα». Κι

αυτά τα δεδομένα «έχουν αξία σε πάρα πολλές διαστάσεις (στο μάρκετινγκ, στον έλεγχο κ.λπ.). Δεν είμαστε πελάτες της Google ή του Facebook, αλλά τα προϊόντα τους. Σας πουλάνε στους διαφημιστές. Όλα αυτά τα μοντέλα, όλο το Ίντερνετ, βασίζονται στην εμπορία δεδομένων».

Έτσι, ο απλός χρήστης, που δεν γνωρίζει τεχνικές λεπτομέρειες για το πώς δουλεύει καθετί, βρίσκεται στο τέλος της αλυσίδας των αποφάσεων που καθορίζουν αυτό το σκηνικό. «Η τεχνολογία καθορίζει τι είναι εφικτό, οι νόμοι ορίζουν τι είναι νόμιμο και οι επιχειρήσεις παράγουν ό,τι είναι εφικτό ανάλογα με το αν φέρνει κέρδος. Αυτό που λείπει από την εξίσωση είναι η νομοθεσία, που δεν μπορεί να ακολουθήσει την ταχύτητα των εξελίξεων».

Πηγή: "Ελευθεροτυπία", 26 Σεπτεμβρίου 2010.

## Πίστευα ότι τα social media είναι μια δύναμη του καλού – τώρα όλα δείχνουν πως όχι

7.9.2017

*Ο συγγραφέας Matt Haig γράφει στον Guardian για το πώς σταδιακά άρχισε να αλλάζει γνώμη για τα οφέλη της χρήσης των social media*

Πίστευα ότι τα social media επί της ουσίας ήταν μία δύναμη του καλού, είτε είχαν να προσφέρουν στην διάδοση έναρξης της Αραβικής Άνοιξης το 2011, είτε απλώς αποτελούσαν ένα χρήσιμο εργαλείο για να φέρουν κοντά ανθρώπους με κοινές πεποιθήσεις – και πάλι είτε επρόκειτο για την κοινή αγάπη για τις γάτες είτε για να μοιραστούν αστεία βιντεάκια. Έχοντας σπαταλήσει άπειρο χρόνο σε θέματα που αφορούν την πνευματική υγεία, διαπίστωνα ότι ακόμη και ένα τεράστιο κακοποιημένο κοινό μπορούσε να χρησιμοποιήσει την ανωνυμία για καλό σκοπό, να βοηθηθούν άνθρωποι στο να ανοιχτούν και να μιλήσουν για τα προβλήματά τους, άνθρωποι που ποτέ δεν θα ένιωθαν αυτή την ελευθερία στο φυσικό τους περιβάλλον, στο πλαίσιο αυτού που αποκαλούμε πραγματική ζωή.

Γνώριζα επίσης από τη δική μου εμπειρία ότι τα social media μπορούσαν να αποτελούν έναν ευχάριστο αντιπερισπασμό από τους δίδυμους δαίμονες του άγχους και της κατάθλιψης. Επίσης, έκανα φίλους στο διαδίκτυο, ενώ ως συγγραφέας είχα μία σπουδαία ευκαιρία να δοκιμάσω νέες ιδέες, μακριά από τις παραδοσιακές συνταγές αφήγησης. Ακριβώς επειδή είμαι κάποιος που πολύ συχνά βρίσκω τις κοινωνικές περιστάσεις ως ένα είδος πνευματικής εξόντωσης, τα social media φάνταζαν στα μάτια μου περισσότερο ως λύση, παρά ως πρόβλημα.

Ναι, σίγουρα ανά περιόδους ένιωθα ότι ίσως να μην ήταν ακριβώς υγιές το να παρακολουθώ το feed του Twitter μου επί 7 συνεχόμενες ώρες, ειδικά αν έπρεπε να παλέψω με μία στρατιά οπαδών του Τραμπ. Ναι, διάβαζα άρθρα για τους κινδύνους που κρύβει η υπερβολική έκθεση στον κόσμο του Διαδικτύου, αλλά τα απέριπτα ως παραδοσιακά αντιδραστικά σε οτιδήποτε νέο. Αυτού του είδους τους επικριτές τους αντιμετώπιζα με

τον ίδιο τρόπο που αντιμετωπίζαμε κάποτε αυτούς που είδαν για πρώτη φορά έγχρωμη ταινία ή πρωτο-άκουσαν ηλεκτρική κιθάρα, ή αντίκρισαν για πρώτη φορά μίνι φούστες, είδαν τι εστί selfie ή τι είναι το fidget spinner, όλους αυτούς που με οτιδήποτε καινούριο προκύπτει προφητεύουν το τέλος του πολιτισμού μας. Θυμάμαι έναν πηχυαίο τίτλο στη “Daily Mail” που έγραφε το εξής: «Πώς η χρήση του Facebook αυξάνει τις πιθανότητες να νοσήσετε από καρκίνο», κάτι που έκανε τα πράγματα ακόμη πιο ξεκάθαρα: το να είσαι εχθρός των social media σήμαινε το να είσαι στην απολύτως λάθος πλευρά της ιστορίας.

Και μετά άρχισα την έρευνα για ένα βιβλίο που γράφω, αναφορικά με το **πώς ο εξωτερικός κόσμος μπορεί να επηρεάζει την πνευματική μας υγεία**. Ήθελα να καταγράψω τόσο τα μειονεκτήματα των social media, αλλά και να υπερασπιστώ το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ήταν περισσότερο μία δύναμη του καλού, ένα μέρος στο οποίο όλες οι παράνοιες της ζωής μπορούν να αρθρωθούν και να αναλυθούν με ασφάλεια. Αλλά όσο πιο βαθιά προχωρούσα με την έρευνα, τόσο πιο δύσκολο ήταν να εξακολουθώ να υπερασπίζομαι αυτή την άποψη. Πέρα από την υστερική διατύπωση της Daily Mail για τους κινδύνους που έκρυβαν τα social media, υπήρχαν κι άλλοι -επιστήμονες, ψυχολόγοι, τεχνικοί δικτύων και χρήστες του διαδικτύου- που υπογράμμιζαν τους τρόπους με τους οποίους **τα social media έκαναν κακό στην υγεία μας**.

Ακόμη και ο διαδικτυακός ακτιβιστής, πρώην υπάλληλος της Google και εμπνευστής της Αραβικής Άνοιξης, ο Wael Ghonim, κοινώς ο άνθρωπος που κάποτε έβλεπε τα social media ως θεραπεία, τώρα είναι σε θέση να διακρίνει την αρνητική, επικίνδυνη πλευρά τους. Στα δικά του μάτια πλέον αυτό που κάποτε ήταν μια ευκαιρία για ενημέρωση του κόσμου, για να συγκεντρωθούν τα πλήθη κάτω από μία κοινή ιδέα, για να μοιραστούν πεποιθήσεις -ό,τι δηλαδή είχε συμβεί με τις διαδηλώσεις και το παθιασμένο κύμα που ξεσηκώθηκε εναντίον του αιγυπτιακού καθεστώτος-, είχε μετατραπεί σε ένα αιματηρό πεδίο μάχης, γεμάτο από μηνύματα μίσους. «Το ίδιο εργαλείο που μας ένωσε για να γκρεμίσουμε τους δικτάτορες, το ίδιο εργαλείο μας διέλυσε», είπε πει ο Ghonim, βλέποντας **τα social media να πολώνουν τελικά το πλήθος σε εξαγριωμένα στρατόπεδα** – υποστηρικτές του στρατού εναντίον Ισλαμιστών- αφήνοντας τελικά τις κεντρικές φωνές, όπως και ο ίδιος υπήρξε, κολλημένες κάπου στα μισά της διαδρομής, αδύναμες να κάνουν οτιδήποτε.

Και φυσικά όλο αυτό αφορά μόνο το πολιτικό σκέλος. Σύμφωνα με έρευνα της Βασιλικής Ακαδημίας της Δημόσιας Υγείας που εκπονήθηκε με ερωτηματολόγιο σε 1500 νέους και με ζητούμενο να καταγράψουν τις διακυμάνσεις της διάθεσής τους στα 5 πιο δημοφιλή δίκτυα, αποκάλυψαν μάλλον άσχημα νέα κυρίως για το Instagram και το Snapchat. Η έρευνα απέδειξε ότι πρόκειται για τα μέσα εκείνα που συνήθως εμπνέουν αισθήματα ανεπάρκειας, άγχους και χαμηλής αυτοεκτίμησης στους νέους, τη στιγμή που βάσει άλλης έρευνας επιστημονικού κέντρου στο Ηνωμένο Βασίλειο, τα μισά κορίτσια νεαρής ηλικίας και τα 2/5 των αγοριών έχουν υπάρξει τουλάχιστον μια φορά κατά τη διάρκεια της εφηβείας τους θύματα διαδικτυακού bullying. **Οι αποδείξεις για το ότι τα social media μπορούν να αποβούν επικίνδυνα για την ψυχική υγεία, ειδικά νεαρών, ανθρώπων που βιώνουν όλων των ειδών τις πιέσεις της εφηβείας (εξωτερική εμφάνιση, βάρος, δημοφιλία), αυξάνονται με τον ίδιο τρόπο που οι πολυεθνικές επενδύουν δισεκατομμύρια στις πλατφόρμες τους, μόνο και μόνο για να πείσουν τον νεαρόκοσμο να ξοδέψει μεγαλύτερο μέρος της ζωής του εκεί.**

Όπως λέει ο Kurt Vonnegut: *«Είμαστε αυτοί που προσποιούμαστε ότι είμαστε, γι' αυτό και πρέπει να είμαστε προσεκτικοί με τους ποιους υποτίθεται ότι υποδυνάμαστε».* Αυτό είναι περισσότερο αληθινό από ποτέ στην εποχή που το μάρκετινγκ έχει φτάσει σε νέα επίπεδα: πλέον δεν είμαστε απλώς καταναλωτές, αλλά είμαστε και εικόνες προς κατανάλωση. Αν έχετε φίλους με τους οποίους επικοινωνείτε αποκλειστικά στο Facebook, ολόκληρη η σχέση σας είναι πλαισιωμένη από το εμπόριο. Όταν πρόθυμα επιλέγουμε να γίνουμε απλήρωτοι δημιουργοί περιεχομένου -απλήρωτοι γραφιάδες, κοινώς-εμπορευματοποιούμε τον ίδιο μας τον εαυτό. Και φυσικά μπαίνουμε στη διαδικασία να πάθουμε εμμονές με τα νούμερα (των followers, των μηνυμάτων, των σχολίων, των retweets, των likes που πήραμε και πάει λέγοντας). Είναι σα να τρέχουμε μια επιχείρηση που στηρίζεται στην οικονομία των φίλων μας στα μέσα, στο απόθεμα της συναισθηματικής αγοράς και ταυτόχρονα να αξιολογούμε μέσω αυτού του αποθεματικού την αξία μας έναντι των άλλων.

Φυσικά και το να συγκρινόμαστε με τους άλλους δεν είναι κάτι καινούριο για το ανθρώπινο είδος. Αλλά όταν οι «άλλοι» είναι όλος ο υπόλοιπος πληθυσμός του πλανήτη μέσα στο διαδίκτυο, τα πράγματα ξεφεύγουν. Καταλήγουμε με το να συγκρινόμαστε διαρκώς και για όλα μας -την



εξωτερική μας εμφάνιση, τις σχέσεις μας, τα αποκτήματα μας, τις ίδιες μας τις ζωές- με όλα εκείνα τα άβυσσικά που διοχετεύουν προσεκτικά και φιλτραρισμένα τις ζωές τους. Ο λόγος πια γίνεται για **ανθρώπους που δεν θα συναντήσουμε ποτέ στην κανονική μας ζωή**, ενώ εμείς θα μείνουμε με το αίσθημα της ανεπάρκειας.

Και μετά ένα άλλο σοβαρό ζήτημα είναι η κακοποίηση. Σύμφωνα με τον Jonathan Taplin, επικεφαλής ομάδας νέων επιχειρηματιών, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι τίποτα περισσότερο από ένα σύγχρονο Κολοσσαίο, μια αρένα που μέσα πετιούνται άνθρωποι στα λιοντάρια του διαδικτύου. Διαβάζοντας τα timeline ανθρώπων που δίνουν μάχη με τη βουλιμία και την ανορεξία, διαπιστώνει κανείς ότι τα social media μπορεί και να ήταν αυτά που τελικά τροφοδότησαν και θέριψαν αυτό από το οποίο υποφέρουν. Κάπως έτσι άρχισα να συνειδητοποιώ ότι το να αγνοείς τα πραγματικά προβλήματα που δημιουργούν επιτρέποντας στις εταιρείες στις οποίες ανήκουν να επεκτείνονται και να κλέβουν τις ζωές μας, ενδεχομένως θα ήταν μία ιδιαίτερα συντηρητική προσέγγιση. Αυτή που ισχυρίζεται ότι η ελεύθερη αγορά έχει τους δικούς της ηθικούς νόμους, οπότε ας υποκύψουμε κι ας εμπιστευθούμε το μέλλον της συλλογικής ψυχικής υγείας μας στους πολυεκατομμυριούχους της τεχνολογίας. Μιλάμε για την ίδια προσέγγιση που εμπιστεύεται απόλυτα την ελεύθερη βούληση, αυτή που υποστηρίζει ότι τα ψυχικά προβλήματα είναι καθαρή περιπτώσιολογία και αφορούν τις επιλογές του καθένα μας ξεχωριστά.

Κι όμως: αν είμαστε σε θέση να αναγνωρίσουμε ότι η σωματική μας υγεία μπορεί να επηρεαστεί από το κοινωνικό πλέγμα, τότε ίσως ήρθε ο καιρός να αναγνωρίσουμε ότι ακριβώς το ίδιο συμβαίνει και με την πνευματική μας υγεία και το πώς αυτή επηρεάζεται από το διαδίκτυο. Και όσο η **πραγματική κοινωνική ζωή μας εμπλέκεται με την ψηφιακή**, ίσως πρέπει **σοβαρά πλέον και άμεσα να δούμε πώς αυτού του είδους οι (μαρκετίστικες) κοινωνίες επηρεάζουν το μυαλό και τη σκέψη μας**. Πρέπει να προσπαθήσουμε να ανακαλύψουμε πώς η αυξανόμενη κρίση που βιώνει αυτό που αποκαλούμε πνευματική υγεία σχετίζεται τόσο με τους ανθρώπους με τους οποίους ζούμε, όσο και μ' εκείνους με τους οποίους αλληλεπιδρούμε.

Ο Μαρκ Ζούκερμπεργκ, ιδρυτής και CEO του Facebook συνηθίζει να λέει ότι «δίνοντας στους ανθρώπους τη δύναμη να μοιράζονται περιεχόμενο,

κάνουμε τον κόσμο, έναν κόσμο διαφάνειας». Φυσικά και δεν θα σταματήσουμε να χρησιμοποιούμε τα social media -εγώ, τουλάχιστον, δεν θα το κάνω-, αλλά ακριβώς γι' αυτό τον λόγο πρέπει να μάθουμε περισσότερο για το τι μας προκαλεί η χρήση τους. Πώς επιδρά στην πολιτική, στην υγεία μας, στις μελλοντικές γενιές, στον κόσμο γύρω μας. **Κάπως πρέπει να διασφαλίσουμε ότι εμείς είμαστε που ακόμη χρησιμοποιούμε την τεχνολογία και όχι η τεχνολογία εμάς.**

Πηγή: [www.lifo.gr](http://www.lifo.gr)

## «Κατώτερη μορφή επικοινωνίας και μορφή ψυχασθένειας το Facebook»

Λάβρα κατά των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζεται η καθηγήτρια Σέρι Τερκλ στο βιβλίο της «Μόνοι μαζί».

**ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ.** Το Facebook μάς τρελαίνει... Αυτό ισχυρίζεται κορυφαία κοινωνιολόγος στις ΗΠΑ, ενώνοντας τη φωνή της με πλειάδα ειδικών που λένε ότι τα sites κοινωνικής δικτύωσης δεν συνδέουν τους ανθρώπους – αντιθέτως, τους απομονώνουν από την πραγματικότητα προκαλώντας κάτι σαν σύγχρονη τρέλα στον ψυχισμό τους.

Οι φρενήρεις ρυθμοί με τους οποίους επικοινωνούμε online μέσω του Twitter, του Facebook και των γραπτών μηνυμάτων «οδηγούν σε μία ψυχοπαθολογική συμπεριφορά», γράφει στο νέο της βιβλίο «Μόνοι Μαζί» η Σέρι Τερκλ, καθηγήτρια στο MIT, η οποία πρωτοστατεί στην επίθεση κατά των νέων μορφών επικοινωνίας.

Την περασμένη εβδομάδα εμφανίστηκε στο δημοφιλές τηλεοπτικό σόου του κωμικού Στίβεν Κόλμπερτ, όπου είπε ότι έχει πάει σε κηδείες όπου οι πενθούντες συγγενείς ελέγχουν κάθε δύο λεπτά το iPhone τους.

Η θέση της δρος Τερκλ είναι απλή: η τεχνολογία απειλεί να κυριαρχήσει επί της ζωής μας και να μας απομονώσει από την επαφή με τους άλλους ανθρώπους. Δημιουργώντας μας την ψευδαίσθηση ότι μας επιτρέπει να επικοινωνούμε καλύτερα, μας κάνει να ζούμε σε μία κυβερνοπραγματικότητα πολύ κατώτερη, και συχνά πιο σκληρή, από τον πραγματικό κόσμο.

Κλασικό παράδειγμα θεωρείται η περίπτωση της άτυχης Σιμόν Μπακ. Είχε 1.048 «φίλους» στο Facebook, όταν όμως ανακοίνωσε ότι θα αυτοκτονήσει δεν βρέθηκε κανένας να την αποτρέψει, και ούτε ένας δεν προσπάθησε να τη σώσει, κάτι που δεν θα μπορούσε να συμβεί τόσο εύκολα στην πραγματική ζωή. Η επίθεση εναντίον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει γίνει μόδα στις ΗΠΑ. Ένα άλλο μπεστ σέλερ, του Νικόλας Καρ, που κυκλοφόρησε πρόσφατα με τον τίτλο «Στα ρηχά:

Να τι κάνει το Internet στο μυαλό μας», υποστηρίζει ότι το βασικό ανθρώπινο ένστικτο για αναζήτηση νέων πληροφοριών και κοινωνική δικτύωση μας έχει εθίσει στο «εύκολο αλλά ρηχό» ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Πολλοί υπάλληλοι γραφείου ελέγχουν τα e-mail τους ως και 30 φορές την ώρα. «Έχουμε γίνει σαν τα ποντίκια σε εργαστήριο υψηλής τεχνολογίας, σαν πειραματόζωα που πατάμε άσκοπα μοχλούς με την ελπίδα ότι θα κερδίσουμε κάποια ψίχουλα κοινωνικής ή διανοητικής τροφής. Αυτό που κάνει ακόμη πιο ακαταμάχητα τα ψηφιακά μηνύματα είναι η αβεβαιότητα. Υπάρχει πάντα η πιθανότητα ότι κάποιο σημαντικό e-mail περιμένει να το ανοίξουμε, παρ' ότι ξέρουμε πως τα περισσότερα μηνύματα που έρχονται online είναι ασήμαντα» γράφει ο Καρ.

Πηγή: "ΤΟ ΒΗΜΑ", 25 Ιανουαρίου 2011

## Facebook: Ο Ιστός της αράχνης που τρέφεται με likes...

Ντίνα Δασκαλοπούλου

01.04.2018

Ο Τίμοθι Τζον Μπέρνερς Λι, μέλος του Τάγματος της Αξίας, ιππότης-διοικητής του Τάγματος της Βρετανικής Αυτοκρατορίας, μέλος της Βασιλικής Εταιρείας, μέλος της Βασιλικής Εταιρείας Μηχανικής, μέλος της Βασιλικής Εταιρείας Τεχνών, δεν χρίστηκε τυχαία σεφ: είναι ο εφευρέτης του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web).

Και σίγουρα δεν είναι τυχαία η σχεδόν δραματική προειδοποίησή του. Εκεί που η τύχη όμως φαίνεται να έπαιξε με τον δικό της δραματικά ειρωνικό τρόπο είναι η χρονική συγκυρία.

Στις 12 Μαρτίου το Web γιόρτασε τα 29α γενέθλιά του και ο Μπέρνερς Λι, με ανοιχτή επιστολή του και με συνέντευξη στους Financial Times, προειδοποιεί ότι εταιρείες όπως η Google, το Facebook και το Twitter έχουν αποκτήσει υπερβολικά κυρίαρχη θέση στην αγορά, προωθούν την παραπληροφόρηση και την παραπλανητική πολιτική διαφήμιση, ενώ εκμεταλλεύονται τα προσωπικά δεδομένα των χρηστών.

Στις 16 Μαρτίου ξέσπασε το σκάνδαλο Facebook. Τι έλεγε μόλις τέσσερις μέρες νωρίτερα ο άνθρωπος που στην Οξφόρδη κατασκεύασε τον πρώτο του υπολογιστή, με μόνα υλικά παλιά ηλεκτρονικά εξαρτήματα και ένα κολλητήριο, συνελήφθη ως χάκερ κι έμελλε στα 33 του να αλλάξει την πορεία της ανθρωπότητας;

*«Ο αριθμός των τρόπων που τα πράγματα μπορεί να πάνε στραβά στο Ίντερνετ έχει πολλαπλασιαστεί. Ηρθε η ώρα για μια αντίδραση εκ μέρους των ανθρώπων στην Ευρώπη», σημείωνε ο Μπέρνερς Λι και υπογράμμιζε ότι «ο Ιστός στον οποίο πολλοί συνδέονταν πριν χρόνια δεν είναι αυτός που βρίσκουν σήμερα οι νέοι χρήστες. Αυτό που ήταν κάποτε μια πλούσια γκάμα ιστολογίων και διαδικτυακών τόπων έχει συμπιεστεί από λίγες πλατφόρμες, οι οποίες ελέγχουν ποιες ιδέες και γνώμες θα δει κανείς και θα μοιραστεί».*

Ακριβώς αυτό επιβεβαίωσε και ο πληροφοριοδότης της Observer, που έδωσε στοιχεία στην εφημερίδα τα οποία δείχνουν ότι προσωπικές πληροφορίες 50 εκατομμυρίων Αμερικανών χρηστών του Facebook εκλάπησαν και χρησιμοποιήθηκαν από την εταιρεία Cambridge Analytica, η οποία συνεργαζόταν με την ομάδα που οργάνωσε την προεκλογική εκστρατεία του Αμερικανού προέδρου, αλλά και την εκστρατεία υπέρ του Brexit.

Από εκείνη την ημέρα, το Κογκρέσο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η Βρετανική Βουλή ζητούν εξηγήσεις από τον Μαρκ Ζάκερμπεργκ, που βλέπει τη μετοχή της εταιρείας του να κατρακυλά κι ένα κύμα φυγής των χρηστών από το FB να απειλεί τον επιχειρηματικό του κολοσσό.

Από εκείνη την ημέρα, ένα ποτάμι από άρθρα γράφονται καθημερινά και έννοιες όπως ιδιωτικότητα και προσωπικά δεδομένα μπαίνουν στο πανηγύρι της online κοινότητας.

Ωστόσο, κανείς μας δεν δικαιούται να πέφτει από τα σύννεφα.

## **Η επιβεβαίωση των φόβων**

Σε έρευνες του μακρινού 2007, ήδη το 81% των χρηστών του διαδικτύου δήλωναν ότι ανησυχούν όσον αφορά την ιδιωτικότητά τους και τρεις στους τέσσερις ανησυχούσαν για το κατά πόσο παραμένουν κρυφές πληροφορίες που σχετίζονται με την ιδιωτική τους ζωή.

Τέσσερα χρόνια αργότερα, από το Ευρωβαρόμετρο καταδείχθηκε ότι οι Ευρωπαίοι φοβούνται πως η διαδικτυακή χρήση καρτών πληρωμής αποκάλυπτε προσωπικά τους δεδομένα (54%), ενώ μόλις ένας στους τέσσερις πίστευε πως διατηρεί τον πλήρη έλεγχο ως προς την προστασία των προσωπικών του δεδομένων.

Σήμερα και μετά το σκάνδαλο, λιγότεροι από τους μισούς Αμερικανούς εμπιστεύονται το Facebook ότι θα τηρήσει την αμερικανική νομοθεσία περί προσωπικών δεδομένων (δημοσκόπηση του πρακτορείου Reuters και της εταιρείας Ipsos), ενώ το 60% των Γερμανών φοβούνται ότι το Facebook και άλλοι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης έχουν αρνητικές συνέπειες για τη δημοκρατία (έρευνα της εφημερίδας Bild am Sonntag).

Τα στοιχεία που αφορούν την Ευρώπη αποκτούν ακόμα μεγαλύτερο ενδιαφέρον αν διαβαστούν σε συνδυασμό με την τελευταία έρευνα του Ευρωβαρόμετρου (κατά την οποία ερωτήθηκαν περίπου 26.000 πολίτες): Οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται ότι κυκλοφορούν πολλές ψευδείς ειδήσεις εντός της Ε.Ε., με το 83% των ερωτηθέντων να απαντούν ότι αυτό το φαινόμενο αποτελεί κίνδυνο για τη δημοκρατία.

Οι Ευρωπαίοι εκτιμούν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι διαδικτυακοί συναθροιστές ειδήσεων (online news aggregators), τα blogs και οι ιστοσελίδες εμπνέουν ελάχιστη εμπιστοσύνη.

Αντίθετα, οι παραδοσιακές εφημερίδες και τα περιοδικά, ιστοσελίδες που ειδικεύονται στην ενημέρωση και οι ηλεκτρονικές εκδόσεις, τα ειδησεογραφικά πρακτορεία, ιδιωτικά και δημόσια, απολαμβάνουν υψηλότερο ποσοστό εμπιστοσύνης (συνολικά άνω του 70%).

Σύμφωνα με τα ευρήματα, η συνολική εντύπωση είναι πως η διασπορά παραπληροφόρησης από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθίσταται ευχερής επειδή οι ψευδείς ειδήσεις κάνουν επίκληση στο συναίσθημα (88%), μεταδίδονται για να προσανατολίσουν σε συγκεκριμένη κατεύθυνση τον δημόσιο διάλογο (84%) και θεωρούνται πηγή κέρδους (65%).

Αν αυτό ισχύει, πώς ερμηνεύεται το γεγονός ότι όλο και πιο πολλοί, όλο και πιο πολύ δικτυώνονται; Πώς, ενώ δεν εμπιστεύονται, εκχωρούν τα προσωπικά τους δεδομένα όχι μόνο σε μια εταιρεία αλλά και στο εν πολλοίς άγνωστο «κοινό τους»;

- Πάνω από τους μισούς κατοίκους της Γης βρίσκονται online.
- 2 δισεκατομμύρια άνθρωποι χρησιμοποιούν το Facebook.
- Το Twitter έχει σχεδόν 330 εκατομμύρια ενεργούς λογαριασμούς.
- Το Instagram μετρά 800 εκατομμύρια χρήστες.
- 1,5 δισεκατομμύριο λογαριασμούς έχει το YouTube.
- Επτά στους δέκα Έλληνες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Επτά στους δέκα έχουν προφίλ σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης.
- 5.200.000 Έλληνες χρησιμοποιούν το Facebook.
- Ένας στους δύο Έλληνες γονείς επιτρέπει στα παιδιά του να χρησιμοποιούν social media πριν από τα 13 τους χρόνια.

## Παιδιά σε γυάλα

Οι Millennials περνούν 11 ώρες ημερησίως παίζοντας με τα κινητά τους, με την ανταλλαγή μηνυμάτων και την κοινωνική δικτύωση να αποτελούν τις δύο δημοφιλέστερες δραστηριότητές τους.

Σύμφωνα με τη Eurostat το 2016, 4 στους 10 χρήστες 13-33 ετών δηλώνουν εξαρτημένοι από τα social media, ενώ 51% των χρηστών ηλικίας 13-33 δηλώνουν ότι «τα likes τους προσφέρουν χαρά».

Ακόμα πιο ενδιαφέρονσα -και ίσως και λίγο τρομακτική για όλους εμάς τους νομάδες του ψηφιακού κόσμου- είναι η σχέση που έχουν αναπτύξει με τα social media οι ιθαγενείς.

Τους αποκαλούν «iGen» κι έχουν... γεννηθεί με το κινητό στο χέρι, αφού είναι η πρώτη γενιά στην Ιστορία που από την πρώιμη παιδική της ηλικία έχει σχέση με τη συσκευή.

Αυτήν ακριβώς τη γενιά επιχειρεί να αποκρυπτογραφήσει η δρ Jean M. Twenge. Το πόνημά της έχει εκτοξευτεί στη Νο1 θέση του Amazon στα εθνογραφικά βιβλία και ο τίτλος του είναι αποκαλυπτικός για το περιεχόμενο: *«Γιατί τα σημερινά υπερ-συνδεδεμένα παιδιά επαναστατούν λιγότερο, είναι πιο ανεκτικά, λιγότερο χαρούμενα κι εντελώς απροετοίμαστα για την ενηλικίωση».*

Αυτά τα παιδιά, ισχυρίζεται η επιστήμων, ζουν σε μια πραγματικότητα όπου τα social media και η ανταλλαγή μηνυμάτων υποσκελίζουν οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα, περνούν λιγότερο χρόνο με τους φίλους τους και νιώθουν περισσότερο άγχος, θλίψη και μοναξιά.

## Οι ορμόνες

Οι ερευνητές στα πανεπιστήμια του κόσμου επιστρατεύουν διάφορες ερμηνείες για να αποκωδικοποιήσουν τις συμπεριφορές των χρηστών: άλλοι κάνουν λόγο για οιονεί εθισμό (δεν έχει χαρακτηριστεί ψυχική ασθένεια, αλλά ο εθισμός στο διαδίκτυο είναι αναγνωρισμένη πάθηση), άλλοι λένε ότι αυτό που επηρεάζει είναι πως το online sharing απελευθερώνει υψηλές δόσεις ωκυτοκίνης, της «ορμόνης της αγάπης».



Μια άλλη ορμόνη ομολόγησε ότι εξιτάρει το Facebook ο πρώην αντιπρόεδρος της εταιρείας. Ο άνθρωπος που ήταν νούμερο δύο στην ιεραρχία μετά τον Ζάκερμπεργκ και στον οποίο πιστώνεται η εκτόξευση των χρηστών της πλατφόρμας από τα 5 στα 800 εκατομμύρια, τον Δεκέμβριο που μας πέρασε έδωσε μια συνέντευξη ενώπιον φοιτητών του Στάτφορντ.

