



CREW

Creativity, Resilience,
Empowerment for Work



ΙΟ1 ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΟΝ ΨΗΦΙΑΚΟ
ΑΛΦΑΒΗΤΙΣΜΟ



Πίνακας Περιχομιένων

- 04 Στόχοι και σκοπός του ΙΟ1
- 05 Ενότητα 1- Θεωρία και Μεθοδολογία για τον Ψηφιακό Αλφαριθμητισμό
- 13
- Απόκτηση πληροφορίας
 - Αξιολόγηση πληροφορίας
 - Δημιουργία ψηφιακών πληροφοριών ως μαθησιακή διαδικασία
- Ενότητα 2 - Ανάπτυξη βασικών δεξιοτήτων
- 40
- Ο ψηφιακός αλφαριθμητισμός ως πολιτιστική προσέγγιση
 - Μείωση του άγχους με ταυτόχρονη ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων και διδασκαλίας
 - Η έννοια του έξυπνου καταναλωτή
 - Κριτική σκέψη και τεχνικές αξιολόγησης
 - Πολιτιστική αντίληψη και κοινωνική κατανόηση
 - Δημιουργία εικονικής ταυτότητας, διαχείριση και επιπτώσεις
- Ενότητα 3 - Τα πιο σημαντικά εργαλεία στον αλφαριθμητισμό στα μέσα ενημέρωσης γενικά
- Βασικά εργαλεία λογισμικού και επικοινωνίας
 - Μηχανές αναζήτησης
 - Ηλεκτρονικό μήνυμα (Email)
 - Κοινωνικά δίκτυα
 - Επιχειρηματικό λογισμικό
 - Ανάπτυξη ιστοσελίδων, blogging και μάρκετινγκ
 - Προσωπική αφήγηση
 - Ηλεκτρονική υπογραφή και ηλεκτρονικές υπηρεσίες
 - Λογισμικό ασφαλείας
 - Φυσική ασφάλεια συσκευών και εξοπλισμός
 - Το διαδίκτυο των πραγμάτων/Internet of things (IoT)

Πίνακας Περιεχομένων

76	Ενότητα 4- Παραδείγματα, Μελέτες περιπτώσεων και προφυλάξεις για την ανάπτυξη ανθεκτικότητας
	<ul style="list-style-type: none">• Παραβιάσεις απορρήτου και κλοπή δεδομένων• Παραβίαση και εκβιασμός στον κυβερνοχώρο• Κλοπές ταυτότητας• Διαδικτυακός Εκφοβισμός• Τεχνικές ηλεκτρονικού ψαρέματος• Οικονομικά εγκλήματα και επενδυτικές απάτες• Ψεύτικες ειδήσεις και προπαγάνδα• Διαφήμιση απάτης (ψεύτικα προϊόντα, συμπληρώματα)• Υπολογιστής/ Διαδικτυακά παιχνίδια, καζίνο, εθισμός
109	Ενότητα 5 - Κυβερνητικός ρόλος και θεσμοί για να υποβάλετε αίτηση
118	<ul style="list-style-type: none">• Κανονισμός για το ηλεκτρονικό απόρρητο στην ΕΕ• Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR) και Νόμος περί Απορρήτου των Καταναλωτών στην Καλιφόρνια (CCPA)• Κρατικές αρχές προστασίας δεδομένων
122	Ενότητα 6 - Εργαλεία αυτοαξιολόγησης
	<ul style="list-style-type: none">• Αποφύγετε την «κρίση» στα μέσα καριέρας - μείνετε τεχνολογικά ενημερωμένοι• Διαδραστικά παιχνίδια και εφαρμογές

Βιβλιογραφία



Στόχοι και σκοπός του IO1

Το διαδίκτυο έγινε προϊόν τον 21ο αιώνα, σχεδόν το ίδιο με το λάδι, το σιτάρι ή τη ζάχαρη. Είναι το κύριο συστατικό για την ύπαρξη υπηρεσιών σε πολλούς τομείς, όπως στην οικονομία, την υγεία, το μάρκετινγκ, την ψυχαγωγία, την εκπαίδευση. Το διαδίκτυο είναι ένα είδος πρώτης ύλης ή το ίδιο το πλαίσιο, το οποίο χρησιμοποιείται ως δομικό υλικό για μια ποικιλία άλλων υπηρεσιών και οικοσυστημάτων, που εξελίσσονται γύρω από αυτό.

Καθώς τα ψηφιακά και διαδικτυακά εργαλεία εξελίσσονται ταχύτατα, συγχωνεύονται και παράγουν ένα ακόμη ευρύτερο φάσμα υπηρεσιών και καινοτόμων προϊόντων, ενώ οι συσκευές που χρησιμοποιούνται σε καθημερινές προσωπικές και δημόσιες δραστηριότητες γίνονται γρηγορότερες, ευρέως υιοθετημένες και συνδεδεμένες μεταξύ τους, οι δεξιότητες του ψηφιακού γραμματισμού καθίστανται απαραίτητες στην οικοδόμηση καριέρας και στον επιτυχημένο ανταγωνισμό στην αγορά εργασίας. Η συνεχής ανάπτυξη δεξιοτήτων, η ουσιαστική και σκόπιμη εμπλοκή στον ψηφιακό κόσμο, η ικανότητα καταναλωτισμού, αξιολογεί και δημιουργεί πληροφορίες μέσω του διαδικτύου, ταυτόχρονα παραμένοντας ασφαλής και ανθεκτική σε ψεύτικες και χαμηλής ποιότητας πληροφορίες - όλα αυτά είναι πολύ σημαντικά.

Οι εργαζόμενοι με υψηλή εξειδίκευση και ευελιξία, που μπορούν να προσαρμοστούν γρήγορα σε συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες, ειδικά σε έναν ψηφιακό κόσμο, εκτιμώνται περισσότερο από τους εργοδότες. Το να μπορείς να χρησιμοποιήσεις ένα πληκτρολόγιο και ένα ποντίκι, έχοντας κάποιο βαθμό και γνώση δεν θεωρείται πλέον ως πλεονέκτημα, οι άνθρωποι πρέπει να έχουν ένα πολύ ευρύ φάσμα βασικών και ένα σύνολο εξειδικευμένων ψηφιακών δεξιοτήτων, καθώς και την ικανότητα απόκτησης νέων δεξιοτήτων με πολύ γρήγορο ρυθμό.

Ως εκ τούτου, ο στόχος αυτού του μαθήματος είναι να βοηθήσει στον εμπλουτισμό των βασικών δεξιοτήτων που ήδη διαθέτουν τα άτομα, βελτιώνοντας τις συνολικές δεξιότητές τους στον ψηφιακό γραμματισμό και την ενδυνάμωση τους για περαιτέρω ανάπτυξη, ενώ βοηθά τα άτομα με χαμηλότερες τεχνικές δεξιότητες να καταπολεμήσουν το άγχος τους στη βελτίωση των ψηφιακών δεξιοτήτων. Αυτό το μάθημα απευθύνεται σε λιγότερο έμπειρους ενήλικες μαθητές, βοηθώντας τους να συμμετάσχουν περισσότερο στην κοινωνία και την αγορά εργασίας, καθώς και σε εκπαιδευτικούς, οργανισμούς και ιδρύματα που διοργανώνουν σεμινάρια μάθησης, που συμμετέχουν στη διδασκαλία και την κατάρτιση του ψηφιακού γραμματισμού και συναφών θεμάτων, που μπορούν να ωφελήσουν χρησιμοποιώντας τα μαθήματά μας για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

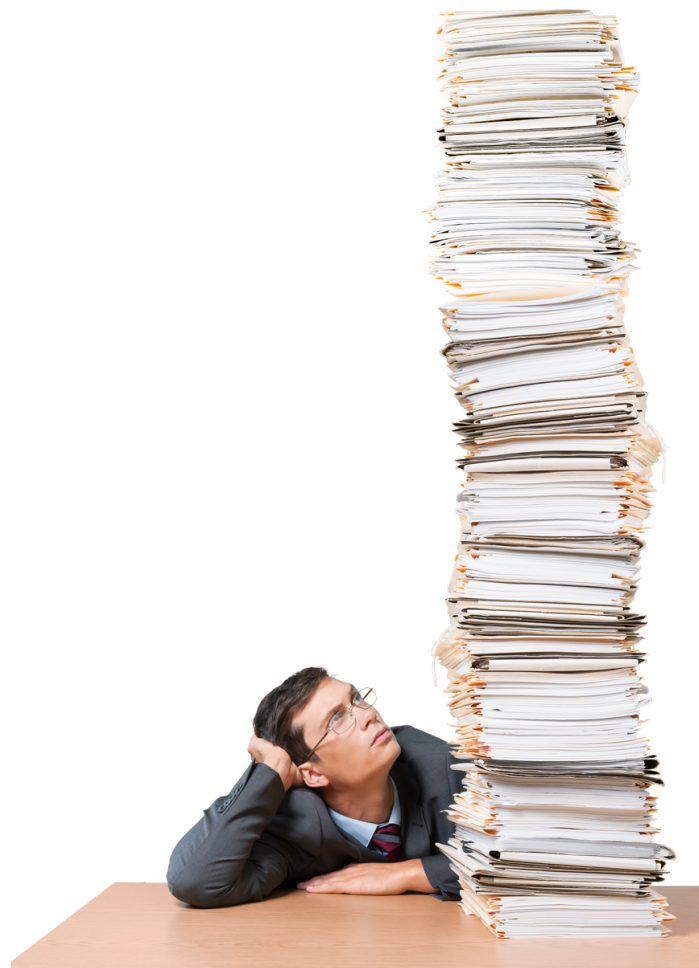


ΘΕΩΡΙΑ ΚΑΙ Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ

1.1 ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Παρόλο που ο όρος της απόκτησης πληροφοριών δεν είναι κάτι καινούργιο, δημιουργεί νέες αντιλήψεις σε έναν τόσο πολύ συνδεδεμένο κόσμο στις αρχές της 3ης δεκαετίας του 21ου αιώνα. Ο Αμερικανικός Σύνδεσμος Βιβλιοθηκών (ALA, 1989) ορίζει τον αλφαριθμητισμό στις πληροφορίες ως ικανό να εξακριβώσει ποιες πληροφορίες χρειάζονται, να καταλάβει πώς προετοιμάζονται οι πληροφορίες, να βρει τις καλύτερες πηγές πληροφοριών για μια δεδομένη ανάγκη, να προσδιορίσει αυτές τις πηγές, να αξιολογήσει τις πηγές αναλυτικά και να μοιραστεί αυτές τις πληροφορίες.

Πάνω από τρεις δεκαετίες, η εξήγηση της πληροφοριακής παιδείας αποτελεί δοκιμασία χρόνου για να προσδιοριστεί πολύ καλά τι μπορεί να είναι η απόκτηση πληροφοριών από την οπτική του ψηφιακού γραμματισμού. Ωστόσο, η εύκολη πρόσβαση, η γρήγορη αλλαγή και η ακούσια ροή πληροφοριών σε έναν ψηφιακό κόσμο καθιστά την απόκτηση πληροφοριών πολύ διαφορετική λόγω του πολύ διαφορετικού μεγέθους των διαθέσιμων πληροφοριών μέσω του διαδικτύου.



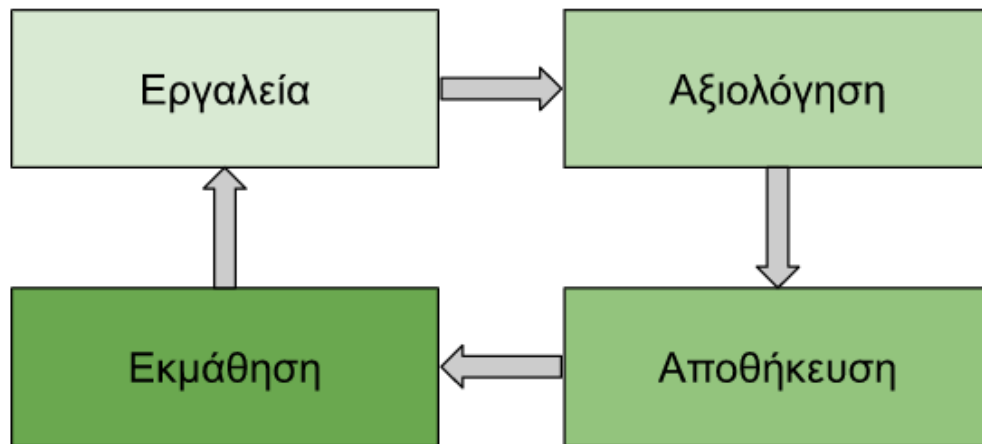
Εμμένουμε στα βασικά και τονίζουμε τους ακόλουθους βασικούς πυλώνες του τι είναι η απόκτηση πληροφοριών υπό το πρίσμα της ψηφιακής παιδείας:

1. Είναι σε θέση να χρησιμοποιεί σωστά τα διαδικτυακά εργαλεία για τη λήψη πληροφοριών.
2. Αξιολογεί κριτικά τις πληροφορίες και τις φιλτράρει μέσω άσχετων πηγών πληροφοριών χαμηλής ποιότητας.
3. Είναι σε θέση να αποθηκεύει και να διαχειρίζεται με ασφάλεια τις ληφθείσες πληροφορίες.
4. Αποκτά τις νέες γνώσεις και έχοντας τη δυνατότητα συνεχούς ανάπτυξης νέων δεξιοτήτων και εκμάθησης χωρίς διακοπή για την απόκτηση περισσότερων συγκεντρώνει καλύτερης ποιότητας πληροφορίες.





Γράφημα 1.1. Μια απεικόνιση του συνεχούς κύκλου απόκτησης πληροφοριών και βελτίωσης της ποιότητας



Τα βασικά εργαλεία για την απόκτηση των ψηφιοποιημένων πληροφοριών είναι συνήθως πολύ γνωστά και δημοφιλή:

1. Google και άλλες μηχανές αναζήτησης
2. Βικιπαίδεια
3. Youtube και άλλες ιστοσελίδες με βίντεο
4. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης - Facebook, Twitter, LinkedIn
5. Σελίδες ειδήσεων, φόρουμ, κατάλογοι διαδικτύου

Η αποθήκευση πληροφοριών είναι ένα μάλλον τεχνικό θέμα, επομένως θα καλύψουμε τα θέματα, όπως την ασφάλεια, την αξιοπιστία και τις βέλτιστες πρακτικές ή σχετικά θέματα για την αποθήκευση πληροφοριών σε περαιτέρω κεφάλαια.

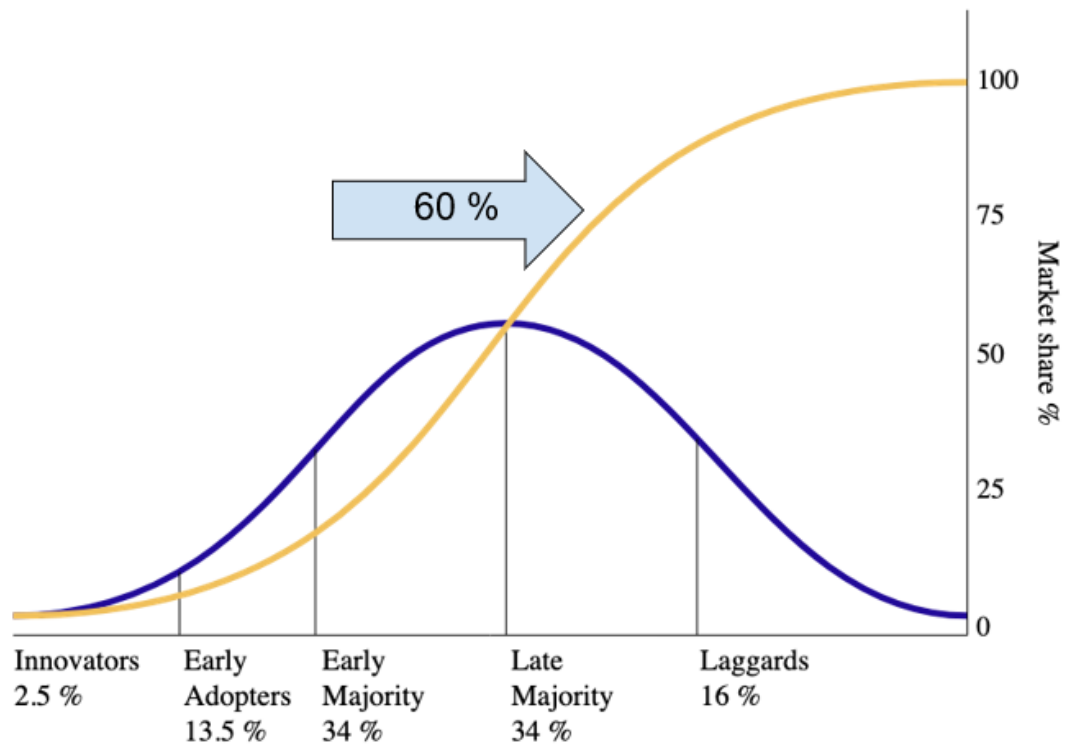
Το μέρος της αξιολόγησης είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη των απαραίτητων ψηφιακών δεξιοτήτων. Επομένως, θα αναλύσουμε εκτενέστερα αυτό το θέμα στο επόμενο κεφάλαιο.

Ποια είναι η τρέχουσα υιοθέτηση του διαδικτύου αυτή τη στιγμή;

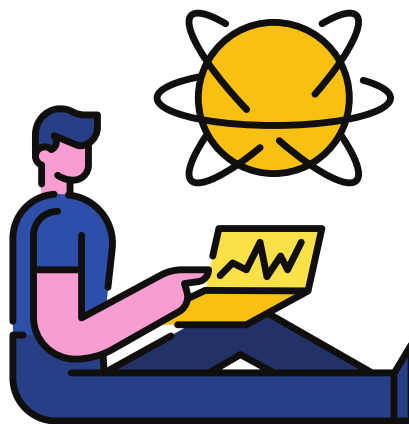
Σύμφωνα με το μοντέλο διάδοσης καινοτομιών του Everett Rogers, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να περιγράψει καλά την εξέλιξη και την υιοθέτηση οποιασδήποτε τεχνολογίας, φαίνεται ότι έχουμε ακόμη πολύ δρόμο προς την υιοθέτηση του διαδικτύου σε ολόκληρο τον κόσμο.



Γράφημα 1.2. Η υιοθέτηση του Διαδικτύου με βάση την εισδοχή του να ¹αγγίζει το 60% το 2021
[πηγή: Statista.com]



Παρά την άρνηση υιοθέτηση του διαδικτύου παγκοσμίως, εξακολουθούμε να θεωρούμε ότι τα ψηφιακά εργαλεία και η σύνδεση στο διαδίκτυο είναι ο σημαντικότερος θετικός παράγοντας για τη διάδοση των ιδεών, την εκπαίδευση των ανθρώπων, την καταπολέμηση της φτώχειας και της ανεργίας.





1.2 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Γιατί χρειάζεται να αξιολογούμε την πληροφορία;

Μόλις βρείτε πληροφορίες που ταιριάζουν με το θέμα και τις απαιτήσεις της έρευνάς σας, θα πρέπει να αναλύσετε ή να αξιολογήσετε αυτές τις πηγές πληροφοριών. Η αξιολόγηση των πληροφοριών σας ενθαρρύνει να σκεφτείτε κριτικά την αξιοπιστία, την εγκυρότητα, την ακρίβεια, την αυθεντικότητα, την επικαιρότητα, την άποψη ή την προκατάληψη των πηγών πληροφοριών σας.

Ακριβώς επειδή ένα βιβλίο, ένα άρθρο ή ένας ιστότοπος ταιριάζει με τα κριτήρια αναζήτησής σας και συνεπώς φαίνεται, στην ονομαστική αξία, να σχετίζεται με την έρευνά σας, δεν σημαίνει ότι είναι απαραίτητα μια αξιόπιστη πηγή πληροφοριών. Είναι σημαντικό να θυμόμαστε ότι πηγές πληροφοριών που περιλαμβάνουν έντυπες και ηλεκτρονικές συλλογές της Βιβλιοθήκης έχουν ήδη αξιολογηθεί για συμπερίληψη στους πόρους της Βιβλιοθήκης. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι αυτές οι πηγές σχετίζονται με την έρευνά σας.

Αυτό δεν ισχύει απαραίτητα για πηγές πληροφοριών στο Διαδίκτυο για το ευρύ κοινό. Πολλοί από εμάς με λογαριασμούς στο Διαδίκτυο/Ιστότοπους είμαστε πιθανοί εκδότες ιστότοπων· το μεγαλύτερο μέρος αυτού του περιεχομένου δημοσιεύεται χωρίς συντακτική αναθεώρηση. Σκεφτείτε το. Πολλοί πόροι είναι διαθέσιμοι για να βοηθήσουν στην αξιολόγηση των ιστοσελίδων.

Ο ευκολότερος τρόπος αξιολόγησης των πληροφοριών είναι να κάνετε σωστές ερωτήσεις. Ποια κριτήρια πρέπει να χρησιμοποιήσετε για να κρίνετε τις πηγές πληροφοριών;

1. Αρχικά, δείτε τον συγγραφέα, τον τίτλο, τον εκδότη και την ημερομηνία δημοσίευσης. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να βρεθούν στη βιβλιογραφική παραπομπή και μπορούν να προσδιοριστούν ακόμη και πριν έχετε το φυσικό αντικείμενο στο χέρι.
2. Στη συνέχεια, δείτε το περιεχόμενο, π.χ. προοριζόμενο κοινό, αντικειμενικότητα της γραφής, κάλυψη, στυλ γραφής και, εάν υπάρχουν, αξιολογήσεις.





Για παράδειγμα, θα πρέπει να υποβληθούν οι ακόλουθες ερωτήσεις προκειμένου να αξιολογηθεί βήμα-βήμα η ποιότητα των πληροφοριών:

Ποιος είναι ο συγγραφέας (μπορεί να είναι ένα άτομο ή ένας ολόκληρος οργανισμός) ή/και εκδότης;

1. Ποια είναι τα διαπιστευτήρια και η ειδικότητα ή ο χορηγός οποιουδήποτε ατόμου ή οργανισμού;
2. Πόσο αντικειμενικοί, αξιόπιστοι και έγκυροι είναι;
3. Έγραψαν άλλα άρθρα ή βιβλία;
4. Οι συγγραφείς παρατίθενται με στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο);
5. Έχει εκδώσει άλλα έργα ο εκδότης;
6. Ειδικεύονται στη δημοσίευση συγκεκριμένων θεμάτων ή πεδίων;
7. Είναι ο εκδότης ακαδημαϊκός (πανεπιστημιακός τύπος, επιστημονικές ενώσεις); Εμπορικός? Κυβερνητικός οργανισμός; Εκδίδει μόνος του;



Τι μπορεί να ειπωθεί για το περιεχόμενο, το κείμενο, το στυλ, τη δομή, την πληρότητα και την ακρίβεια των πληροφοριών που παρέχονται από την πηγή;

1. Προσφέρονται συμπεράσματα; Εάν ναι, με βάση ποια στοιχεία και στηριζόμενα σε ποια πρωτογενή και δευτερογενή τεκμηρίωση;
2. Τι υπονοεί το περιεχόμενο;
3. Αντιπροσωπεύονται διαφορετικές προοπτικές;
4. Είναι το περιεχόμενο σχετικό με τις ανάγκες σας;





Πότε δημοσιεύθηκαν οι πληροφορίες;

1. Η ημερομηνία δημοσίευσης βρίσκεται γενικά στη σελίδα τίτλου ή στην πίσω πλευρά της σελίδας τίτλου (ημερομηνία πνευματικών δικαιωμάτων);
2. Είναι οι πληροφορίες που παρέχονται από την πηγή στην αρχική τους μορφή ή έχουν αναθεωρηθεί ώστε να αντικατοπτρίζουν τις αλλαγές στη γνώση;
3. Είναι αυτές οι πληροφορίες έγκαιρες και ενημερώνονται τακτικά;

Πού αλλού μπορούν να βρεθούν οι πληροφορίες που παρέχονται από την πηγή;

1. Είναι αυθεντικές αυτές οι πληροφορίες;
2. Είναι αυτές οι πληροφορίες μοναδικές ή έχουν αντιγραφεί;
3. Γιατί δημοσιεύθηκαν οι πληροφορίες από την πηγή;



Ποιο είναι το πλαίσιο γύρω από αυτές τις πληροφορίες;

1. Ποιες είναι οι προοπτικές, οι απόψεις, οι υποθέσεις και οι προκαταλήψεις όσων είναι υπεύθυνοι για αυτές τις πληροφορίες;
2. Για ποιο κοινό προορίζεται;
3. Γίνονται πωλήσεις;

Η σωστή εισαγωγή στην αξιολόγηση των πληροφοριών είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη επιθυμητών αποτελεσμάτων για βελτιώσεις στις δεξιότητες του ψηφιακού γραμματισμού, ιδίως παρέχοντας στους εκπαιδευόμενους τις οδηγίες και τις κατευθυντήριες γραμμές για την αυτο-βελτίωση και την αυτο-μάθηση από την πρακτική.





1.3 ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΩΣ ΜΑΘΗΣΙΑΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Οι πληροφορίες σε οποιαδήποτε μορφή παράγονται για τη μεταφορά ενός μηνύματος και κοινοποιούνται μέσω μιας επιλεγμένης μεθόδου παράδοσης και διανομής. Οι επαναληπτικές διεργασίες έρευνας, δημιουργίας, αναθεώρησης και ανταλλαγής πληροφοριών ποικίλλουν, επομένως η όλη διαδικασία από μόνη της αποτελεί μεγάλο μέρος της διαδικασίας συνεχούς μάθησης, ενώ οι πληροφορίες δημιουργούνται, καταναλώνονται και διανέμονται.



Το «Learning-by-doing» (=Μαθαίνω κάνοντας) ως προσέγγιση της εκπαίδευσης είναι πολύ κατάλληλο για τη βελτίωση των δεξιοτήτων ψηφιακού γραμματισμού, επειδή υπάρχει ένα πολύ ευρύ φάσμα εργαλείων και λογισμικού που είναι διαθέσιμο, έτοιμα για χρήση από μαθητές οποιουδήποτε επιπέδου δεξιοτήτων, προκειμένου να επιτύχουν συγκεκριμένους στόχους για παραδοτέα και μαθησιακούς σκοπούς. Επί του παρόντος, τα υπάρχοντα εργαλεία και όργανα στον ψηφιακό κόσμο είναι διαθέσιμα σε οποιαδήποτε χώρα, υποστηρίζουν την πλειονότητα των γλωσσών και είναι είτε πολύ φθηνά είτε εντελώς δωρεάν. Αυτό καθιστά την απόκτηση ψηφιακών δεξιοτήτων διαθέσιμη και σχετικά εύκολη σε όλους. Για να τελειοποιήσουν την εκπαιδευτική διαδικασία, οι εκπαιδευτικοί πρέπει να επιλέξουν το κατάλληλο μέσο για να προσφέρουν την εκπαίδευσή τους.

Χρησιμοποιούμε τη δημιουργία ιστοτόπων ως παράδειγμα πρακτικής προσέγγισης. Προκειμένου να είναι σε θέση να δημιουργήσει έναν ιστότοπο, ένα άτομο πρέπει να έχει βασικές γνώσεις και δεξιότητες χρήσης υπολογιστή, οι οποίες θα τον βοηθούσαν να βρει τις απαραίτητες οδηγίες και απαιτήσεις για την κατασκευή του ιστότοπου. Αυτές οι βασικές δεξιότητες μπορούν να αποκτηθούν νωρίτερα κατά τη διάρκεια της επίσημης εκπαίδευσης, ωστόσο οι βαθύτερες γνώσεις θα αποκτηθούν μετά την ολοκλήρωση των πρακτικών εργασιών.

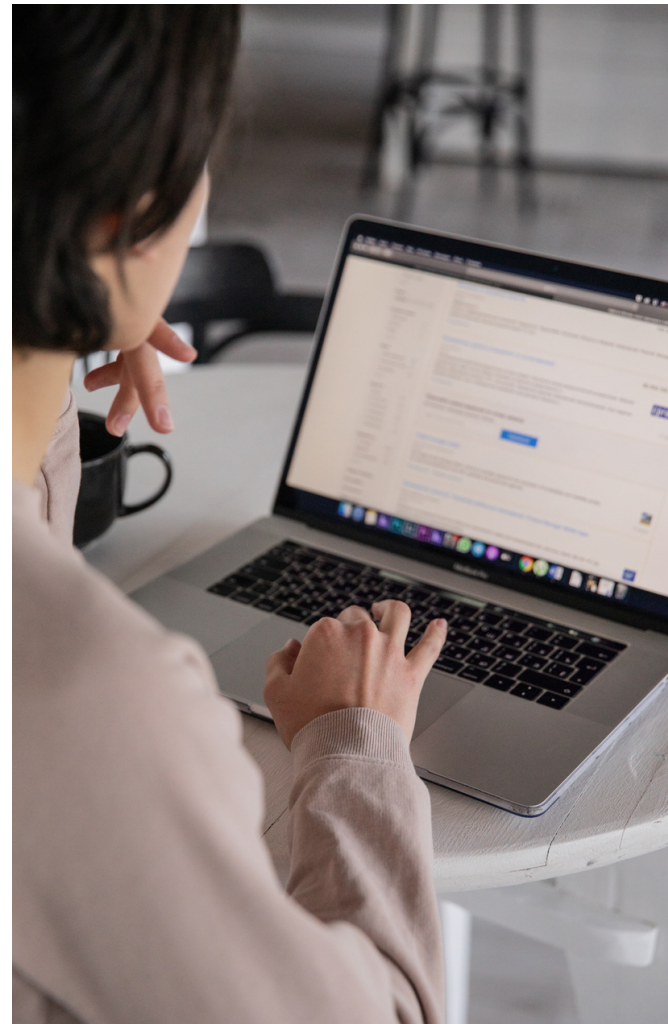




Η δημιουργία ιστοτόπων είναι μια πολύπλοκη εργασία, η οποία απαιτεί τη βελτίωση των δεξιοτήτων στην αναζήτηση πληροφοριών και την αξιολόγηση, την αποθήκευση, τη δημιουργία και τη διανομή, επομένως τονίζουμε ότι αυτό το είδος άσκησης είναι ένας απόλυτα κατάλληλος τρόπος για τη βελτίωση των ψηφιακών δεξιοτήτων. Εάν είναι απαραίτητο, οι ασκήσεις δημιουργίας ιστοτόπων ενδέχεται να περιλαμβάνουν μάρκετινγκ και επικοινωνία, σύνταξη ποιοτικών άρθρων που συμπληρώνονται με διαδραστικές και εμπλουτισμένες προσθήκες πολυμέσων, έρευνα σχετικά με τη συμπεριφορά και την εμπειρία των χρηστών του διαδικτύου, την ασφάλεια και το απόρρητο και πώς μπορεί ο σχεδιασμός, η δομή ή οι λειτουργίες ενός ιστοτόπου να βοηθήσουν στην επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων.

Οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να επιλέξουν είτε να εργαστούν στη δημιουργία προσωπικών ιστολογίων είτε σε μια απλή δημιουργία ιστοτόπου ηλεκτρονικού εμπορίου, η οποία τους αναγκάζει να αποκτήσουν τις απαραίτητες δεξιότητες σε τομείς όπως οικονομικά, δημιουργία ψηφιακής ταυτότητας, προφυλάξεις κατά εγκλημάτων στον κυβερνοχώρο, χρήση ηλεκτρονικής υπογραφής και υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης. Πρέπει επίσης να αρχίσουν να βλέπουν τον εαυτό τους ως μέρος μιας ατελείωτης διαδικασίας τόσο στη δημιουργία πληροφοριών όσο και στην κατανάλωση πληροφοριών ταυτόχρονα, γεγονός που διευρύνει την αντίληψή τους στον ψηφιακό γραμματισμό στο σύνολό του.

Η μεθοδολογική μας πρόταση για την εκπαίδευση ψηφιακού γραμματισμού είναι να χρησιμοποιήσουμε μια πρακτική προσέγγιση της δημιουργίας ιστοσελίδων και να προσαρμόσουμε συγκεκριμένες ασκήσεις με βάση τις πραγματικές δεξιότητες, τα κίνητρα και τις προσδοκίες των εκπαιδευομένων.



ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ

2.1. Ο ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΩΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Διανύουμε μια περίοδο τεχνολογικής ανάπτυξης που είναι άνευ προηγουμένου και ευρέως διαδεδομένη. Σε σύντομο χρονικό διάστημα από τη δημιουργία του διαδικτύου, πολλά έχουν αλλάξει, συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού υπολογιστών, της ταχύτητας επεξεργασίας και της φορητότητας των συσκευών, της προσβασιμότητας πληροφοριών και γνώσεων, των μεθόδων επικοινωνίας μας, της διατήρησης των σχέσεών μας, του εμπορίου, τη προστασία του προσωπικού απορρήτου, δημιουργικές διαδικασίες, δημοσίευση περιεχομένου και εμφάνιση νέων ψηφιακών φυλών και εικονικών ομάδων (Wheeler, 2009).



Αρκετά πρόσφατα δημοσιευμένα άρθρα έχουν διερευνήσει την έννοια του «ψηφιακού γραμματισμού» και, όπως αναμενόταν, υπάρχουν πολλές απόψεις. Ο Άντερσον (2010) για παράδειγμα, περιγράφει τον ψηφιακό γραμματισμό ως την ικανότητα εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων των τεχνολογιών υπολογιστών. Ο αλφαριθμητισμός, σε όλες τις μορφές του, είναι ταυτόχρονα πολιτιστικός, κοινωνικός και προσωπικός (Kress, 2009) και μας επιτρέπει να αλληλεπιδρούμε πλήρως σε συγκεκριμένους πολιτισμούς. Μερικοί προειδοποιούν ότι χωρίς επαρκές επίπεδο γνώσης, τα ψηφιακά μέσα έχουν την ικανότητα να βλάψουν ορισμένους (van Dijk, 2005), ενώ άλλοι προειδοποιούν για τη φύση του διαδικτύου που υπονομεύει τη γνώση και την ικανότητα (Carr, 2008; Keen, 2007). Ωστόσο, η συντριπτική πλειοψηφία των σχολιαστών επικροτεί τη δυνατότητα του κοινωνικού ιστού να απελευθερώσει την εκπαίδευση και να εκδημοκρατίσει τη μάθηση, με την επιφύλαξη ότι οι ψηφιακοί γραμματισμοί εφαρμόζονται. Η ειδική ομάδα ψηφιακής παιδείας της American Library Association προσφέρει αυτόν τον ορισμό: «Ο ψηφιακός γραμματισμός είναι η ικανότητα χρήσης τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνιών για την εύρεση, αξιολόγηση, δημιουργία και επικοινωνία πληροφοριών, απαιτώντας τόσο γνωστικές όσο και τεχνικές δεξιότητες».





Ο όρος «ψηφιακός γραμματισμός» έχει γίνει τόσο δημοφιλής και διαδεδομένος τα τελευταία 10 χρόνια που σχεδόν θεωρείται δεδομένος. Με ποικίλους βαθμούς πολυπλοκότητας, η φράση ψηφιακός γραμματισμός χρησιμοποιείται τώρα για να περιγράψει τις σχέσεις μας με τις ψηφιακές τεχνολογίες καθώς μεσολαβούν σε πολλές (αν όχι περισσότερες) από τις κοινωνικές μας αλληλεπιδράσεις.

Με αυτόν τον ορισμό του ψηφιακού γραμματισμού της American Library Association, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε ότι ακόμη και οι ψηφιακοί ιθαγενείς που ξέρουν πώς να στείλουν ένα κείμενο και μια ανάρτηση στα κοινωνικά μέσα δεν θεωρούνται με κανέναν τρόπο «ψηφιακά εγγράμματοι». Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η απλή ανάγνωση στο διαδίκτυο ή η εγγραφή σε μια υπηρεσία eBook δεν κάνει κάποιον ψηφιακά εγγράμματο

Ο ψηφιακός γραμματισμός στην εκπαίδευση περιλαμβάνει πολύ περισσότερα. Για παράδειγμα, πρέπει να έχετε συγκεκριμένες δεξιότητες κατά την ανάγνωση διαδικτυακού κειμένου που μπορεί να περιέχει ενσωματωμένους πόρους όπως υπερσυνδέσμους, ηχητικά κλιπ, γραφήματα ή γραφήματα που απαιτούν να κάνετε επιλογές.

Ο ψηφιακός γραμματισμός σημαίνει ότι έχετε τις δεξιότητες που χρειάζεστε για να ζήσετε, να μάθετε και να εργαστείτε σε μια κοινωνία όπου η επικοινωνία και η πρόσβαση σε πληροφορίες αυξάνεται μέσω ψηφιακών τεχνολογιών όπως μια πλατφόρμα διαδικτύου, κοινωνικά μέσα και κινητές συσκευές.



Η ανάπτυξη της κριτικής σκέψης σας είναι απαραίτητη όταν βρίσκεστε αντιμέτωποι με τόσες πολλές πληροφορίες σε διαφορετικές μορφές - η αναζήτηση, η επιλογή, η αξιολόγηση, η εφαρμογή και η παραγωγή πληροφοριών απαιτούν από εσάς να σκεφτείτε κριτικά.

Η επικοινωνία είναι επίσης βασική πτυχή του ψηφιακού γραμματισμού. Κατά την επικοινωνία σε εικονικά περιβάλλοντα, η ικανότητα να εκφράζετε με σαφήνεια τις ιδέες σας, να υποβάλλετε σχετικές ερωτήσεις, να έχετε σεβασμό και να χτίζετε εμπιστοσύνη είναι εξίσου σημαντική με την προσωπική επικοινωνία.

Χρειάζονται επίσης πρακτικές δεξιότητες στη χρήση της τεχνολογίας για πρόσβαση, διαχείριση, χειρισμό και δημιουργία πληροφοριών με ηθικό και βιώσιμο τρόπο. Είναι μια διαδικασία συνεχούς μάθησης λόγω συνεχών νέων εφαρμογών και ενημέρωσης και πρέπει να διατηρήσετε την ψηφιακή ζωή σας σε τάξη!





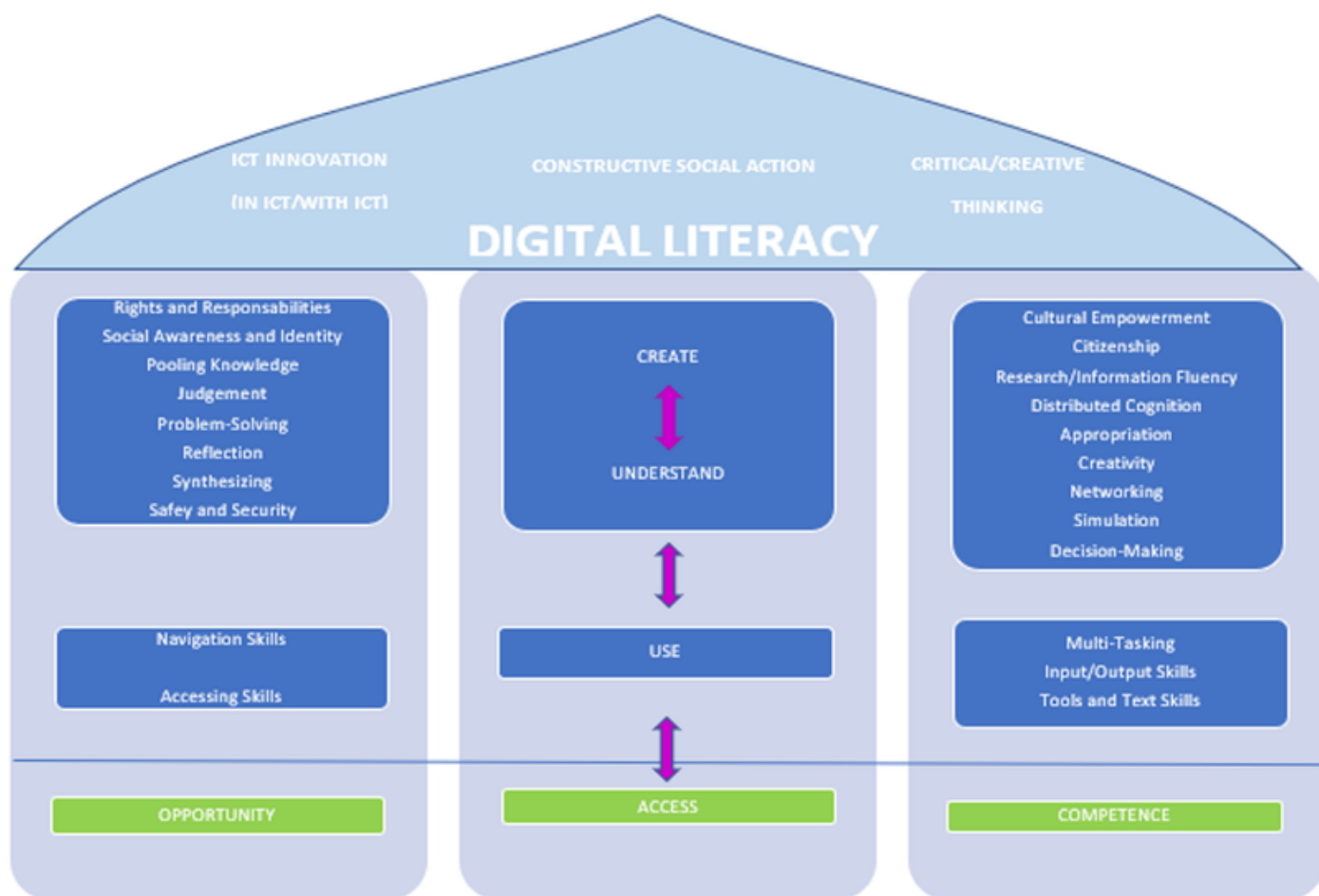
Ο ψηφιακός γραμματισμός είναι πολύ σημαντικός τώρα και θα είναι πολύ σημαντικός στο επαγγελματικό σας μέλλον. Στον χώρο εργασίας σας απαιτείται να αλληλεπιδράτε με άτομα σε ψηφιακά περιβάλλοντα, να χρησιμοποιείτε πληροφορίες με κατάλληλους τρόπους και να δημιουργείτε νέες ιδέες και προϊόντα μαζί. Πάνω απ' όλα, πρέπει να διατηρήσετε την ψηφιακή σας ταυτότητα και ευημερία καθώς το ψηφιακό τοπίο συνεχίζει να αλλάζει με γρήγορο ρυθμό.

Όπως αναφέρθηκε, οι ψηφιακές δεξιότητες αναπτύσσονται και ενημερώνονται συνεχώς σύμφωνα με τις αλλαγές στην τεχνολογία. Τα ψηφιακά πλαίσια δεξιοτήτων διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην καταγραφή του εύρους των δεξιοτήτων καθώς και αυτών των αλλαγών, επιτρέποντας έτσι στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και τους παρόχους ψηφιακών δεξιοτήτων να διασφαλίσουν ότι τα προγράμματα σπουδών τους παραμένουν σχετικά και ενημερωμένα. Πολλοί οργανισμοί και διεθνείς οργανισμοί έχουν αναπτύξει ψηφιακά πλαίσια δεξιοτήτων. Επισημαίνουμε το έργο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής - το Ψηφιακό Πλαίσιο Ικανότητας για τους Πολίτες (ή DigComp) που παρέχει μια κοινή γλώσσα σχετικά με τον τρόπο αναγνώρισης και περιγραφής των βασικών τομέων της ψηφιακής ικανότητας και ως εκ τούτου προσφέρει μια κοινή αναφορά σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η Διεθνής Εταιρεία Τεχνολογίας στην Εκπαίδευση (ISTE) διαμορφώνει τα κριτήρια αξιολόγησης της ψηφιακής παιδείας γύρω από έξι πρότυπα: δημιουργικότητα και καινοτομία, επικοινωνία και συνεργασία, ευχέρεια έρευνας και πληροφόρησης, κριτική σκέψη, επίλυση προβλημάτων και λήψη αποφάσεων, ψηφιακή υπηκοότητα, και τεχνολογικές λειτουργίες και έννοιες.

Αυτό το μοντέλο δείχνει τα πολλά διασυνδεδεμένα στοιχεία που εμπίπτουν στην ομπρέλα ψηφιακού γραμματισμού. Υπάρχει μια λογική πρόοδος από τις πιο θεμελιώδεις δεξιότητες προς τα υψηλότερα, πιο μεταμορφωτικά επίπεδα, αλλά αυτό δεν είναι απαραίτητα μια διαδοχική διαδικασία: πολλά εξαρτώνται από τις ανάγκες των μεμονωμένων χρηστών, από τις ανάγκες σας.



Γράφημα 3. Μοντέλο Ψηφιακού Γραμματισμού



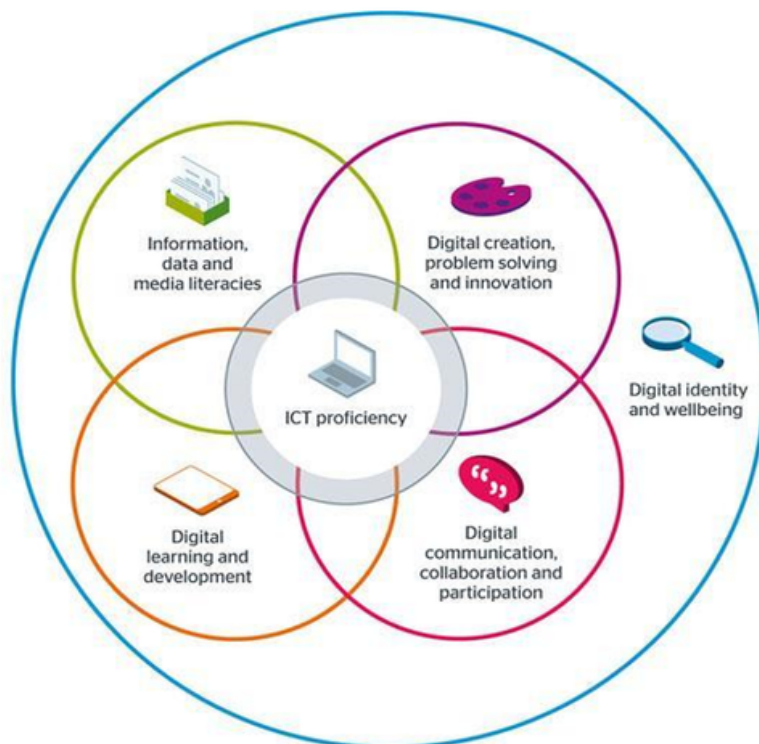
Ποια είναι τα στοιχεία που σας κάνουν ψηφιακά εγγράμματος;

Ο ψηφιακός γραμματισμός κοιτάζει πέρα από τις λειτουργικές δεξιότητες πληροφορικής για να περιγράψει ένα πλουσιότερο σύνολο ψηφιακής συμπεριφοράς, πρακτικών και ταυτοτήτων.