Ο Chamath Palihapitiya φάνηκε ανελήθτος και απέναντι στην εταιρεία και απέναντι στον εαυτό του: δήλωσε ότι αισθάνεται «τεράστια ενοχή» που συνέβαλε στη γιγάντωση του Facebook και κάλεσε τους ανθρώπους να σταματήσουν να το χρησιμοποιούν.

*«Δημιουργήσαμε μια σειρά εργαλείων που διαλύουν τον κοινωνικό ιστό και αποδιοργανώνουν τον τρόπο λειτουργίας της κοινωνίας»,* είπε χαρακτηριστικά ο Palihapitiya. *«Η διάδραση με τους συναθρώπους μας γίνεται πλέον με καρδούλες, "μου αρέσει" και υψωμένους αντίχειρες. Τα πάντα κινούνται με γνώμονα την ντοπαμίνη που εκκρίνεται στον εγκέφαλό μας όταν μας κάνουν like. Οι βραχυπρόθεσμοι κύκλοι ανάδρασης με γνώμονα την ντοπαμίνη, που έχουμε δημιουργήσει, καταστρέφουν τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί η κοινωνία. Δεν υπάρχει πολιτικός διάλογος, ούτε συνεργασία, αλλά παραπληροφόρηση και ψέμα. Δεν είναι μόνο πρόβλημα της Αμερικής... είναι ένα παγκόσμιο πρόβλημα».*

## **Ομολογία**

Το πώς ακριβώς η ψυχολογία μπήκε στην υπηρεσία του Facebook εξήγησε και ο Σον Πάρκερ, ένα από τα ιδρυτικά στελέχη της πλατφόρμας και ο άνθρωπος που κατηύθυνε το Facebook στη Σίλικον Βάλει, φέρνοντας την ιδέα του Μαρκ Ζάκερμπεργκ μπροστά σε μεγάλους επενδυτές.

Τον Νοέμβριο ο Πάρκερ δήλωσε «κατά κάποιον τρόπο αντιρρησίας συνείδησης» όσον αφορά τα social media και παραδέχτηκε πως «μόνο ο Θεός ξέρει τι κάνει στους εγκεφάλους των παιδιών μας».

Ο Πάρκερ εξήγησε τη διαδικασία σκέψης που ακολουθούν οι «χάκερ σαν κι αυτόν» ώστε να οικοδομήσουν εφαρμογές όπως το Facebook:

«Πώς καταναλώνουμε όσο το δυνατόν περισσότερο χρόνο και συνειδητή προσοχή; Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να σας προσφέρουμε ένα μικρό χτύπημα ντοπαμίνης κάθε φορά, επειδή κάποιος σας έκανε like ή σχολίασε μια φωτογραφία ή ένα ποστ ή οτιδήποτε άλλο. Αυτό θα σας κάνει να συνεισφέρετε περισσότερο περιεχόμενο, και αυτό θα σας πάρει (...) περισσότερα likes και σχόλια. Είναι μια λούπα ανατροφοδότησης κοινωνικής επικύρωσης (...), ακριβώς το είδος του πράγματος που ένας χάκερ, όπως εγώ, θα έβλεπε, γιατί εκμεταλλεύεται μια ευάλωτη θέση στην ανθρώπινη ψυχολογία. Οι εφευρέτες, οι δημιουργοί –είμαι εγώ, είναι ο Μαρκ Ζάκερμπεργκ, είναι ο Kevin Systrom για το Instagram- είναι όλοι αυτοί οι άνθρωποι που το καταλαβαίνουν αυτό συνειδητά. Και το κάναμε ούτως ή άλλως».

## Οι επιδράσεις στην ψυχική υγεία των χρηστών

Η επιστημονική έρευνα για τα social media και τον τρόπο που επιδρούν στην ψυχολογία, τη σεξουαλικότητα, τις κοινωνικές σχέσεις και τις πολιτικές συμπεριφορές στην πραγματικότητα βρίσκεται στα σπάργανα, αφού τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλάζουν και εξελίσσονται με ασύλληπτη ταχύτητα.

Οι επιστήμονες άλλοτε εξαίρουν κι άλλοτε ενοχοποιούν απολύτως τη χρήση των μέσων κι έτσι δεν είναι παράδοξο το γεγονός ότι μπορεί να διαβάσει κανείς απολύτως αλληλοσυγκρουόμενα συμπεράσματα.

Εντελώς ενδεικτικά αναφέρουμε μερικά:

▸ Μελέτη του Πανεπιστημίου του Μίσιγκαν κατατείνει στο ότι όσοι χρησιμοποιούν σε καθημερινή βάση τα social media νιώθουν περισσότερο λυπημένοι σε σχέση με εκείνους που δεν ασχολούνται συστηματικά με τα κοινωνικά δίκτυα. Οι περισσότεροι χρήστες από τους μετέχοντες στην έρευνα παρουσίαζαν συμπτώματα κατάθλιψης και αισθάνονταν φόβο μήπως «χάσουν» δραστηριότητες ή οτιδήποτε καινούργιο ανέτελλε στο εκάστοτε κοινωνικό δίκτυο. Το φαινόμενο περιγράφεται με το αρκτικόλεξο FOMO - Fear of Missing Out, φόβος ότι «μένουμε έξω από κάτι» ([iatropedia.gr](http://iatropedia.gr)).

▪ Έρευνα του Χάρβαρντ δείχνει ότι η αποκάλυψη πληροφοριών για τον εαυτό μας συνδέεται έντονα με αυξημένη ενεργοποίηση σε εγκεφαλικές περιοχές που αποτελούν το μεσοφλοιικό σύστημα ντοπαμίνης ([iatropedia.gr](http://iatropedia.gr)).

▪ Σύμφωνα με την Ένωση Νευροψυχανάλυσης της Βρετανίας, το 68% των χρηστών του Facebook λένε πράγματα για τη ζωή και την προσωπικότητά τους τα οποία δεν ανταποκρίνονται στην αλήθεια, επειδή δεν θέλουν να φανούν βαρετοί στους άλλους και αποσκοπώντας στην ευρεία αποδοχή του ψηφιακού κοινωνικού τους κύκλου ([e-psychology.gr](http://e-psychology.gr)).

▪ Σύμφωνα με έρευνα που δημοσιεύτηκε στο περιοδικό «Υπολογιστές και ανθρώπινη συμπεριφορά» (Computers and Human Behavior), οι χρήστες δήλωσαν ότι όσο πιο πολλές είναι οι πλατφόρμες στις οποίες δραστηριοποιούνται τόσο πιο αγχωμένοι αισθάνονται.

Πηγή : <http://www.efsyn.gr/arthro/facebook-o-istos-tis-arahnis-poy-trefetai-me-likes>

## Τα κοινωνικά δίκτυα θρέφουν τον ναρκισσισμό των χρηστών

Χρίστος Χ. Λιάπης \*

13.02.2016

«Επέστη καιρός της αυτολατρείας», όπως έγραψε ο Παπαδιαμάντης στους «Εμπόρους των Εθνών». Απόφθεγμα που, αν και χρονικά μακρινό, ταιριάζει περιγραφικά στους παρόντες ψηφιακούς καιρούς των αυτοφωτογραφιών και των ψηφιακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Τα εύλογα ερωτήματα ως προς το κατά πόσον η διογκούμενη τάση λήψεως αυτοφωτογραφιών -των καλούμενων selfies- και εν συνεχεία προβολής τους στο Facebook, αποτελεί ενδεικτικό σημείο ναρκισσιστικής διαταραχής της προσωπικότητας, έχουν προκαλέσει το ενδιαφέρον της επιστημονικής κοινότητας -που διαπραγματεύεται το θέμα με σχετικά άρθρα- και την ανησυχία πολλών γονιών οι οποίοι βλέπουν καθημερινά τα παιδιά τους να «υπερ-ποστάρουν» τις αυτοφωτογραφίες τους στο Διαδίκτυο, συχνά σε βάρος των δραστηριοτήτων και των υποχρεώσεων της πραγματικής τους ζωής.

Πρώτα απ' όλα, για να τεθεί η διάγνωση της ναρκισσιστικής διαταραχής της προσωπικότητας θα πρέπει να διαπιστώνεται ένα διάχυτο πρότυπο μεγαλείου -στη φαντασία ή τη συμπεριφορά-, σε συνδυασμό με την ανάγκη για θαυμασμό και την έλλειψη ενσυναίσθησης -δηλαδή ενδιαφέροντος για τα συναισθήματα και τις ανάγκες των άλλων. Θα πρέπει, επίσης, να παραβλάπτεται η λειτουργικότητα του ατόμου και να πληρούνται συγκεκριμένα κριτήρια, όπως ισχύει και για άλλες διαταραχές της προσωπικότητας, όπως για την παραπλήσια Ιστορική Διαταραχή της Προσωπικότητας που τη χαρακτηρίζει ένα διάχυτο πρότυπο υπερβολικής συγκινησιακής έκφρασης και επιδίωξης πρόκλησης της προσοχής.

Όπως προκύπτει από σχετικές έρευνες, οι γυναίκες έχουν γενικά την τάση να ποστάρουν περισσότερες selfies από τους άνδρες, ενώ θα πρέπει,

πριν από κάθε προσπάθεια ευθείας συνδέσεως των selfies με τη ναρκισσιστική διαταραχή να λαμβάνεται υπόψη και η γενικότερη τάση των νάρκισσων να ποστάρουν φωτογραφίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η αυτοεπάρκεια, η ματαιοδοξία (ιδιαίτερα σε ό,τι έχει να κάνει με την εξωτερική εμφάνιση), η τάση για ανάληψη ηγετικών ρόλων και η απαίτηση του θαυμασμού των άλλων είναι μερικές από τις περιγραφικές παραμέτρους του ναρκισσισμού, των οποίων η σχέση με τις selfies επιχειρήθηκε να διερευνηθεί. Οι τρεις τελευταίες ναρκισσιστικές παράμετροι φαίνεται να εμφανίζουν θετική συσχέτιση με την τάση για διαδικτυακό ανέβασμα selfies στους άνδρες, ενώ μόνον το στοιχείο της απαίτησης θαυμασμού προκύπτει πως συνδέεται αιτιολογικώς με το υπερβολικό ποστάρισμα αυτοφωτογραφιών στις γυναίκες. Μεθοδολογικά χρήσιμος είναι επίσης ο διαχωρισμός των αυτοφωτογραφίσεων σε ατομικές selfies, σε selfies οι οποίες λαμβάνονται μαζί με κάποιον ερωτικό σύντροφο και σε ομαδικές selfies, με τις δύο τελευταίες κατηγορίες να αποτελούν περισσότερο τρόπους σύνδεσης με τους άλλους, παρά ενδείξεις ναρκισσισμού.

Θα πρέπει, λοιπόν, να υπογραμμίσουμε πως όποιος ποστάρει συχνά selfies δεν είναι κατ' ανάγκη νάρκισσος. Από την άλλη μεριά, όμως, θα πρέπει να έχουμε υπ' όψιν μας πως ο ναρκισσισμός, λόγω των εγγενών του χαρακτηριστικών προδιαθέτει σε αυξημένα επίπεδα δραστηριότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και στη χρησιμοποίησή τους για τη διατυμπάνιση ενός κατά πολύ περισσότερο εαυτο-προβάλλοντος περιεχομένου (self-promoting content).

Παράλληλα, τόσο το Facebook, όσο και τα υπόλοιπα ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης ευνοούν, λόγω των δομικών χαρακτηριστικών τους, την αυτοπροβολή, μέσω αυτοπεριγραφών. Ταυτόχρονα, υποθάλπουν τη ματαιοδοξία μέσω των υπερπροβαλλόμενων φωτογραφιών και ευοδώνουν την ανάπτυξη μεγάλου αριθμού, αλλά ρηχών, σχέσεων. Όλα αυτά αποτελούν χαρακτηριστικά που φέρουν έντονη ναρκισσιστική χροιά.

Γίνεται φανερή, λοιπόν, η υπεραντιπροσώπευση του ναρκισσισμού στα κοινωνικά δίκτυα τα οποία χαρακτηρίζονται παράλληλα -και κυρίως το Facebook- από την επικυριαρχία της «Φωτογραφίας του Προφίλ» (Profile Picture), μιας κατεξοχήν φωτογραφίας εαυτού, η οποία αποτελεί ναρκισσιστική προμετωπίδα αυτοαντανάκλασης στην ψηφιακή λίμνη της σύγχρονης μυθολογίας των ηλεκτρονικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Οι νάρκισσοι χρησιμοποιούν τα ψηφιακά δίκτυα κοινωνικής αλληλεπίδρασης για να ανατροφοδοτούν την υπέρμετρη αίσθηση σημαντικότητας εαυτού που τους χαρακτηρίζει. Η υπερβολική χρήση του Διαδικτύου συντελεί, επιπροσθέτως, στην αύξηση του ήδη υπάρχοντος ναρκισσισμού, μέσω των δυνατοτήτων για ελεγχόμενη αυτοπροβολή που αυτό προσφέρει, καθώς και μέσα από τον κορεσμό της αγωνιώδους προσπάθειας προσέλκυσης της προσοχής και της προαγωγής των ρηχών και ευκαιριακών σχέσεων οι οποίες χαρακτηρίζουν τους νάρκισσους. Δεν μπορούμε, όμως να υποστηρίξουμε, με βεβαιότητα, πως κινδυνεύουν να αναπτύξουν ναρκισσιστικά χαρακτηριστικά και οι χρήστες των ηλεκτρονικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης οι οποίοι εμφανίζουν χαμηλούς δείκτες ναρκισσισμού στα σχετικά ερωτηματολόγια. Ιδιαίτερη προσοχή, μάλιστα, χρειάζεται, αν λάβουμε υπόψη μας το νεαρό της ηλικίας μεγάλου ποσοστού των χρηστών των ψηφιακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η υπερβολική ενασχόληση με τα οποία -ακόμη και αν δεν υποκρύπτει τον ναρκισσιστικό ύφαλο για τον οποίον μας προειδοποιεί το υπερποστάρισμα αυτο-φωτογραφιών- μπορεί να επικαλύπτει βαθύτερες ψυχοπαθολογικές καταστάσεις, όπως ο εθισμός στο Διαδίκτυο ή η εφηβική κατάθλιψη. Καταστάσεις που απαιτούν την εγρήγορση των γονέων και την παρέμβαση των ειδικών.

*\*Ο κ. Χρίστος Χ. Λιάπης, MD, MSc, PhD, είναι ψυχίατρος-διδάκτωρ Πανεπιστημίου Αθηνών.*

Πηγή : <http://www.kathimerini.gr/849324/article/epikairothta/ellada/ta-koinwnika-diktya-8refoyn-ton-narkissismo-twn-xrhstwn>

## Γιατί το Facebook μας κάνει πιο δυστυχισμένους

**Δείτε τι έδειξε έρευνα για όσους χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης**

«Επιλέξαμε το Facebook επειδή είναι το κοινωνικό δίκτυο που χρησιμοποιείται περισσότερο σε όλες τις ηλικίες», εξήγησε σήμερα στο Γαλλικό Πρακτορείο ο Μάικ Ουίκινγκ, ο διευθυντής Ινστιτούτου Έρευνας το οποίο πραγματοποίησε τη μελέτη σε δείγμα **1.095** ανθρώπων στη Δανία.

Τα πρόσωπα αυτά χωρίστηκαν σε δύο ομάδες: οι μισοί συνέχισαν να χρησιμοποιούν το Facebook, οι άλλοι μισοί απείχαν.

Έπειτα από μια εβδομάδα, τα πρόσωπα που δεν είχαν χρησιμοποιήσει το Facebook δήλωσαν περισσότερο ικανοποιημένα από τη ζωή τους. Το 88% εξ αυτών δήλωσαν «ευτυχής» σε σύγκριση με το 81% της άλλης ομάδας, 84% δήλωσαν πως εκτιμούν τη ζωή (έναντι του 75% της άλλης ομάδας) και μόνο 12% δήλωσαν δυσαρεστημένα, έναντι 20% μεταξύ των προσώπων που συνέχισαν να χρησιμοποιούν το κοινωνικό δίκτυο.

Στο τέλος του πειράματος, τα μέλη της πρώτης ομάδας είπαν πως είχαν πλουσιότερη κοινωνική ζωή και λιγότερες δυσκολίες να συγκεντρώνονται, ενώ τα μέλη της δεύτερης είπαν πως οι δυσκολίες αυτές παρέμειναν οι ίδιες.

«Αντί να επικεντρωνόμαστε σ' αυτό το οποίο έχουμε ανάγκη, έχουμε την ατυχή τάση να επικεντρωνόμαστε σ' αυτό που έχουν οι άλλοι», εκτιμούν οι ερευνητές που πραγματοποίησαν τη μελέτη. Όμως **στο Facebook οι άνθρωποι έχουν 39% μεγαλύτερο κίνδυνο να αισθάνονται λιγότερο ευτυχισμένοι από τους φίλους τους, υποστηρίζουν.**

Πηγή: newsbeast.gr

## Το Facebook εκτρέφει το άγχος

της Θεοδώρας Τσώλη

**Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook μπορούν να προκαλέσουν άγχος, τσακωμούς και ανασφάλεια στην... πραγματική ζωή.**

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook και το Twitter «γεννούν» άγχος και κάνουν τους χρήστες να αισθάνονται ανεπαρκείς. Τον κώδωνα του κινδύνου για τη νέα μόδα της on line ζωής μας κρούουν ειδικοί της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Σάλφορντ στο Μάντσεστερ της Βρετανίας μετά από δημοσκόπηση σε 298 χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης η οποία έγινε για λογαριασμό του κοινωφελούς ιδρύματος Anxiety UK.

### **Αλλαγή συμπεριφοράς προς το χειρότερο**

Από την ανάλυση των στοιχείων προέκυψε ότι περισσότεροι από τους μισούς χρήστες (53%) δήλωσαν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης άλλαξαν τη συμπεριφορά τους – και από αυτούς τους χρήστες το 51% ανέφερε ότι η αλλαγή ήταν προς το χειρότερο.

Η πιο συχνή αναφορά των χρηστών στους οποίους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είχαν αρνητική επίδραση ήταν ότι εμφάνισαν κατακόρυφη πτώση της αυτοπεποίθησής τους όταν συνέκριναν τις δικές τους πράξεις και επιτυχίες με εκείνες των on line φίλων τους.

Τα δύο τρίτα των χρηστών είπαν επίσης ότι έβρισκαν πολύ δύσκολο το να χαλαρώσουν πλήρως ή το να κοιμηθούν όταν είχαν προηγουμένως ασχοληθεί επί αρκετή ώρα με το Facebook ή το Twitter.

Παράλληλα, το 25% των ατόμων που συμμετείχαν στη δημοσκόπηση ανέφερε ότι εμφάνισε προβλήματα στη σχέση του με τον σύντροφο ή



τους συνεργάτες του εάν προηγουμένως είχε έλθει σε διαδικτυακή αντιπαράθεση μαζί τους.

## **Η εθιστική δύναμη του Διαδικτύου**

Η δημοσκόπηση αποκάλυψε επίσης την εθιστική δύναμη του Διαδικτύου καθώς το 55% των ατόμων που συμμετείχαν σε αυτή δήλωσε ότι αισθανόταν «άγχος» όταν δεν είχε πρόσβαση στον λογαριασμό του στο Facebook ή στα mail του.

Συγχρόνως ποσοστό μεγαλύτερο του 60% των χρηστών ανέφερε ότι προκειμένου να έχει ένα διάλειμμα από την on line καθημερινότητά του έπρεπε να πατήσει το κουμπί off στις συσκευές – ήταν αδύνατον στους περισσότερους να αγνοήσουν τους on line πειρασμούς όταν οι συσκευές ήταν ανοιχτές.

Σχολιάζοντας τα αποτελέσματα της δημοσκόπησης η διεθνή σύμβουλος της οργάνωσης Anxiety UK **Νίκι Λιντμπέτερ** σημείωσε ότι «αν κάποιο άτομο έχει προδιάθεση για άγχος οι πιέσεις που δέχεται από την τεχνολογία λειτουργούν ως αφορμή που “πυροδοτεί” ανασφάλεια και στρες». Η κυρία Λιντμπέτερ δήλωσε επίσης ότι έμεινε έκπληκτη από το πόσο μεγάλο ποσοστό των χρηστών μέσω κοινωνικής δικτύωσης που συμμετείχαν στη δημοσκόπηση ανέφερε ότι μπορούσε να κάνει διάλειμμα από τη δικτυακή ζωή του μόνο αν έκλεινε τη συσκευή που τον συνδέει με τον on line κόσμο. «Ήταν αδύνατον για τα άτομα αυτά απλώς να αγνοήσουν το έξυπνο κινητό τους ή τον υπολογιστή τους».

## **Στερητικά συμπτώματα**

Σημειώνεται ότι πέρυσι μια διεθνής μελέτη αποκάλυψε πώς το κλείσιμο της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου, του κινητού ή του Ίντερνετ προκαλεί σε κάποια άτομα συμπτώματα στέρησης αντίστοιχα με εκείνα που παρουσιάζει ένα άτομο εθισμένο στο τσιγάρο το οποίο προσπαθεί να κόψει την κακή του συνήθεια.

Επιστήμονες ζήτησαν από εθελοντές σε 12 πανεπιστήμια ανά τον κόσμο να αποφύγουν τη χρήση υπολογιστή, κινητού, iPod, τηλεόρασης και ραδιοφώνου επί 24 ώρες. Είναι χαρακτηριστικό ότι η πλειονότητα των εθελοντών δεν ήταν σε θέση να απέχει ούτε καν για ένα 24ωρο από την «ηλεκτρονική» ζωή του.

Πηγή : [http://www.tovima.gr/science/psychology- sociology/article/?aid=466444](http://www.tovima.gr/science/psychology-sociology/article/?aid=466444)

## **Facebook και Twitter προκαλούν εθισμό όπως τα ναρκωτικά!**

### **Τι δείχνουν τα αποτελέσματα έρευνας**

Τουλάχιστον σοκαριστικά είναι τα αποτελέσματα της έρευνας που δημοσίευσε η εφημερίδα «New York Post» σχετικά με το πόσο μας επηρεάζουν τα social networks. Σύμφωνα λοιπόν με την έρευνα αυτή, ιστοσελίδες όπως το Facebook και το Twitter προκαλούν πολύ μεγάλο εθισμό και μάλιστα σε βαθμό που πλησιάζει την εξάρτηση ενός τοξικομανούς από τα ναρκωτικά!

Από τους 1000 ερωτηθέντες πάνω από τους μισούς απάντησαν πως νιώθουν άβολα όταν ο υπολογιστής είναι κλειστός, ενώ το 40% δήλωσε πως όταν δεν είναι συνδεδεμένο στο Διαδίκτυο νιώθει μοναξιά.

Πηγή: [mediagate.gr](http://mediagate.gr), Η Άλλη Όψις

## **Το Internet εθίζει σαν ναρκωτικό και καταστρέφει τον εγκέφαλο όπως η κοκαΐνη**

www.iatropedia.com

**Η πολύωρη χρήση του Internet από τους νέους μπορεί να τους εθίσει ακριβώς σαν να έπαιρναν ναρκωτικά ή αλκοόλ, και να καταστρέψει τον εγκέφαλο τους σαν να έκαναν χρήση κοκαΐνης. Η νέα πάθηση που αναγνωρίζουν οι επιστήμονες λέγεται Διαταραχή Εθισμού στο Διαδίκτυο και αφορά τους νέους αλλά και γενικότερα τους ανθρώπους που ξοδεύουν απίστευτο χρόνο καθημερινά, καθισμένοι μπροστά από το κομπιούτερ τους και συνδεδεμένοι online στο Internet.**

Οι επιστήμονες πιστεύουν ότι αυτός ο εθισμός μπορεί να αποβεί εξίσου καταστρεπτικός για τον οργανισμό, όπως ακριβώς θα ήταν εάν κάποιος έπαιρνε κοκαΐνη, αφού διαταράσσει ολόκληρη τη νευρική λειτουργία και καταστρέφει τον εγκέφαλο. Τονίζουν επίσης ότι η συμπεριφορά κάποιου τέτοιου ατόμου όταν του «κόψεις» το Internet είναι ίδια με την συμπεριφορά ατόμων με σύνδρομο στέρησης.

Τα συμπτώματα στέρησης σε τέτοια άτομα εμφανίζονται με ρίγη, με παραμιλητά, με έμμονες ιδέες και με ακούσιες κινήσεις των χεριών και των δαχτύλων τους σαν να γράφουν σε κάποιο άορατο πληκτρολόγιο. Όπως τονίζουν Άγγλοι επιστήμονες: «μέχρι τώρα η έρευνα για την ΔΕΔ, [Διαταραχή Εθισμού στο Διαδίκτυο] είχε επικεντρωθεί στις επιπτώσεις στην ψυχική υγεία και όχι στις επιπτώσεις στο σώμα. Τώρα κοιτάμε και τι συμβαίνει και στο κορμί».

Και πράγματι, αυτή τη φορά Κινέζοι επιστήμονες μελέτησαν τις μαγνητικές τομογραφίες από τους εγκεφάλους ατόμων εθισμένων, αλλά και ατόμων μη εξαρτημένων από το Internet. Εξετάστηκαν 17 εγκέφαλοι εφήβων εθισμένων και 16 μη εθισμένων και τα αποτελέσματα τα ανακοίνωσε ο Δρ Λέι Χάο από την Κινέζικη Ακαδημία Επιστημών:

«Βρήκαμε ενδείξεις», αναφέρει ο Δρ Χάο, «ότι στους εθισμένους έφηβους έχει διαταραχθεί η φαιά ουσία αλλά και οι νευρικές ίνες που συνδέουν ζωτικά τμήματα του εγκεφάλου που έχουν να κάνουν με τα συναισθήματα, τον αυτοέλεγχο και τη λήψη αποφάσεων. Η ίδια εικόνα που παρουσιάζουν δηλαδή, άτομα τα οποία κάνουν χρήση ναρκωτικών ή και αλκοόλ».

Οι επιστήμονες υποψιάζονται ότι η ζημιά προκαλείται στην μυελίνη, το μονωτικό λιπαρό περίβλημα στον εγκέφαλο που βοηθά στη λειτουργία των νεύρων του εγκεφάλου. Η ψυχίατρος Εριέττα Τζόουνς από το Imperial College του Λονδίνου χαρακτήρισε την έρευνα των Κινέζων πρωτοποριακή αλλά θα πρέπει η έρευνα να γίνει και σε μεγαλύτερο δείγμα για ασφαλέστερα συμπεράσματα.

Πηγή: Η Άλλη Όψις, Φεβρουάριος 2012

## Ένας Θεός ξέρει τι κάνει στους εγκεφάλους των παιδιών μας: Ο πρώην πρόεδρος του Facebook κυνικά αποκαλύπτει

Ο 38χρονος πρώην ιδρυτικός πρόεδρος του Facebook, ο Sean Parker, ήταν απαράδεκτα ειλικρινής για τη δημιουργία του, σε μια συνέντευξή του στο Axios <sup>1</sup>. Τόσο πολύ, που φεύγοντας είπε αστειευόμενος ότι ο Mark Zuckerberg πιθανόν να μπλοκάρει το λογαριασμό του αφού την διαβάσει.

Ο Parker εξήγησε πώς τα κοινωνικά δίκτυα αγκιστρώνουν σκόπιμα τους χρήστες και δυνητικά βλάπτουν τον εγκέφαλό μας, ενώ είπε πως όλοι οι δημιουργοί κοινωνικών δικτύων γνώριζαν από πριν αυτές τις βλάβες, το έκαναν όμως έτσι κι αλλιώς.

Παρακάτω τα όσα είπε:

*«Όταν το Facebook άρχισε να δουλεύει, είχα αυτούς τους ανθρώπους που θα έρχονταν σε μένα και θα έλεγαν “δεν είμαι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης”. Και εγώ έλεγα, “ΟΚ, ξέρεις, θα μπεις”. Και τότε θα έλεγαν: “Όχι, όχι, όχι, εκτιμώ τις πραγματικές αλληλεπιδράσεις μου, εκτιμώ τη στιγμή, εκτιμώ την παρουσία, εκτιμώ την οικειότητα”. Και εγώ έλεγα... “Θα σε πάρουμε στο τέλος”».*

*«Δεν ξέρω αν καταλάβαινα πραγματικά τις συνέπειες αυτών που έλεγα, γιατί απρόβλεπτες συνέπειες ενός δικτύου όταν φτάνει να έχει 2 δισεκατομμύρια ανθρώπους... αλλάζουν κυριολεκτικά τη σχέση μας με την κοινωνία, με τους γύρω μας... Κατά πάσα πιθανότητα παρεμβαίνει στην παραγωγικότητα με περιεργους τρόπους. Ένας θεός ξέρει τι κάνει στους εγκεφάλους των παιδιών μας».*

*«Το σκεπτικό που ακολουθήθηκε για να κατασκευαστούν αυτές οι εφαρμογές, με το Facebook να είναι η πρώτη απ' αυτές... ήταν το εξής: “Πώς καταναλώνουμε όσο το δυνατόν περισσότερο από το χρόνο σας και τη συνειδητή προσοχή σας;”».*

---

<sup>1</sup> <https://www.axios.com/sean-parker-unloads-on-facebook-god-only-knows-what-its-doing-to-our-childrens-brains-2508036343.html>

*«Και αυτό σημαίνει πως πρέπει, κατά κάποιο τρόπο, να σας δίνουμε λίγη δόση ντοπαμίνης μια στο τόσο, επειδή κάποιος έκανε like ή άφησε σχόλιο σε μια φωτογραφία σας ή σε μια ανάρτησή σας ή οτιδήποτε. Και αυτό θα σας κάνει να συνεισφέρετε με περισσότερο περιεχόμενο, και αυτό θα σας φέρει περισσότερα like και σχόλια».*

*«Είναι ένας βρόχος ανατροφοδότησης κοινωνικής επικύρωσης. Είναι ακριβώς αυτό που θα σκεφτόταν ένας χάκερ όπως εγώ, επειδή εκμεταλλεύεσαι μια ευπάθεια στην ανθρώπινη ψυχολογία».*

*«Οι εφευρέτες, οι δημιουργοί – είμαι εγώ, είναι ο Mark [Zuckerberg], είναι ο Kevin Systrom για το Instagram, είναι όλοι αυτοί οι άνθρωποι – το καταλάβαμε αυτό συνειδητά. Και το κάναμε ούτως ή άλλως».*

Πηγή : Ακτίνες

## Ο εθισμός στα social media δεν είναι καθόλου τυχαίος

Στις 9 Φεβρουαρίου του 2009 το Facebook εισήγαγε το πασίγνωστο πλέον κουμπί του Like. Αρχικά το κουμπί ήταν ένα αθώο πραγματάκι, χωρίς να έχει σκοπό να κρατήσει σε ομηρία το μυαλό του χρήστη ως σύστημα προσωπικής διαδικτυακής επιβράβευσης.

«Η βασική μου πρόθεση ήταν να κάνω την θετική ενέργεια το βασικό μονοπάτι», δήλωσε στο αμερικανικό Vice ο Τζάστιν Ρόζεσταϊν, ένας εκ των τεσσάρων σχεδιαστών του κουμπιού. «Νομίζω ότι πέτυχα το σκοπό μου, όμως δημιούργησα και ένα σωρό αθέλητες αρνητικές επιπτώσεις. Με δυο λόγια, παρά ήταν επιτυχημένο». Σήμερα, οι περισσότεροι από εμάς καταλήγουμε στα social media, όπως το Snapchat, το Instagram, το Facebook και το Twitter με ένα και μόνο σκοπό: Σε κάποιον μπορεί να αρέσει αυτό που κάνω.

Αυτή η **διαρκής ανάγκη επιβεβαίωσης**, την οποία βιώνουν δισεκατομμύρια άνθρωποι στον πλανήτη, είναι που μαγνητίζει το κοινό σε αυτές τις πλατφόρμες με τρόπο που κανείς δεν είχε φανταστεί το 2009. Το ίδιο, όμως, και τα έσοδα των εταιρειών στις οποίες ανήκουν. Ο όρος **«οικονομία της προσοχής»** είναι σχετικά καινούριος. Περιγράφει την προσφορά και τη ζήτηση της προσοχής που δέχεται και δίνει κάποιος, αποτελώντας το μοναδικό προϊόν που εμπορεύεται στο Internet. Το μοντέλο είναι απλό: **Όσο μεγαλύτερο ενδιαφέρον τραβά μια πλατφόρμα, τόσο πιο αποτελεσματικός γίνεται ο διαφημιστικός της χώρος και συνεπώς χρεώνει περισσότερο.**

Το πρόβλημα είναι, βέβαια, πως η προσοχή δεν είναι παραδοσιακό προϊόν, σαν το μαλλί ή το λάδι. Η προσοχή είναι μια ανθρώπινη κατάσταση και τα όριά της είναι πεπερασμένα. Επηρεάζεται από τον ύπνο, την εργασία, τα παιδιά, τις σχέσεις με τους φίλους, που το βρίσκουν αγενές να κοιτάμε όλη την ώρα το τηλέφωνό μας. Επομένως θέλουμε να ξοδεύουμε αυτή την περιορισμένη προσοχή που διαθέτουμε σε πράγματα που μας χαροποιούν. Αλλά όπως παρατήρησε το Facebook, ο κοινωνικός αντίκτυπος προσφέρει μια βίαιη και σύντομη δόση χαράς, που είναι **εθιστική**. Αυτός είναι και ο λόγος που όλη την ώρα επιστρέφουμε και σκρολάρουμε όλο και πιο κάτω.



«Το like ήρθε και μπήκε πάνω από το **απύθμενο πάθος για κοινωνική αποδοχή**. Δεν θεωρώ όμως ότι οι εταιρείες social media προσπαθούν να φτιάξουν εθιστικές πλατφόρμες. Όμως όταν όλες διεκδικούν τον περιορισμένο χρόνο και προσοχή μας, πάντα προσπαθούσαν να γίνουν όσο πιο ελκυστικές γίνεται», δήλωσε στο Vice ο Άνταμ Άλτερ, συγγραφέας του βιβλίου **«Ακαταμάχητο: Η άνοδος της εθιστικής τεχνολογίας και η Βιομηχανία να μας κρατούν προσηλωμένους»**.

Το 2010, ακολουθώντας το μοντέλο του Facebook, το Youtube εισήγαγε ένα δυαδικό σύστημα like/dislike. Το Instagram που εγκαινιάστηκε εκείνη τη χρονιά ήρθε κατευθείαν με κουμπί like που είχε σχήμα καρδιάς – σχήμα που υιοθέτησε και το Twitter για τον ίδιο σκοπό το 2015. Από εκείνα τα χρόνια και έπειτα, η Σίλικον Βάλειϊ έχει σκεφτεί ένα σωρό τρόπους για να κάνει πιο παιχνιδιάρικη την **ανάγκη μας για κοινωνική επιβεβαίωση**.

Το like είναι η πιο εμφανής διαδικασία που χρησιμοποιούν οι πλατφόρμες για να παρουσιάσουν τον αντίκτυπο που δέχεται κανείς. Όμως υπάρχουν και άλλοι που είναι πολύ δυσκολότερο να τους εντοπίσει κανείς.

Νομίζετε ότι ο λόγος που όταν ανοίγετε τα social media σας καθυστερούν λίγο να εμφανίσουν τις νέες ενημερώσεις, είναι τυχαίος; Απεναντίας, η προσμονή είναι εθιστική! Αυτά τα τρία δευτερόλεπτα δημιουργούν την αγωνία που δεν θα υπήρχε αλλιώς. Είναι ακριβώς σαν τους κουλοχέρηδες. Μια ακόμη πρακτική είναι η ένδειξη ότι ένα μήνυμα διαβάστηκε. Αμέσως ο παραλήπτης, που γνωρίζει ότι ξέρετε πως διάβασε το μήνυμα, αισθάνεται την ανάγκη να απαντήσει. Και εσείς θα επιστρέψετε εκ νέου στην εφαρμογή για να τη διαβάσετε. Την ίδια προσμονή νιώθετε και όταν βλέπετε τις φουσκίτσες που εμφανίζονται όσο ο άλλος πληκτρολογεί το μήνυμα. Δύσκολα θα κλείσετε την εφαρμογή όσο γνωρίζετε ότι η απάντηση είναι καθοδόν.

Στην περίπτωση του Snapchat υπάρχει μια ακόμη, υπόγεια ψυχολογική επιρροή για να επιστρέψετε διαρκώς: Εμφανίζει μια κόκκινη γραμμή το μήκος της οποίας μεταβάλλεται ανάλογα με τον χρόνο που δυο χρήστες έχουν να αλληλεπιδράσουν. Ο Άλτερ έχει παρατηρήσει την ανησυχητική ανάγκη των εφήβων να διατηρούν αυτή την γραμμή ψηλά! Μάλιστα άκουσε συζητήσεις όπου ζητούσαν από άλλους να «προσέχουν» τις ενδείξεις τους όσο εκείνοι βρίσκονται σε διακοπές! «Αντί να

χρησιμοποιούν την εφαρμογή ως ένα μέσο κοινωνικής εμπειρίας, θέτουν ως στόχο την διατήρηση των στατιστικών! Είναι καθαρή ένδειξη ότι οι δεσμευτικοί μηχανισμοί προκαλούν πρωτίστως χρήση παρά απόλαυση», εξήγησε ο συγγραφέας.

Για τον Ρόζεσταϊν, όμως, ο πιο ισχυρός μηχανισμός είναι οι ειδοποιήσεις. «Είναι απλά ένας περισπασμός. Μας ωθούν να βγάλουμε το κινητό από την τσέπη για να διαβάσουμε μια πληροφορία που θα μπορούσε να περιμένει για αργότερα ή μπορεί να μην έχει και καμία σημασία», δήλωσε. Σύμφωνα με έρευνες του Facebook, ο μέσος έφηβος κοιτάζει την οθόνη του κινητού του τηλεφώνου 157 φορές την ημέρα. Αυτό ισοδυναμεί με 145 λεπτά κάθε μέρα, που νιώθουμε την ανάγκη επιβεβαίωσης.

Σύμφωνα με τον Άνταμ Άλτερ, όμως, η αλλαγή μπορεί να έρθει μόνο από τα κάτω. Το μοντέλο των social media είναι πια στημένο πάνω στις ανάγκες των διαφημιστικών εταιρειών αντί για τις ζωές των χρηστών. Αυτό είναι πλέον πολύ επικερδές για να αυτοδιοικείται. «Όσο οι εταιρείες επιλέγουν να κάνουν τις πλατφόρμες τους όλο και πιο εθιστικές, η χειραγώγηση των χρηστών θα συνεχίζεται», λέει παροτρύνοντας τους χρήστες να προσπαθήσουν να κόψουν αυτή τη συνήθεια. Εξάλλου, όπως λέει και ο σχεδιαστής του like, «πρόκειται για τις ζωές μας. Για τις πολύτιμες, πεπερασμένες, θνητές ζωές μας. Εάν δεν είμαστε σε εγρήγορση, τότε οι υπολογιστές και οι κινητές συσκευές θα μας καθοδηγούν λανθασμένα».

Πηγή : <https://tvxs.gr/> , Η Άλλη Όψις

## Πρώην εργαζόμενοι του Facebook και της Google ξεκινούν εκστρατεία εναντίον του εθισμού στην τεχνολογία

Του Γιάννη Παπαϊωάννου

6.2.2018

**Οι οργανισμοί Common Sense και Center for Humane Technology ξεκινούν μια νέα πρωτοβουλία για να προωθήσουν την επίγνωση των επιπτώσεων της τεχνολογίας στα παιδιά.**

Το **Center for Humane Technology**, σε συνεργασία με την μη κερδοσκοπική **Common Sense**, ξεκινούν μια εκστρατεία που ονομάζεται «**Truth About Tech**» («Αλήθεια για την Τεχνολογία») για να αυξήσουν τον συναγερμό γύρω από το πώς οι νέες τεχνολογίες (όπως τα κοινωνικά δίκτυα) επηρεάζουν τα νεαρά μυαλά. Πίσω από τις δύο εταιρείες υπάρχει μια ομάδα πρώην υπαλλήλων του Facebook και της Google οι οποίοι πλέον είναι αφοσιωμένοι στο «να ανατρέψουν την κρίση της ψηφιακής προσοχής και στον επαναπροσδιορισμό της τεχνολογίας προς ένα καλύτερο συμφέρον της ανθρωπότητας».

Το **Center for Humane Technology** καθοδηγείται από τον πρώην ηθικιστή του σχεδιασμού της **Google**, **Tristan Harris** και τον πρώην επενδυτή και σύμβουλο του **Facebook**, **Roger McNamee**, ενώ ένα από τα διάσημα μέλη της ομάδας είναι ο Justin Rosenstein, ο οποίος βοήθησε να εφευρεθεί το κουμπί «Like» του Facebook.

Οι εταιρείες τεχνολογίας «δημιούργησαν την οικονομία της προσοχής και τώρα ασχολούνται με κάθε τρόπο για να συλλάβουν και να διατηρήσουν την ανθρώπινη προσοχή, συμπεριλαμβανομένης της προσοχής των παιδιών», δήλωσε σε συνέντευξή του ο **Tristan Harris**, συνιδρυτής και διευθυντής του **Center for Humane Technology**.

Ένας από τους στόχους της εκστρατείας είναι να ωθήσουν τις τεχνολογικές εταιρείες να φτιάχνουν προϊόντα «λιγότερο διεισδυτικά και εθιστικά». Ένας άλλος είναι να εκπαιδεύσει τους καταναλωτές σχετικά με τους καλύτερους τρόπους χρήσης των μέσων ενημέρωσης μέσα στις

οικογένειές τους. Η εκστρατεία στοχεύει επίσης στην προσέλκυση περισσότερων επαγγελματιών της τεχνολογικής βιομηχανίας στον σκοπό της.

Οι έρευνες της Common Sense, σε συνεργασία με διαφορετικούς οργανισμούς και ειδικούς, δείχνουν ότι οι έφηβοι καταναλώνουν κατά μέσο όρο εννέα ώρες σε διαφορετικά ψηφιακά μέσα ανά ημέρα, ενώ οι **tweens** (τα κορίτσια μεταξύ 9 και 14 ετών) καταναλώνουν έξι ώρες. Μια ξεχωριστή μελέτη από τον ψυχολόγο **Jean Twenge** διαπίστωσε ότι οι εθισμένοι χρήστες ψηφιακών μέσων έχουν 56% περισσότερες πιθανότητες να πουν ότι δεν είναι ευτυχισμένοι και 27% περισσότερες πιθανότητες να πάσχουν από κατάθλιψη.

Αυτό είναι το πιο πρόσφατο κεφάλαιο ενός ανερχόμενου κύματος αντίδρασης ενάντια στις μεγάλες τεχνολογίες. Κι ενώ πολλοί πρώην υπάλληλοι εταιρειών της Silicon Valley προσφέρουν απλόχερα σκληρή κριτική για τη βιομηχανία που τους γέννησε, οι πρωτοπόροι σκέφτονται νέους τρόπους για να τα κάνουν όλα έξυπνα, έτσι ώστε όλος ο κόσμος να συνεχίσει να τροφοδοτεί ασταμάτητα την τεχνολογία της πληροφορίας. Γιατί ξέρουν καλά, ότι εάν δεν ταΐσεις το τέρας κάποια στιγμή θα πεινάσει τόσο πολύ που θα φάει εσένα.

Πηγή: [www.lifo.gr](http://www.lifo.gr)

## Το Facebook καταστρατηγεί το δικαίωμα των παιδιών στην αθωότητα

Της Όλγας Κλώντζα

**Τα παιδιά κάτω από τα 13 μπορούν να είναι στο Facebook;**

*Ο εθισμός, η απομόνωση και η παιδοφιλία σοβαροί κίνδυνοι για τους ανήλικους που μπαίνουν σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης.*

*«Αφήστε τα 13χρονα να χρησιμοποιούν ελεύθερα την ιστοσελίδα μου» είπε ο 24χρονος ιδρυτής του Facebook, **Μαρκ Ζούκερμπεργκ**, βάζοντας έτσι το φιτίλι σε έναν παγκόσμιο διάλογο για το κατά πόσο θα πρέπει να αρθούν οι νομικές απαγορεύσεις που αφορούν παιδιά κάτω των 13 ετών.*

Με το ένα στα πέντε παιδιά στις ηλικίες 9 – 12 να διαθέτει προσωπικό προφίλ, σύμφωνα με την έρευνα Social Networking για την Ευρώπη, φαίνεται πως, παρά τις απαγορεύσεις, η διεισδυτικότητα του Facebook σε αυτές τις ηλικίες δύσκολα ελέγχεται. Οι κίνδυνοι όμως, στους οποίους εκτίθενται απασχολούν γονείς και αρμόδιους φορείς.

**Το Facebook καταστρατηγεί το δικαίωμα των παιδιών στην αθωότητα**

*«Όταν βλέπουμε όλο και περισσότερα 8χρονα και 9χρονα στην Ελλάδα να έχουν δικό τους προφίλ, θα πρέπει να είμαστε σε επαγρύπνηση» λέει ο κ. Γεώργιος Κορμάς, εκπρόσωπος του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου, υπεύθυνος της Γραμμής Βοήθειας 800 11 800 15 και επιστημονικός συνεργάτης της Μονάδας Εφηβικής Υγείας Β' Παιδιατρικής Κλινικής Πανεπιστημίου Αθηνών.*

*«Η εμπειρία από τις επισκέψεις σε σχολεία όλης της Ελλάδας δείχνει ότι σε αυτές τις ηλικίες τα παιδιά δεν μπορούν να διαχειριστούν το Facebook. Το*

βλέπουν σαν παιχνίδι, δεν μπορούν όμως να καταλάβουν πόσο επικίνδυνο είναι» προσθέτει.

Τα περισσότερα παιδιά που φτιάχνουν προφίλ, δίνοντας ψευδή ηλικία, δηλώνουν εύκολα το όνομα, την διεύθυνση και τις δραστηριότητές τους, όπως πού πηγαίνουν διακοπές ή πού πάνε φροντιστήριο, αφήνοντας την ζωή τους εκτεθειμένη.

Ο εθισμός, η εξάπλωση της παιδοφιλίας, η εύκολη πρόσβαση σε πορνογραφικό υλικό και σε τυχερά παιχνίδια, θα πρέπει να ανησυχούν τους γονείς. «Αυτό που στερούνται τα παιδιά όταν βρίσκονται ανεξέλεγκτα σε τέτοιες σελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι το δικαίωμά τους στην αθωότητα. Ενώ θα έπρεπε να αναπτύσσουν την κοινωνικότητά τους στην πραγματική ζωή, απομονώνονται στο δωμάτιό τους και δεν δημιουργούν προσωπικές σχέσεις».

Σε αυτές τις μικρές ηλικίες, όταν τα παιδιά εκτίθενται σε τόσα ερεθίσματα, είναι πολύ πιθανή η αλλοίωση της ψυχοκοινωνικής τους εξέλιξης. «Τα κορίτσια που βάζουν στο προφίλ τους φωτογραφίες προκλητικές, ουσιαστικά αναζητούν την θηλυκότητά τους μέσα από τα δίκτυα αυτά. Φαντάζεστε λοιπόν τι συζητήσεις προκαλούν και πόσα σχόλια δέχονται – για να μην φτάσουμε και στη σεξουαλική παρενόχληση», τονίζει ο κύριος Κορμάς.

Η μόδα, αλλά και η αίσθηση ότι έχουν πια μεγαλώσει, είναι η απάντηση στο γιατί τα μικρά παιδιά θέλουν να φτιάξουν δικό τους προφίλ. «Είναι σαν μεταδοτική ίωση! Όταν έχει ένα παιδί στην τάξη, τότε θέλουν όλα. Με 3 εκατομμύρια χρήστες στην Ελλάδα, υπάρχουν στο περιβάλλον τους πολλά παραδείγματα προς μίμηση. Τα μεγαλύτερα αδέρφια, οι φίλοι, οι ίδιοι οι γονείς».

### **Δωδεκάχρονη με 1.800 «φίλους»**

«Όταν ένα κοριτσάκι 12 ετών μου εμπιστεύθηκε ότι έχει 1.800 φίλους στο Facebook, ενώ οι γονείς της βρίσκονται στο σκοτάδι, σοκαρίστηκα. Ποια επίδραση μπορεί να έχουν όλοι αυτοί οι άνθρωποι στον ψυχισμό του παιδιού; Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις παιδιών που έχουν πέσει θύματα

εκφοβισμού, εκβιασμού, παρενόχλησης ή χλευασμού» λέει η κυρία Αλεξάνδρα Καππάτου, ψυχολόγος – παιδοψυχολόγος.

Τα μικρά παιδιά δεν βάζουν στο μυαλό τους ότι πίσω από ένα προφίλ μπορεί να κρύβεται ένας άνθρωπος που ούτε συνομήλικός τους είναι ούτε έχει αθώα αισθήματα απέναντί τους. Αυτή είναι και η μεγαλύτερη παγίδα, σύμφωνα με την κυρία Καππάτου. «Για τον λόγο αυτό τα προτρέπουμε να περιλαμβάνουν στις λίστες φίλων μόνο παιδιά που γνωρίζουν, εξηγώντας τους κινδύνους που ενέχει αυτός ο ανταγωνισμός για το ποιος έχει τους περισσότερους φίλους».

Από την άλλη, όμως, δεν μπορούμε να αρνηθούμε την τάση των παιδιών να θέλουν να ανήκουν σε μια ομάδα. «Τα παιδιά σήμερα αισθάνονται δέσμια των δραστηριοτήτων με τις οποίες τα φορτώνουμε και δεν έχουν χρόνο να αναπτύξουν σχέσεις. Οπότε αυτή είναι μια διέξοδος για να χαλαρώσουν, να γελάσουν, να διασκεδάσουν, να συνομιλήσουν», επισημαίνει.

Αυτό όμως φέρνει πιο κοντά τον κίνδυνο του εθισμού, που ως πρόσφατα αποδιδόταν μόνο στα διαδικτυακά παιχνίδια. «Τα παιδιά που κάθονται πολλές ώρες μπροστά στον υπολογιστή είναι πιθανό να παρουσιάσουν έντονο άγχος, που μπορεί να γίνει παθολογικό, να εγκαταλείψουν τα μαθήματά τους, να χάσουν την επαφή με την οικογένειά τους και να απομονωθούν», σημειώνει η κυρία Καππάτου.

Αυτό, θα αναρωτηθεί κανείς, είναι πιθανό να συμβεί και σε παιδιά μετά την ηλικία των 13 ετών. Για ποιο λόγο τα νομικά όρια μπαίνουν σε αυτή την ηλικία; Σύμφωνα με την κυρία Καππάτου, τα παιδιά θεωρείται ότι από τα 13, οπότε και μπαίνουν στην εφηβεία, αποκτούν μια μεγαλύτερη αυτονομία.

«Στο εξωτερικό εξοικειώνονται με τους υπολογιστές και μαθαίνουν να προστατεύονται από νωρίς, όμως στην Ελλάδα δεν τυγχάνουν ανάλογης εκπαίδευσης. Τα όρια για την Ελλάδα θα μπορούσαν να φτάσουν και τα 16 χρόνια, με τους γονείς να παρακολουθούν διακριτικά τις κινήσεις του εφήβου σε αυτές τις ηλικίες».

Ως την ηλικία των 13 ετών, οι γονείς που γνωρίζουν ότι τα παιδιά τους διαθέτουν προσωπικό προφίλ, μπορούν να τα προσθέτουν στους φίλους τους, έτσι ώστε να παρακολουθούν τα στοιχεία που μοιράζονται με το

δίκτυό τους και να έχουν έναν υποτυπώδη έλεγχο στις δραστηριότητές τους, όπως προτείνει η κυρία Καππάτου.

### **Πώς μπορούν οι γονείς να διατηρήσουν τον έλεγχο**

Αυτοί που καλούνται να θέσουν τα όρια και να εντοπίσουν άμεσα σημάδια κινδύνου στα παιδιά είναι φυσικά οι γονείς. Αρχικά, «μέλημά τους θα πρέπει να είναι να μάθουν στα παιδιά τους να κοινωνικοποιούνται από μικρά, διότι εάν θεωρούν ότι το Facebook είναι κοινωνική επαφή, τότε στην εφηβεία θα αντιμετωπίσουν ακόμη σοβαρότερα προβλήματα», τονίζει ο κύριος Κορμάς.

Τα τέσσερα απλά βήματα, που προτείνει στους γονείς, μπορούν να εξασφαλίσουν ένα ικανοποιητικό επίπεδο ελέγχου, με σεβασμό στην προσωπικότητα του παιδιού:

- Μαθαίνουμε στα παιδιά το «δημιουργικό Ίντερνετ», δηλαδή πώς να χρησιμοποιούν το Ίντερνετ για να συλλέγουν εκπαιδευτικό υλικό και να ενημερώνονται.
- Τοποθετούμε τον υπολογιστή στο σαλόνι για να είμαστε παρόντες όταν το παιδί μπαίνει στο διαδίκτυο και να επιβλέπουμε.
- Βάζουμε περιορισμό στον χρόνο που μπορεί να μπαίνει στο Ίντερνετ την ημέρα.
- Χρησιμοποιούμε φίλτρα, που περιορίζουν ανάλογα με την ηλικία του παιδιού την πρόσβασή του σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες.

Πηγή: "ΤΟ ΒΗΜΑ", 28 Μαΐου 2011



## «Το Facebook οδηγεί τους νέους στα ναρκωτικά!»

### *Δήλωση του πρώην υπουργού Υγείας των ΗΠΑ*

Τα αποτελέσματα του Εθνικού Κέντρου Εθισμού και κατάχρησης ουσιών στο Πανεπιστήμιο της Κολούμπια, κρούουν τον κώδωνα του κινδύνου στους γονείς, οι οποίοι θα πρέπει να είναι πιο προσεκτικοί με τα παιδιά τους από εδώ και πέρα. Η έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα πως τα Social Networks, όπως το Facebook και το Twitter, μπορούν να οδηγήσουν τα παιδιά στην κατανάλωση αλκοόλ και τη χρήση ναρκωτικών ουσιών.

Οι επιστήμονες μελέτησαν τη συμπεριφορά 1.000 παιδιών, ηλικίας μεταξύ 12 και 17 ετών, μέσω ενός online ερωτηματολογίου και άλλα 1.000 μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας. Διαπίστωσαν ότι τα περισσότερα παιδιά που περνούσαν τον χρόνο τους στα Social Networks, είχαν έως και πέντε φορές παραπάνω πιθανότητες από τα άλλα να καπνίσουν τσιγάρο, τρεις φορές [περισσότερες πιθανότητες] να πιουν αλκοόλ και διπλάσιες να καπνίσουν κάνναβη. Επίσης οι επιστήμονες τονίζουν ότι οι φωτογραφίες χρηστών των μέσων δικτύωσης, που εμφανίζονται μεθυσμένοι, επηρεάζουν αρνητικά τους άλλους χρήστες και τους ωθούν σε παρόμοιες συμπεριφορές, ειδικά όταν έχουμε να κάνουμε με εφήβους.

Ο ιδρυτής και πρόεδρος του Εθνικού Κέντρου Εθισμού και κατάχρησης ουσιών και πρώην υπουργός Υγείας, Παιδείας και Πρόνοιας των ΗΠΑ, Joseph Califano, δήλωσε πως «μια εικόνα τελικά αξίζει όσο χίλιες λέξεις. Τα Social Networks, ειδικά στους εφήβους, έχουν αρνητικές επιδράσεις και μπορεί να γίνουν μέχρι και επικίνδυνα, ειδικά στους εφήβους. Πρέπει οι ιθύνοντες των μέσων αυτών, να αναπτύξουν τις τεχνολογικές τους γνώσεις και να αντιμετωπίσουν αυτόν τον κίνδυνο. Οι εικόνες με μεθυσμένους έφηβους ή παιδιά που καταναλώνουν ναρκωτικά, πρέπει να σταματήσουν».

Στη συνέχεια τόνισε πως οι γονείς βρίσκονται κυριολεκτικά στο σκοτάδι και ολοκλήρωσε λέγοντας πως «η μετάδοση τέτοιων εικόνων, αποτελεί ηλεκτρονική παιδική κακοποίηση».

Πηγή: "ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΘΕΜΑ", 26 Αυγούστου 2011, Η Άλλη Όψις

## Ψαρεύουν παιδιά από το Ίντερνετ

Του Στάθη Δεληγιώργη

10 Φεβρουαρίου 2011

Ένα στα πέντε παιδιά της Ευρώπης έχει πέσει θύμα σεξουαλικής κακοποίησης από ενηλίκους που χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο το Ίντερνετ για να προσεγγίσουν τα θύματά τους. Οι ειδικοί στέλνουν σήμα κινδύνου για τις δραματικές συνέπειες που μπορεί να έχει το ανεξέλεγκτο διαδικτυακό σερφάρισμα από ανηλίκους.

Παιδική πορνογραφία και σεξουαλική παρενόχληση ανηλίκων αναδεικνύονται στα μελανά σημεία του Διαδικτύου, με την πραγματική τους έκταση να είναι πολύ μεγαλύτερη από όσο υπολόγιζαν έως τώρα οι διωκτικές αρχές. Για την καταπολέμηση αυτών των εγκληματικών δραστηριοτήτων το Συμβούλιο της Ευρώπης ξεκινάει εκστρατεία με στόχο να ενημερώσει και να εκπαιδεύσει τα παιδιά, τους γονείς και τους δασκάλους τους για το μέγεθος του προβλήματος, αλλά και να τους παράσχει την αναγκαία πληροφόρηση, ώστε να μπορούν να προλαμβάνουν «εν τη γενέσει τους» τις προσπάθειες για σεξουαλική εκμετάλλευση παιδιών.

«Πρέπει να αναρωτηθούμε αν κάνουμε αρκετά για να προστατεύσουμε τα παιδιά στο Ίντερνετ. Η παιδική πορνογραφία και το «ψάρεμα» για σεξουαλικούς σκοπούς είναι εγκλήματα που μπορούν να προληφθούν και που πρέπει να διώκονται ποινικά» δήλωσε χθες η αναπληρώτρια γενική γραμματέας του Συμβουλίου της Ευρώπης Μοντ ντε Μπουκίκιο, με την ευκαιρία του εορτασμού της Ημέρας για ένα Ασφαλέστερο Διαδίκτυο. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Συμβουλίου, το 20% των παιδιών στην Ευρώπη, δηλαδή ένα στα πέντε, έχει πέσει θύματα σεξουαλικής βίας. Στο 70% έως 85% των περιπτώσεων τα παιδιά γνωρίζουν τους δράστες, ενώ στο 90% των περιπτώσεων τα εγκλήματα αυτά δεν τιμωρούνται, αφού δεν αναφέρονται στις διωκτικές αρχές. Το συμβούλιο τονίζει ότι τα τελευταία χρόνια το Ίντερνετ χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο από ενηλίκους που θέλουν να

έρθουν σε επαφή με παιδιά για να τα κακοποιήσουν σεξουαλικά και ότι η παροχή online παιδικού πορνογραφικού υλικού αυξάνεται.

«Κάνω έκκληση στην κοινότητα του Ίντερνετ να συμμετάσχει στην ενημερωτική μας εκστρατεία και να εργαστεί μαζί μας για να θέσουμε τέρμα στη σεξουαλική βία κατά των παιδιών» ανέφερε η κ. Μπουκίκιο. Λεπτομέρειες για τη εν λόγω εκστρατεία παρουσιάζει το συμβούλιο στον ιστοσελίδα του [www.coe.int](http://www.coe.int).

### Ρατσιστές, απάτες και Facebook

Ραγδαία αύξηση παρουσίασαν το 2010 οι καταγγελίες για παράνομο περιεχόμενο στο Ίντερνετ που υποβλήθηκαν στη γραμμή Safeline του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου. Οι περισσότερες καταγγελίες αφορούσαν ρατσιστικά φαινόμενα και παραβίαση προσωπικών δεδομένων, ενώ σχεδόν οι μισές σχετιζόνταν με το Facebook.

Τα στατιστικά στοιχεία παρουσιάστηκαν χθες σε ειδική εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε στο υπουργείο Παιδείας, στο πλαίσιο της «Ημέρας Ασφαλούς Διαδικτύου». Όπως ανέφερε η εκπρόσωπος της ανοιχτής γραμμής Safeline Μελτίνη Χριστοδουλάκη, το 2010 οι καταγγελίες ανήλθαν σε 4.204, έναντι μόλις 1.778 το 2009, καταγράφοντας αύξηση 136,44%! «Αυτό είναι από τη μία καλό, γιατί δείχνει ότι ο κόσμος αφυπνίζεται, ενημερώνεται και μαθαίνει ότι έχει τη δυνατότητα να κάνει κάτι και να μη σταυρώνει τα χέρια μπροστά στο παράνομο περιεχόμενο. Από την άλλη είναι άσχημο, γιατί δείχνει ότι διογκώνεται το πρόβλημα» σχολίασε η κ. Χριστοδουλάκη.