Γράφημα 4. Το μοντέλο Jisc



Το παρακάτω μοντέλο Jisc απεικονίζει την ιδέα ότι η επάρκεια στις ΤΠΕ (Τεχνολογία Πληροφοριών και Επικοινωνιών) αποτελεί βασικό στοιχείο στον ψηφιακό γραμματισμό μας, ενώ άλλες δεξιότητες αλληλεπικαλύπτονται και βασίζονται σε αυτήν την ικανότητα, και γενικότερα είναι η ψηφιακή μας ταυτότητα και ευημερία.

Ανακτήθηκε από: <https://www.jisc.ac.uk/rd/projects/building-digital-capability>





2.2. ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΆΓΧΟΥΣ ΚΑΤΆ ΤΗΝ ΑΝΆΠΤΥΞΗ ΨΗΦΙΑΚΏΝ ΔΕΞΙΟΤΉΤΩΝ ΚΑΙ ΔΙΔΑΣΚΑΛΊΑΣ

Για ορισμένους ενήλικες - συμπεριλαμβανομένων των νεαρών ενηλίκων - η ελλιπής χρήση του διαδικτύου συνδέεται με χαμηλό αλφαριθμητικό και αριθμητική, και με την έλλειψη εμπιστοσύνης και κινήτρων για να μάθουν νέες δεξιότητες και να τις εφαρμόσουν στη ζωή τους. Οι ψηφιακές δεξιότητες είναι το κλειδί για την ένταξη στην κοινωνία. Η απόκτηση αυτών των δεξιοτήτων, μαζί με την αυτοπεποίθηση και τα κίνητρα για χρήση τους στην πραγματική ζωή, μπορούν να βοηθήσουν τους ανθρώπους να έχουν καλύτερη ζωή. Οι άνθρωποι μπορεί να νιώθουν αμηχανία που δεν γνωρίζουν πώς να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και το άγχος του υπολογιστή είναι μια συνέπεια. Το άγχος των υπολογιστών είναι ένα ευρέως διαδεδομένο φαινόμενο από την εισαγωγή των υπολογιστών στη ζωή μας, δείχνοντας ότι οι χρήστες που γνωρίζουν λίγα για τους υπολογιστές είναι πιο πιθανό να ανησυχούν γι' αυτούς, αλλά το ψηφιακό άγχος μπορεί να μειωθεί αυξάνοντας την ικανότητά τους να επιλύουν τεχνολογικά και ψηφιακά προβλήματα. Το ίδιο το άγχος ορίζεται ως μια διαταραχή ψυχικής υγείας που περιλαμβάνει «υπερβολικούς» φόβους και ανησυχίες. Αυτή η συχνά «σιωπηλή» αναπηρία μπορεί να εκδηλωθεί με πολλούς τρόπους και η καθημερινή ζωή δεν αποτελεί εξαίρεση.

Τα συνηθισμένα σημάδια που μπορεί να εμφανίσετε όταν αντιμετωπίζετε ψηφιακό άγχος ή δεν είστε εξοικειωμένοι με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

1. Άγχος ή κρίσεις πανικού
2. Απομόνωση ή απόσυρση από κοινωνικές δραστηριότητες
3. Αυξημένη μυστικότητα
4. Θυμό
5. Κατάθλιψη
6. Κακοί βαθμοί
7. Αντίδραση
8. Πόνοι στο στομάχι, πονοκέφαλοι ή άλλοι γενικοί πόνοι στο σώμα που δεν εξηγούνται από ιατρική κατάσταση





Η πρόσβαση στην τεχνολογία και στις ψηφιακές δεξιότητες είναι ζωτικής σημασίας για την απόκτηση πρόσβασης σε βασικούς τομείς της σχολικής και κοινωνικής ζωής, αλλά η τεχνολογία συμβάλλει στην εμφανή αύξηση των προβλημάτων άγχους που παρατηρούνται στον σύγχρονο κόσμο; Τι γίνεται με την ψηφιακή και τη νέα τεχνολογία που κάνει πολλούς από εμάς αγχώδεις;

Το άγχος της πληροφορικής χαρακτηρίζεται από συναισθήματα ανησυχίας και φόβου, καθώς και φυσική ένταση που σχετίζεται με την τρέχουσα ή μελλοντική χρήση των υπολογιστών, για παράδειγμα, ο φόβος για λάθη ή απώλεια δεδομένων. Μπορεί επίσης να οδηγήσει σε τεχνολογικό άγχος. Στην πιο ακραία του κατάσταση, το άγχος πληροφορικής μπορεί να γίνει «τεχνοφοβία» που συνεπάγεται αντίσταση στη χρήση τεχνολογίας καθόλου και μπορεί να προκαλέσει έλλειψη πληροφοριών σχετικά με την τεχνολογία και τον ψηφιακό γραμματισμό.

Πώς μπορείτε να αντιμετωπίσετε αυτήν την Τεχνολογία Πληροφοριών και το ψηφιακό άγχος;

Να είστε έτοιμοι

Αυτό είναι το σύνθημα των Προσκόπων για έναν λόγο: είναι έξυπνη συμβουλή. Όταν ασχολούμαστε με υπολογιστές και τις απαραίτητες ψηφιακές δεξιότητες, πολλοί από εμάς είναι λίγο εκφοβισμένοι, θέλοντας απλώς να μάθουμε τα βασικά και να ασχοληθούμε με τα τεχνικά πράγματα όσο το δυνατόν λιγότερο. Αν και αυτό είναι κατανοητό, μπορείτε να σώσετε τον εαυτό σας από άγχος, μαθαίνοντας τον τρόπο λειτουργίας των συστημάτων διαβάζοντας τα εγχειρίδια και ίσως ένα βιβλίο ή δύο για τους υπολογιστές, καθώς και να εξασκήσετε.





Δημιουργείτε συχνά αντίγραφα ασφαλείας

Εάν δεν το έχετε ήδη εφαρμόσει στη καθημερινότητά σας, είναι ζωτικής σημασίας να αρχίσετε να δημιουργείτε αντίγραφα ασφαλείας των αρχείων σας τακτικά (σας συνιστούμε μία φορά την εβδομάδα), έτσι ώστε εάν αντιμετωπίσετε βασικές δυσκολίες, να μην χάσετε μεγάλο μέρος του πολύτιμου χρόνου σας και της δουλειάς σας.



F.O.M.O. (Fear of Missing Out - Φόβος μη χάσετε κάτι

Αλλά τι συμβαίνει εάν δεν φοβάστε τη χρήση υπολογιστών, αλλά πρέπει να ελέγχετε συνεχώς τα email και να είστε ενεργοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και έχετε την αίσθηση ότι πρέπει να είστε συνεχώς συνδεδεμένοι και να αλληλεπιδράτε και εάν δεν είστε, είστε χαμένοι και οι συνέπειες μπορεί να είναι αρνητικές;

Γράφημα 5. Φόβος μη χάσετε κάτι

F	Fear
O	Of
M	Missing
O	Out

Όλοι έχουμε μια σχέση αγάπης-μίσους με τα emails και τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης και μερικές φορές παραπονόμαστε ότι λαμβάνουμε πάρα πολλά email, αλλά αντίθετα, το ελέγχουμε πολύ συχνά για το φόβο μη χάσουμε/μας ξεφύγει κάτι (FOMO). Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο επιδεινώνεται συχνά από πολλούς λογαριασμούς email για να καλύψει διαφορετικούς τομείς της ζωής σας, δηλαδή για επιχειρήσεις, προσωπικά και ενδιαφέροντα όπως αθλητικούς συλλόγους/ομάδα εκκλησιών κ.λπ. Επιπλέον, έχετε την ανάγκη να ελέγχετε τα κοινωνικά μέσα ξανά και ξανά, έτσι ώστε να μην αισθάνεστε εκτός των εξελίξεων: έτσι, γνωρίζετε ότι κάνετε πράττετε σωστά, οπότε δεν αισθάνεστε αποκλεισμένοι.

Πώς να διαχειριστείτε τον φόβο σας μήπως χάσετε κάτι; Το FOMO είναι ένα αυτο-εφευρεθέν ψυχολογικό βασανιστήριο και είναι ένα κατασκεύασμα της χειρότερης φαντασίας του μυαλού μας.





Ακολουθούν 4 συμβουλές για να διατηρήσετε την ψυχική σας υγεία κατά τη διάρκεια του συναισθήματος FOMO

1. Ειδοποιήσεις

Να είστε καλοί με τον εαυτό σας και απενεργοποιήστε όλες τις ειδοποιήσεις email από τον υπολογιστή και το κινητό σας τηλέφωνο - δεν θέλετε τη συνεχή διακοπή. Αυτό περιλαμβάνει την απενεργοποίηση του ενοχλητικού αριθμού email που εμφανίζεται συχνά στην εικόνα του email σας. Βλέποντας 100 μη αναγνωσμένα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου θα αυξήσει μόνο τα επίπεδα άγχους σας και θα σας παρασύρει να ρίξετε μια ματιά στα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σας.

Δεν χρειάζεται να βλέπετε κάθε email, ακόμη και από βασικούς ενδιαφερόμενους. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο δεν είναι άμεσο μήνυμα και σας απομακρύνει από το να κάνετε σε βάθος δουλειά.

Ενώ βρίσκεστε εκεί, απενεργοποιήστε όλες τις μη απαραίτητες ειδοποιήσεις, όπως το Facebook, το Twitter και το WhatsApp - η απενεργοποίηση των ειδοποιήσεων μπορεί να είναι απίστευτα απελευθερωτική. Επίσης, μετακινήστε τις εφαρμογές email σας στη δεύτερη σελίδα του smartphone σας.

2. Υγιής απόσταση

Μην λέτε «ναι» σε διάφορες εκδηλώσεις με το φόβο μην χάσετε κάτι και διατηρείτε μια υγιή απόσταση από τις εκδοχές της ζωής που θέλουν να προβάλλουν οι άλλοι. Για μία εβδομάδα, καταγράψτε τον χρόνο που αφιερώνετε για τον έλεγχο των email, των μηνυμάτων ή των κοινωνικών μέσων σε καθημερινή βάση. Τι άλλο θα μπορούσατε να κάνετε εκείνη την ώρα; Ο φόβος μήπως χάσετε κάτι είναι πραγματικός και το FOMO μπορεί να είναι επικίνδυνο, αλλά αν ξέρετε τι να αναζητήσετε το FOMO είναι αναστρέψιμο. Σκεφτείτε το σαν JOMO (Joy=χαρά). Χαρά του να χάσετε κάτι.



3. Ορίστε προτεραιότητες

Θυμηθείτε ότι ο όγκος των πληροφοριών που μπορείτε να χειριστείτε είναι περιορισμένος και εστιάστε στα άτομα και τα δεδομένα που σας ενδιαφέρουν πραγματικά ή μπορεί να είναι χρήσιμα για εσάς.

4. Αναλάβετε δράση

Εάν είστε μόνιμα συνδεδεμένοι με φόβο για αυτό που μπορεί να χάσετε, αυτό που πραγματικά λείπει είναι η ζωή. Αντί να κοιτάς τι κάνουν οι άλλοι, και να ξοδεύεις τον ελεύθερο χρόνο σου για φωτογράφιση, ηχογράφιση και δημοσίευση των δραστηριοτήτων σου, απολαύστε καλές εμπειρίες και μοιραστείτε τις με αυτούς που σας ενδιαφέρουν.





2.3. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΕΞΥΠΝΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Η γρήγορη ανάπτυξη της φιλικής προς το χρήστη τεχνολογίας και η άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες έχουν κάνει τους πελάτες του σήμερα έξυπνους και ενημερωμένους. Με τις ολοένα αυξανόμενες δυνατότητες που διατίθενται με ένα πάτημα της οθόνης αφής, η συμπεριφορά και οι προτιμήσεις των καταναλωτών είναι πάντα σε εξέλιξη.

Όταν ακούτε τη λέξη καταναλώστε - πού πηγαίνει το μυαλό σας; Ίσως αρχίζει να σκέφτεται για το φαγητό και τι τρώτε. Για να είμαστε δίκαιοι, δεν είναι πολύ μακριά. Η κατανάλωση είναι κάτι περισσότερο από αυτό που βάζετε στο στόμα σας. Είναι αυτό που κάνετε με τα χρήματα και το χρόνο σας. Τα χρήματά σας αγοράζουν φαγητό, καταφύγιο, ρούχα, παιχνίδια, αυτοκίνητο, γνώσεις, διαμονή κ.λπ. Ο χρόνος σας ξοδεύεται μαθαίνοντας μια νέα δεξιότητα ή καταναλώνοντας το τελευταίο συμβάν της ημέρας. Η επίτευξη αυτής της ισορροπίας μεταξύ δημιουργίας και κατανάλωσης μπορεί να είναι δύσκολη. Εάν πάρετε το υπόλοιπο σωστά, οδηγεί σε βελτιωμένη οικονομική ικανότητα.



Οι νέες τεχνολογίες αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο ενεργούν οι καταναλωτές. Χάρη στην τεχνολογία, οι καταναλωτές γίνονται όλο και περισσότερο ενημερωμένοι και απαιτητικοί. Οπλισμένοι με γνώσεις που συλλέγονται από πολλές πηγές, χρησιμοποιούν τα χρήματά τους για τα αγαθά και τις υπηρεσίες που επιθυμούν. Θέλουν να αλληλεπιδρούν με τρόπο που να είναι συναφής και έγκαιρος: σχετικός με οτιδήποτε ψωνίζει, ανεξάρτητα από το πού, τότε και πώς ψωνίζουν για αυτό, έγκαιρα στην ικανοποίηση των αναγκών τους. Εν ολίγοις, οι σημερινοί καταναλωτές γίνονται πιο έξυπνοι. Αλλά, πώς μπορείς να είσαι πιο έξυπνος καταναλωτής;

Οι καταναλωτές όλων των ηλικιών και σε όλα τα μέρη του κόσμου συρρέουν στα κοινωνικά μέσα. Η κατανόηση των κοινωνικών μέσων δεν είναι πλέον προαιρετική. Είναι επιτακτική ανάγκη να είσαι έξυπνος καταναλωτής. Ο κορεσμός των μέσων ενημέρωσης πρέπει να γίνει πιο ενεργός ως καταναλωτής, εν μέρει για τη διαχείριση του χείμαρρου δεδομένων που μας ρίχνει καθημερινά, αλλά και για να λαμβάνουμε τεκμηριωμένες απόψεις για τη σημασία αυτού που βλέπουμε.





Ποιοι είναι οι καλύτεροι τρόποι για την καταπολέμηση των «ψεύτικων ειδήσεων» και την ανάπτυξη πληροφοριών-ψηφιακών δεξιοτήτων; Ο πολλαπλασιασμός των ψευδών ειδήσεων τα τελευταία χρόνια επαναλήφθηκε από τον πολλαπλασιασμό των συστάσεων σχετικά με τον τρόπο αντιμετώπισής τους. Οι δεξιότητες που εμπλέκονται στην καταπολέμηση της παραπληροφόρησης είναι στην πραγματικότητα οι δεξιότητες που πρέπει να αναπτύξετε. Η πρόκλησή σας είναι να σκεφτείτε πώς παράγοντες εκτός της ίδιας της πηγής, όπως η ταυτότητα, το κοινό και ο σκοπός του συγγραφέα, μπορούν να προκαλέσουν λεπτές παραμορφώσεις. Η καταπολέμηση των «ψεύτικων ειδήσεων» συνεπώς απαιτεί να εξασκήσετε τον εγκέφαλό σας με έναν πιο εύκολο τρόπο, να διαβάσετε όχι μόνο με κατανόηση, αλλά επίσης και τη διάκριση – εν συντομία, εφαρμόζοντας κριτική σκέψη σε αυτά που διαβάζετε και αγοράζετε.

Ακολουθούν ορισμένες προτάσεις για το πώς να γίνετε πιο έξυπνος καταναλωτής στην ψηφιακή εποχή:

1. Ξεκινήστε με τη γνώση ότι οτιδήποτε μπορεί - και είναι - να υπάρχει στο διαδίκτυο.

Αυτό σημαίνει ότι το πραγματικό υπάρχει παράλληλα με το ψεύτικο, το καλό παρά το κακό, το νόμιμο παράλληλα με το παράνομο και όλα τα ενδιάμεσα. Το διαδίκτυο μπορεί να είναι ένα δωμάτιο γεμάτο όνειρα και είναι επίσης ένα μέρος όπου μπορείτε να δείτε το πιο λεπτό μέρος του κοινωνικού θηρίου. Μπορεί να είναι γεμάτο ευκαιρίες, ευκολίες και απόλαυση. Μπορεί επίσης να είναι ένα αναξιόπιστο μέρος που περιμένει να ξεγελάσει, να υποκινήσει, να είναι ανήθικο και να υποβαθμίσει. Ο αγοραστής πρέπει να προσέχει πάρα πολύ. Όσο περισσότερο αναγνωρίζετε τη δυαδικότητα του διαδικτύου, τόσο περισσότερο θα το δείτε προφανώς για το τι είναι, και επίσης για ό,τι δεν είναι.

2. Γίνετε ο δικός σας ερευνητής.

Οποιοσδήποτε στο διαδίκτυο μπορεί τεχνικά να είναι «ηγέτης της σκέψης», αλλά εξαρτάται από εμάς αν αποφασίσουμε να δώσουμε σε αυτά τα συγκεκριμένα άτομα αρκετή δύναμη για να αποκτήσουν πραγματικά αυτό το βάθος ως «οδηγητές». Είμαστε όλοι οπαδοί των κοινωνικών επιρροών, των προσωπικοτήτων ή των εμπορικών σημάτων που θέλουμε να μιμηθούμε ή αυτά που επιτρέπουμε να επηρεάσουμε τις σκέψεις μας ή τις επιλογές αγοράς. Ακριβώς επειδή δημοσιεύουν πληροφορίες στο διαδίκτυο δεν σημαίνει ότι αποτελούν πηγή έγκυρων πληροφοριών - αυτή δεν είναι εξίσωση 1: 1. Ό,τι καταναλώνετε στο διαδίκτυο πρέπει πάντα να είναι αμφισβητήσιμο, να έχει ερευνηθεί και ελεγχθεί από τα γεγονότα.





3. Σκεφτείτε πώς χρησιμοποιούνται τα δεδομένα σας.

Όσο περισσότερα δεδομένα διοχετεύετε στο διαδίκτυο, τόσο πιο στοχευμένες διαφημίσεις θα λαμβάνετε. Αλλά να γνωρίζετε ότι, πέρα από αυτό που προσφέρετε, άλλες ιδιωτικές πληροφορίες εξάγονται από διαφορετικές πηγές. Για παράδειγμα, σκεφτείτε βαθιά πριν επιτρέψετε στα διαδικτυακά κουίζ να αποκτήσουν πρόσβαση στις πληροφορίες του προφίλ σας, που περιλαμβάνουν την ημερομηνία γέννησης, τον αριθμό τηλεφώνου, την τοποθεσία, τη λίστα φίλων, τον τόπο εργασίας κ.λπ.

4. Προστατέψτε τον εαυτό σας και τις πληροφορίες σας.

Η κοινή χρήση ή η υπερβολική κοινή χρήση πληροφοριών μπορούν να προκαλέσουν τη λήψη ενοχλητικών διαφημίσεων για πράγματα που φαίνονται σημαντικά ή χειρότερα, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να σας χειραγωγήσουν στη δημιουργία συγκεκριμένων απόψεων, να ξοδέψετε χρήματα ή να προσθέσετε το όνομά σας ως υποστήριξη για πράγματα που μπορεί να μην κατανοείτε πλήρως ή να υποστηρίζετε.

5. Είναι δική σας ευθύνη να προσέχετε και να ενημερώνεστε.

Είναι εύκολο να αγνοήσετε τι συμβαίνει ή να πείτε στον εαυτό σας ότι μπορείτε να εμπιστευτείτε τους άλλους για να ενημερώνεστε σχετικά με τις αλλαγές στη χρήση του διαδικτύου, τους νόμους περί απορρήτου και τις συμφωνίες χρηστών πλατφόρμας. Ωστόσο, εάν συνεχίσετε να χρησιμοποιείτε τα πολύτιμα μέρη του διαδικτύου, πρέπει να αποδεχτείτε ότι υπάρχει ένα επίπεδο ευθύνης που έχετε ως ανταλλαγή για αυτά τα οφέλη.

Η σύγχρονη κοινωνία μας έχει συνειδητοποιήσει πολύ περισσότερο τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διατίθενται για αγορά, με πολύ έξυπνη διαφήμιση και μάρκετινγκ να μας πείσει ότι χρειαζόμαστε αυτό το διαμαντένιο δαχτυλίδι, το τελευταίο τηλέφωνο ή τα παιχνίδια που παρακολουθούν τα παιδιά μας στην τηλεόραση. Αναγνωρίζοντας αυτό, υπάρχει ένα επιχείρημα για την άσκηση καλών συνηθειών.

Γράφημα 6. Εξυπνότερος καταναλωτής (Πηγή: Own elaboration).





2.4. ΚΡΙΤΙΚΉ ΣΚΉΨΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΈΣ ΑΞΙΟΛΌΓΗΣΗΣ

Η χρήση του διαδικτύου είναι πιθανώς μια καθημερινή δραστηριότητα για πολλούς από εσάς, αλλά μερικές φορές είναι τόσο δεύτερη φύση που δεν σταματάμε να σκεφτόμαστε τι βασίζεται στις πληροφορίες που χρησιμοποιούμε. Ζούμε τώρα σε μια εποχή όπου οι πληροφορίες είναι ευρέως διαθέσιμες. Κάθε φορά που οι άνθρωποι αντιμετωπίζουν μια ερώτηση, η προεπιλεγμένη απάντησή τους είναι "Google it" και όχι ο καταιγισμός ιδεών ή η ανταλλαγή τους για μια απάντηση. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με αυτό που συνέβαινε στο παρελθόν, όπου τα βιβλία ήταν η κύρια πηγή πληροφοριών. Σήμερα, η κριτική σκέψη σας αποτελεί παράγοντα ένδειξης κατά την ανάλυση των ψηφιακών πληροφοριών που μας περιβάλλουν.

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί της κριτικής σκέψης, στην πιο βασική του μορφή, είναι το να μπορείς να σκεφτείς τον εαυτό σου. Για να μπορέσετε να σκεφτείτε κριτικά, πρέπει να είστε σε θέση να:

1. Εξετάστε και αξιολογήστε πληροφορίες και επιχειρήματα
2. Δείτε μοτίβα και συνδέσεις,
3. Προσδιορίστε και δημιουργήστε σημαντικές πληροφορίες

Κάποιος με δεξιότητες κριτικής σκέψης μπορεί να:

1. Κατανοήσει τους δεσμούς μεταξύ ιδεών.
2. Προσδιορίσει τη σημασία και τη συνάφεια των επιχειρημάτων και των ιδεών.
3. Αναγνωρίσει, δημιουργήσει και αξιολογήσει τα επιχειρήματα.
4. Προσδιορίσει ασυνέπειες και σφάλματα στη συλλογιστική.
5. Προσεγγίσει τα προβλήματα με συνεπή και συστηματικό τρόπο.
6. Σκεφτεί την αιτιολόγηση των δικών του υποθέσεων, πεποιθήσεων και αξιών.

Γράφημα 7. Δεξιότητες κριτικής σκέψης





Πιθανότατα να έχετε ήδη ασκήσει την κριτική σας σκέψη από άλλους τομείς της ζωής, όπως να αποφασίσετε σε ποιο τηλέφωνο ή υπολογιστή ή αυτοκίνητο να αγοράσετε, πού να ζήσετε ή ακόμα και τι να φορέσετε σε μια συγκεκριμένη περίπτωση. Σε κάθε περίπτωση, πιθανότατα δεν κάνετε απλώς αυτό που σας λέει κάποιος άλλος να κάνετε, αλλά λαμβάνετε μια απόφαση με βάση μια σειρά παραγόντων. Η εφαρμογή κριτικής ικανότητας στις ψηφιακές σας δεξιότητες σημαίνει να χρησιμοποιήσετε την ικανότητά σας για εύρεση, αξιολόγηση, διαχείριση, επιμέλεια, οργάνωση και κοινή χρήση ψηφιακών πληροφοριών. Επιπλέον, αυτή είναι η ικανότητα ερμηνείας ψηφιακών πληροφοριών για ακαδημαϊκούς και επαγγελματικούς σκοπούς, καθώς και για ανασκόπηση, ανάλυση και επανέκδοση ψηφιακών πληροφοριών σε διαφορετικές ρυθμίσεις. Μια κριτική προσέγγιση για την αξιολόγηση των πληροφοριών από την προέλευση, τη συνάφεια, την αξία και την αξιοπιστία της. Κατανόηση των κανόνων περί πνευματικών δικαιωμάτων και ανοιχτών εναλλακτικών λύσεων, π.χ. η ικανότητα αναφοράς ψηφιακών έργων κατάλληλα σε διαφορετικά περιβάλλοντα.

Ένα από τα πιο σημαντικά στοιχεία της σύνδεσης στο διαδίκτυο είναι η ικανότητα να γνωρίζουμε κριτικά από πού προέρχεται το περιεχόμενο και ποιος το έχει συντάξει. Θα πρέπει να μπορείτε να κάνετε ερωτήσεις που θα σας επιτρέψουν να κατανοήσετε καλύτερα το πλαίσιο.

Σχετικά με την κρίσιμη δεξιότητά σας, είναι σημαντικό η ικανότητα συγκέντρωσης, διαχείρισης, πρόσβασης και χρήσης ψηφιακών δεδομένων σε υπολογιστικά φύλλα, βάσεις δεδομένων και άλλες μορφές, καθώς και η ερμηνεία δεδομένων εκτελώντας ερωτήματα, αναλύσεις δεδομένων και αναφορές: ο γραμματισμός δεδομένων σας και οι πρακτικές ασφάλειας προσωπικών δεδομένων. Κατανόηση του τρόπου με τον οποίο χρησιμοποιούνται τα δεδομένα στην επαγγελματική και δημόσια ζωή, των νομικών, ηθικών και οδηγίων ασφαλείας στη συλλογή και χρήση δεδομένων, της φύσης των αλγορίθμων, και πώς συλλέγονται και χρησιμοποιούνται προσωπικά δεδομένα.





Δεν χρειάζεται να είστε ειδικός ή επαγγελματίας των δεδομένων, αλλά πρέπει να γνωρίζετε την ύπαρξή τους και τους κινδύνους που μπορεί να σας προκαλέσει η κατάχρηση.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας είναι η ικανότητά σας να λαμβάνετε και να απαντάτε κριτικά σε μηνύματα σε μια σειρά ψηφιακών μέσων - κείμενο, γραφικά, βίντεο, κινούμενα σχέδια, ήχος - και να επιμεληθείτε, να επεξεργαστείτε και να επαναχρησιμοποιήσετε τα μέσα, δίνοντας τη δέουσα αναγνώριση στους δημιουργούς. Μια κριτική προσέγγιση για την αξιολόγηση των μηνυμάτων μέσω ως προς την προέλευσή τους και τον σκοπό τους είναι η κατανόηση των ψηφιακών μέσων ως κοινωνικού, πολιτικού και εκπαιδευτικού εργαλείου και της παραγωγής ψηφιακών μέσων ως τεχνικής πρακτικής.

Όσον αφορά την αξιολόγηση ψηφιακού περιεχομένου, θέλετε να αναζητήσετε το καλύτερο διαθέσιμο ψηφιακό περιεχόμενο. Για παράδειγμα, θέλετε να αποφύγετε περιεχόμενο που είναι απλώς μια ηλεκτρονική έκδοση του βιβλίου χωρίς καμία προστιθέμενη αξία. Ο ψηφιακός γραμματισμός αφορά την εύρεση, την αξιολόγηση, τη χρήση και τη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου με ουσιαστικό και υπεύθυνο τρόπο. Απαιτεί δεξιότητες σκέψης και τεχνικές ικανότητες.





Ας ληφθεί υπόψη ότι η εύρεση ψηφιακού περιεχομένου σχετικά με τη χρήση διαφόρων στρατηγικών αναζήτησης για αρωγή στην ποιότητα της πηγής πληροφοριών, τη χρήση πολλαπλών μηχανών αναζήτησης για τη δοκιμή προσωπικών φίλτρων μέσω γραπτών, οπτικών και ηχητικών πηγών για την πλοήγηση σε μια ποικιλία τρόπων συλλογής μιας σειράς πληροφοριών θα πρέπει να αξιολογηθεί για να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις σας.

Ένα άλλο σημαντικό σημείο είναι ότι πριν ξεκινήσετε την αναζήτηση σχετικού ψηφιακού περιεχομένου, πρέπει να εξετάσετε ποιο είναι το ζητούμενο της ερώτησης που προσπαθείτε να απαντήσετε ή το θέμα που ερευνάτε, τις πληροφορίες που έχετε ήδη, ποιες πληροφορίες χρειάζεστε, τον τύπο πληροφοριών που χρειάζεστε, για παράδειγμα, μια επισκόπηση, λεπτομερή ανάλυση/έρευνα ή στατιστικά στοιχεία, πόσες πληροφορίες χρειάζεστε - ποια κενά υπάρχουν στις γνώσεις σας.

Στην παρούσα ψηφιακή εποχή, ο καθένας μπορεί να διανείμει οποιεσδήποτε πληροφορίες στους ιστότοπούς του, στις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων και σε άλλα διαδικτυακά φόρουμ. Δυστυχώς, όσοι αναζητούν παράλληλες πληροφορίες δεν επαληθεύουν πραγματικά την αυθεντικότητα των πληροφοριών. Ως αποτέλεσμα, η προπαγάνδα και οι ψευδείς πληροφορίες ερμηνεύονται συχνά ως η αλήθεια προκαλώντας έτσι προβλήματα στη λήψη αποφάσεων. Δεν υπάρχει πρότυπο για την επαλήθευση των πληροφοριών.



Πώς να έχετε μια αποτελεσματική αναζήτηση για ψηφιακό περιεχόμενο; Βρείτε καλύτερα αποτελέσματα χρησιμοποιώντας ακριβείς λέξεις-κλειδιά και στρατηγικές αναζήτησης. Σκεφτείτε λέξεις-κλειδιά από την ερώτηση ή το θέμα της ερώτησής σας, συμπεριλαμβανομένων των συνωνύμων, με τη χρήση λεξικών ή λεξικού συνωνύμων που είναι χρήσιμα για την καταγραφή μιας λίστας λέξεων-κλειδιών. Κοιτάξτε την ερώτηση ή το θέμα για το οποίο θέλετε πληροφορίες και επιλέξτε την πιο σχετική πηγή για την αναζήτησή σας, για παράδειγμα, μηχανές αναζήτησης ή/και διαδικτυακές βάσεις δεδομένων και δοκιμάστε να χρησιμοποιήσετε διαφορετικές λέξεις-κλειδιά και τεχνικές αναζήτησης για να διευρύνετε ή να περιορίσετε την αναζήτησή σας.





Οι κοινές τεχνικές αναζήτησης για το διαδίκτυο περιλαμβάνουν:

Ρεξαίρεση λέξεων από την αναζήτησή σας:

Βάλτε – μπροστά από μια λέξη που δεν θέλετε να συμπεριλάβετε. Για παράδειγμα, τζάγκουαρ γρήγορο - αυτοκίνητο.

Αναζήτηση ακριβούς αντιστοίχισης:

Βάλτε μια λέξη ή φράση μέσα σε εισαγωγικά. Για παράδειγμα, "ψηλότερο κτίριο".

Αναζήτηση εντός εύρους αριθμών

Βάλτε ... μεταξύ δύο αριθμών. Για παράδειγμα: κάμερα 50 € ... 100 €.

Συνδυάστε αναζητήσεις:

Τοποθετήστε το "H" μεταξύ κάθε ερωτήματος αναζήτησης. Για παράδειγμα, μαραθώνιος H αγώνας.

Αναζήτηση για έναν συγκεκριμένο ιστότοπο

Βάλτε το "site:" μπροστά από έναν ιστότοπο ή έναν κλάδο/ υπηρεσία. Για παράδειγμα, ιστότοπος: youtube.com ή ιστότοπος: .gov.

Αναζήτηση σχετικών ιστότοπων:

Βάλτε το "σχετικά:" μπροστά από μια διεύθυνση ιστού που ήδη γνωρίζετε. Για παράδειγμα, σχετικά: time.com.

Οι περισσότερες πληροφορίες που βρίσκονται στο διαδίκτυο έχουν έναν κρυφό λόγο πίσω από αυτό. Οι εταιρείες και οι συγγραφείς που τοποθετούν τις πληροφορίες στο διαδίκτυο πιθανότατα προσπαθούν να πουλήσουν κάτι στους αναγνώστες. Άλλοι είναι προπαγανδιστές που θέλουν να επηρεάσουν τον τρόπο σκέψης ενός αναγνώστη. Η κριτική σκέψη μας βοηθά να σκεφτόμαστε και ας υπάρχουν αυτά τα προβλήματα και να εφαρμόζουμε τις σωστές πληροφορίες κατά την ανάπτυξη λύσεων. Είναι σημαντικό η ψηφιακή εποχή να μάθει να διαφοροποιεί τις πραγματικές και τις ψεύτικες πληροφορίες. Επιπλέον, είναι καλό το γεγονός ότι οι πληροφορίες προέρχονται από διάφορες διαδικτυακές και offline πηγές, ώστε να είναι ακριβείς και να έχουν αρκετά στοιχεία.

Η υποβολή ερωτήσεων είναι πάντα καλή ιδέα. Θα σας κάνει καλύτερους. Κριτική αναζήτηση σημαίνει ότι μπαίνουμε βαθύτερα στην ερώτηση και όχι μόνο να ρωτάτε Ποιος, Τι, Πότε, Πού, Γιατί και Πώς, αλλά αντί να υποβάλλετε πιο περιγραφικές ερωτήσεις όπως: «Ποιος επωφελείται από αυτό;», «Τι εμποδίζει τη δράση;», «Γιατί είναι τόσο καιρό έτσι;» ή «Πώς μπορούμε να το αλλάξουμε για το καλό μας;».

Όπως αναφέρει η Jesse R. Sparks:

“Πρέπει να αναπτύξουμε τις δεξιότητες ψηφιακού γραμματισμού πληροφοριών που είναι απαραίτητες για να αξιολογήσουμε την αλήθεια, τη συνάφεια, την αξιοπιστία και την ποιότητα των επιχειρημάτων για να μάθουμε αποτελεσματικά, να λύσουμε προβλήματα και να λάβουμε αποφάσεις για τον σημερινό κόσμο.”





2.5. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΉ ΑΝΤΪΛΗΨΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΉ ΚΑΤΑΝΉΣΗ

Οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν μεταμορφώσει βαθιά την πολιτιστική σκηνή. Αυτή η τεχνολογία έχει διεισδύσει στη ζωή μας, μπορούμε πλέον να ψωνίζουμε, να κάνουμε τραπεζικές συναλλαγές, να επικοινωνούμε, να κοινωνικοποιούμαστε, να περιηγηθούμε και να συνεργαζόμαστε με άτομα από το smartphone ή οποιαδήποτε άλλη έξυπνη συσκευή μας. Υπό αυτήν την έννοια, πρέπει να γνωρίζουμε ότι η ψηφιακή κουλτούρα δεν συνδέεται μόνο με την ψηφιοποίηση αναλογικών όρων, αλλά αναφέρεται επίσης σε έναν πολύ δυναμικό χώρο στον οποίο συνυπάρχουν όλοι οι τρόποι πολυμέσων, τα πολυμέσα, η μετάδοση, η επαυξημένη πραγματικότητα και η εικονική πραγματικότητα. Ωστόσο, η ψηφιακή σκηνή ενέχει κινδύνους. Οι νέες τεχνολογίες έχουν τροποποιήσει το χώρο, το χρόνο, τις σχέσεις και τους τύπους επικοινωνίας που εξακολουθούν να συνυπάρχουν με τους άλλους τομείς γνώσης που είναι εγγενείς σε έναν πολιτισμό. Είναι σαφές ότι οι νέες τεχνολογίες συνεπάγονται σημαντικά πλεονεκτήματα όσον αφορά την πρόσβαση στον πολιτισμό και είναι επίσης προφανές ότι στην ψηφιακή εποχή υπάρχουν πολλές περισσότερες πολιτιστικές προσφορές από ό, τι οι χρήστες είχαν συνηθίσει προηγουμένως.



Η ψηφιακή κουλτούρα αναφέρεται στη γνώση, τις πεποιθήσεις και τις πρακτικές των ανθρώπων που αλληλεπιδρούν σε ψηφιακά δίκτυα που μπορεί να αναδημιουργήσουν πολιτισμούς αυτού κόσμου ή να δημιουργήσουν νέα στελέχη πολιτιστικής σκέψης και πρακτικής που είναι εγγενή στα ψηφιακά δίκτυα. Η ψηφιακή κουλτούρα είναι το διαδίκτυο, ο υπερανθρωπισμός, η Τεχνητή Νοημοσύνη, η ηθική στον κυβερνοχώρο, η ασφάλεια, το απόρρητο και η πολιτική. Είναι ηλεκτρονική πειρατεία, κοινωνική μηχανική και σύγχρονη ψυχολογία (Digital Culturist, 2015).





Τα κινητά τηλέφωνα χρησιμοποιούνται ευρέως από νέους και ενήλικες. Ιστότοποι όπως το YouTube και η Wikipedia είναι το πρώτο κλικ ανάγκης για πολλά άτομα που αναζητούν πληροφορίες σχετικά με μια επιλεγμένη περιοχή ενδιαφέροντος. Η τηλεόραση, οι ταινίες και η μουσική αποθηκεύονται και έχουν πρόσβαση σε υπολογιστές, συσκευές αναπαραγωγής MP3 και σε απευθείας σύνδεση. Οι διαδικτυακές αγορές και οι τραπεζικές συναλλαγές έχουν γίνει πιο κυρίαρχες και οι κυβερνητικές υπηρεσίες έχουν γίνει όλο και περισσότερο διαδικτυακές. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο επιτρέπει την άμεση επικοινωνία μεταξύ ανθρώπων σε όλο τον κόσμο. Τόσο το διαδικτυακό όσο και το offline παιχνίδι κατέχουν εξέχουσα θέση στη ζωή πολλών ανθρώπων και οι τεχνολογίες Web 2.0, όπως οι ιστοτόποι κοινωνικής δικτύωσης, επιτρέπουν στους ανθρώπους να συνεργάζονται με κοινή

Η σημερινή κοινωνία, που συχνά ονομάζεται «εποχή της πληροφορίας», χαρακτηρίζεται από την ταχεία ανάπτυξη των επικοινωνιακών και ενημερωτικών πόρων.

Η πολιτιστική και κοινωνική κατανόηση σας εξοπλίζει με μια γλώσσα και ένα πλαίσιο για τον ψηφιακό σας αλφαριθμητισμό. Βεβαίως, η ανάπτυξη της πολιτιστικής και κοινωνικής κατανόησης είναι ζωτικής σημασίας για να δοθεί η δυνατότητα στους ανθρώπους να συνεισφέρουν όχι μόνο κοινωνικά και πολιτιστικά αλλά και πολιτικά, οικονομικά και πνευματικά. Πρέπει να αναγνωρίσετε ότι υπάρχουν ορισμένες κοινωνικές, πολιτιστικές και ιστορικές επιρροές που διαμορφώνουν την κατανόηση και τη μάθησή σας.

Πόσο μπορεί να αλλάξει ο πολιτισμός όταν ορισμένες πρακτικές μετακινούνται στο διαδίκτυο; Πόσο συχνά μπορούν οι τρέχουσες πολιτιστικές πεποιθήσεις και προσδοκίες να μεταφερθούν σε μια άλλη πραγματικότητα; Συχνά σκεφτόμαστε τις πληροφορίες και την επικοινωνία με τεχνικό και οργανικό τρόπο - ως δεδομένα και μετάδοση δεδομένων. Ωστόσο, η πληροφόρηση και η επικοινωνία είναι επίσης κοινωνικά φαινόμενα.



Η διάδοση της τεχνολογίας δεν επηρεάζει μόνο την κοινωνική τάξη, αλλά και τον σχηματισμό, τη διαίρεση και τις πτυχές της κοινωνικής τάξης που συμβάλλουν σε κάθε ομάδα. Ωστόσο, πολλά άτομα καταλαβαίνουν λιγότερο πού εμπίπτουν στην κοινωνική τάξη, καθώς οι ψηφιακοί πολιτισμοί μπερδεύουν τους τύπους κεφαλαίου. Αυτή η έλλειψη σαφούς ταυτοποίησης ή κατανόησης δεν μειώνει τη σημασία της ιεραρχίας της τάξης, καθώς ο ψηφιακός χώρος κατηγοριοποιεί περιεχόμενο μέσω πτυχών όπως θέματα τάξης και εργαζομένων που δεν αντιμετωπίζονται σαφώς μέσω τέτοιας εποπτείας ή έλλειψης συνοχής ψηφιακής κοινωνικής τάξης.





Η ψηφιακή κουλτούρα και η τεχνολογία έχουν σχηματίσει νέους τρόπους για να δουν την κοινωνική τάξη θεωρητικά, συμπεριλαμβανομένης της άυλης εργασίας, της ψηφιακής εργασίας, της ενημερωτικής και πολιτιστικής εργασίας, «έννοια της ελεύθερης εργασίας υπό συνθήκες της Νέας Οικονομίας, καθώς και οι πλέον διάσημες έννοιες του κοινωνικού εργοστασίου» (Qiu, 2018) .

Η οικοδόμηση παγκόσμιας διαδικτυακής κουλτούρας μέσω νέων μέσων ενημέρωσης θα πρέπει να εστιάζεται στον τρόπο με τον οποίο ριζικές αλλαγές υιοθετούνται από δημοκρατικούς κανόνες και αρχές. Οι ψηφιακές τεχνολογίες, κυρίως διαδικτυακοί χώροι, σας προσφέρουν ευκαιρίες για πολλές νέες μορφές αλληλεπίδρασης. Όλο και περισσότερο αυτές οι αλληλεπιδράσεις προκαλούνται από διαφορετικούς τρόπους αναπαράστασης, όπως εικόνες και ήχους. Το να αποκωδικοποιείτε αυτά τα πολυτροπικά κείμενα απαιτεί κατανόηση των κοινωνικών και πολιτιστικών πρακτικών που περιβάλλουν τη δημιουργία σας.

Διαχωρίζουμε τις πολιτιστικές εποχές ανάλογα με την τεχνολογία επικοινωνίας που χρησιμοποιείται. Στην προφορική κουλτούρα, η μεταφορά γνώσης θα μπορούσε να συμβεί μόνο στην άμεση επικοινωνία. Στη γραπτή κουλτούρα ορισμένοι τύποι γνώσεων ή η μνήμη ενός συγκεκριμένου ατόμου θα μπορούσαν να διατηρηθούν και γραπτά μηνύματα θα μπορούσαν να σταλούν μέσω του χώρου και να καταγραφούν (και να διατηρηθούν) για το μέλλον. Η κουλτούρα τύπου και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών επέτρεψε τη μαζική διανομή μηνυμάτων από κεντρικές πηγές. Σήμερα μπορούμε να αναφερθούμε σε έννοιες όπως η ψηφιακή κουλτούρα, το διαδίκτυο και η συμμετοχή της φύσης, σύγκλιση, περιβαλλοντική νοημοσύνη κ.λπ.

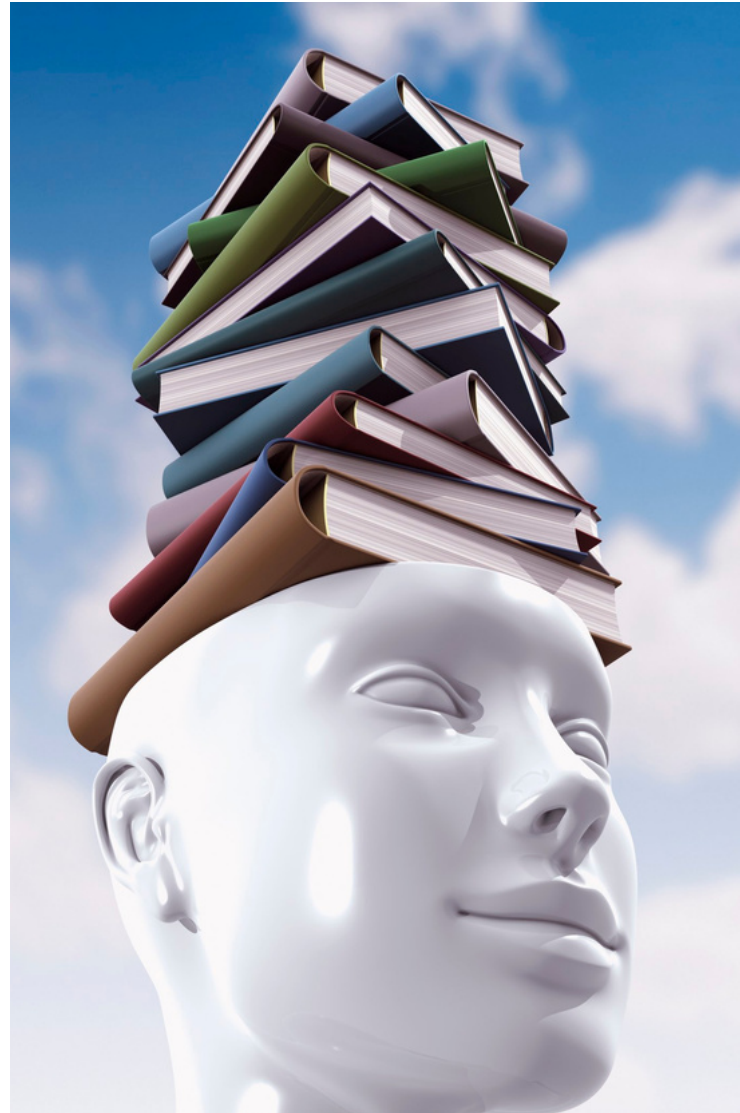
Η επίδραση των τεχνολογιών επικοινωνίας στον πολιτισμό είναι σημαντική επειδή ο τρόπος που τις χρησιμοποιούμε μπορεί να επηρεάσει τις αλλαγές στην ίδια την ουσία των πολιτιστικών και επικοινωνιακών μοντέλων μας, αλλά παρόλο που τα ψηφιακά εργαλεία εντείνουν τις δυνατότητές σας, παραδόξως, η εκθετική αύξηση των προσφορών περιεχομένου από όλο τον κόσμο μερικές φορές έχει το αντίθετο αποτέλεσμα: οδηγεί σε κόπωση που μπορεί να μειώσει την προσοχή σας.