Σε ό,τι αφορά τις επιμέρους κατηγορίες, στην πρώτη θέση βρέθηκαν οι καταγγελίες για ρατσιστικό και ξενοφοβικό περιεχόμενο με ποσοστό 25%, ενώ από κοντά ακολούθησε η παραβίαση προσωπικών δεδομένων, με 21%. Οι καταγγελίες για οικονομικές απάτες μέσω Ίντερνετ ανήλθαν στο 14% του συνόλου και ακολούθησαν η ανεπιθύμητη ηλεκτρονική αλληλογραφία (spam) με 12%, η εξύβριση με 10%, η παιδική πορνογραφία και η παραβίαση

απορρήτου των επικοινωνιών με 6%, καθώς και οι απειλές και οι παραβιάσεις της πνευματικής ιδιοκτησίας με 3%.

Αξίζει να σημειωθεί ότι περίπου μία στις δύο καταγγελίες αφορούσε παράνομο περιεχόμενο σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Όπως είπε η κ. Χριστοδουλάκη, οι καταγγελίες για τα κοινωνικά δίκτυα και ειδικά για το Facebook έφτασαν στο 44% του συνόλου, ενώ όλες οι υπόλοιπες ιστοσελίδες του Ίντερνετ μοιράστηκαν το 56% των καταγγελιών.

Αυτό είναι εξαιρετικά σημαντικό, αν λάβει κανείς υπόψη του ότι οι μισοί έφηβοι της χώρας μας έχουν προφίλ σε σελίδα κοινωνικής δικτύωσης. Σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, το 54% των ελληνόπουλων 9 έως 16 χρόνων διαθέτει διαδικτυακό προφίλ, με το 36% να είναι εντελώς «δημόσιο». Μάλιστα το 12% των ελληνόπουλων περιλαμβάνει στο προφίλ του τη διεύθυνσή του και τον αριθμό τηλεφώνου, ενώ το 19% εμφανίζει ψευδή ηλικία.

Στην ίδια εκδήλωση παρουσιάστηκαν και τα τελευταία στατιστικά στοιχεία για τη Γραμμή Βοηθείας ΥποΣΤΗΡΙΖΩ (800 11 800 15). Από τον Αύγουστο του 2009 έως τον Δεκέμβριο του 2010 η γραμμή δέχτηκε 1.693 αιτήματα, τα περισσότερα από ενηλίκους, ενώ ένα στα τρία αιτήματα (34%) αφορούσε συμβουλές για αντιμετώπιση της εξάρτησης από το Διαδίκτυο.

### Από τις αυτοκτονίες στο «Σφυροκόπημα»

Ιδιαίτερα πλούσιος είναι ο απολογισμός της δράσης του Τμήματος Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος για το 2010 : 903 δικογραφίες, προανακρίσεις και προκαταρκτικές εξετάσεις για αδικήματα που διαπράχθηκαν μέσω Ίντερνετ, 149 υποθέσεις στις οποίες κινήθηκε η αυτόφωρη διαδικασία, αλλά και 66 αποτροπές αυτοκτονιών που είχαν προαναγγελθεί στο Διαδίκτυο είναι στοιχεία ενδεικτικά της προσφοράς της συγκεκριμένης υπηρεσίας τη χρονιά που πέρασε.

Ανάμεσα στις εκατοντάδες υποθέσεις που χειρίστηκε η Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος αναμφίβολα ξεχωρίζουν οι σαράντα επτά που αφορούσαν παιδική πορνογραφία. Για τις περισσότερες υποθέσεις πραγματοποιήθηκαν επιχειρήσεις σε πανελλαδικό επίπεδο, ενώ η σημαντικότερη υπήρξε εκείνη με την κωδική ονομασία «Σφυροκόπημα». Με βάση τα στοιχεία που προέκυψαν, σχηματίστηκαν δικογραφίες εις βάρος 177 ατόμων και συνελήφθησαν με τη διαδικασία του αυτόφωρου δεκαοκτώ άτομα.

## Το ερωτικό βίντεο που αναρτήθηκε στο Facebook από δύο έφηβους, έχει διχάσει τη Δανία

The Guardian

(<https://www.theguardian.com/technology/2018/jan/27/denmark-teenage-facebook-sex-video-row-widens>)

**Το πρόβλημα του “share”:** Καταγγελία σε 1.000 ανθρώπους που μοιράστηκαν ένα προσωπικό βίντεο πριν από τρία χρόνια.

Το περιστατικό όπου ένα ζευγάρι 15χρονων έφηβων που καταγράφηκαν σε βίντεο να κάνουν σεξ το οποίο μοιράστηκε μέσω Facebook Messenger έχει προκαλέσει μεγάλη αναστάτωση στη Δανία. Οι έφηβοι ήταν σε ένα πάρτυ όταν επιδόθηκαν στην ερωτική πράξη και ένα τρίτο πρόσωπο τους κατέγραψε και έπειτα το βίντεο μοιράστηκε μεταξύ έφηβων Δανών το 2015 και στις αρχές του 2016 μέχρι που «παρήλθε η μόδα του» και σταμάτησε η κυκλοφορία του.

Από τις 15 Ιανουαρίου του 2018, ωστόσο, όταν η αστυνομία ανακοίνωσε ότι θα καταγγείλει 1.004 άτομα που μοιράστηκαν το βίντεο στο Facebook με την κατηγορία της διανομής παιδικής πορνογραφίας, το ενδιαφέρον για την περίπτωση έχει εκτοξευθεί.

Όπως είπε ο αξιωματικός Flemming Kjærside που εποπτεύει τα σεξουαλικά εγκλήματα της Δανίας: «Το πιο σημαντικό είναι τα θύματα... Αυτοί θα υποφέρουν από αυτό για το υπόλοιπο της ζωής τους».

Η είδηση ότι 1.004 νεαροί ενήλικες θα αντιμετωπίσουν κατηγορίες παιδικής πορνογραφίας την ώρα που, όταν το μοιράστηκαν, ήταν 15 με 16 ετών οι ίδιοι, έχει λάβει τεράστιες διαστάσεις στη χώρα.

Από τη στιγμή που το κορίτσι που απεικονίζεται στο βίντεο πήγε στην αστυνομία το 2015, τα δύο έφηβα αγόρια που είχαν τραβήξει το βίντεο, έλαβαν πρόστιμο ύψους περίπου 2.000 Κορώνες Δανίας (270 Ευρώ) που

τους προστατεύει από περαιτέρω κατηγορίες σύμφωνα με τη Δανέζικη νομοθεσία.

Όπως είπε ο Kjærside, είναι η πρώτη φορά που στην Ευρώπη γίνεται μια τόσο συντονισμένη ενέργεια για να λύσουν το αναπτυσσόμενο πρόβλημα των εφήβων που μοιράζονται βίντεο και φωτογραφίες ερωτικού περιεχομένου, χωρίς τη συγκατάθεση του άλλου. «Δεν είναι μόνο ένα πρόβλημα στη Δανία. Είναι γνωστό και στη Μ. Βρετανία, τη Γερμανία, την Ιταλία. Όλοι έχουν το ίδιο πρόβλημα αλλά κανείς ως τώρα, δεν έχει καταβάλει την προσπάθεια που έχουμε κάνει εμείς».

Πηγή: [http://www.huffingtonpost.gr/entry/to-erotiko-vinteo-poe-anartetheke-sto-facebook-apo-deo-efevoes-echei-dichasei-te-dania\\_gr\\_5a6d6e02e4b0ddb658c71b9b](http://www.huffingtonpost.gr/entry/to-erotiko-vinteo-poe-anartetheke-sto-facebook-apo-deo-efevoes-echei-dichasei-te-dania_gr_5a6d6e02e4b0ddb658c71b9b)

## **Σε κίνδυνο τα παιδιά που οι γονείς τους αναρτούν φωτογραφίες στα social media**

**Ακόμη και αν διαγραφεί το προφίλ, πολλές πληροφορίες δεν αφαιρούνται**

Μωράκι τραβάει και βγάζει την πάνα του, 3χρονο κοριτσάκι κάνει την πρώτη του βουτιά στη θάλασσα, 6χρονο αγοράκι κλαίει πρώτη μέρα στο σχολείο, 12χρονη μασάει επιδεικτικά τσίχλα κλπ. φωτογραφίες με προσωπικές στιγμές παιδιών που κατακλύζουν το διαδίκτυο και έχουν «ανεβάσει» οι γονείς τους.

Με αφορμή την είδηση, που δημοσιεύθηκε πριν από λίγες ημέρες στο διεθνή Τύπο, ότι μία 18χρονη στην Αυστρία μήνυσε τους γονείς της γιατί αναρτούσαν φωτογραφίες της ίδιας, όταν ήταν παιδί και έφηβη, στο facebook, χωρίς τη συγκατάθεσή της, παραβιάζοντας την ιδιωτικότητά της, ειδικοί μιλούν στο Αθηναϊκό Πρακτορείο για το συγκεκριμένο φαινόμενο και απαντούν στο ερώτημα: «Τελικά, να ανεβάζουν οι γονείς φωτογραφίες των παιδιών τους στο διαδίκτυο»;

Από τις δηλώσεις τους προκύπτει ότι δεν πρόκειται καταρχήν για μία παράνομη ενέργεια, πρέπει όμως, να δίνεται προσοχή από τους γονείς στην ανάγκη προστασίας των προσωπικών δεδομένων των παιδιών, της ιδιωτικής τους ζωής, αλλά και στη σημασία που έχει η εξασφάλιση της προηγούμενης συγκατάθεσης των παιδιών τους, κυρίως των εφήβων.

### **Τα δικαιώματα του παιδιού**

«Θεωρούμε ότι ανεξάρτητα από το εάν οι φωτογραφίες, στις οποίες απεικονίζεται το παιδί αποτυπώνουν προσωπικές στιγμές που το φέρνουν σε δύσκολη θέση, τώρα ή στο μέλλον, ή όχι, δεν παύουν να αποτελούν προσωπικά δεδομένα και κομμάτι του “ψηφιακού αποτυπώματός” του», τονίζει ο Συνήγορος του Παιδιού.



Όπως έγινε γνωστό μέσα από τα δημοσιεύματα του διεθνούς Τύπου, ο πατέρας της 18χρονης στην Αυστρία υποστηρίζει πως είχε κάθε δικαίωμα ως γονιός να «ανεβάζει» φωτογραφίες της κόρης του στο facebook, παρά τη δική της άρνηση. Για το Συνήγορο του Παιδιού, «η επιθυμία ενός γονέα να απαθανατίζει στιγμές της ζωής του παιδιού του είναι απολύτως κατανοητή, ωστόσο από τη στιγμή που φωτογραφίες δημοσιεύονται σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, **παύουν να είναι προσωπικές, αποποιούμαστε τα πνευματικά δικαιώματά τους, γίνονται δημοσίως και εύκολα προσβάσιμες και διαθέσιμες προς όλους, μπορούν να υποστούν αλλαγές και να χρησιμοποιηθούν από (κακόβουλους) τρίτους και δεν διαγράφονται οριστικά** (ακόμη και αν διαγραφεί το προφίλ, πολλές πληροφορίες δεν αφαιρούνται και ενδέχεται να υπάρχουν αλλού στο διαδίκτυο). Με άλλα λόγια, **η ανάρτηση από γονείς στοιχείων των παιδιών τους (φωτογραφίες, βίντεο, ονόματα, τοποθεσίες, στοιχεία σχολείου, φίλων κλπ) στο διαδίκτυο ενδέχεται να θέσει, άθελά τους και εν αγνοία τους, τα παιδιά τους σε κίνδυνο.** Θεωρώντας δεδομένη την αίσθηση ευθύνης και αγάπης προς το παιδί τους και στο πλαίσιο της άσκησης του γονικού τους ρόλου, ενθαρρύνουμε τους γονείς να συζητήσουν και να συνεργαστούν μεταξύ τους και με το παιδί τους, με γνώμονα το υπέρτατο συμφέρον του παιδιού, την προστασία της εικόνας και της ταυτότητας του και την αποφυγή προβλημάτων και δυσάρεστων καταστάσεων στο παρόν ή στο μέλλον».

Ο Συνήγορος του Παιδιού λαμβάνει συχνά αναφορές που «κυρίως αφορούν διαφωνίες διαζευγμένων γονέων για το χειρισμό αναρτήσεων με τα παιδιά τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στο πλαίσιο του διαμεσολαβητικού του ρόλου και της αποστολής του για την προάσπιση και προαγωγή των δικαιωμάτων του παιδιού, υπενθυμίζει στους γονείς ότι σύμφωνα με το νόμο η ιδιωτική ζωή των ανηλίκων πρέπει να προστατεύεται (“Κανένα παιδί δεν μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο αυθαίρετης ή παράνομης επέμβασης στην ιδιωτική του ζωή, στην οικογένειά του, στην κατοικία του ή στην αλληλογραφία του, ούτε παράνομων προσβολών της τιμής και της υπόληψής του”, Διεθνής Σύμβαση για τα Δικαιώματα του Παιδιού Ν. 2101/92, άρθρο 16)». Επιπλέον, επισημαίνει ότι «για το

ζήτημα αυτό πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη και η γνώμη του παιδιού, δεδομένου ότι το θέμα το αφορά άμεσα, όπως άλλωστε προβλέπεται και στο άρθρο 12 του προαναφερθέντος νόμου (“Τα Συμβαλλόμενα Κράτη εγγυώνται στο παιδί που έχει ικανότητα διάκρισης το δικαίωμα ελεύθερης έκφρασης της γνώμης του σχετικά με οποιοδήποτε θέμα που το αφορά, λαμβάνοντας υπόψη τις απόψεις του παιδιού ανάλογα με την ηλικία του και με το βαθμό ωριμότητάς του...”)».

### **Προσωπικά Δεδομένα**

«Η συγκεκριμένη υπόθεση- με την ιδιαιτερότητα της - αναδεικνύει περίτρανα», σύμφωνα με τον Δημήτρη Ζωγραφόπουλο, νομικό ελεγκτή της Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα (ΑΠΔΠΧ) ότι «η προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα είναι ένα από τα μεγαλύτερα , ένα από τα σπουδαιότερα νομικά ζητήματα της εποχής μας, και, πλέον, ένα σοβαρότατο κοινωνικό πρόβλημα». Ο κ Ζωγραφόπουλος εκφράζει τη βεβαιότητα ότι η κατάσταση θα γίνεται όλο και πιο κρίσιμη τα επόμενα χρόνια, για τον απλούστατο λόγο ότι αυξάνουν οι πιθανότητες επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και οι τεχνικές επεξεργασίας τους. «Για παράδειγμα, όταν μιλάμε για το “διαδίκτυο των πραγμάτων” (Internet of the things - IoT), όπου πράγματα που υπάρχουν στον περιβάλλοντα χώρο μας, στο σπίτι μας, που παραδοσιακά θεωρείται άσυλο, στο αυτοκίνητό μας, στις συσκευές που φέρουμε πάνω μας, θα διασυνδέονται μεταξύ τους μέσω του διαδικτύου και θα μεταφέρουν προσωπικά μας δεδομένα (σε ποιους άραγε και για ποιους σκοπούς;), η κοινή λογική μας - και η λογική που διέπει τη νομοθεσία - πρέπει να γίνεται συνεχώς περισσότερο προστατευτική».

Είναι σημαντικό οι γονείς να συνειδητοποιήσουν ότι όταν αναρτούν φωτογραφίες των παιδιών τους στο διαδίκτυο, αυτομάτως, όπως εξηγεί ο κ Ζωγραφόπουλος, **διενεργούν επεξεργασία προσωπικών δεδομένων και καθίστανται από το νόμο** (κυρίως από την

ισχύουσα οδηγία 95/46 της ΕΕ καθώς και το Γενικό Κανονισμό για την Προστασία Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα στην ΕΕ, που θα ισχύσει από το Μάιο του 2018) **υπεύθυνοι επεξεργασίας**. Φέρουν, συνεπώς, ακέραια την ευθύνη για τα δεδομένα που επεξεργάζονται και την ασφάλεια των δεδομένων αυτών. Το πρόβλημα είναι ότι οι γονείς πράττουν ανάλογα με την αντίληψη που οι ίδιοι έχουν για το τι είναι επιτρεπτό και αναγκαίο».

Τον Μάιο του 2018, όταν θα τεθεί σε ισχύ ο Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα στην ΕΕ θα θέσει πιο αυστηρές προϋποθέσεις για την παροχή της συγκατάθεσης για την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων. Περιλαμβάνει ειδική διάταξη για τη συγκατάθεση παιδιού σε σχέση με τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (άρθρο 8). Μολονότι το πλαίσιο γίνεται λοιπόν, πιο αυστηρό - προβλέποντας επίσης μεταξύ άλλων ότι ένα παιδί για να αποκτήσει facebook θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 16 ετών ή αν είναι μεταξύ 13 και 16, μόνο εφόσον η συγκατάθεση παρέχεται από τα πρόσωπα που έχουν τη γονική μέριμνα - ουσιαστικά δεν επιλύει ζητήματα όπως αυτό της 18χρονης.

Αυτό, σύμφωνα με τον νομικό ελεγκτή της ΑΠΔΠΧ, «αναδεικνύει το γεγονός ότι οι γονείς πρέπει οπωσδήποτε να έχουν επίγνωση ότι η **ανάρτηση δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα συνιστά μια απεμπόληση κατά κάποιο τρόπο του δικαιώματος που έχει το ίδιο το παιδί στη δική του εικόνα και στη δική του προσωπικότητα**. Είναι πολύ διαφορετικό το να δημιουργήσεις ένα άλμπουμ με φωτογραφίες, που βρίσκεται φυλαγμένο στο σπίτι και το δείχνεις σε συγγενείς και φίλους από το να το αναρτάς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πόσο μάλλον όταν το προφίλ, που δημιουργείται, είναι εν δυνάμει ανοιχτό σε δεκάδες, χιλιάδες άτομα. Ο καθένας - ακόμα και παντελώς άγνωστος - μπορεί όχι απλά να δει τη φωτογραφία, αλλά να την κατεβάσει στον υπολογιστή του, να την επεξεργαστεί και να τη φυλάξει εφ' όρου ζωής, με όποιους κινδύνους αυτό συνεπάγεται για ένα πρόσωπο».

Ως απάντηση στην αντίληψη κάποιων γονέων ότι «εγώ δεν έχω κάτι να κρύψω», ο κ. Ζωγραφόπουλος υπογραμμίζει ότι δεν πρέπει να συγχέουμε τη διαφάνεια με την έκθεση. «Η αρχή της διαφάνειας απευθύνεται κυρίως σε φορείς τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα. Εδώ, δεν τίθεται θέμα διαφάνειας στην προσωπική ζωή, η προσωπική ζωή εξ ορισμού καλύπτεται από ιδιωτικότητα, η οποία κάμπτεται κατ' εξαίρεση. Ομοίως, δεν πρέπει να συγχέουμε την ιδιωτικότητα με την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Οι έννοιες είναι συγγενείς, αλλά όχι ταυτόσημες. Η προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα δεν καλύπτει μόνο τις καθαρά ιδιωτικές στιγμές ενός παιδιού (παιχνίδι, ύπνο, φιλικές σχέσεις, κλπ.), μπορεί να καλύπτει και δημόσιες στιγμές του. Για παράδειγμα, δεν επιτρέπεται κάποιος χωρίς τη συγκατάθεση του ενδιαφερόμενου γονέα να φωτογραφίσει ένα παιδί δημοσίως, π.χ. στην παρέλαση ή στο σχολείο, και να αναρτήσει τη φωτογραφία στο διαδίκτυο. Η έλλειψη της συγκατάθεσης του παιδιού, όπως αυτή παρέχεται από τους γονείς του, καθιστά την επεξεργασία αυτή παράνομη».

Συμπερασματικά, ο κ. Ζωγραφόπουλος τονίζει ότι «οποιοδήποτε νομικό πλαίσιο θα παρέχει ατελή νομική προστασία σε πρόσωπα όπως η κοπέλα από την Αυστρία. Γιατί η νομική προστασία θα παρέχεται εκ των υστέρων, αφού έχει γίνει το “κακό”». «Προσωπικά» διευκρινίζει, «επιμένω στο ότι η προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα είναι πρωτίστως θέμα κουλτούρας και η κουλτούρα χτίζεται με την εκπαίδευση. Είναι ταυτόχρονα υπόθεση του καθενός μας και υπόθεση συλλογική, αφορά όλους τους φορείς σε όλους τους τομείς της κοινωνικής και οικονομικής ζωής (στη δουλειά, στο σχολείο, στα ΜΜΕ, κλπ.). Όλοι πρέπει να έχουν συνείδηση ότι τα προσωπικά δεδομένα είναι προστατευόμενο έννομο αγαθό».

### **Ψυχολογικές συνέπειες για το παιδί**

«Δεν υπάρχει λόγος να γίνεται κάτι τέτοιο. Οι προσωπικές μας στιγμές ανήκουν σ' εμάς, δεν υπάρχει λόγος να δημοσιοποιούνται.

Εφόσον όμως, το επιλέγει η οικογένεια, θα πρέπει να γίνεται με κάποια ποιοτική και ποσοτική ασφάλεια, να υπάρχουν κάποια όρια», απαντά η Άρτεμις Τσίτσικα, επίκουρη καθηγήτρια της Ιατρικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αθηνών, υπεύθυνη του τμήματος τεχνολογίας της Μονάδας Εφηβικής Υγείας και της Γραμμής Στήριξης "ΜΕ Υποστηρίζω" που λειτουργεί στο Νοσοκομείο Παιδών «Π & Α Κυριακού».

Όπως σημειώνει: «Μερικοί γονείς επιλέγουν αυτό τον τρόπο, να δημοσιοποιούν οικογενειακές στιγμές και κάποιες προσωπικές στιγμές των παιδιών, χωρίς να ξέρουμε ποια μπορεί να είναι η αντίδρασή τους στο μέλλον. Είναι σημαντικό, όμως, να τηρούνται κάποια όρια, να μην εκτίθεται το παιδί με οποιοδήποτε τρόπο, να σκεφτόμαστε το μέλλον». Για παράδειγμα, όπως εξηγεί η κ Τσίτσικα, να εξετάζουν οι γονείς «αν θα επιλέξουν να δημοσιοποιήσουν πολύ προσωπικές στιγμές του παιδιού σε ηλικία που το παιδί δεν καταλαβαίνει, ή στιγμές που το εκθέτουν με οποιοδήποτε τρόπο και που στο μέλλον θα μπορούσαν να του δημιουργήσουν πρόβλημα ή φωτογραφίες που δείχνουν που μένει, ή προσωπικά του αντικείμενα. Αυτό θα πρέπει να το προσέχουν πολύ».

Επίσης, υπογραμμίζει την ανάγκη συνεννόησης με το ίδιο το παιδί: «σίγουρα αυτό πρέπει να γίνεται σε επικοινωνία με το παιδί, όταν αρχίσει να καταλαβαίνει και να συζητά, να επιλέγει τι θέλει, και μέσα από αυτή τη διαδικασία να καταλαβαίνει και το ίδιο τι σημαίνει προσωπικά δεδομένα, τι κρατώ για τον εαυτό μου, τι μπορώ να δημοσιοποιήσω».

Πηγή: [www.newsbeast.gr](http://www.newsbeast.gr)

## **Ωμές εικόνες παιδικής πορνογραφίας εντοπίστηκαν στο Facebook**

*Το δημοφιλέστερο δίκτυο στο στόχαστρο και για αναρτήσεις εξτρεμιστών*

13/04/2017

Το Facebook απέτυχε να απομακρύνει δεκάδες αναρτήσεις εξτρεμιστών και παιδικής πορνογραφίας ακόμη και μετά την ενημέρωση των συντονιστών του μέσου κοινωνικής δικτύωσης για το ενδεχόμενο να περιείχαν παράνομο περιεχόμενο, σύμφωνα με έρευνα της βρετανικής εφημερίδας The Times που δημοσιοποιήθηκε σήμερα.

Χρησιμοποιώντας πλαστό προφίλ το οποίο δημιούργησε τον περασμένο μήνα, δημοσιογράφος των Times εντόπισε εικόνες και βίντεο που εγκωμιάζουν το Ισλαμικό Κράτος και τις πρόσφατες δολοφονικές επιθέσεις στο Λονδίνο και στην Αίγυπτο, μαζί με ωμές εικόνες παιδικής πορνογραφίας και ζήτησε από τους συντονιστές του δικτύου να τις απομακρύνουν.

Οι συντονιστές του Facebook απομάκρυναν ορισμένες από τις εικόνες αυτές, αλλά άφησαν αναρτήσεις υπέρ των τζιχαντιστών που υμνούν τις πρόσφατες επιθέσεις και καλούν για την πραγματοποίηση και άλλων. Η εταιρία εμφανίστηκε να αναλαμβάνει δράση μόνο όταν ο δημοσιογράφος των Times αποκάλυψε την ταυτότητά του και είπε ότι κάνει ένα ρεπορτάζ για το θέμα.

Πηγή : <https://www.newsbeast.gr/technology/arthro/2657456/omes-ikones-pedikis-pornografias-entopistikian-sto-facebook>

## **Facebook και παιδοφιλία: Ο «ανόητος» και ο «ευφυής» θύτης – αληθινά παραδείγματα**

### **Γενικές πληροφορίες**

**Η πρώτη μας απόπειρα**, ήταν με τη δημιουργία εικονικού παιδικού προφίλ, να εισέλθουμε σε »κλειστές» σελίδες που απευθύνονται σε παιδιά και έφηβους. Αποκτήσαμε πρόσβαση πανεύκολα και βρήκαμε, στην κυριολεξία, χιλιάδες φωτογραφίες ανηλίκων, όλες από ελληνόπουλα. Για ευνόητους λόγους, δε θα σας αποκαλύψουμε πώς βρήκαμε και ποιες είναι αυτές οι σελίδες και τα γκρουπς. Πιο κάτω όμως, θα σας παραθέσουμε σχετικές φωτογραφίες και θα σας αποδείξουμε πως πίσω από μερικά από τα παιδικά προφίλ, κρύβονται στην πραγματικότητα ενήλικοι, που με αυτό τον τρόπο αποκτούν επαφή με ανήλικα.

**Η δεύτερη απόπειρα ήταν μέσω σελίδων που απευθύνονται σε γονείς.**

– Για τις ανάγκες του πειράματος, αναζητήσαμε προφίλ ενήλικων Ελλήνων χρηστών του Facebook, σε σελίδες που έχουν δημιουργηθεί από μαμάδες και/ή μπαμπάδες, με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων πάνω στην ανατροφή των παιδιών.

– Αποφασίσαμε να ερευνήσουμε μόνο μια σελίδα (Μαμαδοπαρέα) και να επιλέξουμε 10 τυχαία προφίλ γονιών. Εννοείται πως δεν έχουμε να προσάψουμε κάτι στη συγκεκριμένη σελίδα και η επιλογή της έγινε τυχαία.

– Και τα 10 προφίλ, ανήκουν σε γυναίκες-μητέρες.

### **Ευρήματα**

– Σε 4 από τα 10 προφίλ, βρήκαμε ακριβώς 63 βρεφικές και παιδικές φωτογραφίες.

- Εννοείται πως οι φωτογραφίες ήταν «ξεκλειδωτες» και προσβάσιμες από τον οποιοδήποτε.
- 4 από τα 10 προφίλ περιείχαν μόνο φωτογραφίες ενηλίκων.
- 2 από τα 10 προφίλ, είχαν όλες τις φωτογραφίες »κλειδωμένες».
- Βρήκαμε συνολικά 63 φωτογραφίες είτε γονιών μαζί με τα παιδιά τους, είτε παιδιά μόνα τους, τις οποίες αφού καταμετρήσαμε, κρατήσαμε 4 παραδείγματα τα οποία αλλοιώσαμε για ευνοήτους λόγους.

## **Συμπεράσματα**

- Σε διάφορες »παιδικές-εφηβικές» σελίδες, πίσω από τις οποίες πολλές φορές κρύβονται ενήλικοι διαχειριστές, ανεβαίνουν καθημερινά εκατοντάδες φωτογραφίες, από παιδιά και εφήβους που έχουν προφίλ στο facebook. Οι ηλικίες που συναντήσαμε, κυμαίνονται από 9 μέχρι 17 χρονών. Αν και το facebook απαγορεύει σε ηλικίες κάτω των 14 να έχουν προφίλ, ο κάθε χρήστης, μπορεί να δηλώσει οποιαδήποτε ηλικία.
- Στο facebook κυκλοφορούν χιλιάδες «ελεύθερες» φωτογραφίες παιδιών. Από βαπτίσεις και διάφορες άλλες οικογενειακές στιγμές, μέχρι πιο προσωπικές, όπως αλλαγμα πάνας, παιδιά σε παραλία, παιδιά στο κρεββάτι κτλ. Όλες αυτές, έχουν ανεβεί από τους γονείς τους.

## **Τι απογίνονται οι παιδικές φωτογραφίες**

**Οι μισές τουλάχιστον από τις φωτογραφίες παιδιών που αναρτούνται στα κοινωνικά δίκτυα, είτε από τα ίδια, είτε από τους γονείς τους, καταλήγουν σε ιστοσελίδες με παιδικό πορνογραφικό υλικό. Αυτό υποστηρίζει έρευνα του Γραφείου Παιδικής Ασφάλειας στο Ίντερνετ της Αυστραλίας. (<https://www.esafety.gov.au/>) Πρόκειται για δεκάδες εκατομμύρια φωτογραφιών, που καταλήγουν στα χέρια επιτηδίων, αφού ανεβούν στα κοινωνικά δίκτυα, από ανυποψίαστους χρήστες. Εικόνες όπως παιδιά στην παραλία ή στη πισίνα, είναι ιδιαίτερα «δημοφιλείς».**



Ο οποιοσδήποτε με στοιχειώδεις γνώσεις Η/Υ μπορεί να στήσει μια ιστοσελίδα στο λεγόμενο Dark ή Deep Web. Εάν λοιπόν το θέλαμε, θα μπορούσαμε είτε να βρούμε παιδοφιλικά σάιτ, **πράγμα το οποίο είναι πανεύκολο** και να παζαρέψουμε την τιμή για να τις πουλήσουμε, είτε να τις ανεβάσουμε σε δικό μας σάιτ και να τις «προσφέρουμε» σε όποιον επιθυμεί έναντι ανταλλάγματος. Νομίζεται πως είναι δύσκολο; Ξανασκεφτείτε το, υπάρχουν δεκάδες χιλιάδες πορνογραφικά σάιτ στο Dark Web, που πληρώνουν χρυσάφι για τις φωτογραφίες σας. Η παρακάτω εικόνα είναι από σάιτ παιδικής πορνογραφίας στο Dark Web και η ακριβώς από κάτω εικόνα, είναι από ευρετήριο σελίδων με παιδική πορνογραφία. Για να βρούμε υλικό και σάιτ παιδικής πορνογραφίας, χρειαστήκαμε μόνο 5 λεπτά από το χρόνο μας. Αν θέλαμε να στήσουμε σάιτ και να πουλάμε τις δικές σας φωτογραφίες, θα μας έπαιρνε το πολύ 2 ημέρες, μια ημέρα για να συλλέξουμε υλικό και μια ημέρα για να στήσουμε ένα e-shop που θα πουλάει φωτογραφίες παιδιών.