Με βάση αυτές τις ιδέες που παρουσιάζονται, σκεφτείτε:

1. Σε ποιο βαθμό οι δεξιότητες των ψηφιακών πολιτών συνεχίζουν να βελτιώνουν το συλλ. επικοινωνίας και τις ικανότητές τους μέσω νέων μέσων;
2. Τι είδους διαδικτυακές αυθεντικές εμπειρίες σχετίζονται με την ανάπτυξη ειδών επικοινωνίας και τις δεξιότητες μέσω των νέων μέσων;
3. Ποια είναι τα πρότυπα συμμετοχής των ψηφιακών πολιτών στα είδη επικοινωνίας και οι ικανότητες μέσω νέων μέσων;
4. Ποιες είναι οι επιπτώσεις των τρόπων επικοινωνίας και των ικανοτήτων μέσω των νέων μέσων;



Τα άτομα μπορούν να γίνουν ενεργοί συμμετέχοντες στις δομές γνώσης τους παρά παθητικά δοχεία. Σε αυτό το κωνστροκτιβιστικό περιβάλλον, οι ψηφιακοί πολίτες μπορούν να εργαστούν σε σύνθετα παγκόσμια έργα μέσω νέων μέσων.





2.6. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΙΚΟΝΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ, ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Η ταυτότητά μας είναι, κυριολεκτικά, ποιοι είμαστε και παρουσιάζουμε τον εαυτό μας στο διαδίκτυο χρησιμοποιώντας ένα προσωπικό ιστολόγιο, ιστοσελίδα ή ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης χρειάζεται μια σκόπιμη επιλογή κειμένου, εικόνων, γραφικών και ήχου για να δημιουργήσει μια εντύπωση. Αυτό δεν γίνεται τυχαία. Ο διαδικτυακός κόσμος απαιτεί από τους ανθρώπους να γράφουν την ύπαρξή τους και έτσι τα προφίλ τους παρέχουν την ευκαιρία να δημιουργήσουν την επιδιωκόμενη εντύπωση μέσω γλώσσας, εικόνων και άλλων μέσων.



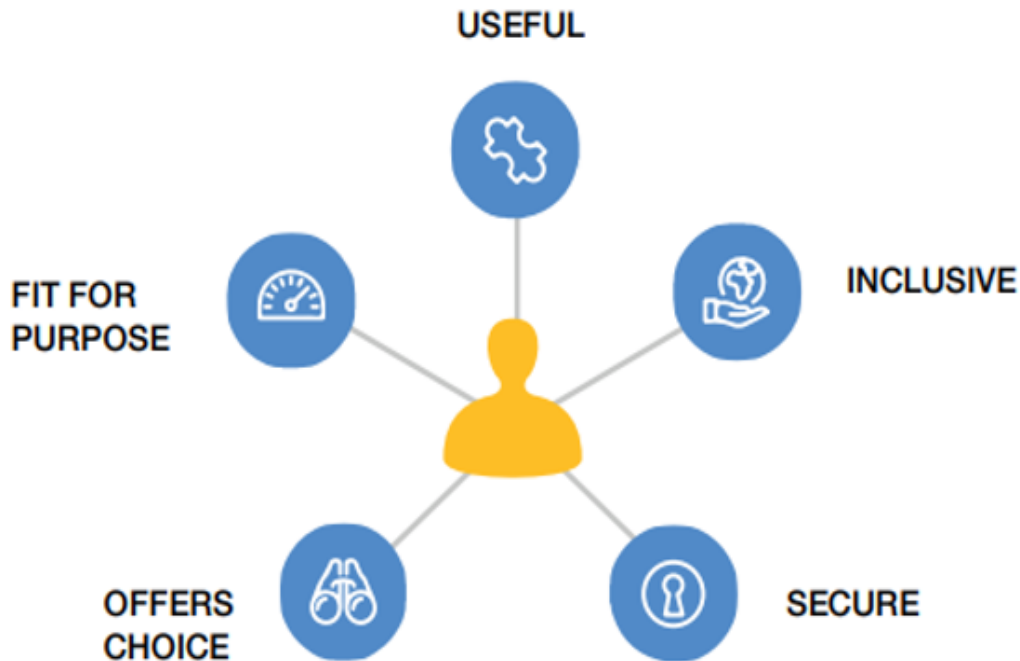
Στην ετήσια συνάντηση του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ στο Νταβός το 2018 εντοπίστηκε ένα αρχικό σύνολο πέντε στοιχείων που μια καλή ταυτότητα πρέπει να πληροί:

- 1. Ταιριάζει για το σκοπό.** Οι καλές ψηφιακές ταυτότητες προσφέρουν έναν αξιόπιστο τρόπο για τα άτομα να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη σε αυτό που ισχυρίζονται ότι είναι, να ασκήσουν τα δικαιώματα και τις ελευθερίες τους ή/και να αποδείξουν την αναγνωσιμότητά τους για πρόσβαση σε υπηρεσίες.
- 2. Χωρίς αποκλεισμούς.** Η ταυτότητα χωρίς αποκλεισμούς επιτρέπει σε όποιον τη χρειάζεται να δημιουργήσει και να χρησιμοποιήσει μια ψηφιακή ταυτότητα, απαλλαγμένη από τον κίνδυνο διάκρισης βάσει των δεδομένων που σχετίζονται με την ταυτότητα και χωρίς να αντιμετωπίζει διαδικασίες ελέγχου ταυτότητας που τις αποκλείουν.
- 3. Χρήσιμη.** Οι χρήσιμες ψηφιακές ταυτότητες προσφέρουν πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα χρήσιμων υπηρεσιών και αλληλεπιδράσεων και είναι εύκολο να δημιουργηθούν και να χρησιμοποιηθούν.
- 4. Προσφέρει επιλογή.** Τα άτομα έχουν επιλογή όταν μπορούν να δουν πώς χρησιμοποιούν τα συστήματα τα δεδομένα τους και είναι σε θέση να επιλέξουν ποια δεδομένα μοιράζονται για ποια αλληλεπίδραση, με ποιον και για πόσο καιρό.
- 5. Ασφαλής.** Η ασφάλεια περιλαμβάνει την προστασία ατόμων, οργανισμών, συσκευών και υποδομών από κλοπή ταυτότητας, μη εξουσιοδοτημένη κοινή χρήση δεδομένων και παραβιάσεις των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.





Figure 8. Five elements of good identity (Source: Own elaboration)



Πηγή: Insight Report - Ταυτότητα σε έναν ψηφιακό κόσμο. Ένα νέο κεφάλαιο στην κοινωνική σύμβαση. Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (Σεπ 2018)
http://www3.weforum.org/docs/WEF_INSIGHT_REPORT_Digital%20Identity.pdf

Εάν ψάξετε στο Google το όνομά σας, τι θα βρείτε; Έχοντας υπόψη ότι η διαδικτυακή σας ταυτότητα δεν είναι ίδια με την πραγματική σας ταυτότητα, επειδή τα χαρακτηριστικά που αντιπροσωπεύετε στο διαδίκτυο διαφέρουν από τα χαρακτηριστικά που αντιπροσωπεύετε στον φυσικό κόσμο, μπορεί να έχετε ακούσει για την ιδέα ενός ψηφιακού αποτυπώματος.

Αυτό αναφέρεται στα ίχνη των προσωπικών και επαγγελματικών σας πληροφοριών που παραμένουν σε διαδικτυακά δίκτυα - τόσο εκ προθέσεως όσο και ακούσια. Μερικές φορές, μπορεί να ακούσετε συμβουλές σχετικά με τη μη δημοσίευση οτιδήποτε δεν θέλετε να δει κανείς. Αυτό έχει νόημα, αλλά επίσης, σκεφτείτε τι θα θέλατε να δουν οι μελλοντικές γενιές.





Η δημοσίευση υλικού μέσω διαδικτύου σημαίνει ότι αφήνετε τον έλεγχο σε αυτό, οπότε θέλετε να είστε σίγουροι ότι δεν θα βλάψει τη φήμη ή την αξιοπιστία σας. Ακόμα κι αν επιλέξετε αργότερα να διαγράψετε, δεν υπάρχει καμία εγγύηση ότι κάποιος δεν το έχει αντιγράψει ή κοινοποιήσει χωρίς να το γνωρίζετε. Δυστυχώς, υπάρχουν άνθρωποι που απολαμβάνουν τον εκφοβισμό άλλων σε ψηφιακούς χώρους ή που θα σας εκμεταλλευτούν εάν τους δοθεί η ευκαιρία.

Τι πρέπει να γνωρίζετε κατά τη διαδικασία δημιουργίας και προστασίας της διαδικτυακής σας ταυτότητας;

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να χρησιμοποιείτε διαδικτυακά κοινωνικά μέσα όταν αναζητάτε εργασία, όπως:

1. Ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης όπως Facebook, Twitter και LinkedIn
2. Συμμετοχή σε διαδικτυακά φόρουμ και λίστες συζητήσεων
3. Δημιουργία προσωπικού ιστολογίου

Όταν συμμετέχετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πάντα συνετό να παρουσιάζετε τον εαυτό σας με επαγγελματικό τρόπο και είναι επίσης σημαντικό να προστατεύετε τα προσωπικά σας στοιχεία.



Μερικές βασικές συμβουλές που πρέπει να θυμάστε όταν είστε συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο:

1. Το διαδίκτυο είναι δημόσιος χώρος. Όταν δημοσιεύετε στο διαδίκτυο, παραιτείστε από το δικαίωμά σας στο απόρρητο
2. Το διαδικτυακό περιεχόμενο μπορεί να είναι μόνιμο - μπορεί να αναζητηθεί. μπορεί να φτάσει πολλούς ανθρώπους και μπορεί να αποκαλύψει την τοποθεσία σας
3. Όταν δίνετε πληροφορίες, βεβαιωθείτε ότι γνωρίζετε πώς χρησιμοποιούνται
4. Παρέχετε ευαίσθητες ή εμπιστευτικές πληροφορίες μόνο μέσω ασφαλών ιστοτόπων
5. Χρησιμοποιήστε την κοινωνική δικτύωση με σύνεση, προσαρμόστε τις ρυθμίσεις απορρήτου σας στο δικό σας επίπεδο άνεσης
6. Παρά όλες τις προφυλάξεις, μην φοβάστε να συμμετάσχετε και να συνδεθείτε!





Τι γίνεται με την επαγγελματική σας ταυτότητα;

Οι εργοδότες αυτές τις μέρες θέλουν να μάθουν ποιους έχουν προσλάβει και πολλοί ελέγχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των δυνητικών εργαζομένων. Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης είναι καλοί τρόποι μετάδοσης των ενδιαφερόντων, των δεξιοτήτων και της ανάγκης για εργασία. Σύμφωνα με μια έρευνα του 2017, το 70% των εργοδοτών χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τον έλεγχο των υποψηφίων πριν από την πρόσληψη. Επίσης, το 69% των εργοδοτών χρησιμοποιούν διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης όπως το Google, το Yahoo και το Bing για να ερευνήσουν υποψηφίους. Δημιουργήστε και διαχειριστείτε τα δημόσια διαδικτυακά προφίλ σας, ώστε οι πιθανοί εργοδότες να βρουν θετικές και επαγγελματικές πληροφορίες για εσάς, είναι ένα σημαντικό στοιχείο όταν ψάχνετε για δουλειά.



Το Facebook, το LinkedIn, το Twitter, το Pinterest (και κάθε άλλη διαδικτυακή κοινότητα) μπορούν να είναι εξαιρετικά εργαλεία για τη δικτύωση, την εύρεση πόρων και την προώθηση προσωπικών ή επαγγελματικών ενδιαφερόντων - αλλά μόνο εάν χρησιμοποιούνται έξυπνα και σκόπιμα. Οι πρώτες εντυπώσεις διαμορφώνονται προτού καν συναντήσετε κάποιον σωματικά. Ακριβώς όπως το ρητό: "Η φήμη σας προηγείται", η διαδικτυακή σας φήμη προηγείται συχνά σε προσωπικές συναντήσεις και συνεντεύξεις.

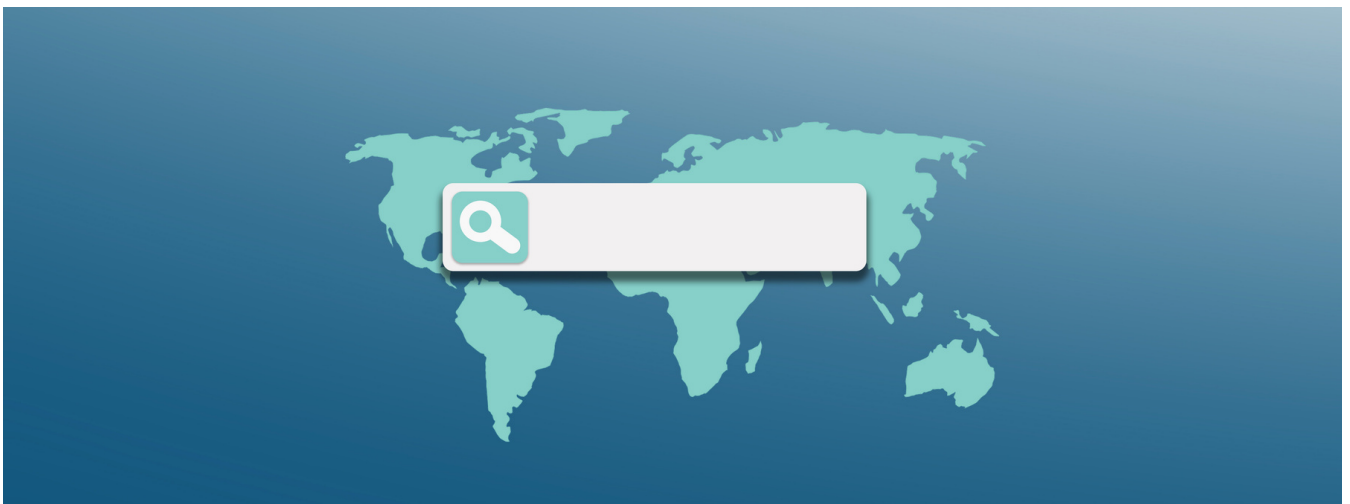
Το πράγμα που πρέπει να θυμάστε είναι ότι η διαχείριση της φήμης στο διαδίκτυο είναι ένα από εκείνα τα πράγματα που λειτουργούν καλύτερα εάν το εφαρμόσετε προτού πραγματικά το χρειαστείτε.





Τοπ 5 Συμβουλές και Κόλπα

1. **Αναζητήστε το εαυτό σας στο Google.** Μπορεί να ακούγεται μάταιο, αλλά, σε αυτήν την περίπτωση, δοκιμάστε το - πρέπει να γνωρίζετε τι βλέπουν οι άνθρωποι όταν σας αναζητούν.
2. **Εάν δεν το χρησιμοποιείτε - διαγράψτε το.** Βρείτε όλα τα παλιά σας προφίλ και τυχόν αχρησιμοποίητους λογαριασμούς που δεν χρησιμοποιείτε πλέον και διαγράψτε τα.
3. **Θυμηθείτε, υπάρχουν περισσότερες από μία σελίδες στο Google.** Φροντίστε να κοιτάξετε όσο το δυνατόν περισσότερο το Google σε περίπτωση που κάτι σας έχει ξεφύγει.
4. **Καθαρίστε το ιστορικό σας.** Θα χρειαστεί χρόνος, αλλά κάνετε ένα γρήγορο πέρασμα από το Twitter/Instagram/Facebook σας και θα ελέγξετε κάθε ανάρτηση και θα διαγράψετε όσα σας παρουσιάζουν με άσχημο τρόπο.
5. **Ξεφορτωθείτε τα στοιχεία.** Βγάλτε φωτογραφίες που σας κάνουν να φαίνεστε άσχημα και ζητήστε από τους φίλους σας να κάνουν το ίδιο.





Και τώρα τι;

Σκεφτείτε τι δημοσιεύετε. Έχετε περάσει όλο αυτό το χρόνο για να καθαρίσετε το ψηφιακό σας αποτύπωμα. Μην αναιρέσετε όλη αυτή την καλή δουλειά κάνοντας παλιές συνήθειες και προσέξτε το περιεχόμενο που μοιράζεστε.

Πηγαίνετε στο κλείδωμα

Φροντίστε να ενισχύσετε τις ρυθμίσεις ασφαλείας σας σε πλατφόρμες όπως το Facebook, έτσι ώστε μόνο οι φίλοι να μπορούν να σας δουν.

Προσέξτε όταν πατάτε το κουμπί προσθήκης

Όλοι αγαπάμε έναν νέο φίλο στο Facebook ή ακολουθούμε κάποιον στο Twitter, αλλά προσέξτε. Μερικές φορές δεν είναι σοφό να προσθέσετε συναδέλφους ή καθηγητές στα κοινωνικά μέσα. Είναι πάντα καλή ιδέα να διατηρείτε την ιδιωτική σας ζωή, απόρρητα.



Δημιουργήστε όμορφο περιεχόμενο

Κάντε πράγματα που σας κάνουν να φαίνεστε καλοί και κάντε το μέρος του ψηφιακού σας αποτυπώματος. Εάν το αφεντικό σας πηγαίνει στο Facebook, αφήστε τους να βρουν ένα άλμπουμ με φωτογραφίες εθελοντών στην κοινότητα. Εάν δεν το χρησιμοποιείτε ήδη - το LinkedIn είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να παρουσιάσετε όλα τα υπέροχα πράγματα που κάνετε και μπορεί να λειτουργήσει σαν ηλεκτρονικό βιογραφικό.





ΤΑ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΣΤΟΝ ΑΛΦΑΒΗΤΙΣΜΟ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΒΑΣΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΎ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Τα βασικά λογισμικά και υπολογιστικά προγράμματα που επιτρέπουν την εκτέλεση των περισσότερων κοινών εργασιών για χρήστες υπολογιστών μπορούν να χωριστούν σε δύο ομάδες: δωρεάν λογισμικό και πληρωμένο. Θα θέλαμε να δώσουμε έμφαση στο δωρεάν λογισμικό, ωστόσο τα προϊόντα επί πληρωμή και με άδεια έχουν τα δικά τους πλεονεκτήματα, για παράδειγμα υποστήριξη και ένα ευρύτερο φάσμα πρόσθετων εργαλείων και δυνατοτήτων. Τα περισσότερα λογισμικά με άδεια χρήσης παρέχουν επίσης περιορισμένες, αλλά δωρεάν εκδόσεις, ασυνήθιστα για προσωπική χρήση.

Για να το κάνουμε απλό, ετοιμάσαμε μια λίστα με τις πιο κοινές εργασίες που μπορούν να επιλυθούν χρησιμοποιώντας είτε δωρεάν είτε επί πληρωμή λογισμικό. Αυτή η λίστα καλύπτει επίσης τα περισσότερα από τα εργαλεία που συνήθως απαιτούνται από τους εργοδότες.



Μοιραζόμαστε επίσης τους συνδέσμους για εναλλακτικά εργαλεία στο διαδίκτυο, καθώς πολλές από τις εργασίες μπορούν να επιλυθούν χρησιμοποιώντας ψηφιακές λύσεις, ειδικά καθώς η ψηφιακή εξέλιξη κινείται γρήγορα προς υπολογιστές που βασίζονται σε σύννεφο.

Οι προσωπικές συσκευές γίνονται περισσότερο σαν τερματικά για πρόσβαση στα απομακρυσμένα και ισχυρά μηχανήματα και για την εμφάνιση των αποτελεσμάτων. Λάβετε υπόψη ότι τα περισσότερα εργαλεία και προγράμματα έχουν τις δικές τους εναλλακτικές εκδόσεις σε συσκευές smartphone και είναι διαθέσιμες για λήψη από τα καταστήματα εφαρμογών.





Μια λίστα με βασικό δωρεάν λογισμικό και λογισμικό paid

Εργασία ή σκοπός	Δωρεάν (εγκατάσταση)	Πληρωτέα/εναλλακτική (εγκατάσταση)	Πρόσβαση & χρήση στο διαδίκτυο
Πρόσβαση στο ίντερνετ	Chrome, Firefox, Opera	Google News (εφαρμογή)	Δεν διατίθεται
Αναζήτηση πληροφοριών	Google, Yahoo, Bing, Yandex	Duckduckgo	Quora, Βικιπαίδεια
Πρόσβαση & δημιουργία λογαριασμών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	Thunderbird	Microsoft Outlook	Gmail
Συνεργασία & επικοινωνία	Skype, Telegram, Viber	Slack, Zoom	Trello, Asana
Επεξεργασία εγγράφων, αποθήκευση και προβολή PDF	OpenOffice (Writer)	Microsoft Word	Google Docs
Πραγματοποίηση υπολογισμών, σχεδίασης πινάκων και διαγραμμάτων	OpenOffice (Calc)	Microsoft Excel	Google Sheets, Infogram.com
Προστασία του υπολογιστή από ιούς	GIMP	Photoshop	Snappa.com, Canva.com
Επεξεργασία φωτοφραγιών	VLC	Vimeo.com	Youtube.com
Media Player	Avast, Avira	ESET Antivirus	Eset online scanner
Διασφάλιση και διαχείριση των κωδικών πρόσβασης	LastPass (for individuals)	1password, Bitwarden	Δεν διατίθεται
Ασφαλή εργαλεία περιήγησης (VPN)	Opera built-in VPN	Nord VPN, Express VPN	Δεν διατίθεται



3.2. ΜΗΧΑΝΕΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ

Μια μηχανή αναζήτησης είναι ένας ιστότοπος μέσω του οποίου οι χρήστες μπορούν να αναζητούν περιεχόμενο στο Διαδίκτυο. Οι μηχανές αναζήτησης επιτρέπουν στους χρήστες να κάνουν αναζήτηση στο Διαδίκτυο για περιεχόμενο χρησιμοποιώντας λέξεις-κλειδιά. Κάθε μηχανή αναζήτησης λειτουργεί με παρόμοιο τρόπο.

Εάν μεταβείτε στην αρχική σελίδα μιας μηχανής αναζήτησης, θα βρείτε ένα μόνο πλαίσιο. Απλώς πληκτρολογείτε ό,τι θέλετε να αναζητήσετε σε αυτό το πλαίσιο. Οι μηχανές αναζήτησης είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να βρείτε πράγματα στον διαδίκτυο. Εάν αναζητήσετε προσεκτικά, μπορείτε να βρείτε αξιόπιστες και αξιόλογες πληροφορίες. Με μια τέτοια ποικιλία περιεχομένου και με τον τεράστιο όγκο πληροφοριών στο διαδίκτυο, η ανάκτηση των σχετικών πληροφοριών μπορεί να είναι ιδιαίτερα δύσκολη.



Λέξεις-κλειδιά στα κριτήρια αναζήτησης

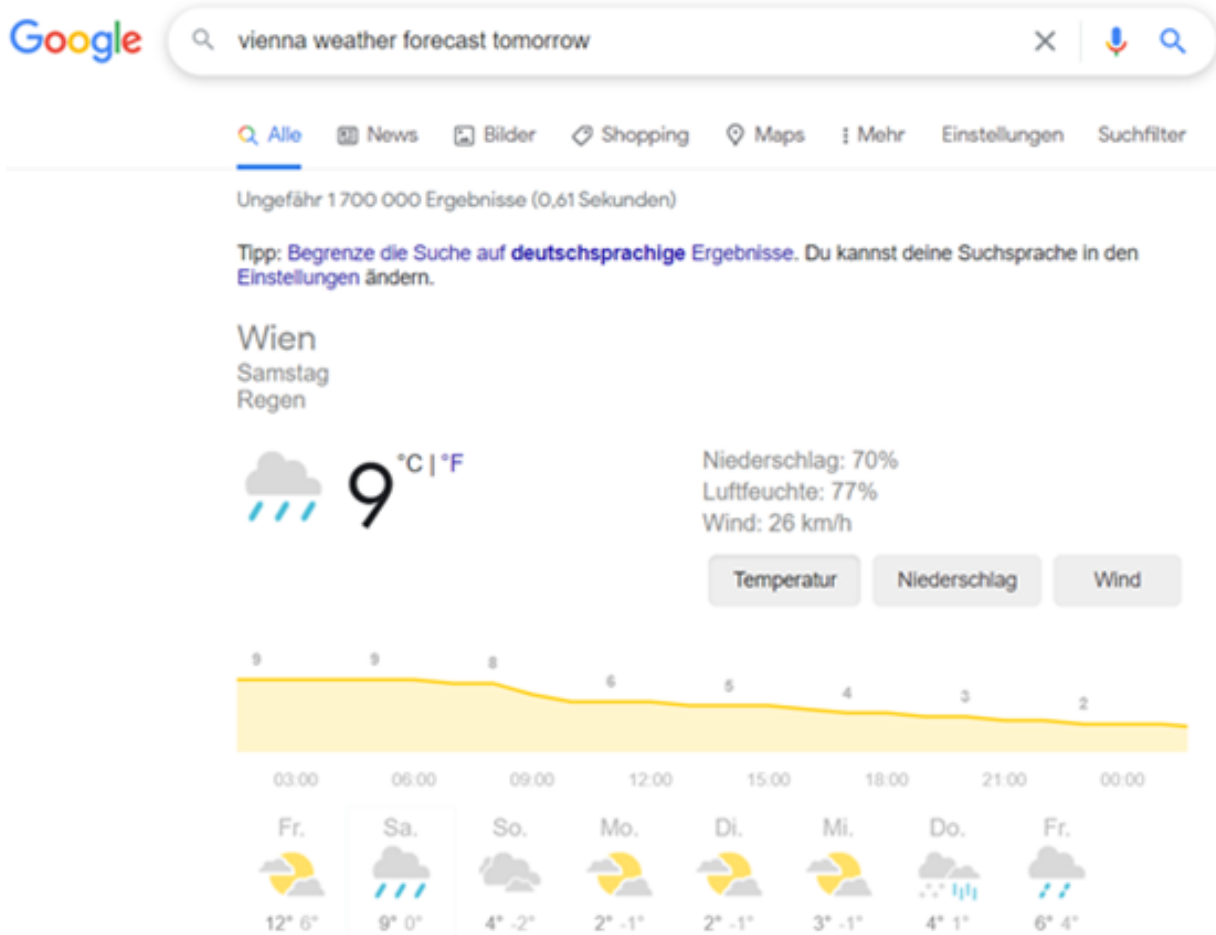
Πρέπει να σκεφτείτε προσεκτικά τις λέξεις-κλειδιά που εισάγετε στην αναζήτησή σας. Πρέπει να είναι σχετικές. Για παράδειγμα, για να μάθετε ποια είναι η πρόγνωση καιρού για αύριο, μπορείτε να πληκτρολογήσετε τις λέξεις-κλειδιά όπως: "Πρόγνωση καιρού αύριο στη Βιέννη" και θα εμφανιστούν τα πιο σχετικά αποτελέσματα αναζήτησης.

Πρέπει επίσης να σκεφτείτε τον αριθμό των λέξεων-κλειδιών που χρησιμοποιείτε επίσης. Εάν χρησιμοποιείτε πολύ λίγες λέξεις-κλειδιά, θα μπορούσατε να λάβετε πάρα πολλά αποτελέσματα και δεν θα είναι όλα σχετικά. Ωστόσο, εάν χρησιμοποιείτε πάρα πολλές λέξεις-κλειδιά, ενδέχεται να μην έχετε καθόλου αποτελέσματα. Για να κάνετε την αναζήτησή σας πιο συγκεκριμένη, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε "εισαγωγικά" γύρω από ένα σύνολο λέξεων για να βρείτε μια συγκεκριμένη φράση.





Γράφημα 9. Παράδειγμα αναζήτησης: „Πρόγνωση καιρού αύριο στη Βιέννη” (Πηγή: Google)



Εάν προσθέσετε ένα σύμβολο μείον (-) πριν από μια λέξη, θα εξαιρούνται οι σελίδες που περιέχουν αυτήν τη λέξη. Για παράδειγμα, οι «Ρωμαίοι αυτοκράτορες-Καίσαρα» θα αναζητήσει σελίδες με τους «Ρωμαίους» και τους «αυτοκράτορες», αλλά όχι με τον «Καίσαρα».

Τι είναι το URL?

Κάθε ιστότοπος έχει τη δική του διαδικτυακή διεύθυνση, που ονομάζεται διεύθυνση URL που σημαίνει Uniform Resource Locator(=Ενιαίος Εντοπιστής Πόρων). Όταν βλέπετε μια σελίδα στον Παγκόσμιο Ιστό, είναι η μεγάλη διεύθυνση που εμφανίζεται στη γραμμή διευθύνσεων στο επάνω μέρος του προγράμματος περιήγησής σας.

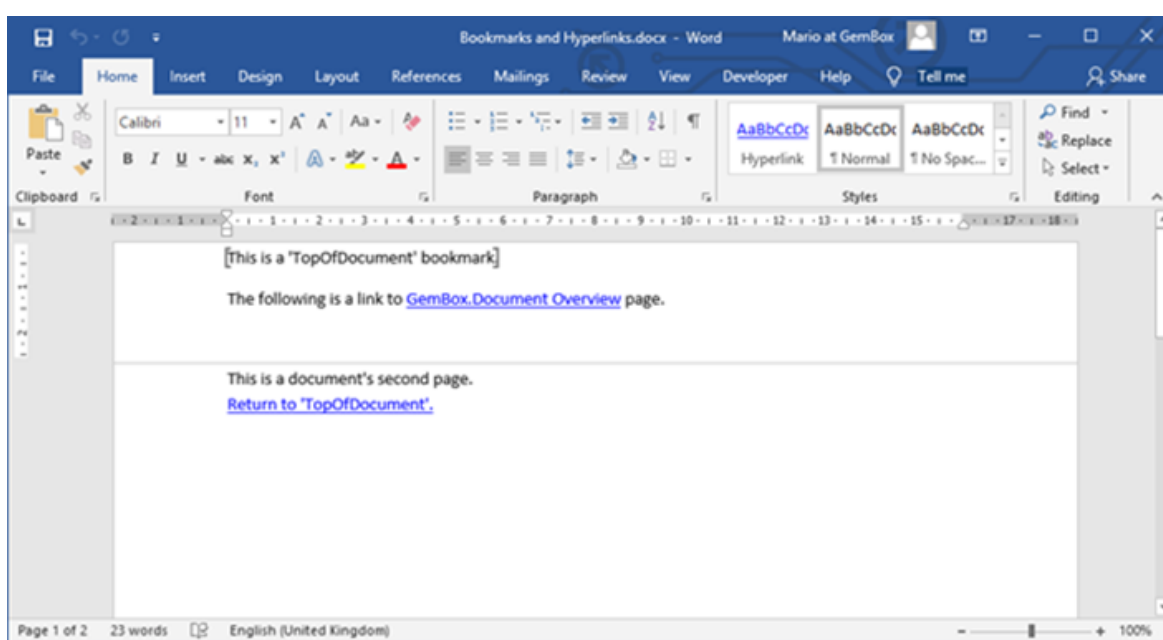




Υπάρχουν μερικές ακόμη διαφορετικές μέθοδοι για τον εντοπισμό των πληροφοριών στο διαδίκτυο.

1. Μπορείτε να μεταβείτε απευθείας σε μια ιστοσελίδα απλώς γνωρίζοντας την τοποθεσία της (για παράδειγμα, θα θέλατε να επισκεφθείτε τον ιστότοπο της εταιρείας όπου υποβάλλετε αίτηση για εργασία και γνωρίζετε την ακριβή διεύθυνση του ιστότοπού τους).
2. Ο σύνδεσμος υπερκειμένου που προέρχεται από μια ιστοσελίδα παρέχει ενσωματωμένους συσχετισμούς με τις άλλες σελίδες που ο συντάκτης της θεωρεί ότι παρέχει σχετικές πληροφορίες.

Γράφημα 10. Σελιδοδείκτες και υπερσύνδεσμοι. (Πηγή: Own elaboration)



“Οι υπηρεσίες "Narrowcast" μπορούν να "φέρουν" σελίδες σε εσάς που ανταποκρίνονται στο προφίλ χρήστη σας.

Είναι γνωστό ότι το Google είναι η πιο διάσημη μηχανή αναζήτησης στο διαδίκτυο στον κόσμο, αλλά υπάρχουν επίσης πολλές άλλες διαθέσιμες επιλογές. Επιπλέον, μερικές από αυτές τις εναλλακτικές μηχανές αναζήτησης είναι πολύ δημοφιλείς από μόνες τους - απλώς δεν είναι εξαιρετικά δημοφιλείς σε σύγκριση με το Google. Ωστόσο, εάν δεν είστε διατεθειμένοι να ανταλλάξετε το απόρρητο για ευκολία ή έχετε συγκεκριμένες ανάγκες αναζήτησης, υπάρχουν πολλές εναλλακτικές λύσεις στο Google που προσφέρουν πιο κατάλληλη εμπειρία αναζήτησης.

Η γνώση της σωστής μηχανής αναζήτησης σημαίνει ότι δεν ξοδεύετε τον πολύτιμο χρόνο σας να περιηγηθείτε σε πράγματα που δεν χρειάζεστε. Κάποιος θα μπορούσε εύκολα να χαθεί στον απέραντο κόσμο του διαδικτύου χωρίς τα κατάλληλα εργαλεία. Παρακάτω σας παρουσιάζουμε 15 μηχανές αναζήτησης για να δοκιμάσετε ως εναλλακτικές λύσεις στο Google για καλύτερα αποτελέσματα αναζήτησης.





Οι πιο δημοφιλείς μηχανές αναζήτησης

1. https://duckduckgo.com/	6. https://www.aol.com/	11. https://swisscows.com/
2. https://www.bing.com/	7. http://seznam.com/	12. https://startpage.com/
3. https://www.yahoo.com/	8. https://usearch.com/	13. https://www.ecosia.org/
4. https://yandex.com/	9. https://www.yippy.com/	14. https://www.naver.com/
5. https://www.ask.com/	10. https://www.searchencrypt.com/	15. https://www.baidu.com/





3.3. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΜΗΝΥΜΑ (EMAIL)

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email ή e-mail) είναι μια μέθοδος ανταλλαγής μηνυμάτων ("mail") μεταξύ ατόμων που χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές συσκευές. Είναι σαν το παραδοσιακό ταχυδρομείο, αλλά έχει επίσης κάποιες βασικές διαφορές.

Για παράδειγμα: Η παραδοσιακή αλληλογραφία απευθύνεται με το όνομα, την οδό, τη διεύθυνση, την πόλη, την πολιτεία ή την επαρχία του παραλήπτη και τον ταχυδρομικό κώδικα. Τα ηλεκτρονικά μηνύματα παραδίδονται ηλεκτρονικά μέσω του διαδικτύου. Ένα e-mail περιλαμβάνει ένα όνομα χρήστη, το σύμβολο @ (at) και τον τομέα του παρόχου email. Τα ονόματα χρήστη συχνά περιλαμβάνουν αριθμούς και συντομευμένες εκδόσεις ενός ονόματος για τη δημιουργία μιας μοναδικής διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και συνήθως μοιάζουν με αυτό: emarosa82@gmail.com



Για να ξεκινήσετε την αποστολή email, θα χρειαστείτε μια διεύθυνση email που θα είναι μοναδική για εσάς. Για να το αποκτήσετε, θα πρέπει να εγγραφείτε για έναν λογαριασμό με έναν πάροχο email - μπορείτε να επιλέξετε μεταξύ των διαφόρων παρόχων - Yahoo, Gmail, Hotmail, Outlook, GMX... Εξαρτάται από τις προτιμήσεις και τις ανάγκες σας σχετικά με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

Για παράδειγμα, εάν χρειάζεστε χώρο και απλότητα, το Gmail είναι πολύ κατάλληλο. Εάν χρειάζεστε απλώς ένα απλό πρόγραμμα email για αποστολή και λήψη μηνυμάτων, με λίγες δυνατότητες, το Yahoo μπορεί να είναι μια καλή επιλογή. Μπορείτε να λάβετε πληροφορίες για κάθε πάροχο υπηρεσιών ηλεκτρολογώντας το όνομά του στο πλαίσιο αναζήτησης της μηχανής αναζήτησης και να κάνετε τη σύγκριση.





Δεδομένου ότι το Gmail ήταν ο πιο δημοφιλής πάροχος το 2020, θα σας εξηγήσω τώρα πώς να δημιουργήσετε έναν λογαριασμό Gmail (λάβετε υπόψη ότι αυτή η μεθοδολογία δημιουργίας email ενδέχεται να ισχύει για όλους σχεδόν τους παρόχους υπηρεσιών).

Βήμα 1. Πληκτρολογήστε τη μηχανή αναζήτησης www.gmail.com που θα σας μεταφέρει σε αυτήν τη σελίδα.

Κάντε κλικ στο «δημιουργία λογαριασμού», στην κάτω αριστερή γωνία και θα εμφανιστεί η ακόλουθη σελίδα:

Γράφημα 11. Φόρμα δημιουργίας λογαριασμού της Google

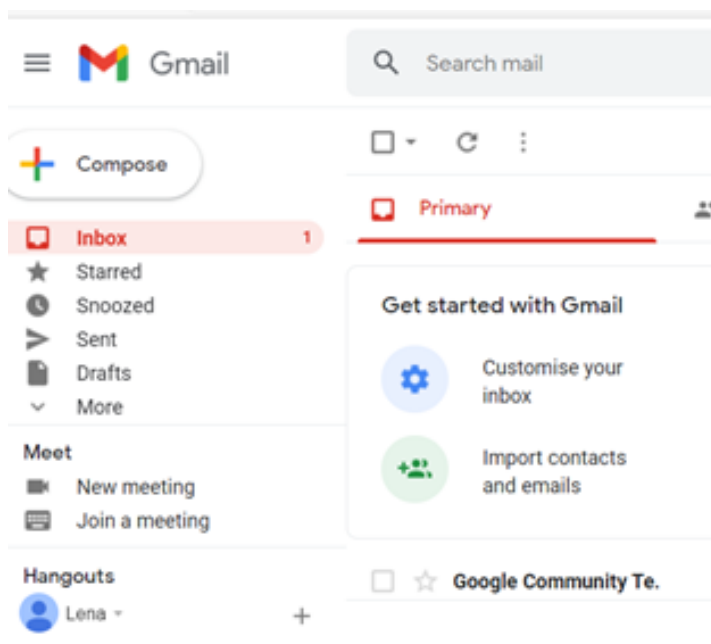
Γράφημα 12. Φόρμα δημιουργίας λογαριασμού της Google

Πληκτρολογήστε το όνομά σας, το επώνυμο, το όνομα χρήστη και τον κωδικό πρόσβασης. Να είστε προσεκτικοί κατά την επιλογή του σωστού κωδικού πρόσβασης, βεβαιωθείτε ότι δεν θα είναι εύκολο να το μαντέψουν άλλοι (αποφύγετε την ημερομηνία των γενεθλίων σας για παράδειγμα, επειδή η οικογένεια, οι φίλοι και οι γνωστοί σας ενδέχεται να τον μαντέψουν εύκολα και να αποκτήσουν πρόσβαση στην ιδιωτική σας αλληλογραφία). Μπορείτε να δημιουργήσετε έναν συνδυασμό γραμμάτων, αριθμών και σημείων για να δημιουργήσετε έναν ισχυρό και αξιόπιστο κωδικό πρόσβασης για τον λογαριασμό σας. Μετά τη δημιουργία ενός λογαριασμού, θα μπορείτε να έχετε πρόσβαση στο Gmail.





Γράφημα 13. Κύρια σελίδα του Gmail



Όπως μπορείτε να δείτε, είναι πολύ φιλικό προς το χρήστη. Εάν θέλετε να συνθέσετε ένα email, κάντε κλικ στο κουμπί «σύνταξη» και θα εμφανιστεί ένα μικρότερο παράθυρο στην κάτω δεξιά γωνία όπου θα πρέπει να πληκτρολογήσετε το όνομα (διεύθυνση e-mail) του παραλήπτη και το θέμα του email σας. Το μέρος για κείμενο βρίσκεται κάτω από τη σειρά "θέμα".

Στο κάτω μέρος του παραθύρου, θα δείτε το κουμπί "αποστολή", καθώς και το σύμβολο "συνδετήρα" εάν θέλετε να προσθέσετε ορισμένα αρχεία στο e-mail σας ή "εισαγωγή emoji" εάν θέλετε να προσθέσετε χαμογελαστά πρόσωπα στο email σας. Όταν συνθέσετε το email σας, κάντε κλικ στο κουμπί "αποστολή" και το email σας θα παραδοθεί στην επιθυμητή διεύθυνση email και αποθήκευση στα μηνύματα "απεσταλμένα". Εάν λάβετε ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από κάποιον, θα εμφανιστεί στα "εισερχόμενά σας" ως μη αναγνωσμένο μήνυμα. Τα πιο σημαντικά μηνύματα ενδέχεται να επισημαίνονται με "αστέρι" και θα διευκολύνει την εύρεσή τους κάνοντας αναζήτηση στην ενότητα "με αστέρι".





3.4. ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Ένα κοινωνικό δίκτυο ορίζεται ως μια αλυσίδα ατόμων και των προσωπικών τους συνδέσεων. Εναλλακτικά αναφέρεται ως εικονική κοινότητα ή κοινωνικό δίκτυο, ένα κοινωνικό δίκτυο είναι ένας ιστότοπος που φέρνει κοντά τους ανθρώπους για να μιλήσουν, να μοιραστούν ιδέες και ενδιαφέροντα ή να κάνουν νέους φίλους. Αυτός ο τύπος συνεργασίας και κοινής χρήσης είναι γνωστός ως **κοινωνικά μέσα**.



Η επέκταση των συνδέσεων με άλλα άτομα είναι μια τεχνική που μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο για προσωπικούς όσο και για επαγγελματικούς λόγους. Οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν τις σχέσεις μεταξύ ατόμων για να διευκολύνουν περαιτέρω τη δημιουργία νέων συνδέσεων με άλλα άτομα. Αυτό θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για να συναντήσετε νέους φίλους και να συνδεθείτε με παλιούς, όπως κάνουν πολλοί άνθρωποι στο Facebook ή για να επεκτείνετε τις επαγγελματικές σας συνδέσεις μέσω ενός επιχειρηματικού δικτύου όπως το LinkedIn.

Η διαδικασία δημιουργίας ενός νέου λογαριασμού για ένα κοινωνικό δίκτυο διαφέρει για κάθε κοινωνικό δίκτυο. Γενικά, επισκεφθείτε τον ιστότοπο κοινωνικού δικτύου όπου θέλετε να έχετε λογαριασμό και αναζητήστε έναν σύνδεσμο "Εγγραφή" ή "Δημιουργία νέου λογαριασμού". Ακολουθήστε τα βήματα δημιουργίας λογαριασμού για να δημιουργήσετε τον νέο σας λογαριασμό. Πιθανότατα θα πρέπει να δώσετε το όνομά σας, το εύρος ηλικιών και τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σας τουλάχιστον. Ενδέχεται να απαιτούνται πρόσθετες πληροφορίες, ανάλογα με τις απαιτήσεις του κοινωνικού δικτύου.

Να είστε προσεκτικοί στις ρυθμίσεις απορρήτου

Επίσης, για να σας δουν εταιρείες για προσλήψεις, πρέπει να βεβαιωθείτε ότι έχετε δημόσιο προφίλ. Εάν χρησιμοποιείτε επίσης το Facebook ως κοινωνικό δίκτυο για αναψυχή, μπορείτε να αλλάξετε τις ρυθμίσεις απορρήτου σας για να περιορίσετε συγκεκριμένο περιεχόμενο μόνο σε φίλους και ταυτόχρονα να διατηρήσετε μια καλή δημόσια εικόνα, ανάλογα με τον τύπο εργασίας που επιθυμείτε.





Οι 10 κορυφαίες πλατφόρμες κοινωνικών μέσων που πρέπει να προσέχετε το 2021

Όνομα	Σύνδεσμος	Πληροφορίες
Facebook	www.facebook.com	Οι πιο δημοφιλής ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης στο διαδίκτυο. Το Facebook είναι ένας δημοφιλής προορισμός για τους χρήστες να δημιουργήσουν προσωπικό χώρο και να συνδέονται με φίλους, να μοιράζονται φωτογραφίες, να μοιράζονται ταινίες, να μιλούν για το τι κάνουν κ.λπ.
Youtube	www.youtube.com/	Ένα εξαιρετικό δίκτυο χρηστών που δημοσιεύουν βίντεο ή vlog και άλλα διασκεδαστικά και συναρπαστικά βίντεο.
Twitter	www.twitter.com	ένα πολύ δημοφιλές μέσο για την επικοινωνία έκτακτων ειδήσεων. χρησιμοποιώντας το hashtag (#) μπορείτε να φιλτράρετε τις πληροφορίες για να λαμβάνετε τις επιθυμητές.
Instagram	www.instagram.com	Είναι ένα άλλο εκτεταμένο κοινωνικό δίκτυο που χρησιμοποιείται από τους λάτρεις της φωτογραφίας, ως δραστηριότητα αναψυχής ή για εργασία. Για όσους αναζητούν εργασία σε δημιουργικούς τομείς, αυτό το κοινωνικό δίκτυο είναι ένα από τα πιο κατάλληλα.
Tik tok	www.tiktok.com	Το <u>TikTok</u> είναι ένα είδος οπτικού καρνάκε, στο οποίο το μοντάζ στο όριο της επιστημονικής φαντασίας καθιστάται προσιτό σε όλους. Το περιεχόμενο που λειτουργεί καλύτερα στο <u>TikTok</u> : διασκεδαστικό, ενδιαφέρον, κωμικό και μερικές φορές παράλογο περιεχόμενο βίντεο μικρής μορφής, συνήθως ρυθμισμένο με δημοφιλή τραγούδια. Σκεφτείτε περιεχόμενο από διασκεδαστικά, ελκυστικά βίντεο-μουσικής.
Snapchat	https://www.snapchat.com	Το Snapchat παραμένει μια από τις πιο χρησιμοποιούμενες εφαρμογές με δημογραφικά στοιχεία κάτω των 25 ετών. Αφηγήσεις με βίντεο. Εάν έχετε την ικανότητα να δημιουργήσετε συναρπαστικά (συνήθως selfie) σύντομα βίντεο που μπορούν να διασκεδάσουν και να εκπαιδεύσουν ένα νεαρό κοινό, τότε το Snapchat είναι μια πλατφόρμα που σας επιτρέπει να δημιουργήσετε συνδέσεις με τους πελάτες σας.
LinkedIn	www.linkedin.com/	Είναι το πιο διάσημο επαγγελματικό κοινωνικό δίκτυο. Επαγγελματικές "συνδέσεις", αναζητήστε εργασία στην ενότητα που είναι αφιερωμένη στις προσφορές εργασίας και στείλτε απευθείας την αίτησή σας, μοιραστείτε δημόσιες πληροφορίες στην προσωπική σας





		σελίδα, βίντεο, εικόνες ή διάφορα έγγραφα ως τρόπος να παρατηρήσετε εταιρείες, πολλές ομάδες συζήτησης και φόρουμ που μπορείτε να συμμετάσχετε και να έχετε την ευκαιρία να ανταλλάξετε απόψεις.
Pinterest	www.pinterest.com	Το Pinterest έχει γίνει ένα πολύ δημοφιλές εργαλείο κοινωνικών σελιδοδεικτών για την εύρεση ιδεών και δημιουργικής έμπνευσης όσον αφορά τα πάντα, από το μαγείρεμα έως τα έργα στο σπίτι, τις ιδέες για διακοπές, το εσωτερικό σχέδιο, τις επιχειρήσεις και τα πάντα στο ενδιάμεσο.
Reddit	www.reddit.com	Η κοινότητα των εγγεγραμμένων χρηστών (redditors) υποβάλλει περιεχόμενο που υποστηρίζεται από την κοινότητα. Το Reddit έχει ένα subreddit (περιεχόμενο) για σχεδόν κάθε κατηγορία
Google+	https://plus.google.com/collections/feature	Είναι ένα κοινωνικό δίκτυο στο οποίο μπορείτε να γίνετε μέρος "κύκλων", δηλαδή ομάδων που μιλούν για ένα συγκεκριμένο θέμα και επιλέγουν αυτό που σας ενδιαφέρει. Στο προφίλ σας μπορείτε να προσθέσετε τις διευθύνσεις άλλων κοινωνικών δικτύων στα οποία έχετε εγγραφεί.