Πηγή : <http://www.factchecker.gr/index.php/2017/03/29/facebook-and-pedophilia-social-experiment/>

## «Ακυρώστε το Messenger Kids, το Facebook δεν είναι για μικρά παιδιά»

31 Ιανουαρίου 2018

Απόσυρση του Messenger Kids, που απευθύνεται σε παιδιά νεαρής ηλικίας, ζητούν με ανοιχτή τους επιστολή από την CCFC (Campaign for a Commercial-Free Childhood) προς τον ιδρυτή του Facebook, Μαρκ Ζάκερμπεργκ, πάνω από 100 ειδικοί και φορείς του χώρου της υγείας και προστασίας παιδιών.

Η εν λόγω εφαρμογή είναι η πρώτη social media εφαρμογή που προορίζεται ειδικά για παιδιά κάτω των 13 ετών, και, όπως σημειώνουν στην επιστολή τους, θα είναι πιθανότατα η πρώτη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης που θα χρησιμοποιηθεί ευρύτατα από παιδιά δημοτικού. «Ωστόσο όλο και περισσότερες έρευνες δείχνουν ότι η υπερβολική χρήση ψηφιακών συσκευών και social media είναι επιβλαβής προς τα παιδιά και τους εφήβους, κάνοντας πολύ πιθανό αυτή η νέα εφαρμογή να υπονομεύσει την υγιή ανάπτυξη των παιδιών».

Όπως υποστηρίζουν οι υπογράφωντες την επιστολή, τα παιδιά νεαρότερης ηλικίας απλά δεν είναι έτοιμα να αποκτήσουν λογαριασμούς στα social media. «Δεν είναι αρκετά μεγάλα για να πλοηγηθούν στις πολυπλοκότητες των online σχέσεων, που συχνά οδηγούν σε παρεξηγήσεις και συγκρούσεις ακόμα και μεταξύ πιο ώριμων χρηστών. Δεν έχουν ακόμα πλήρη κατανόηση της ιδιωτικότητας».

Συνοψίζοντας, οι συντάκτες της επιστολής χαρακτηρίζουν ανεύθυνο το να ενθαρρύνονται παιδιά μέχρι και προσχολικής ηλικίας να αρχίσουν τη χρήση ενός προϊόντος του Facebook, σημειώνοντας ότι η χρήση των social media από εφήβους συνδέεται με κατάθλιψη, μειωμένα επίπεδα ικανοποίησης από τη ζωή τους κ.α. Επίσης, συμπληρώνουν πως το Messenger Kids είναι πιθανόν να αυξήσει τον χρόνο που τα παιδιά προσχολικής και σχολικής ηλικίας περνούν με τις ψηφιακές συσκευές, τη στιγμή που οι γονείς αναφέρουν πως ο περιορισμός και η ρύθμιση της χρήσης τους από τα παιδιά τους είναι μια διαρκής μάχη. «Το Messenger Kids θα επιδεινώσει αυτό το πρόβλημα», τονίζουν.

«Το Facebook ισχυρίζεται πως το Messenger Kids θα παρέχει μια ασφαλή εναλλακτική για παιδιά που έχουν βρει μέσω ψεμάτων τον δρόμο τους σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης που είναι σχεδιασμένες για εφήβους και ενηλίκους. Αλλά τα 11χρονα και 12χρονα παιδιά που χρησιμοποιούν Snapchat, Instagram ή Facebook είναι απίθανο να πάνε σε μια εφαρμογή που είναι ξεκάθαρα σχεδιασμένη για παιδιά μικρότερης ηλικίας. Το Messenger Kids δεν καλύπτει μια ανάγκη, αλλά τη δημιουργεί. Απευθύνεται κυρίως σε παιδιά που εναλλακτικά δεν θα είχαν τους δικούς τους λογαριασμούς social media. Είναι ανειλικρινές να χρησιμοποιείται η αποτυχία του Facebook να κρατήσει τους μικρότερης ηλικίας χρήστες μακριά από τις πλατφόρμες του ως δικαιολογία για να στοχεύσει μικρότερα παιδιά με ένα νέο προϊόν».

Καταλήγοντας, εκφράζουν την άποψη ότι **η συνολική επίδραση της εφαρμογής του Messenger Kids στις οικογένειες και την κοινωνία θα είναι αρνητική**, ενώ υπενθυμίζουν πως τον τελευταίο καιρό το Facebook έχει δεχθεί έντονες κριτικές για θέματα όπως **η παραπληροφόρηση, η παροχή σε διαφημιστές της δυνατότητας να κάνουν διακρίσεις βάσει ηλικίας και εθνικότητας κ.α.** «Ανταποκρινόμενος σε κάποια από αυτά τα σκάνδαλα, δεσμευτήκατε προσωπικά να τα “καταφέρετε καλύτερα”. Το να τα καταφέρετε καλύτερα είναι το να αφήσετε τα μικρότερα παιδιά στην ησυχία τους και να τους επιτρέψετε να αναπτυχθούν χωρίς τις πιέσεις που συνδέονται με τη χρήση των social media».

Όπως αναφέρει το BBC, η απάντηση του Facebook ήταν πως, από τον Δεκέμβριο που λανσαρίστηκε η εφαρμογή, τα σχόλια από γονείς είναι θετικά, καθώς πολλοί είναι αυτοί που λένε ότι τους βοηθά να διατηρούν επαφή με τα παιδιά τους- π.χ. γονείς που εργάζονται νυχτερινές βάρδιες και λένε παραμύθια στα παιδιά τους πριν κοιμηθούν, γονείς που ταξιδεύουν κ.α.

Πηγή : Ναυτεμπορική

## Messenger Kids και στο Android: όταν ο Zuckerberg τους γράφει όλους

14 Φεβρουαρίου 2018

Το Messenger Kids, η υπηρεσία ανταλλαγής μηνυμάτων του Facebook για παιδιά, κυκλοφορεί σήμερα και για το Android. Είναι μια τολμηρή κίνηση, δεδομένου ότι η εφαρμογή έχει ήδη άσχημες κριτικές από γονείς και οργανώσεις προστασίας παιδικών δικαιωμάτων.

Σχεδόν 100 σύμβουλοι υγείας απέστειλαν μια επιστολή διαμαρτυρίας στον Mark Zuckerberg τον περασμένο μήνα, προτρέποντάς τον να σταματήσει την κυκλοφορία της εφαρμογής.

- **Facebook Messenger Kids: γιατί αντιδρούν με την εφαρμογή;**

Για όσους δεν γνωρίζουν, το Messenger Kids απευθύνεται σε παιδιά ηλικίας έξι ετών και επιτρέπει στους γονείς τους να ελέγχουν ποιοι μπορούν να μιλήσουν με τα παιδιά μέσω της υπηρεσίας.

Φυσικά το Facebook θα κάνει τα πάντα για να προσελκύσει νέους χρήστες. Όμως από την άλλη το κοινωνικό του δίκτυο απαιτεί κατά την διάρκεια κάποιας νέας εγγραφής να είστε από 13 ετών ή μεγαλύτεροι.

Ένας εκπρόσωπος του Facebook δήλωσε στο Gizmodo ότι ένα κίνητρο για την κυκλοφορία της εφαρμογής ήταν ότι «πολλοί από εμάς στο Facebook είμαστε γονείς και φαίνεται δεν συνειδητοποιούμε ότι τα παιδιά μας συνδέονται πολύ νωρίτερα.»

Ο εκπρόσωπος του μεγαλύτερου κοινωνικού δικτύου σημείωσε ότι, σύμφωνα με μια εξωτερική μελέτη της Dubit, το 93 τοις εκατό των παιδιών ηλικίας από έξι έως δώδεκα ετών στις ΗΠΑ έχει πρόσβαση σε tablets ή smartphones.

Ο εκπρόσωπος ανέφερε επίσης ότι για περισσότερο από ένα χρόνο η εταιρεία έχει ακούσει κριτικές από «χιλιάδες γονείς που έχουν εκφράσει την ανάγκη για ασφαλέστερες online εμπειρίες προσαρμοσμένες στις ανάγκες των παιδιών».

Όμως όπως ανέφερε το Wired, οι περισσότεροι από τους ειδικούς που ήταν επιφορτισμένοι με τον έλεγχο της εφαρμογής είχαν οικονομικές δεσμεύσεις με το Facebook, δημιουργώντας μια σαφή σύγκρουση συμφερόντων. Το κοινωνικό δίκτυο αντί να ασχοληθεί με τις κριτικές που ακουγόταν από άτομα που δεν είχαν οικονομικά, επέλεξε εμπειρογνώμονες που κλίνουν προς το μέρος του. Αυτό θέτει υπό αμφισβήτηση το πόσο αξιόπιστες είναι οι κριτικές που ανέφερε ο αντιπρόσωπος της εταιρείας στην παραπάνω παράγραφο.

Μένει να δούμε πόσο θα υιοθετηθεί το Messenger Kids από τους χρήστες του Android, αλλά η εταιρεία εφαρμογών App Annie την κατέταξε στην 36η θέση στα διαγράμματα του App Store της Apple για τα «Kids Apps» στις ΗΠΑ.

Από τα τέλη Ιανουαρίου κατέλαβε την πέμπτη θέση μεταξύ των παιδικών εφαρμογών του iOS στις Η.Π.Α.

Μπορεί να μην είναι και τόσο δημοφιλής όσο η κανονική εφαρμογή Messenger του Facebook, αλλά σαφώς έχει κάποια χρήση.

Πηγή: <https://iguru.gr/167865/messenger-kids-android/>

## Το Facebook μπαίνει στο παιχνίδι του dating

Μόνος ή μόνη? Το Facebook θέλει να σας βοηθήσει να αλλάξετε την κατάσταση της σχέσης σας. Το κοινωνικό δίκτυο εισάγει μια λειτουργία dating που θα επιτρέψει στους χρήστες να δημιουργήσουν προφίλ για να συναντήσουν δυνητικούς συντρόφους.

Το νέο χαρακτηριστικό είναι "όχι μόνο για γνωριμίες", δήλωσε ο διευθύνων σύμβουλος του Facebook Mark Zuckerberg την Τρίτη στο συνέδριο της εταιρίας F8. Αντίθετα, έχει σχεδιαστεί για την οικοδόμηση "σημαντικών, μακροπρόθεσμων σχέσεων".

Τα νέα έδωσαν άμεση αλλαγή στην πώληση μετοχών που σχετίζονται με υπάρχουσες υπηρεσίες dating. Η Match Group, η μητρική εταιρεία της Match.com, είδε τις μετοχές της να πέφτουν πάνω από 22%. Η IAC, η εταιρεία της εφαρμογής σύνδεσης Tinder και Match Group, έπεσε περισσότερο από 16%.

Το Facebook δεν μπορεί να εξασφαλίσει την επιτυχία στο κομμάτι των γνωριμιών παρά το σταθερό αριθμό του που είναι πάνω από 2 δισεκατομμύρια χρήστες. Και αυτό συμβαίνει γιατί έχει διαφορετική δομή τόσο στους χρήστες του όσο και στις ηλικιακές ομάδες που συγκεντρώνει.

Οι χρήστες που θα θέλουν να επιλέξουν τη λειτουργία dating του Facebook τα προφίλ τους γι' αυτή την διαδικασία θα είναι ξεχωριστά από τα κανονικά προφίλ τους στο Facebook.

"Τα Matches θα συνιστώνται με βάση τις προτιμήσεις dating, τα κοινά πράγματα και τους αμοιβαίους φίλους", δήλωσε το Facebook σε μια ανάρτηση. "Θα έχουν την επιλογή να ανακαλύψουν άλλους με παρόμοια ενδιαφέροντα μέσω των Ομάδων ή των Εκδηλώσεών τους. Εντούτοις, αυτό που θα κάνουν οι χρήστες μέσα στη λειτουργία dating δεν θα παρουσιαστεί στους φίλους τους."

Πηγή : <https://www.techfreaks.gr/>

## **Οι Μασόνοι ψάχνουν μέλη μέσω Facebook : Τουλάχιστον 20 ετών και όχι άεργους**

...Οι χρήστες του facebook και του twitter δεν χρειάζεται να πονοκεφαλιάσουν συντάσσοντας το βιογραφικό τους, ούτε να τρέχουν σε κάποια απ' τις Στοές που λειτουργούν στην Αθήνα για να το παραδώσουν χέρι με χέρι «σε κάποιον κύριο που εκτελεί χρέη θυρωρού στην πύλη» ή να το αφήσουν απλά μέσα σε κάποιο γραμματοκιβώτιο.

Το μόνο που χρειάζεται, είναι να συμπληρώσεις την αίτηση σου «με θάρρος και μην βιαστείς να λάβεις απάντηση», όπως συστήνουν οι μασόνοι μέσω facebook και εξηγούν ότι «η Τεκτονική ζωή είναι περίπλοκη και δεν αποσκοπούμε στο να σε υποτιμήσουμε».

Πηγή: [www.protothema.gr](http://www.protothema.gr)

## Είναι εξαιρετικά εύκολη η αγορά fake Facebook λογαριασμών!

Μην υποθέτεις ότι με τον οποιοδήποτε που μιλάς στο Facebook είναι πράγματι αυτός που ισχυρίζεται. Υπάρχει μια ολόκληρη βιομηχανία πώλησης fake λογαριασμών του Facebook. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο **Charlie Warzel**, γράφοντας για το Buzzfeed, είναι εξαιρετικά εύκολο κάτι τέτοιο, να αγοράσει δηλαδή κάποιος έναν fake λογαριασμό.

Χρειάστηκε μόλις μερικά κλικς και η αποστολή 13 δολαρίων σε Bitcoins σε ένα ρωσικό site για να αγοράσω την **Audrey Mitchell** και την εξαιρετικά πιστευτή κατασκευασμένη ψηφιακή παρουσία της. Μετά την ολοκλήρωση της συναλλαγής, ήρθε ένα email για να κατεβάσω ένα αρχείο, τον μοναδικό αριθμό που είχε γίνει registered στο προφίλ της και το password. Δηλαδή όλα τα απαραίτητα στοιχεία για να έχω πρόσβαση στο λογαριασμό της.

Το άρθρο συνεχίζει αναλύοντας την εξαιρετική ευκολία που υπάρχει για την αγορά των fake accounts. Είναι πολύ πιο εύκολο τελικά από ό,τι νομίζαμε. Ο πιο απλός τρόπος για να αναγνωρίσεις ένα fake account είναι μέσω reverse image searches της εικόνας του προφίλ σε υπηρεσίες όπως Google Images ή TinEye. Και φυσικά, δεν χρειάζεται να αναφέρουμε ότι πρέπει να τους μπλοκάρεις.

Πηγή : <https://techmaniacs.gr/einai-exairetika-eykoli-i-agora-fake-facebook-logariasmon/>



## **Το Facebook απενεργοποίησε περισσότερα από 1,3 δισεκατομμύρια ψεύτικα accounts**

Το Facebook ανακοίνωσε ότι το τελευταίο εξάμηνο έχει εντοπίσει και απενεργοποιήσει περισσότερα από 1,3 δισ. ψεύτικα accounts. Τα νέα έρχονται έπειτα από την υπόσχεση της εταιρείας να δημοσιεύει όλο και περισσότερα δεδομένα, που αφορούν τις ενέργειες της για την πάταξη του spam και των fake news. Οι περισσότεροι από αυτούς τους λογαριασμούς ήταν bots, που είχαν ως αποστολή τη διάδοση spam μηνυμάτων ή άλλες παράνομες δραστηριότητες. Αν αναλογιστεί κανείς ότι οι ενεργοί χρήστες του Facebook σε μηνιαία βάση είναι περίπου 2,2 δισ. ο αριθμός των fake accounts είναι το λιγότερο εντυπωσιακός. Όπως και να έχει, τουλάχιστον για την ώρα, το Facebook κερδίζει τη συγκεκριμένη μάχη. Θα πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι παρά το feedback των χρηστών, μόνο το 1,5% των απενεργοποιημένων λογαριασμών αναγνωρίζονται ως fake όταν αναφέρονται για έλεγχο και αυτό θα πρέπει να είναι το κομμάτι που θα πρέπει η εταιρεία να εστιάσει άμεσα την προσοχή της.

Πηγή : <http://www.enternity.gr/>

## Οι πλαστές σελίδες Facebook αντιπροσωπεύουν το 60% του phishing στα social media

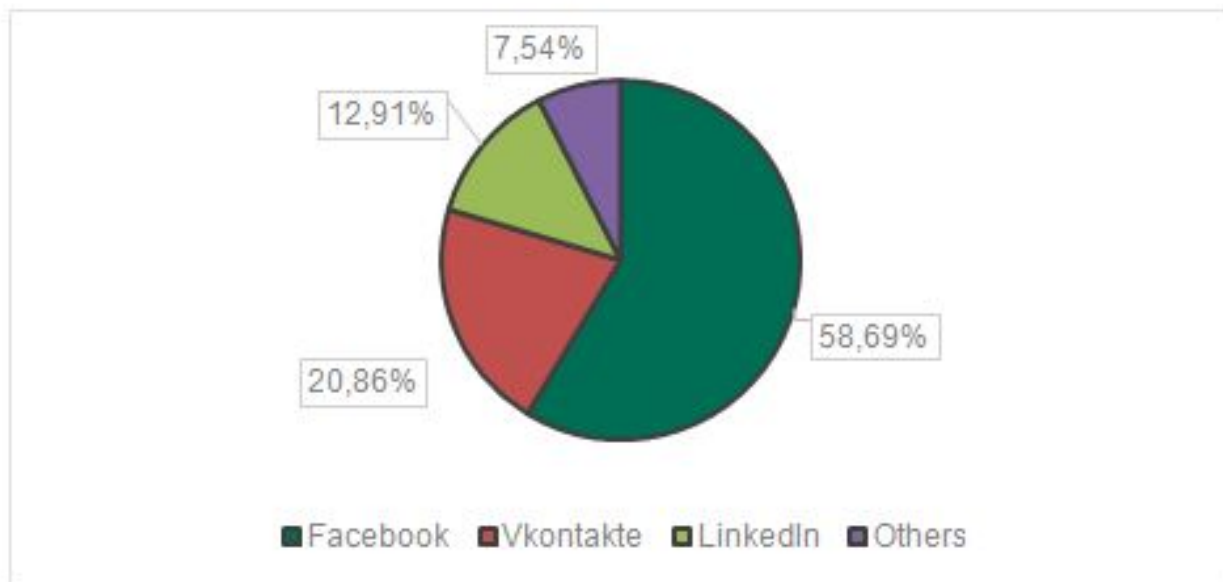
1/6/2018

Το πρώτο τρίμηνο του 2018, οι anti-phishing τεχνολογίες της **Kaspersky Lab** εμπόδισαν περισσότερες από 3,6 εκατομμύρια απόπειρες επίσκεψης σε δόλιες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, εκ των οποίων το 60% ήταν ψεύτικες σελίδες στο **Facebook**. Τα αποτελέσματα της έκθεσης «**To spam και το phishing το πρώτο τρίμηνο του 2018**» αποδεικνύουν ότι οι ψηφιακοί εγκληματίες εξακολουθούν να κάνουν ό,τι μπορούν για να πάρουν στα χέρια τους δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα.

Το phishing στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια μορφή ψηφιακού εγκλήματος που περιλαμβάνει την κλοπή προσωπικών δεδομένων από τον λογαριασμό ενός κοινωνικού δικτύου του θύματος. Ο απατεώνας δημιουργεί ένα αντίγραφο μέσου κοινωνικής δικτύωσης (όπως μια πλαστή σελίδα στο Facebook) και προσπαθεί να παρασύρει τα ανυποψίαστα θύματα υποχρεώνοντάς τα να παραδώσουν τα προσωπικά τους δεδομένα – όπως το όνομα, ο κωδικός πρόσβασης, ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας, ο κωδικός PIN και περισσότερα.

Στην αρχή του έτους το Facebook ήταν το πιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ των απατεώνων και οι σελίδες του Facebook συχνά παραβιάζονται από ψηφιακούς εγκληματίες για να προσπαθήσουν να κλέψουν προσωπικά δεδομένα μέσω επιθέσεων phishing. Αυτό αποτελεί μέρος μιας μακροπρόθεσμης τάσης: το πρώτο τρίμηνο του 2017 το Facebook έγινε ένας από τους τρεις πιο δημοφιλείς στόχους για phishing, περίπου 8%, με τις **Microsoft Corporation** (6%) και **PayPal** (5%) να ακολουθούν. Το πρώτο τρίμηνο του 2018 το Facebook επίσης ηγήθηκε στην κατηγορία phishing σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ακολουθούμενη από τη **VK** -μια ρωσική υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης στο διαδίκτυο- και το **LinkedIn**. Ο λόγος πιθανόν είναι οι 2,13 δισεκατομμύρια ενεργοί μηνιαίοι χρήστες παγκοσμίως του Facebook, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που συνδέονται σε άγνωστες εφαρμογές χρησιμοποιώντας τα στοιχεία σύνδεσής τους στο Facebook, παρέχοντας έτσι πρόσβαση στους

λογαριασμούς τους. Το γεγονός αυτό καθιστά τους απρόσεκτους χρήστες του Facebook έναν κερδοφόρο στόχο ψηφιακών εγκληματιών για επιθέσεις phishing.



Η κατανομή των διαφόρων τύπων phishing σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως εντοπίστηκαν από την Kaspersky Lab το πρώτο τρίμηνο του 2018

---

Όλα αυτά ενισχύουν το γεγονός ότι τα προσωπικά δεδομένα είναι πολύτιμα στον κόσμο της τεχνολογίας των πληροφοριών – για τους νόμιμους οργανισμούς και τους επιτιθέμενους. Οι ψηφιακοί εγκληματίες αναζητούν συνεχώς νέες μεθόδους για να πλήξουν τους χρήστες, οπότε είναι σημαντικό να γνωρίζετε τις τεχνικές απάτης για να αποφύγετε να αποτελέσετε τον επόμενο στόχο. Για παράδειγμα, η τελευταία τάση είναι τα ανεπιθύμητα emails που σχετίζονται με τον **GDPR** (Γενικός Ευρωπαϊκός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων). Παραδείγματα περιλαμβάνουν προσφορές διαδικτυακών σεμιναρίων επί πληρωμή για τη διευκρίνιση της νέας νομοθεσίας ή προσκλήσεις για την εγκατάσταση ειδικού λογισμικού που θα παρέχει πρόσβαση σε διαδικτυακούς πόρους για τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τους νέους κανόνες.

«Η συνεχής αύξηση των επιθέσεων ηλεκτρονικού phishing – που στοχεύουν τόσο σε κοινωνικά δίκτυα όσο και σε χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς –

μας δείχνει ότι οι χρήστες πρέπει να δώσουν μεγαλύτερη προσοχή στις ηλεκτρονικές τους δραστηριότητες. Παρά τα πρόσφατα παγκόσμια σκάνδαλα, οι άνθρωποι συνεχίζουν να κλικάρουν σε επικίνδυνους συνδέσμους και να επιτρέπουν σε άγνωστες εφαρμογές να έχουν πρόσβαση στα προσωπικά τους δεδομένα. Λόγω αυτής της έλλειψης επαγρύπνησης των χρηστών, τα δεδομένα για έναν τεράστιο αριθμό λογαριασμών χάνονται ή αποσπώνται από τους χρήστες. Αυτό μπορεί στη συνέχεια να οδηγήσει σε καταστροφικές επιθέσεις και συνεχή ροή χρημάτων για τους ψηφιακούς εγκληματίες του», δήλωσε η **Nadezhda Demidova**, lead web content analyst στην Kaspersky Lab.

Οι ειδικοί της Kaspersky Lab συμβουλεύουν τους χρήστες να λάβουν τα ακόλουθα μέτρα για την προστασία τους από το ηλεκτρονικό phishing:

- Πάντα να ελέγχετε τη διεύθυνση και τον αποστολέα του email πριν κλικάρετε σε οτιδήποτε – ακόμη καλύτερα, μην κλικάρετε τον σύνδεσμο, αλλά πληκτρολογήστε τον στη γραμμή διευθύνσεων του προγράμματος περιήγησης.
- Πριν κλικάρετε σε οποιονδήποτε σύνδεσμο, ελέγξτε αν η διεύθυνση στο link που εμφανίζεται είναι ίδια με το πραγματικό hyperlink (η πραγματική διεύθυνση που σας μεταφέρει το link) – μπορείτε να το ελέγξετε τοποθετώντας το ποντίκι σας πάνω από το link.
- Χρησιμοποιείτε μόνο ασφαλή σύνδεση, ειδικά όταν επισκέπτεστε ευαίσθητους ιστότοπους. Ως ελάχιστη προφύλαξη, μην χρησιμοποιείτε άγνωστο ή δημόσιο Wi-Fi χωρίς προστασία με κωδικό πρόσβασης. Για μέγιστη προστασία, χρησιμοποιήστε λύσεις VPN που κρυπτογραφούν την κίνησή σας. Και να θυμάστε: αν χρησιμοποιείτε μια μη ασφαλή σύνδεση, οι ψηφιακοί εγκληματίες μπορούν να σας ανακατευθύνουν αόρατα σε σελίδες phishing.
- Ελέγξτε τη σύνδεση HTTPS και το όνομα του domain όταν ανοίγετε μια ιστοσελίδα. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό όταν χρησιμοποιείτε ιστότοπους που περιέχουν ευαίσθητα δεδομένα – όπως ιστότοποι online banking, διαδικτυακά καταστήματα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κ.α.
- Ποτέ μην κοινοποιείτε τα προσωπικά σας δεδομένα, όπως κωδικούς πρόσβασης, δεδομένα τραπεζικής κάρτας, κτλ. Οι επίσημες εταιρείες ποτέ δεν θα σας ζητήσουν τέτοια στοιχεία μέσω email.
- Χρησιμοποιήστε μια αξιόπιστη λύση ασφάλειας με anti-phishing τεχνολογίες που βασίζονται στη συμπεριφορά, όπως το Kaspersky

Total Security, για τον εντοπισμό και την παρεμπόδιση επιθέσεων spam και phishing.

Άλλα βασικά ευρήματα της έκθεσης περιλαμβάνουν:

### **Phishing:**

- Οι κύριοι στόχοι των επιθέσεων phishing παρέμειναν οι ίδιοι από το τέλος του περασμένου έτους. Πρόκειται κυρίως για παγκόσμια διαδικτυακά portal και ο χρηματοπιστωτικός τομέας, συμπεριλαμβανομένων τραπεζών, υπηρεσιών πληρωμών και ηλεκτρονικών καταστημάτων.
- Περίπου \$35.000 εκλάπησαν μέσω ενός ιστότοπου phishing που φαινόταν να προσφέρει την ευκαιρία για επένδυση στο φημολογούμενο Telegram ICO. Περίπου \$84.000 εκλάπησαν μετά από ένα και μοναδικό phishing email που σχετιζόταν με την κυκλοφορία του «The Bee Token» ICO.
- Το phishing εξακολουθεί να αντιπροσωπεύει σχεδόν το ήμισυ όλων των επιθέσεων phishing (43,9%), μέγεθος αυξημένο κατά 4,4% σε σχέση με το τέλος του περασμένου έτους. Οι επιθέσεις εναντίον τραπεζών, ηλεκτρονικών καταστημάτων και συστημάτων πληρωμών παραμένουν στις τρεις πρώτες θέσεις, καταδεικνύοντας την επιθυμία των ψηφιακών εγκληματιών να έχουν πρόσβαση στα χρήματα των χρηστών.
- Η Βραζιλία ήταν η χώρα με το μεγαλύτερο μερίδιο των χρηστών που δέχθηκαν επίθεση από phishers κατά το πρώτο τρίμηνο του 2018 (19%). Ακολούθησαν η Αργεντινή (13%), η Βενεζουέλα (13%), η Αλβανία (13%) και η Βολιβία (12%).

### **Spam:**

- Το πρώτο τρίμηνο του 2018, ο αριθμός των spam μηνυμάτων κορυφώθηκε τον Ιανουάριο (55%). Το μέσο ποσοστό spam στην παγκόσμια κίνηση email ήταν 52%, δηλαδή κατά 4,6% χαμηλότερο από το μέσο όρο του τελευταίου τριμήνου του 2017.
- Το Βιετνάμ έγινε η πιο δημοφιλής πηγή spam, ξεπερνώντας τις ΗΠΑ και την Κίνα. Στους πρώτους δέκα στόχους

συμπεριλαμβάνεται η Ινδία, η Γερμανία, η Γαλλία, η Βραζιλία, η Ρωσία, η Ισπανία και η Ισλαμική Δημοκρατία του Ιράν.

- Η χώρα που δέχτηκε τις περισσότερες επιθέσεις από κακόβουλα email ήταν η Γερμανία. Η Ρωσία ήρθε δεύτερη, ακολουθούμενη από το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ιταλία και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα.

Πηγή : <http://insuranceworld.gr/49615/proionta/logismiko/oi-plastes-selides-facebook-antiprosopeyoun-to-60-toy-phishing-sta-social-media/>

## **Το Facebook «φακελώνει» όσα γράφουμε και δεν δημοσιεύουμε**

Το Facebook μάλλον παρακολουθεί τους χρήστες του περισσότερο από όσο νομίζουμε, καθώς όπως αποδεικνύεται δεν κρατά αρχείο μόνο όσων αναρτήσεων δημοσιεύονται, αλλά και όσων πληκτρολογεί κάποιος χρήστης, αλλά αποφασίζει να μη δημοσιεύσει.

Ο Sauvik Das, φοιτητής στο αμερικανικό πανεπιστήμιο Carnegie Mellon, και ο Adam Kramer, ερευνητής που ασχολείται με το Facebook, δημοσίευσαν πρόσφατα μία μελέτη, που αποδεικνύει ότι το δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης «φακελώνει» ακόμα και όσα γράφουν οι χρήστες χωρίς να τα κοινοποιούν στον κυβερνοχώρο.

Το δείγμα της μελέτης κάθε άλλο παρά μικρό είναι, μιας και χρησιμοποιήθηκαν 5.000.000 λογαριασμοί του Facebook.

Εκπρόσωπος του Facebook, που κλήθηκε να δώσει απαντήσεις για αυτή την περίεργη πρακτική, είπε ότι αυτή είναι σύμφωνη με την Πολιτική Χρήσης Δεδομένων του δικτύου. Επιπλέον, δήλωσε ότι οι υπεύθυνοι του Facebook ενδιαφέρονται για τους λόγους, για τους οποίους ο χρήστης τελικά αλλάζει γνώμη και δεν δημοσιεύει συγκεκριμένα post.

Πηγή : <http://www.vimaonline.gr/default.asp?pid=20&ct=1&artid=13185>

## **Το Facebook συλλέγει ιστορικό κλήσεων και δεδομένα SMS από συσκευές Android**

Το Facebook συλλέγει αρχεία κλήσεων και δεδομένα SMS από συσκευές Android για χρόνια. Αρκετοί χρήστες του Twitter έχουν αναφέρει την εύρεση μηνών ή ετών δεδομένων ιστορικού κλήσεων στο αρχείο λήψης δεδομένων του Facebook που μπορούν να κατεβάσουν.

Ορισμένοι χρήστες του Facebook έχουν τρομοκρατηθεί από το πρόσφατο σκάνδαλο της ιδιωτικής ζωής Cambridge Analytica, με αποτέλεσμα να λάβουν όλα τα δεδομένα που αποθηκεύει το Facebook στο λογαριασμό τους. Τα αποτελέσματα ήταν ανησυχητικά για ορισμένους.

Η Ars Technica αναφέρει ότι το Facebook έχει ζητήσει πρόσβαση σε επαφές, δεδομένα SMS και ιστορικό κλήσεων σε συσκευές Android για να βελτιώσει τον αλγόριθμο σύστασης φίλων του και να διακρίνει τις επιχειρηματικές επαφές και τις αληθινές προσωπικές σας φιλίες.

Το Facebook φαίνεται να συλλέγει αυτά τα δεδομένα μέσω της εφαρμογής Messenger, η οποία συχνά ζητά από τους χρήστες Android να αναλάβουν ως προεπιλεγμένο πελάτη SMS. Το Facebook έχει, τουλάχιστον πρόσφατα, προσφέρει μια προτροπή opt-in που προωθεί τους χρήστες με ένα μεγάλο μπλε κουμπί για να "ανεβάζει συνεχώς" τα δεδομένα επαφών, συμπεριλαμβανομένου του ιστορικού κλήσεων και SMS.

Δεν είναι ξεκάθαρο πότε άρχισε να εμφανίζεται αυτή η ερώτηση σε σχέση με την ιστορική συλλογή δεδομένων και αν έχει απλώς opt-in καθ'όλη τη διάρκεια του χρόνου. Είτε έτσι είτε αλλιώς, είναι σαφώς ανησυχημένοι ορισμένοι που έχουν βρει δεδομένα ιστορικού κλήσεων αποθηκευμένα στους διακομιστές του Facebook.

Η Ars Technica επισημαίνει την ανησυχητική πτυχή που χρησιμοποιεί το Facebook εδώ και χρόνια, σε μια εποχή που τα δικαιώματα του Android ήταν πολύ λιγότερο αυστηρά. Η Google άλλαξε δικαιώματα Android για να τα καταστήσει πιο ξεκάθαρα και λεπτομερή, αλλά οι προγραμματιστές θα μπορούσαν να το παρακάμψουν και να συνεχίσουν



να έχουν πρόσβαση σε δεδομένα κλήσεων και SMS έως ότου η Google καταργήσει τον παλιό Android API τον Οκτώβριο.

Δεν είναι ακόμη σαφές εάν αυτές οι προτροπές έχουν εφαρμοστεί στο παρελθόν.

Πηγή : <https://www.techfreaks.gr/>

## Έτσι το Facebook φακελώνει ακόμα κι όσους δεν έχουν Facebook

Αν δεν έχετε ακούσει τον όρο "shadow profiles" ήρθε η ώρα να τον ακούσετε και να μάθετε πώς ο Ζούκερμπεργκ κρατάει αρχείο ακόμη και για όσους δεν έχουν ενεργό προφίλ.

Στην «έξω» ζωή, στη μη διαμεσολαβημένη από τα social media, είναι σύνηθες να μιλάμε σε δημόσιες συζητήσεις μας για ανθρώπους που ξέρουμε, ή ακόμη και για ανθρώπους που δεν γνωρίζουμε καν.

Για παράδειγμα, ενδέχεται κάποιος να πει πως κατάγεται από την αρχαία Ολυμπία, και στον διάλογο να αναφέρει κάποιος άλλος πως κάνει παρέα με μια κοπέλα που κατάγεται και εκείνη από την ίδια περιοχή, χωρίς όμως τα πρόσωπα αυτά που έχουν κοινή καταγωγή να γνωρίζονται μεταξύ τους. Το τρίτο πρόσωπο όμως, είναι παρόν ή παρούσα εν αγνοία του στον διάλογο αυτό.

Κατά κάποιο τρόπο λοιπόν, κάπως έτσι «δουλεύει» και η διαδικασία των friend recommendations, των προτάσεων για πιθανούς «φίλους» δηλαδή στην κοινωνική πλατφόρμα του Facebook.

Όταν συνδέεται κανείς στο Facebook για πρώτη φορά, ενημερώνει το δίκτυο για το ποιος είναι, και εκείνο σου «λέει» ποιους άλλους χρήστες είναι πιθανό να γνωρίζεις στον ψηφιακό κόσμο. Ωστόσο, ο αλγόριθμος του Facebook ξεπερνά κάθε ανθρώπινη λειτουργία γνωριμίας.

Τα αποτελέσματα του αλγορίθμου που σχετίζεται με το περίφημο "People You May Know" είναι καθόλου μα καθόλου προβλέψιμα ή αναμενόμενα.

Όπως γράφει το Gizmodo, πίσω από το προφίλ που "χτίζει" κανείς, λειτουργεί εν αγνοία του ένα δεύτερο, «σκιώδες προφίλ» που δημιουργείται από το inbox και την κινητικότητα στα smartphones του

κάθε χρήστη, αλλά και από τις σελίδες που επισκέπτεται οι οποίες είναι σε σύνδεση με λειτουργίες του Facebook.

Οι πληροφορίες που εντάσσονται στην κατηγορία των "Shadow contact information" είναι μια νέα λειτουργία του Fb την οποία ο περισσότερος κόσμος αγνοεί μιας και ο Μαρκ Ζούκερμπεργκ και η εταιρεία του δεν έκριναν πως ήταν αναγκαίο να ενημερώσουν για κάτι τέτοιο, μέχρι σήμερα.

### **Μισόλογα στο Κογκρέσο**

Πριν λίγες ημέρες, ο CEO του Facebook εμφανίστηκε ενώπιον του Κογκρέσου των ΗΠΑ για να δώσει εξηγήσεις σχετικά με το σκάνδαλο «φακελώματος» χρηστών από την Cambridge Analytica. Ο Ρεπουμπλικανός Ben Lujan του έθεσε ερώτημα σχετικά με τα "shadow profiles", ζητώντας πληροφορίες για την καταγραφή χρηστών που δεν έχουν προχωρήσει σε ενεργοποίηση προφίλ.

Η ερώτησή του ήταν: *«Το Facebook καταγράφει τα άτομα που δεν έχουν εγγραφεί ποτέ σε αυτό, ναι ή όχι;»*

Ο Ζούκερμπεργκ απάντησε: *«Γενικώς συλλέγουμε πληροφορίες ανθρώπων που δεν έχουν εγγραφεί (sign up) για λόγους ασφαλείας της εφαρμογής μας για να αποφευχθεί το φαινόμενο του να υπάρχουν μη αληθή προφίλ».*

*«Αρα παραδέχεστε πως υπάρχουν τα "shadow profiles"»,* επέμεινε ο εκπρόσωπος του Κογκρέσου.

*«Όχι δεν το επιβεβαιώνω, δεν είμαι ενήμερος για τέτοιο όρο»,* απάντησε εν συνεχεία ο Ζούκερμπεργκ.

Αυτό λοιπόν που γίνεται γνωστό τώρα, είναι πως όταν μπαίνει για πρώτη φορά κανείς στο Facebook, η εφαρμογή ζητά να διασυνδεθεί με τις επαφές του για να του προτείνει *«άτομα που ίσως γνωρίζει»*, *«σκανάροντας»* τη λίστα των προσώπων που ο καθένας έχει καταχωρίσει στο κινητό του. Κάποιοι εξ αυτών πράγματι έχουν προφίλ και μπορούν να διασυνδεθούν. Ωστόσο, το Facebook κρατάει τα μείλ και τα στοιχεία και εκείνων των επαφών που δεν έχουν προφίλ στο Facebook,

«φακελώνοντας» έτσι εκείνους που δεν είναι ενεργοί στη «μεγάλη κοινότητα».

Με τον παραπάνω τρόπο το Facebook μπορεί να μάθει πολλά περισσότερα για κάθε νέο ή μη χρήστη του, αλλά και να κρατήσει αρχείο όσων ακόμη δεν έχουν αποφασίσει να ενταχθούν στο δίκτυο που έφτιαξε ο Μαρκ Ζούκερμπεργκ τον Φεβρουάριο του 2004 και πλέον ελέγχεται για σειρά φορολογικών υποθέσεων και σκανδάλων προσωπικών δεδομένων.

## **Παραδοχή πλαγίως**

Περιγράφοντας πώς το Facebook διαχειρίζεται τα cookies, την IP διεύθυνση και άλλες πληροφορίες από το πρόγραμμα περιήγησης για χρήστες από άλλους ιστότοπους, η εταιρεία σημείωνε πάντως σε πρόσφατη ανακοίνωσή της, παραδεχόμενη λίγο πολύ όσα δεν παραδέχθηκε επισήμως ο CEO της:

«Όταν επισκέπτεστε έναν ιστότοπο ή μια εφαρμογή που χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες μας, λαμβάνουμε πληροφορίες ακόμη και αν έχετε αποσυνδεθεί ή δεν έχετε λογαριασμό στο Facebook. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι άλλες εφαρμογές και ιστότοποι δεν γνωρίζουν ποιος χρησιμοποιεί το Facebook. Πολλές εταιρείες προσφέρουν αυτούς τους τύπους υπηρεσιών και, όπως το Facebook, λαμβάνουν επίσης πληροφορίες από τις εφαρμογές και τις τοποθεσίες που τις χρησιμοποιούν».

## **Μπελάδες και για το face tagging**

Σημειώνεται πως ο Ζούκερμπεργκ ενδέχεται να βρεθεί ενώπιον νέων μπελάδων καθώς ο ομοσπονδιακός δικαστής των Ηνωμένων Πολιτειών αποφάσισε την περασμένη Δευτέρα ότι θα πρέπει να ασκηθεί αγωγή εις βάρος του μέσου κοινωνικής δικτύωσης, καθώς το τελευταίο έκανε παράνομη χρήση της διαδικασίας αναγνώρισης προσώπου (face tagging) στις φωτογραφίες των χρηστών, χωρίς την άδεια τους.

Ο δικαστής Τζέιμς Ντονάτο αποφάνθηκε στο ομοσπονδιακό δικαστήριο του Σαν Φρανσίσκο, ότι η αγωγή κατά της αμερικανικής εταιρείας είναι ο

πιο αποτελεσματικός τρόπος επίλυσης της διαμάχης σχετικά με τα πρότυπα και την αναγνώριση προσώπου.

Από την πλευρά του, το Facebook ανακοίνωσε ότι εξετάζει διεξοδικά τη δικαστική απόφαση. «Συνεχίζουμε να πιστεύουμε ότι η υπόθεση δεν έχει κάποια αξία και θα υπερασπιστούμε τον εαυτό μας δυναμικά», αναφέρει χαρακτηριστικά η ανακοίνωση.

Πηγή: <http://www.news247.gr/kosmos/etsi-to-facebook-fakelonei-akoma-ki-osoys-den-echoyn-facebook.6605273.html>

## Αυστρία: Το Facebook «γνώριζε» από το 2011 για τη διαρροή των δεδομένων

Newsroom , CNN Greece

Τετάρτη, 21 Μαρτίου 2018

Το **Facebook** είχε λάβει προειδοποιήσεις από το 2011 για τα «παραθυράκια» στο σύστημα διασφάλισης των δεδομένων των χρηστών του που αξιοποίησε η βρετανική εταιρεία **Cambridge Analytica** (CA), η οποία βρίσκεται στο επίκεντρο του σκανδάλου με τη συλλογή εκατομμυρίων δεδομένων χρηστών, όμως είχε διαβεβαιώσει ότι δεν είχε κανένα λόγο να αλλάξει τη μέθοδό του, υποστήριξε σήμερα ένας ακτιβιστής από την **Αυστρία**, που μάχεται για την προστασία των προσωπικών στοιχείων των **χρηστών**.

Ο Μαξ Σρεμς, δικηγόρος που έφερε πολυάριθμες υποθέσεις ενώπιον των ευρωπαϊκών δικαστηρίων με στόχο την ενίσχυση της προστασίας των δεδομένων των χρηστών, δήλωσε στο Γαλλικό Πρακτορείο ότι οι μέθοδοι αξιοποίησης των δεδομένων που βρίσκονται στο **επίκεντρο του σκανδάλου**, το οποίο συγκλονίζει σήμερα το Facebook ήταν ακριβώς οι ίδιες με εκείνες που καταγγέλλθηκαν σε μια αγωγή, η οποία είχε κατατεθεί το 2011 στην Ιρλανδική Αρχή Προστασίας των Δεδομένων.

Το **Facebook** βρίσκεται αντιμέτωπο με **θύελλα αντιδράσεων** από τη στιγμή που η εταιρεία CA κατηγορήθηκε ότι συνέλεξε χωρίς τη συγκατάθεσή τους τα δεδομένα 50 εκατομμυρίων χρηστών του για να αναπτύξει ένα λογισμικό που θα επέτρεπε να προβλεφθεί και επομένως να επηρεαστεί η ψήφος του εκλογικού σώματος και το οποίο θα χρησιμοποιείτο υπέρ της προεκλογικής εκστρατείας του **Ντόναλντ Τραμπ**.

Ο Σρεμς είπε πως όπως το 2011, είχε το 2012 μια συνάντηση διάρκειας 7 ωρών με τους εκπροσώπους του Facebook για να συζητήσουν τις ανησυχίες που προκαλεί η χρήση τέτοιου είδους εφαρμογών, όμως οι

εκπρόσωποι του κολοσσού των social media τον διαβεβαίωσαν ότι δεν υπήρχε κανένα πρόβλημα.

«Είπαν με **κατηγορηματικό** τρόπο ότι, όπως εκείνοι το βλέπουν, χρησιμοποιώντας το δίκτυο, συναινείτε σε μια κατάσταση όπου άλλα πρόσωπα μπορούν να εγκαταστήσουν μια **εφαρμογή** και να **περισυλλέξουν** τα δεδομένα σας» συμπλήρωσε ο Σρεμς.

Το Facebook δεν διαθέτει **κανένα μέσο για να γνωρίζει εάν οι εταιρείες που παίρνουν τις πληροφορίες αυτές εφαρμόζουν πιστά τους κανόνες προστασίας των προσωπικών δεδομένων**, πρόσθεσε ο ίδιος.

«Υπάρχουν χιλιάδες άλλες **εφαρμογές** που πιθανόν κάνουν το ίδιο πράγμα, ο μοναδικός λόγος για τον οποίο εμείς μιλάμε για αυτό είναι ότι (η υπόθεση) συνδέεται με τον Τραμπ. Όμως, ενδεχομένως δεν πρόκειται για τη σοβαρότερη υπόθεση» σύμφωνα με τον ίδιο.

Πηγή: <http://www.cnn.gr/news/kosmos/story/122595/aystria-to-facebook-gnorize-apo-to-2011-gia-ti-diarroi-ton-dedomenon>

## Η άσχημη αλήθεια: Το σημείωμα του 2016

### που "καίει" το Facebook

30 Μαρτίου 2018

Του Παντελή Πετράκη

Ένα σημείωμα του 2016 που είχε διακινηθεί μεταξύ των υπαλλήλων του Facebook, δημοσίευσε το BuzzFeed, φέρνοντας σε ακόμη δυσχερέστερη θέση το δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης και τα στελέχη της εταιρείας, τρεις μόλις εβδομάδες μετά την αποκάλυψη του σκανδάλου της Cambridge Analytica.

Στο σημείωμα αυτό, που υπογράφει ο Andrew Bosworth, μεγαλοστέλεχος της εταιρείας και «υπαρχηγός» του Ζούκερμπεργκ, αναφέρεται πως ό,τι κάνει η εταιρεία προκειμένου να αναπτυχθεί είναι «δικαιολογημένο», ακόμη και αν αυτό σημαίνει πως μπορεί να χάσουν τη ζωή τους άνθρωποι, πέφτοντας θύματα μπούλινγκ ή τρομοκρατίας.

Το σημείωμα του Bosworth φαίνεται να είναι ενδεικτικό του τρόπου με τον οποίο τα στελέχη του Facebook αντιλαμβάνονται τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν από την πλατφόρμα.

**«Ό,τι κάνουμε με στόχο την ανάπτυξη είναι δικαιολογημένο».**

«Συνδέουμε περισσότερους ανθρώπους.

Αυτό μπορεί να είναι κακό αν κάνουν αρνητική χρήση. Μπορεί να έχει κόστος μία ανθρώπινη ζωή αν κάποιος εκτεθεί σε μπούλινγκ. Μπορεί κάποιος να πεθάνει σε τρομοκρατική επίθεση που οργανώθηκε μέσω των εργαλείων μας.

Και συνεχίζουμε να συνδέουμε ανθρώπους.

Η άσχημη αλήθεια είναι ότι πιστεύουμε τόσο πολύ στην σύνδεση των ανθρώπων, που οτιδήποτε μας επιτρέπει να συνδέουμε όλο και



περισσότερους είναι de facto καλό. Είναι, πιθανόν, ο μόνος τομέας που, σε ό,τι μας αφορά, οι μετρήσεις λένε όντως την αλήθεια.

Για αυτό όλη η δουλειά που κάνουμε με στόχο την ανάπτυξη είναι δικαιολογημένη. Όλες οι αμφιλεγόμενες πρακτικές εισαγωγής επαφών. Όλη η «λεπτή» γλώσσα που καθιστά τους ανθρώπους εύκολα αναζητήσιμους. Όλη η δουλειά που κάνουμε για να φέρουμε περισσότερη επικοινωνία. Η δουλειά που πιθανόν να πρέπει να κάνουμε κάποια μέρα στην Κίνα. Όλα αυτά».

Αυτά ανέφερε μεταξύ άλλων, το σημείωμα του Bosworth, μετά την δημοσίευση του οποίου, τόσο ο ίδιος όσο και ο Zuckerberg ανέφεραν πως στόχος του συγκεκριμένου σημειώματος ήταν να είναι «προκλητικό» και πως δεν αντανακλά τις πραγματικές απόψεις του στελέχους της εταιρείας.

«Δεν συμφωνώ με το σημείωμα και δεν συμφωνούσα ούτε όταν το έγραψα. Σκοπός, τόσο αυτού, όσο και άλλων σημειωμάτων που έγραψα για να κυκλοφορήσουν εσωτερικά ήταν να αναδείξω ζητήματα που θεωρώ ότι χρειάζονταν περισσότερη συζήτηση», ήταν η απάντηση του στελέχους της Facebook.

Στο ίδιο μήκος κύματος και ο Mark Zuckerberg που με προσωπική του δήλωση ανέφερε:

«Ο Boz [Bosworth] είναι ένας ταλαντούχος ηγέτης που λέει πολλά προκλητικά πράγματα. Αυτό ήταν ένα με το οποίο πολλοί άνθρωποι στο Facebook, όπως κι εγώ, διαφωνήσαμε. Δεν πιστεύουμε ότι ο σκοπός αγιάζει τα μέσα».

Παρά τους ισχυρισμούς των στελεχών του, γίνεται προφανές πως ήταν διάχυτη η αντίληψη περί αμφιλεγόμενων πρακτικών μέσα στην εταιρεία, πρακτικές όμως, που το Facebook συνέχισε και συνεχίζει να εφαρμόζει.

Πηγή : <http://www.news247.gr/technologia/h-asxhmf-alhtheia-to-shmeiwma-toy-2016-poy-kaiei-to-facebook.6596906.html>

## Αμαρτίες ή γκάφες; - Μια σύντομη ιστορία των μεγάλων σφαλμάτων του Facebook

Του Γιάννη Παπαϊωάννου

1.4.2018

Στα 14 χρόνια της ζωής του το Facebook έχει διαπράξει τόσα πολλά αμαρτήματα, ώστε μια ακόμη «συγγνώμη» να μη θεωρείται αρκετή. Ο Μαρκ Ζούκερμπεργκ, είτε μας αρέσει είτε όχι, είναι ο νεαρός βασιλιάς της Silicon Valley. Ίδρυσε το Facebook στο φοιτητικό του δωμάτιο πριν δεκατέσσερα χρόνια και από τότε δύο δισεκατομμύρια άνθρωποι έχουν συνδεθεί στο κοινωνικό δίκτυο που έφτιαξε - 106 εκατομμύρια από αυτούς ακολουθούν την προσωπική του σελίδα. Το επιχειρηματικό μοντέλο του Facebook εξαρτάται από τις μεταβαλλόμενες έννοιες της ιδιωτικής ζωής, της έκθεσης και της μαζικής αυτο-προβολής.

Οποιοσδήποτε παλιός χρήστης του Facebook θα πρέπει ήδη να γνωρίζει ότι ο Ζούκερμπεργκ δεν τα πήγαινε ποτέ καλά με την ιδιωτικότητα. Από τις πρώτες μέρες που εμφανίστηκε ο πρωτόγονος σχεδιασμός της πλατφόρμας του, πίστευε ότι οι άνθρωποι θα ήταν άνετοι να μοιράζονται τα πάντα με όλους. Και η επιχείρησή του βασίστηκε σε αυτή την ιδέα. Κάθε φορά που το Facebook έφερε σε λειτουργία ένα νέο χαρακτηριστικό γνώρισμα, ένα μικρότερο σύνολο ανθρώπων αμφισβήτησε τις λειτουργίες του. Σήμερα έχουμε φτάσει στο σημείο να αμφισβητούμε την ικανότητά μας να ελέγξουμε ποιος μπορεί να δει τις προσωπικές μας πληροφορίες, εκείνες που έχουμε φορτώσει για τους φίλους μας μόνο, με τη μορφή εικόνων, συνδέσμων και «ευφυών» σχολίων. Αλλά ποτέ αυτές οι ανησυχίες δεν προκάλεσαν μια τόσο σημαντική εξέγερση, όσο αυτή του **#deletefacebook**. Εάν η τελευταία παραβίαση που αποκαλύφθηκε από το σκάνδαλο της Cambridge Analytica ήταν μικρής εμβέλειας θα είχαμε μια γρήγορη απάντηση του Ζούκερμπεργκ, όπου θα ζητούσε συγγνώμη και θα έλεγε ότι το πρόβλημα θα διορθωθεί άμεσα. Αλλά δεν έγινε έτσι. Στις 28 Μαρτίου, δέκα ημέρες μετά την αποκάλυψη των New York Times και του Guardian ότι η Cambridge Analytica έχει καταχραστεί τα προσωπικά δεδομένα του χρηστών (και ότι η εταιρεία το γνώριζε αυτό χωρίς να κάνει τίποτα), το Facebook ανακοίνωσε για άλλη μια φορά σχεδιασμένα εκ νέου

εργαλεία προστασίας προσωπικών δεδομένων στην κορυφή της ροής ειδήσεων. Μπορεί αυτά τα νέα εργαλεία να αφήσουν το καημένο «Newsfeed» να κάνει μια φορά σωστά τη δουλειά του – και ως αποτέλεσμα να συνεχίσουμε να εμπιστευόμαστε το Facebook. Αλλά, αν η ιστορία είναι οδηγός μας στην ψηφιακή εποχή, το σίγουρο είναι ότι θα δούμε νέα επεισόδια στο μέλλον, κρίνοντας από την λίστα με συγγνώμες του Ζούκερμπεργκ και των ηγετικών στελεχών του.

**Σεπτέμβριος 2006, η πρώτη ενόχληση του Newsfeed.** Όταν το Facebook λανσάρισε για πρώτη φορά το Newsfeed, ο σχεδιασμός του οποίου έχει πλέον ορίσει το σύνολο του λογισμικού όλων των κοινωνικών δικτύων, οι χρήστες του επαναστάτησαν επειδή ξαφνικά οι αναρτήσεις τους αποκαλύφθηκαν σε ένα κεντρικό σημείο. Ο Ζούκερμπεργκ έγραψε την πρώτη επιστολή απολογίας του, γράφοντας ότι «Πραγματικά τα κάναμε μαντάρα. Κάναμε μια πολύ κακή δουλειά για να εξηγήσουμε τι θα είναι τα νέα χαρακτηριστικά και μια ακόμη χειρότερη για να σας δώσουμε τον έλεγχο». Τελικά η πρώτη αυτή επανάσταση απέτυχε καθώς οι άνθρωποι συνήθισαν τελικά τη ζωή τους στο Newsfeed.

**Δεκέμβριος 2007, η επέκταση.** Το Facebook ξεκίνησε τη διαφημιστική του πλατφόρμα «Beacon» το Νοέμβριο του 2007, ελπίζοντας να φέρει επανάσταση στη διαφήμιση δημοσιεύοντας ενημερώσεις στα προφίλ των χρηστών όταν αλληλεπιδρούν με τους συνεργάτες του. Οι χρήστες κατάλαβαν, πρώτη φορά, ότι είχαν εξαπατηθεί και ότι το Facebook χρησιμοποιούσε τις πληροφορίες τους - συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριών που είχε αποκτήσει από ιστότοπους τρίτων. Ο Ζούκερμπεργκ ζήτησε συγγνώμη, λέγοντας: «Απλά κάναμε μια κακή δουλειά με αυτή την κυκλοφορία και ζητώ συγγνώμη γι' αυτό. Μας πήρε καιρό να το αλλάξουμε από τη στιγμή που οι άνθρωποι άρχισαν να επικοινωνούν μαζί μας για να αλλάξουν το προϊόν (Beacon) και να εγκρίνουν ρητά αυτό που θέλουν να μοιραστούν». Ως αποτέλεσμα των καταγγελιών, η εταιρεία σχεδίασε το Beacon ως επεκτατικό εργαλείο, αλλά ο Ζούκερμπεργκ τόνισε ότι το Facebook σχεδίαζε να κυκλοφορήσει ένα χαρακτηριστικό που θα άφηνε τους χρήστες να το απενεργοποιήσουν εντελώς. Το Facebook έκλεισε το Beacon το 2009.

**Δεκέμβριος 2009, δημιουργία σύγχυσης.** Αυτή τη φορά, το Facebook προσπάθησε να βάλει το σώμα του μπροστά από τις ανησυχίες των

χρηστών του. Καθώς ενίσχυε τις προσπάθειές του με τους διαφημιζόμενους, το Facebook εισήγαγε νέα εργαλεία προστασίας της ιδιωτικής ζωής που είχαν σκοπό να «εξουσιοδοτήσουν τους ανθρώπους να εξατομικεύσουν τον έλεγχο των πληροφοριών τους», σύμφωνα με ανακοίνωση του Ζούκερμπεργκ. «Προσθέσαμε κάτι που πολλοί από εσάς έχετε ζητήσει.», δήλωσε. Ωστόσο, χιλιάδες παραπονέθηκαν ότι τα εργαλεία ήταν υπερβολικά μπερδεμένα και αντί να τις ελέγξουν, ώθησαν τους χρήστες να κάνουν πιο δημοφιλείς τις προσωπικές τους πληροφορίες. Αυτό οδήγησε στην πρώτη έρευνα της Ομοσπονδιακής Επιτροπής Εμπορίου (FTC).

**Μάιος 2010, το πρώτο κραχ.** Μια αναφορά στο περιοδικό The Wall Street Journal αποκάλυψε ότι οι διαφημιζόμενοι χρησιμοποιούσαν ένα παραθυράκι στην προστασία απορρήτου για να ανακτήσουν αποκαλυπτικές προσωπικές πληροφορίες, όπως τα ονόματα των χρηστών, από το Facebook (και άλλα κοινωνικά δίκτυα όπως το MySpace). Το Facebook έκανε γρήγορα μια αλλαγή στο λογισμικό του για να απαλλαγεί από τον αναγνωριστικό κώδικα και λίγες μέρες αργότερα ανακοίνωσε σχέδια για επανασχεδιασμό των ρυθμίσεων απορρήτου. Αυτή τη φορά, ο Ζούκερμπεργκ αναφέρει λεπτομερώς τις αλλαγές σε μια απολογητική δημοσίευση στην Washington Post, γράφοντας «μερικές φορές κινούμαστε πολύ γρήγορα» πριν δημοσιεύσει την ίδια ανάρτηση στο προφίλ του στο Facebook.

**Νοέμβριος 2011, το ζήτημα της προστασίας προσωπικών δεδομένων.** Αφού η FTC καταδίκασε το Facebook ότι εξαπάτησε τους καταναλωτές λέγοντας τους ότι θα μπορούσαν να διατηρήσουν τις πληροφορίες τους ιδιωτικές, αλλά στη συνέχεια επέτρεψε την κοινή χρήση και δημοσιοποίησή τους, το Facebook συμφώνησε σε μια διευθέτηση. Ο Ζούκερμπεργκ έγραψε για τη συμφωνία με την FTC, αλλά δεν την ονόμασε ποτέ ρητά «διευθέτηση» στο blog. Η εταιρεία είχε κάνει πολλά λάθη, έγραψε ο Ζούκερμπεργκ, αλλά κατάλαβε ότι «είναι φυσιολογικό πολλοί άνθρωποι να είναι σκεπτικοί για το τι σημαίνει για εκατοντάδες εκατομμύρια ανθρώπους να μοιράζονται τόσες πολλές προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο, ειδικά χρησιμοποιώντας μια υπηρεσία». Παρουσίασε μια λίστα με νέα εργαλεία για να βοηθήσει τους χρήστες να ελέγξουν την ιδιωτικότητά τους και ανακοίνωσε ότι στο εξής θα έχει δύο επικεφαλής αξιωματούχους προστασίας προσωπικών δεδομένων, αντί

για έναν και έκλεισε λέγοντας «Είμαι ο πρώτος που παραδέχομαι ότι έχουμε κάνει πολλά λάθη».