3.5. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ

Το επιχειρηματικό λογισμικό είναι σε πολλές περιπτώσεις είτε καύσιμο για την επιτυχία της επιχείρησης είτε απαραίτητο εργαλείο για ένα ευρύ φάσμα επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Επομένως, βασικά όλες οι θέσεις των περισσότερων επιχειρήσεων που υπάρχουν, απαιτούν τουλάχιστον βασικές γνώσεις και επάρκεια στα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα επιχειρηματικά εργαλεία.

Δεν θα καλύψουμε το βασικό λογισμικό που πρέπει να γνωρίζει και να λειτουργεί κάθε ψηφιακά εγγράμματο άτομο, όπως έχει ήδη καλυφθεί στο προηγούμενο κεφάλαιο μας. Ο σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να εξηγήσει καλύτερα το γενικό σύνολο εργαλείων και να τα ομαδοποιήσει στα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα ανεξάρτητα από τον κλάδο.



Αξίζει να σημειωθεί ότι πολλά λογισμικά και εργαλεία που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις είναι εγκατεστημένα σε έναν υπολογιστή ως αυτόνομο πρόγραμμα ή μπορεί να προσεγγιστεί μέσω διαδικτυακών εργαλείων, πράγμα το οποίο γίνεται μια συνεχώς αναπτυσσόμενη βιομηχανία - SaaS. Το SaaS σημαίνει "Υπηρεσία ως λογισμικό", το οποίο είναι συνήθως μια πληρωμένη πρόσβαση σε ορισμένα διαδικτυακά.

Το είδος του λογισμικού και το σύνολο των εργαλείων που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις, εξαρτάται κυρίως από τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούνται, από τον τύπο των πελατών που εξυπηρετούν - είτε από άλλες επιχειρήσεις είτε από κανονικούς πελάτες, καθώς και από το μέγεθος της εταιρείας. Οι μικρές εταιρείες συνήθως δεν εξαρτώνται πολύ από ένα ευρύ φάσμα εργαλείων που είναι απαραίτητα για τις μεγαλύτερες εταιρείες. Ωστόσο, η επιτυχία οποιασδήποτε εταιρείας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις δεξιότητες και την εμπειρία που διαθέτουν οι υπάλληλοί τους, ειδικά στη χρήση ψηφιακών εργαλείων.





Λίστα με τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα ψηφιακά εργαλεία:

Απομακρυσμένα συνέδρια	„Zoom“, „Skype“, „Google Hangouts“
Μάρκετινγκ και διαφήμιση	Facebook Ads, Google Local Business and Maps, Google Ads, LinkedIn Ads
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, αυτοματοποιημένες απαντήσεις και παρακολούθηση	„Mailchimp“, „MailerLite“, „Woodpecker“
Αυτοματοποίηση μάρκετινγκ και CRM	„Hubspot“, „Salesforce“
Διαχείριση έργου, προγραμματισμός και αποτελεσματικότητα	„Trello“, „TeamGantt“
Συνεργασία και επικοινωνία	„Slack“, „Microsoft Teams“, „Asana“
Παρακολούθηση και βελτιστοποίηση απόδοσης ιστότοπου	„Google Analytics“, „Hotjar“, „Google Optimize“
Λογαριασμοί email και πολλά από τα παραπάνω	Google Workspace“
Χώρος αποθήκευσης στο διαδίκτυο (cloud)	„Google“ diskas, „Dropbox“
Ροή δεδομένων, αυτοματοποίηση αναφορών και ολοκλήρωση εργαλείων	„Zappier“, „Supermetrics“, „Google Data Studio“
Ηλεκτρονική συμφωνία και υπογραφή εγγράφων	„DocuSign“, „Docobit“
Κοινή χρήση και μεταφορά αρχείων	„WeTransfer“
Βοηθός γραφής	„Grammarly“.

Αυτή η λίστα δεν καλύπτει όλα τα σπουδαία εργαλεία που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις στις καθημερινές τους δραστηριότητες, υπάρχουν πολλά περισσότερα εργαλεία, ειδικά για πιο εξειδικευμένους και μοναδικούς σκοπούς σε διαφορετικά είδη επιχειρήσεων.





3.6. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ, BLOGGING ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Οι ιστότοποι είναι αναμφίβολα το πιο σημαντικό στοιχείο του Διαδικτύου.

Η κεντρική σελίδα ενός ιστότοπου ονομάζεται αρχική σελίδα. Αυτή είναι συνήθως η πρώτη σελίδα που βλέπετε όταν καλείτε έναν ιστότοπο και μπορεί επίσης να ονομαστεί «αρχική σελίδα» ή «σελίδα ευρετηρίου». Από εδώ και πέρα, ο χρήστης ερευνά τις υποσελίδες του ιστότοπου.



Η παρουσία ψηφιακού ιστού επιτρέπει την προβολή περιεχομένου όπως κείμενα, εικόνες και βίντεο στο Διαδίκτυο.

Ανάλογα με το μέγεθος του ιστότοπου, οι επισκέπτες του ιστότοπου έχουν την ευκαιρία να αποκτήσουν πρόσβαση στις υποσελίδες του ιστότοπου. Οι υπερσύνδεσμοι ή απλά «σύνδεσμοι» χρησιμοποιούνται για τη σύνδεση μεμονωμένων εγγράφων HTML ενός ιστότοπου. Οι σύνδεσμοι προς σημαντικές υποσελίδες (π.χ. τμήματα, κατηγορίες προϊόντων ή αντιπροσωπευτικές σελίδες πληροφοριών) συνήθως συνδυάζονται στην πλοήγηση και μπορούν να βρεθούν στην κεφαλίδα του ιστότοπου. Εμφανίζονται σε κάθε υποσελίδα του ιστότοπου και όχι μόνο στην αρχική σελίδα. Η πλοήγηση βοηθά τον χρήστη να προσανατολιστεί και να δει μια επισκόπηση της δομής του ιστότοπου. Σύνδεσμοι προς περισσότερες υποσελίδες μπορούν επίσης να τοποθετηθούν στο κείμενο και στα στοιχεία εικόνας στο περιεχόμενο του ιστότοπου. Το υποσέλιδο στο κάτω μέρος μιας σελίδας περιέχει συχνά συνδέσμους προς περαιτέρω πληροφορίες, όπως ο κάτοχος του ιστότοπου και το νομικό πλαίσιο.





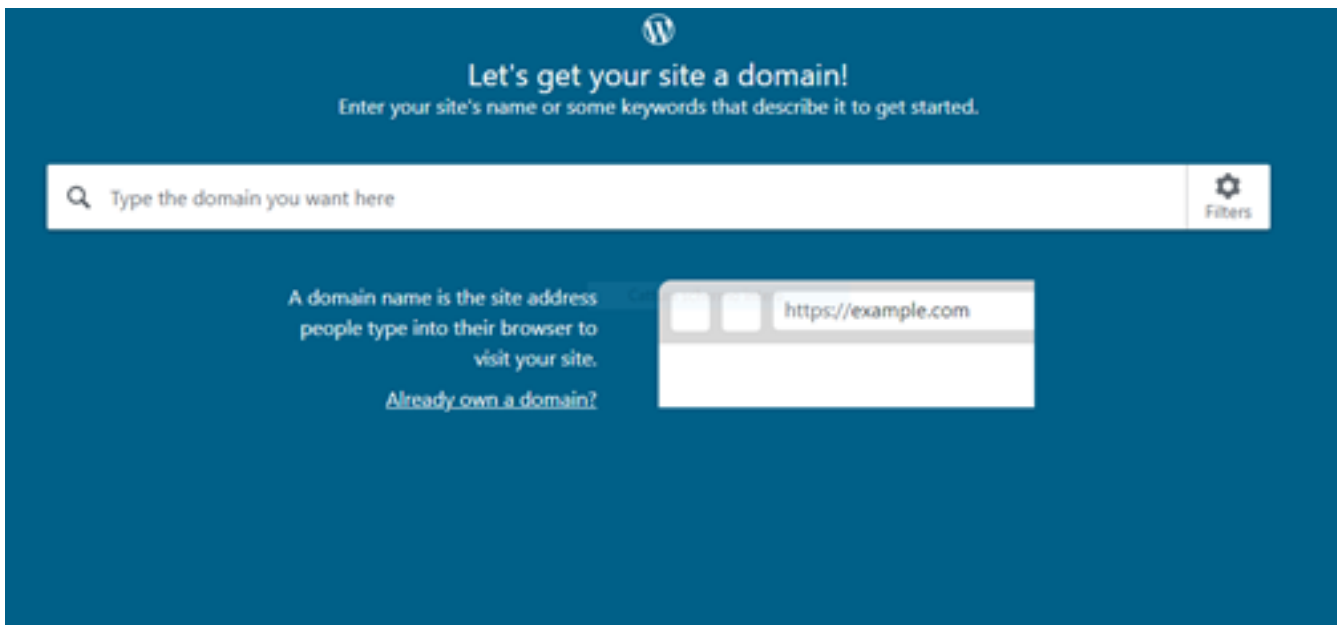
Πώς να δημιουργήσετε έναν δωρεάν ιστότοπο με το Google: με το Blogger Για να δημιουργήσετε έναν δωρεάν ιστότοπο με το Blogger, μεταβείτε στην αρχική σελίδα της υπηρεσίας, κάντε κλικ στο κουμπί Δημιουργία ιστολογίου που βρίσκεται στην κορυφή, στο κέντρο της σελίδας και συνδεθείτε στον λογαριασμό σας Google. Μόλις συνδεθείτε, υποδείξτε τον τίτλο του ιστότοπου που θα δημιουργηθεί και κάντε κλικ στο Επόμενο.

Στη συνέχεια, υποδείξτε στο κατάλληλο πεδίο κειμένου τη διεύθυνση (η οποία θα είναι του τύπου `www.name.blogspot.com`), κάντε ξανά κλικ στο Επόμενο στοιχείο και υποδείξτε ποιο θα πρέπει να είναι το εμφανιζόμενο όνομα. Μόλις γίνει αυτό, κάντε κλικ στο στοιχείο Finish.

Figure 14. Creating a wordpress account



Γράφημα 15. Εισάγετε ένα όνομα



Ο ιστότοπός σας είναι πλέον σχεδόν διαδικτυακός. Ωστόσο, χάνει περιεχόμενο και δεν είναι ούτε γραφικά εξατομικευμένος. Επομένως, κάντε κλικ στη λέξη Θέμα που βρίσκεται στα αριστερά και επιλέξτε ένα από τα πολλά διαθέσιμα πρότυπα: για να το κάνετε αυτό, κάντε κλικ στην προεπισκόπηση αυτού που σας ενδιαφέρει και κάντε κλικ στο κουμπί Εφαρμογή, για να την εφαρμόσετε απευθείας στον ιστότοπο που έχει δημιουργήσει ή κάντε κλικ στο κουμπί Προσαρμογή εάν θέλετε να το τροποποιήσετε λίγο (έχοντας επίσης τη δυνατότητα να βάλετε το χέρι σας στον κώδικα).





Για να προσθέσετε νέες σελίδες ή νέες αναρτήσεις στον ιστότοπο, αντ 'αυτού, κάντε κλικ στις λέξεις Σελίδες ή Αναρτήσεις (στα αριστερά) και κάντε κλικ στην (+) Νέα σελίδα ή (+) Νέο κουμπί ανάρτησης που βρίσκεται επάνω αριστερά. Στην οθόνη που ανοίγει, μπορείτε να δημιουργήσετε μια νέα σελίδα ή μια νέα ανάρτηση πληκτρολογώντας τον τίτλο και το σώμα της στα κατάλληλα πεδία κειμένου. Χρησιμοποιώντας τα κουμπιά στη γραμμή εργαλείων που βρίσκεται στην κορυφή, μπορείτε επίσης να μορφοποιήσετε το κείμενο, να εισαγάγετε συνδέσμους, εικόνες κ.λπ. Κάνοντας κλικ στα κουμπιά Προεπισκόπηση και δημοσίευση, ωστόσο, μπορείτε να κάνετε προεπισκόπηση του περιεχομένου και να το δημοσιεύσετε.



Λάβετε υπόψη ότι οι ιστότοποι που δημιουργούνται με το Blogger μπορούν επίσης να φιλοξενήσουν διαφημιστικά πανό (τα οποία θα σας επιτρέψουν να κερδίσετε λίγα ευρώ εάν έχετε μια αξιόλογη επισκεψιμότητα) χάρη στη χρήση της πλατφόρμας Google AdSense. Για επαγγελματικούς σκοπούς, οι Ιστότοποι Google είναι διαθέσιμοι, μια άλλη υπηρεσία της Google που προορίζεται για την απλή δημιουργία ιστότοπων. Μπορείτε να το δοκιμάσετε δωρεάν, μετά το οποίο έχει τιμές που ξεκινούν από 4,68 ευρώ/μήνα.



Ενώ το Blogger φιλοξενείται από την Google και είναι ένα από τα πιο απλά εργαλεία δημιουργίας ιστότοπων, η πιο δημοφιλής Πλατφόρμα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS) είναι το Wordpress. Είναι μια πλατφόρμα, που δημιουργήθηκε αρχικά και για bloggers, η οποία έγινε δημοφιλής ως νούμερο ένα επιλογή για κάθε είδους μεμονωμένους προγραμματιστές ιστότοπων και επιχειρήσεις. Υποστηρίζει ένα ευρύ φάσμα εργαλείων και προσθηκών, που επιτρέπουν την προσαρμογή του Wordpress σε ηλεκτρονικό εμπόριο, φόρουμ, δημοπρασίες ή ακόμα και πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. Υπάρχουν εναλλακτικές λύσεις για το Wordpress και μεταξύ των πιο δημοφιλών είναι οι Joomla, Drupal, Wix.com, Shopify.com αφιερωμένες στο ηλεκτρονικό εμπόριο και άλλες.





Εικόνα 3.9. Μερικές από τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες CMS



Ένας επιτυχημένος ιστότοπος είναι συνήθως αυτός που παρέχει αξία σε έναν αναγνώστη. Η αξία μπορεί να δημιουργηθεί με την ικανότητα να γράφει ενδιαφέρον και ελκυστικό περιεχόμενο, επομένως οι δεξιότητες αφήγησης είναι χρήσιμες δημιουργώντας κάθε είδους περιεχόμενο στο διαδίκτυο. Ετοιμάσαμε μερικές συμβουλές για έναν επιτυχημένο αφηγητή στο επόμενο κεφάλαιο.





3.7. ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΑΦΗΓΗΣΗ

Η αφήγηση είναι η ικανότητα να γοητεύει κάποιον ή μια ομάδα ανθρώπων με μια ελκυστική αφήγηση που τους επηρεάζει και τους κάνει να νιώθουν σαν να ήταν μέρος της ιστορίας. Οι άνθρωποι θυμούνται ιστορίες πολύ καλύτερα από γεγονότα και αριθμούς. Είναι μια από τις πιο σημαντικές δεξιότητες που μπορείτε να μάθετε.



Βασικά σημεία:

1. Η αφήγηση επηρεάζει την αλλαγή σε ατομική πρακτική καθώς και σε οργανωτικό επίπεδο
2. Η ακρόαση ιστοριών διευκολύνει την καλύτερη ανθρωποκεντρική φροντίδα και μπορεί να οδηγήσει σε βελτιωμένες υπηρεσίες
3. Η ακρόαση προσωπικών ιστοριών δημιουργεί μεγαλύτερη κατανόηση, ενσυναίσθηση και προβληματισμό
4. Η σχέση, η εμπιστοσύνη και η φροντίδα μπορούν να αναπτυχθούν στις σχέσεις των χρηστών με την αφήγηση μέσω της αφήγησης
5. Η προσωπική αφήγηση ωφελεί τον αφηγητή καθώς μπορεί να ενδυναμώσει, να ενθαρρύνει την προσωπική ανάπτυξη και να δημιουργήσει ανθεκτικότητα





Γιατί η αφήγηση είναι πολύτιμη για τον αφηγητή;

1. Ανανεώνει την ταυτότητα και ενθαρρύνει την προσωπική ανάπτυξη

Τα στοιχεία δείχνουν ότι η διαδικασία της προσωπικής αφήγησης επιτρέπει την έννοια του εαυτού και της ιστορίας της ζωής να συνδεθούν με τρόπο που διευκολύνει την αναδιαμόρφωση της ταυτότητας και ενθαρρύνει την προσωπική ανάπτυξη. Κατά τη μετάδοση μιας ιστορίας, ένα άτομο εκφράζει τα σημαντικά γεγονότα με τα δικά του λόγια και τον δικό του χρόνο, και είναι εξουσιοδοτημένο να προβληματιστεί. Η διαδικασία επιτρέπει τη νέα συνειδητοποίηση και νέες έννοιες του εαυτού να εμφανιστούν. Είναι μια σχέση που παράγει νόημα

Η σχέση αφήγησης περιλαμβάνει μια ακρόαση και μια δέσμευση που είναι διαφορετική από εκείνη ενός ερμηνευτή-κοινού ή ενός συμμετέχοντα σε συνέντευξη. Είναι μια σχέση που γεφυρώνει το χάσμα μεταξύ του ατόμου και εκείνων που παρέχουν υποστήριξη, για παράδειγμα.

2. Προωθεί την ανθεκτικότητα

Η ανθεκτικότητα περιλαμβάνει την προθυμία να μετατρέψει τα αρνητικά συναισθήματα που συμβαίνουν στη ζωή και δημιουργούν σύγχυση σε κάτι που ενισχύει και ενδυναμώνει. Η ανθεκτικότητα αναπτύσσεται με μια διαδικασία προβληματισμού σχετικά με τις έννοιες, που επιτρέπει συναισθηματικές αντιλήψεις. Η υποστήριξη ομότιμων και άλλων δικτύων είναι το κλειδί για τη δημιουργία δεσμών και την αίσθηση σύνδεσης με άλλους ανθρώπους. Ο συνδυασμός αυτών των παραγόντων οδηγεί σε μια δύναμη στους ανθρώπους, η οποία βασίζεται στην προϋπόθεση ότι οι εμπειρίες ζωής (συμπεριλαμβανομένων των αρνητικών εμπειριών) προσφέρουν ευκαιρίες για προσωπική ανάπτυξη.

3. Είναι θεραπευτικό

Η θεραπευτική αξία της αφήγησης μιας ιστορίας αναφέρεται συχνά στο έργο αφήγησης (Hardy, 2007, Scottish Recovery Network, 2012). Ενώ η ανησυχία για την ευημερία των ατόμων στην αφήγηση εκφράζεται συχνά και ορισμένοι αφηγητές έχουν αναφέρει ένα βαθμό αναστάτωσης στην αναμετάδοση της ιστορίας τους, αναγνωρίζεται ότι, ως επί το πλείστον, τα θετικά της αφήγησης της ιστορίας τους υπερτερούν κατά πολύ της συναισθηματικής δυσφορίας που αντιμετωπίζουν. Είναι πιο συχνά ότι η πράξη της αφήγησης μιας ιστορίας και του προβληματισμού της έχει καθαρικό αποτέλεσμα και είναι καταλύτης για ανάκαμψη.





Τεχνικές αφήγησης

Οι καλύτεροι αφηγητές είναι σε θέση να κάνουν αφηγηματικές επιλογές χρήσιμες για να προωθήσουν τις ιστορίες τους, να εμπλέξουν το κοινό-στόχο μέσω της διάδοσης σημαντικών πληροφοριών, να διατηρήσουν την προσοχή, ξέρουν πώς να αναφέρονται στις εμπειρίες της ζωής τους για να δώσουν συγκίνηση στο κείμενο.

Θα πρέπει επίσης να είστε σε θέση να έρθετε σε στενή επαφή με τον εαυτό σας, στο σημείο που οι λέξεις και τα συναισθήματα γίνονται μια ενιαία οντότητα, ικανή να προκαλέσει συνειδητοποίηση και προβληματισμούς μεταξύ των συνομιλητών.

Το τελευταίο αντιπροσωπεύει τον στόχο, που είναι μια ομάδα δυνητικών πελατών στους οποίους μια εταιρεία θέλει να πουλήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της, και θα πρέπει να «ερωτευτεί» με την ιδέα και την ιστορία που λέγεται. Η αφήγηση μπορεί να προσαρμοστεί για κάθε τομέα που πρέπει να υποστηρίζεται από επικοινωνιακή άποψη: εταιρεία, προϊόν, υπηρεσία, επωνυμία, άτομο ή εκδήλωση.





3.8. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΉ ΥΠΟΓΡΑΦΉ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Ηλεκτρονικές υπογραφές

Οι ηλεκτρονικές υπογραφές παρέχουν έναν τρόπο υπογραφής εγγράφων στον διαδικτυακό κόσμο, σαν να υπογράφει κανείς ένα έγγραφο με ένα στυλό στον πραγματικό (εκτός σύνδεσης) κόσμο. Στο παρελθόν, μόνο οι χειρόγραφες υπογραφές ήταν νόμιμες. Η οδηγία σχετικά με ένα κοινοτικό πλαίσιο για ηλεκτρονικές υπογραφές (οδηγία για τις ηλεκτρονικές υπογραφές), που εκδόθηκε το 1999, επέκτεινε την αναγνώριση αυτή στις ηλεκτρονικές υπογραφές. Ένα αξιόπιστο σύστημα ηλεκτρονικών υπογραφών που λειτουργεί σε όλες τις χώρες της ΕΕ είναι ζωτικής σημασίας για ένα ασφαλές ηλεκτρονικό εμπόριο και μια αποτελεσματική ηλεκτρονική παροχή δημόσιων υπηρεσιών σε επιχειρήσεις και πολίτες. Η οδηγία «eSignature» καθιέρωσε το νομικό πλαίσιο σε ευρωπαϊκό επίπεδο για τις ηλεκτρονικές υπογραφές και τις υπηρεσίες πιστοποίησης. Στόχος είναι να καταστούν ευκολότερες οι ηλεκτρονικές υπογραφές και να τους βοηθήσουμε να αναγνωριστούν νομικά στα κράτη μέλη της ΕΕ.