**Ιανουάριος 2013, η μια όψη του ελέγχου.** Το Facebook παρουσίασε ένα νέο προϊόν αναζήτησης, το Search Graph, το οποίο σχεδιάστηκε για να επιτρέπει στους χρήστες να αναζητούν οποιοδήποτε θέμα στο Facebook. Αυτό ξεσήκωσε τους ακτιβιστές της ιδιωτικής ζωής, επειδή επέτρεπε σε ξένους να ανακαλύψουν τυχόν πληροφορίες που δεν είχαν προστατευθεί (προληπτικά) από τον χρήστη. Μέρους αργότερα, ένας από τους επικεφαλής της υπηρεσίας προστασίας προσωπικών δεδομένων του Facebook ανταποκρίθηκε στις ανησυχίες. «Μπορείτε να ελέγξετε με ποιους μοιράζεστε τα ενδιαφέροντά σας και αυτά που σας αρέσουν στο Facebook», έγραψε ο Μάικλ Ρίχτερ, πρώην υπεύθυνος προστασίας προσωπικών δεδομένων στο Facebook, και από εκείνη τη στιγμή ξεκίνησε η ιστορία της μεγάλης ανησυχίας σχετικά με την προστασία και τον έλεγχο της ιδιωτικής ζωής. Κάθε νέο προϊόν ή λειτουργία του Facebook που εμφανίστηκε από το 2013 είχε να αντιμετωπίσει την κριτική και την οργή του κόσμου για την μη αποτελεσματική προστασία των προσωπικών δεδομένων.

**Μάρτιος 2018, το Facebook δέχεται απανωτά πυρά.** Μετά από πέντε ημέρες σιωπής, ο Ζούκερμπεργκ τελικά ζύγισε την κατάσταση και αφού είδε τις αναφορές ότι η Cambridge Analytica κακοποίησε τα δεδομένα της, αποφάσισε να εξομολογηθεί δημοσίως και να παραδεχτεί ότι το δίκτυό του απέτυχε να προστατέψει τους χρήστες του. Λιγότερο από μια εβδομάδα αργότερα, η εταιρεία υποσχέθηκε για μια ακόμη φορά να βελτιώσει τις ρυθμίσεις απορρήτου της. Η ανακοίνωση διαβάζεται, ως συνήθως, σαν ένα ακόμη mea culpa, με τίτλο: «Είναι ώρα να κάνουμε τα εργαλεία προστασίας της ιδιωτικής ζωής πιο εύκολα να τα βρίσκετε». Η τελευταία του υπόσχεση βρίσκεται στις λέξεις «Έχουμε την ευθύνη να προστατεύσουμε τα δεδομένα σας και αν δεν μπορούμε τότε δεν αξίζουμε να σας εξυπηρετούμε».

Πηγή: [www.lifo.gr](http://www.lifo.gr)

## **Facebook: γιατί πρέπει να σταματήσετε την χρήση του**

Στα τέλη του 2017, το Facebook είχε 2,2 δισεκατομμύρια δραστήριους μηνιαίους χρήστες. Η δημιουργία του Zuckerberg φαίνεται να απλώνεται σε ανθρώπους όλων των ηλικιών σε κάθε γωνιά της γης.

Πράγματι, το Facebook είναι τόσο διαδεδομένο που όλοι αναμένουν να έχετε κάποιο λογαριασμό. Αν δεν έχετε σας κοιτάζουν περίεργα. Πώς τολμάς να μην διαθέτεις ψηφιακό κόσμο;

Αλλά αν είστε ένας από τους λίγους που δεν έχουν προφίλ στο Facebook, μάλλον είστε μπροστά έναντι όλων των άλλων που υπερηφανεύονται για το γεγονός. Αν εξακολουθείτε να έχετε λογαριασμό, ήρθε η ώρα να κοιτάξετε λίγο στον καθρέφτη. Μήπως ήρθε η ώρα να σταματήσετε να χρησιμοποιείτε το Facebook;

**Ακολουθούν πέντε λόγοι για τους οποίους θα πρέπει να διαγράψετε το προφίλ σας στο Facebook.**

### **1. Το Facebook παρακολουθεί τα πάντα στο web**

Ναι, υπάρχουν πολλά προβλήματα με την χρηστικότητα του Facebook. Ωστόσο, ίσως το πιο ανησυχητικό είναι ο τρόπος που σας παρακολουθεί στον ιστό.

Για να είμαστε δίκαιοι, το Facebook παρέχει τις υπηρεσίες του δωρεάν, αλλά σαν αντάλλαγμα, δεχόμαστε να διαθέτουμε τα δεδομένα μας σε μία από τις μεγαλύτερες διαφημιστικές εταιρείες στον κόσμο.

Όμως το Facebook δεν σας παρακολουθεί μόνο όταν χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες του. Για να το θέσουμε καλύτερα, το κοινωνικό δίκτυο σας παρακολουθεί ακόμα και αν δεν έχετε κάποιο λογαριασμό.

Το συγκεκριμένο θέμα δημοσιεύτηκε πρόσφατα όταν οι βελγικές αρχές αποφάσισαν ότι το Facebook έπρεπε να διαγράψει όλα τα δεδομένα που είχε συλλέξει από τους Βέλγους πολίτες. Οι εισαγγελείς ανέφεραν ότι το Facebook ήταν παράνομο στη συλλογή δεδομένων.

Ο μόνος τρόπος για να δείξετε τη δυσαρέσκειά σας σε αυτή την εισβολή στην ιδιωτική σας ζωή είναι να απομακρυνθείτε από την υπηρεσία.

## 2. Πειράματα με ανθρώπους

Το 2012 το Facebook πραγματοποίησε ένα πείραμα σε 689.000 χρήστες του.

Για ένα διάστημα αρκετών μηνών, οι μισοί “συμμετέχοντες” έβλεπαν θετικό περιεχόμενο και οι άλλοι μισοί αρνητικό.

Εκτός από τα ηθικά ζητήματα που προκύπτουν, θα μπορούσε να σκεφτεί κάποιος ότι το αρνητικό περιεχόμενο θα μπορούσε να έχει πολύ αρνητικά αποτελέσματα σε χρήστες που είχαν ήδη συναισθηματικά προβλήματα.

Και δεν είναι η μόνη φορά που το Facebook έχει παίξει με το συναίσθημα των χρηστών του. Υπάρχουν τουλάχιστον άλλα επτά παραδείγματα την τελευταία δεκαετία. Έτσι μπορούμε να πούμε ότι το Facebook σάς βλέπει σαν εργαστηριακό αρουραίο.

## 3. Fake News

Τα τελευταία έξι χρόνια, το Facebook προσπαθεί όλο και περισσότερο να γίνει ένα portal ειδήσεων. Έτσι αφού η εταιρεία επιθυμεί να κάνει αυτή τη στροφή, επιφορτίζεται και με την υποχρέωση της αξιοπιστίας.

Όμως όλα δείχνουν ότι απέτυχε. Το Facebook επιτρέπει στις ψεύτικες ειδήσεις να κυκλοφορούν, επηρεάζοντας την κοινή γνώμη, και διαμορφώνοντας αποτελέσματα εκλογών.

Αν το Facebook είναι η κύρια πηγή για να παρακολουθείτε τα νέα, μάλλον ήρθε η ώρα να αποχωρήσετε.

#### 4. Αμφισβητήσιμες πρακτικές ιδιωτικού απορρήτου

Το Facebook έχει περιπλέξει πάρα πολύ τις ρυθμίσεις απορρήτου από τότε που κυκλοφόρησε online. Δεν το πιστεύετε; Παραθέτουμε ένα απόσπασμα του Zuckerberg στην Guardian το 2010:

«Με απλά λόγια, πολλοί από εσάς σκέφτηκαν ότι οι έλεγχοι [ιδιωτικού απορρήτου] ήταν πολύ περίπλοκοι. Η πρόθεσή μας ήταν να σας δώσουμε πολλούς λεπτομερείς ελέγχους, αλλά αυτό μπορεί να μην ήταν αυτό που ήθελαν πολλοί από εσάς. Χάσαμε το σήμα.»

Η κατάσταση είναι καλύτερη σήμερα, οκτώ χρόνια αργότερα; Ναι, το Facebook προσφέρει ρυθμίσεις απορρήτου για όλα σχεδόν, αλλά χρειάζεστε ένα ολόκληρο εγχειρίδιο για να βρείτε την κάθε κρυφή επιλογή. Δεν είναι σκόπιμα φιλικό προς το χρήστη.

Γιατί λοιπόν οι ρυθμίσεις απορρήτου είναι τόσο συγκεχυμένες; Παραθέτουμε ένα απόσπασμα από την πολιτική απορρήτου του Facebook το 2005:

«Καμία προσωπική πληροφορία που υποβάλετε στο Facebook δεν θα είναι διαθέσιμη σε οποιονδήποτε χρήστη του ιστότοπου ο οποίος δεν ανήκει σε τουλάχιστον μία από τις ομάδες που έχετε καθορίσει στις ρυθμίσεις απορρήτου σας».

Και παρακάτω είναι ένα απόσπασμα από την τρέχουσα πολιτική:

«Όταν χρησιμοποιείτε εφαρμογές τρίτων κατασκευαστών, ιστότοπους ή άλλες υπηρεσίες που χρησιμοποιούν ή είναι ενσωματωμένες στο [Facebook], ενδέχεται να λάβουν πληροφορίες σχετικά με το τι καταχωρείτε ή μοιράζεστε. [...] Χρησιμοποιούμε όλες τις πληροφορίες που έχουμε για εσάς για να σας δείξουμε σχετικές διαφημίσεις. [...] Και μεταφέρουμε πληροφορίες σε πωλητές, παρόχους υπηρεσιών και άλλους εταίρους.»

Μάλλον δεν χρειάζεται να πούμε περισσότερα. Τα παραπάνω αποσπάσματα λένε τη δική τους ιστορία. Το Facebook θέλει να παραβλέψετε τις ρυθμίσεις, ώστε να μπορεί να χρησιμοποιήσει τα δεδομένα σας.



## 5. Το Facebook έχει ξεχάσει τις ρίζες του

Όταν κυκλοφόρησε το Facebook για πρώτη φορά ήταν πραγματικά επαναστατικό. Σίγουρα, ιστοσελίδες όπως το MySpace είχαν κάποια προηγούμενη επιτυχία, αλλά το Facebook ήταν το πρώτο δίκτυο που ήταν πραγματικά κατάλληλο για ευρεία χρήση.

Και το αγαπήσαμε. Το feed μας ήταν γεμάτο με φωτογραφίες και ενημερώσεις από τους στενούς φίλους μας.

Όμως, με τον καιρό το newsfeed άλλαξε. Υπάρχει κατακλυσμός αναρτήσεων από διαφημιζόμενους, σελίδες που σας άρεσαν χρόνια πριν, και εταιρείες «ειδήσεων» κάνοντας το δίκτυο να χάσει την αρχική του γοητεία.

Η ηγεσία του Facebook φαίνεται να αναγνωρίζει το πρόβλημα. Τον Ιανουάριο του 2018, ο Zuckerberg ανακοίνωσε ότι «θα δείτε περισσότερα από τους φίλους, την οικογένειά σας και τις ομάδες σας» στο newsfeed σας τους επόμενους 12 μήνες.

Ακούγεται πολύ ελπιδοφόρο, αλλά όλοι γνωρίζουμε ότι το Facebook δεν θα γίνει αυτό που ήταν πριν το 2010.

### ***Πρέπει να σταματήσουμε να χρησιμοποιούμε το Facebook;***

Παραπάνω δεν αναφέραμε άλλα πιο προφανή ζητήματα όπως τις χαμένες ώρες στο κοινωνικό δίκτυο, ή την ανάγκη να αποδείξουμε σε όλους το πόσο ευτυχισμένοι είμαστε. Η ευτυχία προβάλλεται, με εικόνες και smilies, ενώ η δυστυχία δεν συγχωρείται. Η επίδειξη και το glamour δοξάζεται, και οι λυπηρές ειδήσεις γίνονται αποδέκτες με like και share.

Αν σας αρέσει όλο αυτό, συνεχίστε ακάθεκτοι...

Πηγή: <https://iguru.gr/168080/facebook-blues> (ιστοσελίδα με νέα για την τεχνολογία)

## Facebook: Σοβαρό σφάλμα στον έλεγχο ασφαλείας δύο παραγόντων - Το κοινωνικό δίκτυο «σπαμάρει» τους χρήστες του

Του Γιάννη Παπαϊωάννου

Ανελέητο spam μηνυμάτων στα κινητά τους ανέφερε ένας πολύ μεγάλος αριθμός χρηστών του Facebook, οι οποίοι είχαν επιτρέψει τον έλεγχο ασφαλείας δύο παραγόντων μέσω κινητού για τον λογαριασμό τους.

Αρκετοί χρήστες του Facebook, οι οποίοι είχαν διαθέσει τον αριθμό του κινητού τους στο κοινωνικό δίκτυο για να ενεργοποιήσουν την διασφάλιση του λογαριασμού τους με έλεγχο ταυτότητας δύο παραγόντων (two-factor authentication), βρέθηκαν να λαμβάνουν spam μηνύματα από την εφαρμογή στα κινητά τους. Συγκεκριμένα, λαμβάνουν SMS μηνύματα στο τηλέφωνό τους, και εάν επιχειρήσουν να απαντήσουν σε αυτά, το Facebook συνεχίζει ακάθεκτο και αναρτά τις απαντήσεις τους ως status update στο προφίλ τους.

Το Facebook παραδέχθηκε δημοσίως ότι πρόκειται για να σφάλμα. Αλλά αποκαλώντας το ένα μικρό σφάλμα στο λειτουργικό της υπηρεσίας είναι εύκολο, ενώ στην πραγματικότητα πρόκειται για ένα χαρακτηριστικό που αφορά την ασφάλεια των χρηστών και εν τέλει εφαρμόστηκε άσχημα, καθώς είναι σαφές ότι το Facebook επεξεργάζεται όλους τους αριθμούς κινητών με τον ίδιο τρόπο. Δεν έχει σημασία, δηλαδή, αν προσθέσατε τον αριθμό τηλεφώνου σας για λόγους ασφαλείας ή για να λαμβάνετε ειδοποιήσεις. Το Facebook τα βάζει όλα στο ίδιο τσουβάλι, πράγμα που δείχνει ότι ο έλεγχος ταυτότητας δύο παραγόντων πάσχει από πρόχειρο σχεδιασμό και δεν είναι ένα ατυχές bug.

Ο Υπεύθυνος Ασφαλείας του Facebook, **Alex Stamos**, βγήκε και ζήτησε συγνώμη για όλα τα ανεπιθύμητα μηνύματα που αποστέλλονταν λανθασμένα σε εκείνους τους χρήστες που είχαν ενεργοποιήσει τον έλεγχο ταυτότητας δύο παραγόντων (two-factor authentication). Και

επίσης είπε ότι η εταιρεία εργάζεται τώρα πάνω σε μια επιδιόρθωση έτσι ώστε να σταματήσει το κακό, να μην λαμβάνουμε μηνύματα τα οποία δεν σχετίζονται με την ασφάλεια, ειδικά αν δεν έχουμε εγγραφεί ποτέ για αυτές τις ειδοποιήσεις.

Ωστόσο, μέχρι να έρθει το fix, το Facebook μας ειδοποίησε ότι το γεγονός πως οι απαντήσεις αναρτώνται ως status update οφείλεται σε ένα παλιό χαρακτηριστικό με το οποίο ο χρήστης μπορούσε να αναρτήσει περιεχόμενο με τη χρήση SMS (πρέπει να έχουν περάσει πάνω από δέκα χρόνια όταν λειτουργούσε αυτό το χαρακτηριστικό).

Το θέμα είναι όμως ότι ο έλεγχος ασφαλείας είναι ένα σοβαρό ζήτημα. Και επίσης, είναι απαραίτητος. Εννοείται ότι ο έλεγχος δύο παραγόντων είναι ζωτικός για τη σημερινή ψηφιακή εποχή και ο καθένας θα πρέπει να επιτρέψει αυτό το κλείδωμα του λογαριασμού του.

Μετά, τις πρόσφατες βλάβες, όμως, όλα αποδεικνύουν ότι το κοινωνικό δίκτυο αλλάζει συνεχώς τον κώδικά του, και καλά κάνει, αλλά σε θέματα ασφαλείας καλό θα ήταν να βελτιώσει την λειτουργία τους χωρίς να εμπλέκεται με το ιστορικό παρελθόν της λειτουργίας της μηχανής του. Γιατί, η αλήθεια στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι απλή: το γεγονός ότι το Facebook δεν εφάρμοσε σωστά ένα χαρακτηριστικό ασφαλείας είναι ένα μεγάλο και σοβαρό λάθος του κοινωνικού δικτύου και όχι ένα μικρό bug.

Πηγή: [www.lifo.gr](http://www.lifo.gr)

## «Συχνή πρακτική η κλοπή δεδομένων στο Facebook»

Πρώην εργαζόμενος στην εταιρεία Facebook κατήγγειλε ότι η πρακτική της συλλογής προσωπικών δεδομένων χρηστών του από εταιρείες είναι πολύ συνηθισμένη πρακτική και δεν εξαντλείται στα στοιχεία που πήγαν στην Cambridge Analytica και χρησιμοποιήθηκαν στις αμερικανικές εκλογές. Όπως τονίζει, είναι πιθανό τα στοιχεία εκατοντάδων εκατομμυρίων χρηστών να έχουν συλλεγεί και χρησιμοποιηθεί και το Facebook έκανε τα «στραβά μάτια».

Σύμφωνα με τον Σάντι Παρακίλας, τον πληροφοριοδότη που μίλησε στον Guardian και είχε εργαστεί ως υπεύθυνος για την προστασία των προσωπικών δεδομένων των χρηστών, μεταξύ 2011 και 2012, είχε ενημερώσει τους μηχανογράφους και τα διοικητικά στελέχη του Facebook για τουλάχιστον τρεις υποθέσεις παρέμβασης από τρίτα μέρη.

Εξήγησε ότι η ανησυχία του ήταν πώς θα χρησιμοποιούνταν αυτά τα στοιχεία που συνέλεξαν τα τρίτα μέρη, ενώ ταυτόχρονα οι χρήστες του Facebook στην πλειονότητά τους δεν μπορούσαν να καταλάβουν ή να διαβάσουν τους όρους χρήσης του, ώστε να ξέρουν πώς να ρυθμίσουν την ασφάλειά τους και να μην μπορούν να κλαπούν τα στοιχεία τους.

Σύμφωνα με τον Παρακίλας, παρακολουθούσαμε να συμβαίνει η κλοπή των στοιχείων, την οποία παρομοίασε με «μαύρη αγορά» και μάλιστα υποστήριξε ότι τα στελέχη της εταιρείας τον απέτρεψαν από το να ασχοληθεί με το ζήτημα.

Η αποκάλυψη του Σάντι Παρακίλας ρίχνει νέο φως στο σκάνδαλο με την κλοπή των στοιχείων περίπου 50 εκατ. χρηστών του Facebook, τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για την επιρροή του εκλογικού αποτελέσματος στις προεδρικές των ΗΠΑ.

Η εταιρεία Facebook δεν έχει απαντήσει στις κλήσεις του Guardian ώστε να εκθέσει τη δική της θέση για το ζήτημα.

Πηγή : <https://www.efsyn.gr/arthro/syhni-praktiki-i-klopi-dedomenon-sto-facebook>

## Συνιδρυτής Whatsapp: Διαγράψτε το Facebook!

Ο συνιδρυτής του Whatsapp καλεί τους χρήστες του Facebook, να διαγράψουν τον λογαριασμό τους στο κοινωνικό δίκτυο.

Με αφορμή το σκάνδαλο της Cambridge Analytica, τις τελευταίες ημέρες έχει δημιουργηθεί μία εκστρατεία στα κοινωνικά δίκτυα με το hashtag #DeleteFacebook. Σε ανάρτησή του στο twitter, ο συνιδρυτής του Whatsapp, Μπράιαν Άκτον, έγραψε πως «Ήρθε η ώρα. #DeleteFacebook».

Σημειώνεται ότι το 2014, το Facebook αγόρασε το Whatsapp έναντι 19 δισεκατομμυρίων δολαρίων, ενώ ο Άκτον αποχώρησε από την εταιρεία το 2017.

[Σημείωση: Η εκστρατεία «Εγκαταλείψτε το Facebook» ξεκίνησε στις 20 Μαρτίου 2018].

Πηγή: <http://politis.com.cy/article/sinidritis-whatspp-diagrapste-to-facebook>

## Ομάδες ακτιβιστών ξεκινούν εκστρατεία για να κλείσουν το Facebook

22 Μαΐου 2018

Ένας συνασπισμός ομάδων ακτιβιστών ανακοίνωσε τη Δευτέρα μια εκστρατεία για τη διάλυση του Facebook υποστηρίζοντας ότι το τεράστιο κοινωνικό δίκτυο «έχει πάρα πολλή εξουσία στη ζωή και στη δημοκρατία μας, κάτι που είναι εξαιρετικά επικίνδυνο για τις επιπτώσεις στην κοινωνία μας».

Οι συγκεκριμένες ομάδες ακτιβιστών δημιούργησαν έναν ιστότοπο και μια σελίδα στο Facebook, για να συγκεντρώσουν την υποστήριξη τόσο του κόσμου, όσο και της Ομοσπονδιακής Επιτροπής Εμπορίου των ΗΠΑ για να τιμωρήσουν τον γίγαντα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως και τις θυγατρικές της εταιρείας [θυγατρικές του Facebook] : το Instagram, WhatsApp και Messenger, αφού είναι προφανές πως έχουν μεταλλάξει αρνητικά στο έπακρο την φυσιολογική ζωή όλων των ανθρώπων.

Η προσπάθεια ξεκίνησε από μια σειρά από ομάδες που ασχολούνται με τα ψηφιακά δικαιώματα, την ιδιωτική ζωή, όπως και άλλα σημαντικά κοινωνικά στοιχεία.

«Δυστυχώς είναι αλήθεια πως το Facebook και ο Mark Zuckerberg έχουν συγκεντρώσει μια τρομακτική δύναμη», ανέφεραν οι ομάδες στην ιστοσελίδα τους.

Η ομάδα των ακτιβιστών πρόσθεσε ότι: «Το Facebook αποφασίζει μονομερώς ποια είδηση θα μεταδοθεί σε δισεκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο που δραστηριοποιούνται καθημερινά σε αυτήν την πλατφόρμα, επίσης έχει την ικανότητα να εξαγοράζει ή να χρεοκοπεί τους δυνητικούς ανταγωνιστές της για να προστατεύσει το μονοπώλιο της, να σκοτώσει την καινοτομία και την επιλογή του κόσμου. Μας παρακολουθεί σχεδόν παντού στο διαδίκτυο και μέσω των smartphones μας, ακόμα και στον πραγματικό κόσμο».

Η παρούσα προσπάθεια γεννήθηκε και ήρθε στην επιφάνεια μετά το σκάνδαλο της Cambridge analytica με το facebook για την κατάχρηση των

ιδιωτικών δεδομένων από 87 εκατομμύρια περίπου χρήστες, που κατά συνέπεια επιβεβαίωσε τις ανησυχίες των εμπειρογνομόνων του διαδικτύου για τον τρόπο χειρισμού των πλατφορμών των social media για τη διάδοση της παραπληροφόρησης, κάτι που έγινε ορατό κατά τις προεδρικές εκλογές του 2016 στις ΗΠΑ.

Ένας εκπρόσωπος του Facebook, δήλωσε ότι η εταιρεία «βρίσκεται σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον όπου οι χρήστες χρησιμοποιούν τις εφαρμογές τους ταυτόχρονα με δωρεάν υπηρεσίες που προσφέρονται και από πολλούς άλλους, οπότε είναι άδικο να ρίχνουν όλο το φταίξιμο επάνω τους».

Ο διευθύνων σύμβουλος και ιδρυτής του Facebook, ο Mark Zuckerberg δήλωσε στο Αμερικανικό Κογκρέσο τον περασμένο μήνα ότι «δεν αισθάνεται πως η πλατφόρμα του λειτουργεί με μονοπωλιακές μεθόδους.

Το Facebook εκτιμάται πως έχει περίπου πάνω από 2 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως, επίσης οι υπηρεσίες μηνυμάτων Messenger και Whatsapp πιστεύεται πως έχουν το καθένα πάνω από ένα δισεκατομμύριο χρήστες κι αυτά.

Οποιαδήποτε διάλυση θα απαιτούσε μια μακρά έρευνα από τις αρχές των ΗΠΑ και μια ενδεχομένως μακρά δικαστική μάχη, αφού μιλάμε για τεράστια οικονομικά μεγέθη και θα επηρέαζε άμεσα την οικονομία της χώρας.

Η τελευταία εκστρατεία ξεκίνησε από τις ακτιβιστικές οργανώσεις Demand Progress, MoveOn και SumOfUs....

Πηγή : <https://texnologia.net/omada-aktiviston-xekinoun-ekstrateia-gia-na-kleisoun-to-facebook/2018/05>

## Άρχισαν οι καταγγελίες για το GDPR σε βάρος Facebook, Instagram και WhatsApp

Καταγγελίες έγιναν σε βάρος του Facebook, της Google, του Instagram και του WhatsApp από τη στιγμή που τέθηκε σε εφαρμογή ο νέος νόμος προστασίας προσωπικών δεδομένων της ΕΕ, GDPR.

Οι εταιρείες κατηγορούνται πως εξαναγκάζουν τους χρήστες να συναινέσουν σε στοχευμένες διαφημίσεις για να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες τους.

Όπως αναφέρει το BBC, η οργάνωση προστασίας ιδιωτικότητας nouby.eu του ακτιβιστή **Μαξ Σρεμς** υποστηρίζει πως δεν παρέχεται στους χρήστες η δυνατότητα ελεύθερης επιλογής.

Εάν οι καταγγελίες αυτές «περάσουν» τότε τα sites αυτά θα αναγκαστούν να αλλάξουν τον τρόπο που λειτουργούν και πιθανώς θα τους επιβληθούν πρόστιμα.

Υπενθυμίζεται πως ο νόμος ισχύει και για εταιρείες που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους εντός ΕΕ, ακόμα και αν δεν έχουν την έδρα τους στην ΕΕ.

Στις 4 καταγγελίες, το nouby.eu υποστηρίζει πως οι εταιρείες αυτές παραβιάζουν τον GDPR επειδή έχουν υιοθετήσει μια «take it or leave it» προσέγγιση.

Σύμφωνα με την οργάνωση, οι πελάτες πρέπει να συμφωνήσουν στη συλλογή, τον διαμοιρασμό και τη χρήση των δεδομένων τους για στοχευμένη διαφήμιση, ή να σβήσουν τους λογαριασμούς τους.

Αυτό, όπως υποστηρίζεται, παραβιάζει τους νέους κανόνες επειδή ο εξαναγκασμός χρηστών να αποδεχτούν την ευρεία συλλογή δεδομένων με αντάλλαγμα χρήση μιας υπηρεσίας απαγορεύεται στο πλαίσιο του GDPR.

Οι καταγγελίες έγιναν από τέσσερις πολίτες της ΕΕ σε τοπικούς αρμόδιους φορείς σε Αυστρία, Βέλγιο, Γαλλία και Γερμανία.

Πηγή : <https://www.tribune.gr/world/news/article/470222/archisan-oi-kataggelies-gia-to-gdpr-se-varos-facebook-instagram-kai-whatsapp.html>



## **Το Facebook και η Google έφτασαν τα 8,8 δισεκατομμύρια δολάρια σε αγωγές την πρώτη ημέρα του GDPR**

Την πρώτη ημέρα εφαρμογής του GDPR, το Facebook και το Google έχουν πληγεί με μια σειρά αγωγών που κατηγορούν τις εταιρείες ότι εξαναγκάζουν τους χρήστες να μοιράζονται προσωπικά δεδομένα. Οι αγωγές, οι οποίες επιδιώκουν να επιβάλουν πρόστιμο στα 3,9 δισεκατομμύρια για Facebook και στην Google 3,7 δισεκατομμύρια ευρώ, κατατέθηκαν από τον Αυστριακό ακτιβιστή Max Schrems, έναν μακροπρόθεσμο κριτικό των πρακτικών συλλογής δεδομένων των εταιρειών.

Το GDPR απαιτεί σαφή συγκατάθεση και δικαιολόγηση για τυχόν προσωπικά δεδομένα που συλλέγονται από τους χρήστες και οι εν λόγω κατευθυντήριες γραμμές ώθησαν τις εταιρείες μέσω του διαδικτύου να αναθεωρήσουν τις πολιτικές απορρήτου και τις πρακτικές συλλογής τους. Ωστόσο, εξακολουθεί να υπάρχει εκτεταμένη αβεβαιότητα ως προς τον τρόπο με τον οποίο οι ευρωπαίοι ρυθμιστές θα αντιμετωπίσουν τις απαιτήσεις και πολλές εταιρείες εξακολουθούν να είναι απροετοίμαστες για την επιβολή τους.

Τόσο η Google όσο και το Facebook έχουν αναπτύξει νέες πολιτικές και προϊόντα για να συμμορφωθούν με το GDPR, αλλά οι καταγγελίες του Schrems υποστηρίζουν ότι αυτές οι πολιτικές δεν είναι αρκετές. Ειδικότερα, η καταγγελία ξεχωρίζει τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες λαμβάνουν τη συγκατάθεσή των χρηστών για τις πολιτικές απορρήτου, ζητώντας από τους χρήστες να κάνουν τσεκ σε ένα κουτί για να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες. Είναι μια διαδεδομένη πρακτική για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, αλλά οι καταγγελίες υποστηρίζουν ότι ωθεί τους χρήστες σε επιλογή "όλα ή τίποτα", μια παραβίαση των διατάξεων της GDPR σχετικά με τη συγκεκριμένη συγκατάθεση.

Ο Schrems δήλωσε στους Financial Times ότι τα υπάρχοντα συστήματα συγκατάθεσης ήταν σαφώς μη συμμορφωμένα με το πλαίσιο. «Γνωρίζουν ότι πρόκειται να είναι παραβίαση», είπε. «Δεν προσπαθούν καν να το κρύψουν.»

Οι αγωγές χωρίζονται σε συγκεκριμένα προϊόντα, με ένα κατά του Facebook και δύο άλλων εναντίον των θυγατρικών Instagram και WhatsApp. Μια τέταρτη αγωγή κατατέθηκε εναντίον του λειτουργικού συστήματος Android της Google...

Πηγή : <https://www.techfreaks.gr/>

## Νέες καταγγελίες κατά του Facebook: Παραπλανεί τους χρήστες να υπογράψουν τους νέους όρους χρήσης

Newsroom , CNN Greece

Τετάρτη, 30 Μαΐου 2018

Αντιμέτωπο με νέες κατηγορίες βρίσκεται το **Facebook**, μετά το σκάνδαλο διαρροής προσωπικών δεδομένων εκατομμυρίων χρηστών από την Cambridge Analytica.

Σύμφωνα με νέα αγωγή, οι άνθρωποι του Facebook απαγορεύουν τις διατάξεις περί συναίνεσης και **χειραγωγούν τους χρήστες ώστε να αποδεχτούν βιαστικά τους όρους παρακολούθησής τους**, εμφανίζοντάς τους ψεύτικες ειδοποιήσεις.

Οι κατηγορίες έγιναν σε καταγγελία που υπέβαλε το **Ευρωπαϊκό Κέντρο Ψηφιακών Δικαιωμάτων** για λογαριασμό ανώνυμου χρήστη του Facebook. Στην αγωγή που έγινε κατά του Facebook Ireland Ltd (όπου έχει τη βάση της η εταιρεία) επισημαίνεται ότι η εταιρεία παραπλάνησε και πίεσε τους χρήστες έτσι ώστε **να αποδεχτούν τους νέους όρους και προϋποθέσεις για την ιδιωτικότητά τους**.

Εάν η κατηγορία αποδειχθεί αληθινή, η τακτική αυτή είναι ενάντια στους νέους κανόνες που τέθηκαν σε εφαρμογή με τον GDPR, δηλαδή τον **Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων**.

Σύμφωνα με την καταγγελία, το Facebook παραβίασε το δικαίωμα προστασίας δεδομένων με **διάφορους τρόπους**:

- Απαιτώντας από τον χρήστη να συμφωνήσει σε όλους τους νέους όρους και προϋποθέσεις ιδιωτικότητας σε ένα έγγραφο, το οποίο περιλαμβάνει μια πτυχή που επιτρέπει στο Facebook να **προβάλλει στοχευμένες διαφημίσεις** και ως εκ τούτου δίνει τη δυνατότητα στην εταιρεία να επεξεργάζεται τα προσωπικά δεδομένα του χρήστη για να εκπληρώσει αυτή τη συμβατική «υποχρέωση».
- Με το να μη κάνει σαφές στο χρήστη ότι δεν χρειάζεται να δεχτούν τους όρους και ότι **έχουν τη δυνατότητα να διαγράψουν το λογαριασμό τους**. Για παράδειγμα, το Facebook έκανε ξεκάθαρη

μόνο την επιλογή «Συμφωνώ», ως απάντηση στις νέες αλλαγές, «θάβοντας» τις υπόλοιπες επιλογές αρκετά παρακάτω.

- Χρησιμοποίησε τακτικές για να υποχρεώσει το χρήστη να συμφωνήσει με τους νέους όρους, **μπλοκάροντας τους λογαριασμούς τους** εάν δεν συναινούσαν μέχρι τις 25 Μαΐου και χρησιμοποιώντας κόλπα, όπως δίνοντας την εντύπωση ότι είχαν μηνύματα και ειδοποιήσεις.

Σύμφωνα με τους ενάγοντες, στα «κόλπα» που χρησιμοποιεί το Facebook περιλαμβάνονται **«δύο ψεύτικες κόκκινες κουκίδες**, που υποδεικνύουν ότι ο χρήστης έχει μηνύματα και ειδοποιήσεις, στα οποία δεν έχει πρόσβαση χωρίς συναίνεση».

Πηγή : <http://www.cnn.gr/tech/story/132154/nees-kataggelies-kata-toy-facebook-paraplanei-toys-xristes-na-ypograpsoyn-toys-neoys-oroy-xrissi>

# ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΟΡΟΥΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ FACEBOOK (NEW TERMS OF SERVICE)

Τι είδους πληροφορίες συλλέγουμε;

...

- **Δίκτυα και συνδέσεις.** Συλλέγουμε πληροφορίες για τα άτομα, τις Σελίδες, τους λογαριασμούς, τα hashtag και τις ομάδες με τις οποίες συνδέεστε και τον τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδράτε μαζί τους μέσω των Προϊόντων μας, όπως για παράδειγμα τα άτομα με τα οποία επικοινωνείτε περισσότερο ή τις ομάδες στις οποίες είστε μέλος. Συλλέγουμε επίσης στοιχεία επικοινωνίας, αν επιλέξετε να τα ανεβάσετε, να τα συγχρονίσετε ή να τα εισαγάγετε από κάποια συσκευή (π.χ. κατάλογο επαφών, ιστορικό κλήσεων ή ιστορικό SMS), τα οποία χρησιμοποιούμε, για παράδειγμα, για να βοηθήσουμε εσάς και άλλους χρήστες να βρείτε άτομα που ίσως γνωρίζετε, καθώς και για τους λοιπούς σκοπούς που παρατίθενται παρακάτω.
- **Η χρήση από εσάς.** Συλλέγουμε πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιείτε τα Προϊόντα μας, όπως τα είδη του περιεχομένου που βλέπετε ή με το οποίο αλληλεπιδράτε, τις λειτουργίες που χρησιμοποιείτε, τις ενέργειες που κάνετε, τα άτομα ή τους λογαριασμούς με τους οποίους αλληλεπιδράτε, καθώς και την ώρα, τη συχνότητα και τη διάρκεια των δραστηριοτήτων σας. Για παράδειγμα, καταγράφουμε πότε χρησιμοποιείτε και πότε είχατε χρησιμοποιήσει τελευταία φορά τα Προϊόντα μας και ποιες δημοσιεύσεις, βίντεο και άλλο περιεχόμενο βλέπετε μέσω των Προϊόντων μας. Επίσης, συλλέγουμε πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιείτε λειτουργίες που παρέχουμε, όπως την κάμερα.
- **Πληροφορίες σχετικά με συναλλαγές που πραγματοποιούνται στα Προϊόντα μας.** Αν χρησιμοποιείτε τα Προϊόντα μας για αγορές ή άλλες οικονομικές συναλλαγές (π.χ. όταν κάνετε μια αγορά σε ένα παιχνίδι ή μια δωρεά), συλλέγουμε πληροφορίες σχετικά με αυτές τις αγορές ή συναλλαγές. Στις πληροφορίες αυτές

περιλαμβάνονται στοιχεία σχετικά με την πληρωμή, π.χ. ο αριθμός της πιστωτικής ή χρεωστικής σας κάρτας και άλλες πληροφορίες για την κάρτα σας, άλλες πληροφορίες σχετικές με το λογαριασμό σας και την επαλήθευση της ταυτότητάς σας, οι πληροφορίες τιμολόγησης, η διεύθυνση αποστολής και τα στοιχεία επικοινωνίας σας.

- **Ενέργειες που κάνουν τρίτοι και πληροφορίες που παρέχουν σχετικά με εσάς.** Επίσης, λαμβάνουμε και αναλύουμε περιεχόμενο, επικοινωνίες και πληροφορίες που παρέχουν άλλα άτομα κατά τη χρήση των Προϊόντων μας. Στα παραπάνω μπορεί να περιλαμβάνονται πληροφορίες που σας αφορούν, όπως τότε άλλοι κοινοποιούν ή σχολιάζουν μια δική σας φωτογραφία, σας στέλνουν μήνυμα ή ανεβάζουν, συγχρονίζουν ή εισάγουν τα στοιχεία επικοινωνίας σας.

## **Πληροφορίες συσκευής**

Όπως περιγράφεται παρακάτω, συλλέγουμε πληροφορίες από και σχετικά με τους υπολογιστές, τα κινητά, τις συνδεδεμένες τηλεοράσεις και άλλες συσκευές με δυνατότητα σύνδεσης στο διαδίκτυο που χρησιμοποιείτε και συνδέονται με τα Προϊόντα μας, και συνδυάζουμε τις πληροφορίες αυτές στις διάφορες συσκευές που χρησιμοποιείτε. Για παράδειγμα, χρησιμοποιούμε πληροφορίες που συλλέγουμε σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιείτε τα Προϊόντα μας από το κινητό σας για να εξατομικεύσουμε καλύτερα το περιεχόμενο (συμπεριλαμβανομένων των διαφημίσεων) ή τις λειτουργίες που βλέπετε κατά τη χρήση των Προϊόντων μας σε άλλες συσκευές, όπως φορητούς υπολογιστές ή tablet, ή για να μετρήσουμε αν κάνατε κάποια ενέργεια σε μια άλλη συσκευή ανταποκρινόμενοι σε μια διαφήμιση την οποία σας δείξαμε στο κινητό σας.

....

## **Πληροφορίες από συνεργάτες.**

Οι διαφημιζόμενοι, οι προγραμματιστές εφαρμογών και οι εκδότες μπορούν να μας στέλνουν πληροφορίες μέσω των Εργαλείων του Facebook Business που χρησιμοποιούν, συμπεριλαμβανομένων των πρόσθετων (plugins) κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. το κουμπί "Μου

αρέσει!"), της Σύνδεσης μέσω Facebook, των API και SDK και του pixel του Facebook. Οι συνεργάτες αυτοί παρέχουν πληροφορίες για τις δραστηριότητές σας εκτός Facebook, συμπεριλαμβανομένων πληροφοριών σχετικά με τη συσκευή σας, τους ιστότοπους που επισκέπτεστε, τις αγορές που κάνετε, τις διαφημίσεις που βλέπετε και τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες τους, ανεξάρτητα από το αν έχετε λογαριασμό Facebook ή αν έχετε συνδεθεί στο Facebook.

....

### **Πώς κοινοποιούνται αυτές οι πληροφορίες;**

....

Όταν επιλέγετε να χρησιμοποιήσετε εφαρμογές, ιστότοπους ή άλλες υπηρεσίες τρίτων που κάνουν χρήση των Προϊόντων μας, ή έχουν ενσωματωθεί σε αυτά, οι εν λόγω τρίτοι μπορούν να λάβουν πληροφορίες σχετικά με τις δημοσιεύσεις ή τις κοινοποιήσεις σας.

...

### **Πώς λειτουργούμε και μεταφέρουμε δεδομένα στο πλαίσιο των παγκόσμιων υπηρεσιών μας;**

Κοινοποιούμε πληροφορίες σε παγκόσμιο επίπεδο, τόσο εσωτερικά στις Εταιρείες του Facebook όσο και εξωτερικά στους συνεργάτες μας και σε εκείνους με τους οποίους συνδέεστε και στους οποίους κοινοποιείτε περιεχόμενο σε όλο τον κόσμο, σύμφωνα με την παρούσα πολιτική. Οι πληροφορίες που διαχειρίζεται η Facebook Ireland θα διαβιβαστούν ή θα μεταδοθούν, ή θα αποθηκευτούν και θα υποβληθούν σε επεξεργασία, στις Ηνωμένες Πολιτείες ή σε άλλες χώρες εκτός του τόπου διαμονής σας για τους σκοπούς που περιγράφονται στην παρούσα πολιτική.

....

Ημερομηνία τελευταίας αναθεώρησης: 19 Απριλίου 2018

Πηγή : <https://www.facebook.com/about/privacy/update>

## Ποιες κατηγορίες δεδομένων μου μπορώ να δω από το Facebook;

### Ιούνιος 2018

Συμβουλή: Για να κατεβάσετε τα δεδομένα σας από το Facebook, πατήστε **πάνω δεξιά** σε οποιαδήποτε σελίδα του Facebook και επιλέξτε **Ρυθμίσεις λογαριασμού**. Πατήστε **Κατεβάστε ένα αντίγραφο των δεδομένων σας από το Facebook** στο κάτω μέρος της σελίδας.

Παρακάτω μπορείτε να δείτε τις κατηγορίες των δεδομένων στο Facebook που είναι διαθέσιμες από το λογαριασμό σας [Πίνακας 1], καθώς και από το εργαλείο λήψης των δεδομένων σας [Πίνακας 2].....

Να θυμάστε ότι τα περισσότερα από τα δεδομένα σας στο Facebook είναι στη διάθεσή σας με το που συνδέεστε στο λογαριασμό σας. Λάβετε επίσης υπόψη ότι οι κατηγορίες των δεδομένων που λαμβάνουμε, συλλέγουμε και αποθηκεύουμε μπορεί να αλλάξουν με την πάροδο του χρόνου. Σε αυτή την περίπτωση, θα ενημερώσουμε τους παρακάτω πίνακες.

### **Πίνακας 1: Πληροφορίες που μπορείτε να βρείτε όταν συνδέεστε στο λογαριασμό σας**

Ποιες πληροφορίες είναι διαθέσιμες;	Τι είναι;	Πού μπορώ να τις βρω;
Προσωπικές πληροφορίες	Πληροφορίες που προσθέσατε στην ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας, π.χ. σχέσεις, δουλειά, εκπαίδευση, τόπος διαμονής και άλλα πολλά. Περιλαμβάνουν όποιες ενημερώσεις ή αλλαγές είχατε κάνει στο παρελθόν, καθώς και ό,τι περιέχει η ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας τη δεδομένη στιγμή.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>



Κοινοποιήσεις παρουσίας	Οι τοποθεσίες από τις οποίες έχετε κοινοποιήσει την παρουσία σας.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
Συνδέσεις	Τα άτομα στα οποία άρεσε η Σελίδα ή η Τοποθεσία σας, που απάντησαν στην πρόσκληση για την εκδήλωσή σας, που εγκατέστησαν την εφαρμογή σας ή που κοινοποίησαν την παρουσία τους στη διαφημισμένη τοποθεσία σας εντός 24 ωρών από τότε που είδαν ή πάτησαν μια διαφήμιση ή μια χορηγούμενη ανακοίνωση.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
Πιστωτικές κάρτες	Αν κάνετε αγορές στο Facebook (π.χ. σε εφαρμογές) και έχετε καταχωρήσει στο Facebook τον αριθμό της πιστωτικής κάρτας σας.	<u>Ρυθμίσεις λογαριασμού</u>
Εκδηλώσεις	Οι εκδηλώσεις στις οποίες έχετε πάει ή προσκληθεί.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
Τι γίνεται όταν ακολουθείτε κάποιον	Μια λίστα όσων ακολουθείτε.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
Τελευταία τοποθεσία	Η τελευταία τοποθεσία που σχετίζεται με ενημέρωση.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
"Μου αρέσει!" σε δημοσιεύσεις άλλων	Δημοσιεύσεις, φωτογραφίες ή άλλο περιεχόμενο που σας άρεσε.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
"Μου αρέσει!" από άλλους σε δημοσιεύσεις σας	Όσες φορές έχουν δηλώσει άλλοι ότι τους αρέσουν δημοσιεύσεις σας, φωτογραφίες	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>

	σας ή άλλο περιεχόμενο.	
"Μου αρέσει!" σε άλλους ιστότοπους	Όσες φορές έχετε δηλώσει ότι σας αρέσει κάτι σε ιστότοπους εκτός Facebook.	<u><a href="#">Αρχείο δραστηριοτήτων</a></u>
Συνδεδεμένοι λογαριασμοί	Μια λίστα των λογαριασμών που έχετε συνδέσει με το λογαριασμό σας στο Facebook	<u><a href="#">Ρυθμίσεις λογαριασμού</a></u>
Σημειώσεις	Κάθε σημείωση που έχετε γράψει και δημοσιεύσει στο λογαριασμό σας.	<u><a href="#">Αρχείο δραστηριοτήτων</a></u>
Δημοσιεύσεις από εσάς	Οτιδήποτε έχετε δημοσιεύσει στο χρονολόγιό σας (π.χ. φωτογραφίες, βίντεο και ενημερώσεις κατάστασης).	<u><a href="#">Αρχείο δραστηριοτήτων</a></u>
Δημοσιεύσεις από άλλους	Οτιδήποτε έχουν δημοσιεύσει άλλοι στο χρονολόγιό σας (π.χ. δημοσιεύσεις τοίχου ή συνδέσμους που έχουν κοινοποιήσει φίλοι στο χρονολόγιό σας).	<u><a href="#">Αρχείο δραστηριοτήτων</a></u>
Δημοσιεύσεις σε άλλους	Ότι έχετε δημοσιεύσει στο Χρονολόγιο κάποιου άλλου (π.χ. φωτογραφίες, βίντεο και ενημερώσεις κατάστασης).	<u><a href="#">Αρχείο δραστηριοτήτων</a></u>
Ρυθμίσεις απορρήτου	Οι ρυθμίσεις απορρήτου σας.	<u><a href="#">Ρυθμίσεις απορρήτου</a></u>
Πρόσφατες δραστηριότητες	Ενέργειες που έχετε κάνει και αλληλεπιδράσεις που είχατε πρόσφατα με άλλους.	<u><a href="#">Αρχείο δραστηριοτήτων</a></u>
Ημερομηνία εγγραφής	Η ημερομηνία που γίνατε μέλος στο Facebook.	<u><a href="#">Αρχείο δραστηριοτήτων</a></u>

Διαγραμμένοι φίλοι	Τα άτομα που έχετε αφαιρέσει από τους φίλους σας.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
Αναζητήσεις	Οι αναζητήσεις που έχετε κάνει στο Facebook.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
Κοινοποιήσεις	Περιεχόμενο (π.χ. ειδησεογραφικά άρθρα) που έχετε κοινοποιήσει σε άλλους στο Facebook με το κουμπί <b>Κοινοποιήστε</b> ή τον αντίστοιχο σύνδεσμο.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
Ενημερώσεις κατάστασης	Οι ενημερώσεις κατάστασης που έχετε δημοσιεύσει.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>
Εξατομικευμένη διεύθυνση URL	Η διεύθυνση URL σας στο Facebook (π.χ. όνομα χρήστη ή εξατομικευμένη διεύθυνση για το λογαριασμό σας).	Μπορείτε να τη δείτε στη διεύθυνση URL του Χρονολογίου σας
Βίντεο	Τα βίντεο που έχετε δημοσιεύσει στο χρονολόγιό σας.	<u>Αρχείο δραστηριοτήτων</u>

**Πίνακας 2: Πληροφορίες που μπορείτε να κατεβάσετε με το εργαλείο λήψης των δεδομένων σας**

Ποιες πληροφορίες είναι διαθέσιμες;	Τι είναι;	Πού μπορώ να τις βρω;
Προσωπικές πληροφορίες	Πληροφορίες που προσθέσατε στην ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας, π.χ. σχέσεις, δουλειά, εκπαίδευση, τόπος διαμονής και άλλα πολλά.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών

	Περιλαμβάνουν όποιες ενημερώσεις ή αλλαγές είχατε κάνει στο παρελθόν, καθώς και ό,τι περιέχει η ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας τη δεδομένη στιγμή.	
Ιστορικό κατάστασης λογαριασμού	Οι ημερομηνίες στις οποίες ο λογαριασμός σας ενεργοποιήθηκε ξανά, απενεργοποιήθηκε, έκλεισε ή διαγράφηκε.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Ενεργές συνδέσεις	Όλες οι αποθηκευμένες ενεργές συνδέσεις, με ημερομηνία, ώρα, συσκευή, διεύθυνση IP, cookie συσκευής και πληροφορίες για το πρόγραμμα περιήγησης.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Διαφημίσεις στις οποίες έχει γίνει κλικ	Ημερομηνίες, ώρες και τίτλοι των διαφημίσεων που έχετε πατήσει (τα δεδομένα αυτά διατηρούνται για περιορισμένο χρονικό διάστημα).	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Διεύθυνση	Η τρέχουσα διεύθυνσή σας ή όσες διευθύνσεις είχατε παλιότερα στο λογαριασμό σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Θέματα διαφημίσεων	Μια λίστα με θέματα για τα οποία μπορεί να στοχευθείτε, με βάση όσα έχετε δηλώσει ότι σας αρέσουν και σας ενδιαφέρουν, καθώς και με βάση άλλα δεδομένα του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Εναλλακτικό όνομα	Κάθε εναλλακτικό όνομα που έχετε στο λογαριασμό σας (π.χ. πατρώνυμο ή ψευδώνυμο).	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Εφαρμογές	Όλες οι εφαρμογές που έχετε προσθέσει.	Κατεβασμένο αντίγραφο

		πληροφοριών
Ορατότητα ημερομηνίας γέννησης	Πώς εμφανίζεται η ημερομηνία γέννησης στο χρονολόγιό σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Συνομιλία	Ένα ιστορικό των συζητήσεων που είχατε στη Συνομιλία του Facebook (στα Εισερχόμενα μπορείτε να βρείτε απευθείας ολόκληρο το ιστορικό).	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Κοινοποιήσεις παρουσίας	Οι τοποθεσίες από τις οποίες έχετε κοινοποιήσει την παρουσία σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Νόμισμα	Το νόμισμα που προτιμάτε στο Facebook. Αν χρησιμοποιείτε την υπηρεσία πληρωμών του Facebook, με αυτόν τον τρόπο θα εμφανίζονται οι τιμές και θα χρεώνονται οι πιστωτικές κάρτες σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Τόπο διαμονής	Η πόλη που προσθέσατε στην ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Ημερομηνία γέννησης	Η ημερομηνία γέννησης που προσθέσατε στην ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Εκπαίδευση	Οι πληροφορίες που προσθέσατε για την εκπαίδευσή σας στην ενότητα "Πληροφορίες" του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Email	Οι διευθύνσεις email που έχετε προσθέσει στο λογαριασμό σας (ακόμη και όσες έχετε αφαιρέσει).	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Εκδηλώσεις	Οι εκδηλώσεις στις οποίες έχετε πάει	Κατεβασμένο

	ή προσκληθεί.	αντίγραφο πληροφοριών
Δεδομένα αναγνώρισης προσώπου	Ένας μοναδικός αριθμός που βασίζεται στη σύγκριση των φωτογραφιών στις οποίες έχετε προστεθεί με ετικέτα. Χρησιμοποιούμε αυτά τα δεδομένα για να βοηθάμε τους άλλους να σας προσθέτουν με ετικέτα σε φωτογραφίες.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Οικογένεια	Φίλοι για τους οποίους έχετε δηλώσει ότι είναι μέλη της οικογένειάς σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Αγαπημένες φράσεις	Ό,τι έχετε προσθέσει στις αγαπημένες φράσεις σας, στην ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Ακόλουθοι	Μια λίστα όσων σας ακολουθούν.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Αιτήματα φιλίας	Εκκρεμή απεσταλμένα και εισερχόμενα αιτήματα φιλίας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Φίλοι	Μια λίστα των φίλων σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Φύλο	Το φύλο που ορίσατε στην ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Ομάδες	Μια λίστα των ομάδων στις οποίες ανήκετε στο Facebook.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών

Κρυμμένα από τις Ενημερώσεις	Οι φίλοι, οι εφαρμογές και οι Σελίδες που έχετε κρύψει από τις Ενημερώσεις σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Τόπο καταγωγής	Η τοποθεσία που προσθέσατε ως τόπο καταγωγής στην ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Διευθύνσεις IP	Μια λίστα με τις διευθύνσεις IP από τις οποίες έχετε συνδεθεί στο λογαριασμό σας στο Facebook (δεν περιλαμβάνονται όλες οι παλιές διευθύνσεις IP, καθώς διαγράφονται με βάση ένα χρονοδιάγραμμα συντήρησης).	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Γλώσσα	Η γλώσσα στην οποία επιλέξατε να χρησιμοποιείτε το Facebook.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Στοιχεία σύνδεσης	Διεύθυνση IP, ημερομηνία και ώρα των συνδέσεων στο λογαριασμό σας στο Facebook.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Αποσυνδέσεις	Διεύθυνση IP, ημερομηνία και ώρα των αποσυνδέσεων από το λογαριασμό σας στο Facebook.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Μηνύματα	Τα μηνύματα που έχετε στείλει και λάβει στο Facebook. Σημείωση: Τα διαγραμμένα μηνύματα δεν περιλαμβάνονται στο αρχείο που κατεβάζετε, καθώς έχουν διαγραφεί από το λογαριασμό σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Όνομα	Το όνομα που εμφανίζεται στο λογαριασμό σας στο Facebook.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Αλλαγές	Κάθε αλλαγή στο αρχικό όνομα με	Κατεβασμένο

ονόματος	το οποίο γραφήκατε στο Facebook.	αντίγραφο πληροφοριών
Δίκτυα	Δίκτυα (συνδέσεις με σχολεία, σχολές ή δουλειές) στα οποία ανήκετε στο Facebook.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Σελίδες που διαχειρίζεστε	Μια λίστα των Σελίδων που διαχειρίζεστε.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Εκκρεμή αιτήματα φιλίας	Εκκρεμή απεσταλμένα και εισερχόμενα αιτήματα φιλίας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Αριθμοί τηλεφώνου	Οι αριθμοί κινητού που έχετε προσθέσει στο λογαριασμό σας (μαζί με επαληθευμένους αριθμούς κινητού που έχετε προσθέσει για λόγους ασφαλείας).	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Φωτογραφίες	Οι φωτογραφίες που έχετε ανεβάσει στο λογαριασμό σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Μεταδεδομένα φωτογραφιών	Όσα μεταδεδομένα μεταφέρουν οι φωτογραφίες που έχετε ανεβάσει.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Διακριτικά	Τα διακριτικά που έχετε προσθέσει στο λογαριασμό σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Σκουντήματα	Μια λίστα με όσους σας έχουν σκουντήξει και όσους έχετε σκουντήξει. Δεν περιλαμβάνονται τα σκουντήματα της σχετικής εφαρμογής για κινητά, επειδή είναι διαθέσιμα μόνο για περιορισμένο χρονικό διάστημα. Μόλις ο	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών



	παραλήπτης δει το περιεχόμενο, το διαγράφουμε οριστικά από τα συστήματά μας.	
Πολιτικές πεποιθήσεις	Οι πολιτικές πεποιθήσεις που προσθέσατε στην ενότητα "Πληροφορίες" του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Δημοσιεύσεις από άλλους	Οτιδήποτε έχουν δημοσιεύσει άλλοι στο χρονολόγιό σας (π.χ. δημοσιεύσεις τοίχου ή συνδέσμους που έχουν κοινοποιήσει φίλοι στο χρονολόγιό σας).	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Πρόσφατες δραστηριότητες	Ενέργειες που έχετε κάνει και αλληλεπιδράσεις που είχατε πρόσφατα με άλλους.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Ημερομηνία εγγραφής	Η ημερομηνία που γίνατε μέλος στο Facebook.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Θρησκευτικές πεποιθήσεις	Οι θρησκευτικές πεποιθήσεις που προσθέσατε στην ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Διαγραμμένοι φίλοι	Τα άτομα που έχετε αφαιρέσει από τους φίλους σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Ψευδώνυμα	Τα ψευδώνυμα που έχετε προσθέσει στο λογαριασμό σας, καθώς και η υπηρεσία με την οποία σχετίζονται. Μπορείτε επίσης να δείτε αν είναι κρυμμένα ή ορατά στο λογαριασμό σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Ομιλούμενες γλώσσες	Οι ομιλούμενες γλώσσες που προσθέσατε στην ενότητα <b>Πληροφορίες</b> του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών

Ενημερώσεις κατάστασης	Οι ενημερώσεις κατάστασης που έχετε δημοσιεύσει.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Δουλειά	Όλες οι πληροφορίες που έχετε προσθέσει σχετικά με τη δουλειά σας στην ενότητα "Πληροφορίες" του Χρονολογίου σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών
Βίντεο	Τα βίντεο που έχετε δημοσιεύσει στο χρονολόγιό σας.	Κατεβασμένο αντίγραφο πληροφοριών

Πηγή: <https://www.facebook.com/help>

## Νέα Ζηλανδία κατά Facebook

Του Γρηγόρη Α. Μηλιαρέση

31.05.2018

Μπορεί να είναι μικρή και -κυριολεκτικά- στην άκρη του κόσμου, όμως η Νέα Ζηλανδία μπορεί να αποδειχθεί ο νέος πονοκέφαλος της Facebook, καθώς ο επίτροπος της χώρας σε θέματα ιδιωτικού απορρήτου, Τζον Έντουαρντς, θα ζητήσει εντός της εβδομάδας από το κοινοβούλιο της χώρας να αυξήσει τις αρμοδιότητές του ώστε να μπορεί να κάνει αγωγή σε εταιρείες όπως η Facebook και να ζητήσει την επιβολή προστίμων. Ότι το Μεγάλο Μπλε Δίκτυο είναι αυτό που έχει στο στόχαστρό του δεν είναι μυστικό καθώς από τον προηγούμενο Μάρτιο, η υπηρεσία της οποίας ηγείται προσπαθεί να μηνύσει την εταιρεία επειδή αρνήθηκε σε κάποιον Νεοζηλανδό πολίτη πρόσβαση σε προσωπικά δεδομένα άλλων χρηστών. Το πρόβλημα, βεβαίως, είναι μεγαλύτερο και σχετίζεται με την αλλαγή πολιτικής της Facebook, ενώπιον του Γενικού Κανονισμού για την Προστασία Δεδομένων της Ευρωπαϊκής Ένωσης (GDPR) και του πώς αυτή θα επηρεάσει τα 2,5 εκατομμύρια πολίτες της Νέας Ζηλανδίας που είναι χρήστες της υπηρεσίας.

Πηγή: <http://www.deasy.gr/fresh-fish/c13949/Nea-Zhlandia-kata-Facebook.html>

## Οι φωτογραφίες στο Facebook μπορούν να σας μαρτυρήσουν στην πραγματική ζωή

Πώς θα σας φαινόταν να περπατάτε στο δρόμο και ειδικό πρόγραμμα να μπορεί να σας αναγνωρίσει από τις φωτογραφίες που έχετε ανεβάσει στο **Facebook**; Κάτι που ακούγεται μάλλον τρομακτικό, έγινε πρόσφατα πράξη...



[1]

Ερευνητές του Heinz College at Carnegie Mellon University, διεξήγαγαν σχετικό πείραμα, χρησιμοποιώντας ειδικό software αναγνώρισης προσώπων και βάσεις δεδομένων με φωτογραφίες προσβάσιμες από όλους (π.χ. από Facebook ή LinkedIn που δεν απαιτείται καν log in).

Συγκεκριμένα, η επιστημονική ομάδα παρέμεινε σε ένα πολυσύχναστο σταθερό σημείο από όπου και φωτογράφιζε τους περαστικούς (με τη συγκατάθεση τους). Το αποτέλεσμα ήταν μέσα σε λίγα μόλις δευτερόλεπτα το πρόγραμμα να κατορθώσει να αναγνωρίσει το 31% των άγνωστων περαστικών!

Σκεφτείτε, λοιπόν, να περπατάτε αμέριμνοι στο δρόμο ή να απολαμβάνετε το ποτό σας σε ένα μπαρ και ένας άγνωστος, φωτογραφίζοντας σας, να μπορεί σε λίγα δευτερόλεπτα να γνωρίζει το ονοματεπώνυμο σας, πού δουλεύετε, αν είστε ελεύθερος και πολλά άλλα...

Πηγή: *techgear.gr*, Πηγή αγγλικού άρθρου: *newser* <sup>[2]</sup>

[1] Image: <http://www.techgear.gr/your-facebook-photos-can-identify-you-in-real-life-26843/>

[2] <http://www.newser.com/story/125159/researchers-use-facebook-to-identify-passersby.html>

Πηγή: Η Άλλη Όψις