Ο ορισμός των ηλεκτρονικών υπογραφών διαφέρει ανάλογα με την ισχύουσα δικαιοδοσία. Ένας κοινός παρονομαστής στις περισσότερες χώρες είναι το επίπεδο μιας προηγμένης ηλεκτρονικής υπογραφής (ηλεκτρονική υπογραφή που πληροί τις απαιτήσεις του κανονισμού της ΕΕ) που απαιτεί:

1. **Αυθεντικότητα:** Το μήνυμα προέρχεται από τον συγκεκριμένο αποστολέα και ο αποστολέας μπορεί να αναγνωριστεί με μοναδικό τρόπο.
2. **Ακεραιότητα:** Ο χειρισμός της υπογραφής του υπογεγραμμένου εγγράφου μπορεί να εντοπιστεί αμέσως.





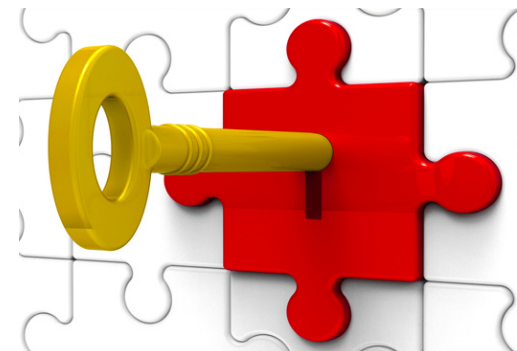
Με την εφεύρεση της υπογραφής του κινητού τηλεφώνου, τα εργαλεία σχεδιάστηκαν για να υπογράφουν ηλεκτρονικά δεσμευτικά έγγραφα, τιμολόγια και συμβόλαια. Είναι δυνατή η προσθήκη μιας ηλεκτρονικής υπογραφής στο έγγραφο PDF γρήγορα και με ασφάλεια, που είναι το νόμιμο ισοδύναμο μιας χειρόγραφης υπογραφής. Η αυθεντικότητα της υπογραφής και της γνησιότητας των μεταδιδόμενων δεδομένων μπορεί να επαληθευτεί ανά πάσα στιγμή από τον αποστολέα ή τον παραλήπτη.

Ψηφιακή υπογραφή

Οι ψηφιακές υπογραφές παρουσιάζουν κρυπτογραφικές υλοποιήσεις ηλεκτρονικών υπογραφών που χρησιμοποιούνται ως απόδειξη γνησιότητας, ακεραιότητας δεδομένων και μη αποποίησης των επικοινωνιών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου. Όταν εφαρμόζεται σύμφωνα με τα πρότυπα ψηφιακής υπογραφής, η ψηφιακή υπογραφή θα πρέπει να παρέχει απόρρητο από την αρχή μέχρι το τέλος με τη διαδικασία υπογραφής να είναι φιλική προς τον χρήστη και ασφαλής. Οι ψηφιακές υπογραφές δημιουργούνται και επαληθεύονται μέσω τυποποιημένων πλαισίων όπως ο Αλγόριθμος Ψηφιακής Υπογραφής (DSA).

Υπάρχουν συνήθως τρεις αλγόριθμοι που εμπλέκονται στη διαδικασία ψηφιακής υπογραφής:

1. **Δημιουργία κλειδιών** - αυτός ο αλγόριθμος παρέχει ένα ιδιωτικό κλειδί μαζί με το αντίστοιχο δημόσιο κλειδί του.
2. **Υπογραφή** - αυτός ο αλγόριθμος παράγει μια υπογραφή κατά τη λήψη ενός ιδιωτικού κλειδιού και του μηνύματος που υπογράφεται.
3. **Επαλήθευση** - αυτός ο αλγόριθμος ελέγχει την αυθεντικότητα του μηνύματος επαληθευόντάς το μαζί με την υπογραφή και το δημόσιο κλειδί.



Η διαδικασία της ψηφιακής υπογραφής απαιτεί ότι η υπογραφή που δημιουργείται τόσο από το σταθερό μήνυμα όσο και από το ιδιωτικό κλειδί μπορεί στη συνέχεια να πιστοποιηθεί από το συνοδευόμενο δημόσιο κλειδί του. Χρησιμοποιώντας αυτούς τους κρυπτογραφικούς αλγόριθμους, η υπογραφή του χρήστη δεν μπορεί να αναπαραχθεί χωρίς να έχει πρόσβαση στο ιδιωτικό κλειδί του. Συνήθως δεν απαιτείται ασφαλές κανάλι. Με την εφαρμογή ασύμμετρων μεθόδων κρυπτογράφησης, η διαδικασία ψηφιακής υπογραφής αποτρέπει πολλές κοινές επιθέσεις όπου ο εισβολέας προσπαθεί να αποκτήσει πρόσβαση μέσω των ακόλουθων μεθόδων επίθεσης.



Βιομετρική υπογραφή

Η ηλεκτρονική υπογραφή μπορεί επίσης να αναφέρεται σε ηλεκτρονικές μορφές επεξεργασίας ή επαλήθευσης ταυτότητας μέσω της χρήσης βιομετρικών "υπογραφών" ή βιολογικά προσδιοριστικών ιδιοτήτων ενός ατόμου. Τέτοιες υπογραφές χρησιμοποιούν την προσέγγιση της προσάρτησης κάποιας βιομετρικής μέτρησης σε ένα έγγραφο ως απόδειξη. Οι βιομετρικές υπογραφές περιλαμβάνουν δακτυλικά αποτυπώματα, γεωμετρία χεριών (μήκος δακτύλου και μέγεθος παλάμης), μοτίβα ίριδας, χαρακτηριστικά φωνής ή ακόμη και μοτίβα αμφιβληστροειδούς. Όλα αυτά συλλέγονται χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικούς αισθητήρες κάποιου είδους. Επειδή καθένα από αυτά τα φυσικά χαρακτηριστικά έχει ισχυρισμούς για μοναδικότητα μεταξύ των ανθρώπων, το καθένα είναι σε κάποιο βαθμό χρήσιμο ως υπογραφή.

Εικόνα 3.10. Εφαρμογή ηλεκτρονικής υπογραφής. (Πηγή: <https://bit.ly/2ZdPQmX>)





Πέντε πιο δημοφιλείς υπηρεσίες ηλεκτρονικού σήματος:

1. „eSignly“

Είναι μια κορυφαία λύση ηλεκτρονικής υπογραφής για εκατομμύρια χρήστες σε όλο τον κόσμο για την ευκολία που παρέχει στην υπογραφή και τη διαχείριση εγγράφων. Η εφαρμογή προσφέρει πολλές δυνατότητες όπως αυτοπροσώπως, προγραμματισμένη υπογραφή, αυτο-υπογραφή, διαχείριση ομάδας, κορυφαία ασφάλεια, ενσωμάτωση με δημοφιλείς εφαρμογές εργασίας, διαδρομή ελέγχου κ.λπ.

2. „PandaDoc“

Είναι διαθέσιμο τόσο για πλατφόρμες για κινητά Android όσο και για iOS. Το διαδικτυακό λογισμικό είναι ένα βραβευμένο ηλεκτρονικό λογισμικό υπογραφής που έχει ένα εύχρηστο περιβάλλον εργασίας χρήστη.

3. „Adobe Sign“

Διατίθεται τόσο στις πλατφόρμες για κινητά iOS και Android. Το Adobe είναι ένα κοινό όνομα στον κόσμο των γραφικών και ως εκ τούτου, λέγεται ότι είναι ένας από τους πρωτοπόρους στις υπηρεσίες eSign. Το λογισμικό είναι πλούσιο σε χαρακτηριστικά, δίνοντας στον χρήστη τη δυνατότητα να διαχειρίζεται συνεχείς ροές εργασίας από οποιαδήποτε τοποθεσία ή συσκευή. Η εφαρμογή διαθέτει ψηφιακές και ηλεκτρονικές υπογραφές.

4. „SignEasy“

Είναι ένα άλλο ηλεκτρονικό λογισμικό υπογραφής που είναι συμβατό με τις πλατφόρμες Android και iOS. Το SignEasy δεν είναι μια βαριά εφαρμογή υπογραφής, επειδή προσφέρει ένα ελάχιστο περιβάλλον εργασίας χρήστη με σκοπό να το καταστήσει εύκολο στη χρήση. Η υπογραφή χρησιμοποιώντας το SignEasy φιλοξενεί αυτόματη υπογραφή, απομακρυσμένη υπογραφή, καθώς και υπογραφή-αυτοπροσώπως.

5. „RightSignature“

Η εφαρμογή για κινητά χρησιμοποιεί τις πλατφόρμες Android και iOS. Αυτή η εφαρμογή χρησιμοποιεί ταχύτητα για να εντυπωσιάσει τους χρήστες της, καθώς τα έγγραφα εισέρχονται γρηγορότερα κατά την αποστολή και λήψη για υπογραφές. Με αυτό, μπορείτε να ανεβάσετε, να μορφοποιήσετε και να στείλετε έγγραφα το συντομότερο δυνατό.





Προσθήκη ή κατάργηση ηλεκτρονικής υπογραφής από Microsoft Word ή Adobe

Χρησιμοποιώντας μια γραμμή ηλεκτρονικής υπογραφής σε ένα έγγραφο του Word, μπορείτε να ζητήσετε πληροφορίες σχετικά με τον υπογράφοντα και να παρέχετε οδηγίες. Όταν ένα ηλεκτρονικό αντίγραφο μεταβεί στον υπογράφοντα, αυτό το άτομο βλέπει τη γραμμή υπογραφής και μια ειδοποίηση που ζητά την υπογραφή του. Ο υπογράφων μπορεί:

1. Να πληκτρολογήσει μια υπογραφή
2. Να επιλέξει μια εικόνα με υπογραφή με μελάνι
3. Να γράψει μια υπογραφή χρησιμοποιώντας τη δυνατότητα μελάνης σε έναν υπολογιστή με οθόνη αφής ή σε άλλη συσκευή

Πώς να δημιουργήσετε μια γραμμή υπογραφής στο Word ή στο Excel (Office 365 ή 2019):

1. Στο έγγραφο, τοποθετήστε τον κέρσορα όπου θέλετε μια γραμμή υπογραφής.
2. Στην καρτέλα Εισαγωγή στην ομάδα κειμένου, κάντε κλικ στη λίστα Γραμμή υπογραφής. Στη συνέχεια, κάντε κλικ στο Microsoft Office Signature Line.
3. Στο παράθυρο διαλόγου Ρύθμιση υπογραφής, πληκτρολογήστε τις πληροφορίες που θα εμφανιστούν κάτω από τη γραμμή υπογραφής:

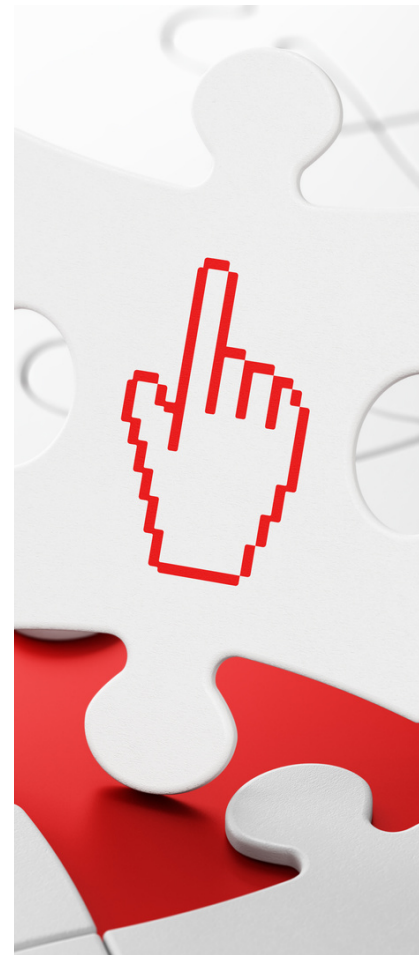
- Προτεινόμενος υπογράφων: το πλήρες όνομα του υπογράφοντος
- Προτεινόμενος τίτλος υπογράφοντος: ο τίτλος του υπογράφοντος, εάν υπάρχει
- Προτεινόμενη διεύθυνση email του υπογράφοντος: η διεύθυνση email του υπογράφοντος, εάν χρειάζεται
- Οδηγίες προς τον υπογράφοντα: οδηγίες για τον υπογράφοντα, όπως "Πριν από την υπογραφή του εγγράφου, βεβαιωθείτε ότι το περιεχόμενο είναι σωστό"

4. Επιλέξτε ένα ή και τα δύο από τα παρακάτω πλαίσια ελέγχου:

- Επιτρέψτε στον υπογράφοντα να προσθέτει σχόλια στο πλαίσιο διαλόγου Υπογραφή: Ο υπογράφων μπορεί να πληκτρολογήσει τον σκοπό υπογραφής
- Εμφάνιση ημερομηνίας υπογραφής στη γραμμή υπογραφής: Η ημερομηνία υπογραφής του εγγράφου θα εμφανιστεί με την υπογραφή.

Επιπλέον, μπορείτε να καταργήσετε μια υπογραφή κάνοντας κλικ στο βέλος δίπλα στην υπογραφή στο παράθυρο υπογραφής και, στη συνέχεια, κάνοντας κλικ στην επιλογή Κατάργηση υπογραφής.

Εναλλακτικά, ίσως χρειαστείτε ηλεκτρονική υπογραφή σε έγγραφο PDF. Δείτε την επόμενη ενότητα για τον τρόπο χρήσης ηλεκτρονικών υπογραφών σε αρχεία PDF.





Ηλεκτρονική υπογραφή αρχείου PDF

Η φορητή μορφή εγγράφου της Adobe (PDF) είναι μια κοινή μορφή για έγγραφα σταθερής διάταξης. Όπως το Word, το Adobe PDF έχει προσθέσει μια σειρά δυνατοτήτων από τότε που κυκλοφόρησε στην αγορά το 1993. Τώρα είναι δυνατή η ηλεκτρονική υπογραφή ενός αρχείου PDF για έλεγχο ταυτότητας.

Εάν είστε χρήστης των Windows, πιθανότατα γνωρίζετε τους αναγνώστες PDF. Πρόκειται για προγράμματα υπολογιστών που σας επιτρέπουν να ανοίξετε αρχεία PDF, δηλαδή αρχεία με επέκταση αρχείου pdf. Η πιο δημοφιλής επιλογή αυτές τις μέρες είναι το Adobe Acrobat Reader.

Για να προσθέσετε μια ηλεκτρονική υπογραφή σε ένα PDF, ακολουθήστε τα εξής βήματα:

1. Ανοίξτε το αρχείο PDF στο Adobe Acrobat Reader.
2. Κάντε κλικ στο Συμπλήρωση & είσοδος στο παράθυρο Εργαλεία στα δεξιά.
3. Κάντε κλικ στο Sign και, στη συνέχεια, επιλέξτε Add Signature.
4. Θα ανοίξει ένα αναδυόμενο παράθυρο. Ορίστε μια επιλογή - Τύπος, Σχεδίαση ή Εικόνα.
5. Κάντε κλικ στο κουμπί Εφαρμογή.
6. Σύρετε, αλλάξτε το μέγεθος και τοποθετήστε την υπογραφή μέσα στο αρχείο PDF.





Ηλεκτρονικές υπηρεσίες

Η ηλεκτρονική υπηρεσία είναι ένας πολύ γενικός όρος, που συνήθως αναφέρεται στην «Παροχή υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου (το πρόθεμα «e» σημαίνει «ηλεκτρονικό», όπως συμβαίνει σε πολλές άλλες χρήσεις). Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες περιλαμβάνουν όλες τις υπηρεσίες και δραστηριότητες που δημιουργούνται μέσω υπολογιστών και προσφέρονται και εκτελούνται αλληλεπιδραστικά μέσω ηλεκτρονικών μέσων, όπως το διαδίκτυο.

Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες μπορούν να είναι πληροφορίες και εκπαιδευτικές υπηρεσίες όπως η ηλεκτρονική εκπαίδευση, η ηλεκτρονική μάθηση, η ηλεκτρονική διδασκαλία, η ηλεκτρονική δημοσίευση, το ηλεκτρονικό βιβλίο, ο ηλεκτρονικός κατάλογος, οι προμήθειες, το εμπόριο και οι παραγγελίες όπως το ηλεκτρονικό επιχειρείν, το ηλεκτρονικό εμπόριο, οι ηλεκτρονικές προμήθειες, τα ηλεκτρονικά μετρητά, το ηλεκτρονικό κατάστημα, ο ηλεκτρονικός διαμεσολαβητής, ο ηλεκτρονικός πλειστηριασμός, οι πολιτιστικές και διοικητικές υπηρεσίες όπως η ηλεκτρονική κουλτούρα, η ηλεκτρονική διακυβέρνηση ή η ηλεκτρονική ψηφοφορία, η βελτίωση του μάρκετινγκ, οι υπηρεσίες σχέσεων του προϊόντος ή του πελάτη, ηλεκτρονικές συμβουλευτικές υπηρεσίες όπως ηλεκτρονικές συμβουλές, υπηρεσίες σχετικές με την ασφάλεια (ηλεκτρονική ασφάλεια), παραγωγή, επιστημονικές ή λογιστικές υπηρεσίες.

Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες θα χρησιμοποιηθούν σε πολλές άλλες εφαρμογές στο μέλλον.



Πώς μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες;

Για να χρησιμοποιήσετε τις υπηρεσίες, πρέπει πρώτα να εγγραφείτε ως νέος χρήστης στην οποιαδήποτε σελίδα.

1. Θα επιλέξετε το σύνδεσμο «Εγγραφή» και θα συμπληρώσετε τα απαιτούμενα πεδία.
2. Κατά την εγγραφή θα λάβετε μια επιβεβαίωση ότι έχετε εγγραφεί, η οποία θα επιτρέπει την αίτηση για οποιαδήποτε κυβερνητική υπηρεσία στο διαδίκτυο.





3.9 ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Οποιαδήποτε συνδεδεμένη συσκευή μπορεί να είναι πύλη για απειλή ασφαλείας. Ο καλύτερος τρόπος για να ασφαλίσετε μια συσκευή, ειδικά μια συνδεδεμένη στο διαδίκτυο, είναι να χρησιμοποιήσετε κατάλληλο και ενημερωμένο λογισμικό ασφαλείας, συνήθως γνωστό ως αντιϊνίγυς.

Επιπλέον επίπεδο ασφάλειας προσωπικών δεδομένων και τόσο στις πληροφορίες που μεταφέρονται μέσω του Διαδικτύου ή της ίδιας της συσκευής μπορεί να παρέχεται από ένα ειδικό σύνολο εργαλείων που ονομάζονται VPN, τα οποία αντιπροσωπεύουν το Virtual Private Network (= Εικονικό ιδιωτικό δίκτυο).

Κατά την περιήγηση ή ειδικά την πραγματοποίηση οικονομικών συναλλαγών ενώ συνδέονται με μη ασφαλές WiFi, οι άνθρωποι ενδέχεται να εκθέσουν τον εαυτό τους και τα ευαίσθητα δεδομένα τους σε απειλή ασφαλείας.

Τα εργαλεία και οι υπηρεσίες προστασίας από ιούς συνήθως παρέχουν ένα σύνολο εργαλείων που παρακολουθούν την κίνηση στο διαδίκτυο, τη σάρωση των αρχείων και προσπαθούν να αποκαλύψουν πιθανές απειλές ασφαλείας ακόμη και από άγνωστους ιούς. Τέτοια εργαλεία θα βοηθούσαν στην αποφυγή κακόβουλων διαφημίσεων, θα μπλοκάρουν δυνητικά επιβλαβείς ιστότοπους και θα χρησιμοποιούν άλλες λύσεις για την ασφάλεια της συσκευής και των πληροφοριών του χρήστη.

Τα εργαλεία VPN βοηθούν στη σύνδεση στο Διαδίκτυο μέσω ενός ασφαλούς απομακρυσμένου διακομιστή, ο οποίος κρύβει την αρχική διεύθυνση IP των χρηστών, επιτρέποντας στους χρήστες να κρυπτογραφούν την κυκλοφορία τους και να μεταμφιέζουν την ηλεκτρονική τους ταυτότητα. Με αυτόν τον τρόπο αυξάνεται η ανωνυμία και η ασφάλεια κατά την περιήγηση χρησιμοποιώντας δημόσια σημεία πρόσβασης WiFi ή άλλες μη ασφαλείς συνδέσεις δικτύου.

Κάποιο λογισμικό προστασίας από ιούς μπορεί να παρέχει επίσης μια υπηρεσία VPN.

Το πιο συχνά χρησιμοποιούμενο λογισμικό προστασίας από ιούς:

- Avira
- Avats
- McAfee
- ESET
- Bitdefender
- AVG
- Kaspersky
- Microsoft security essentials
- Norton

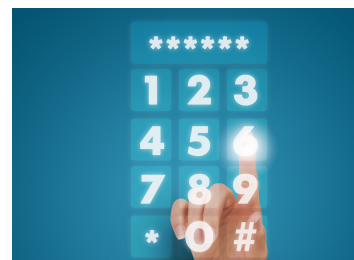
Τα εργαλεία VPN που χρησιμοποιούνται πιο συχνά:

- Nord VPN
- Express VPN
- Surfshark
- Tunnelbear





3.10. ΦΥΣΙΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΥΣΚΕΥΩΝ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ



Όλοι γνωρίζουμε πόσο ενοχλητικό είναι να χάσετε ένα τηλέφωνο, να σας το κλέψουν ή απλά να πέσει στο έδαφος και να σπάσει η οθόνη του σε βαθμό που η συσκευή καθίσταται άχρηστη. Το ζήτημα συνήθως δεν θεωρείται τόσο σημαντικό μέχρι να συμβεί. Προκειμένου να αποφευχθούν κάθε είδους ζημιές σε μια συσκευή μιλώντας για τη φυσική ασφάλεια, υποθέτουμε ότι οποιαδήποτε συσκευή ενδέχεται να υποστεί φυσική ζημιά πτώσης, αστοχία υλικού, ζημιά στο νερό ή μπορεί να χαθεί ή να κλαπεί.

Συγκεντρώσαμε μια λίστα τρόπων και λύσεων για το πώς θα μπορούσαν να αποφευχθούν οι απώλειες χρησιμοποιώντας απλή ασφάλεια τεχνικών φυσικής συσκευής:

Κωδικός πρόσβασης ή κρυπτογράφηση	Αποφύγετε την απώλεια πληροφοριών λόγω απόπειρας κλοπής. Χρησιμοποιήστε έναν ισχυρό κωδικό πρόσβασης, δακτυλικό αποτύπωμα ή άλλα βιομετρικά δεδομένα για να προστατεύσετε την πρόσβαση στη συσκευή σας, τόσο στο κινητό τηλέφωνο όσο και στην επιφάνεια εργασίας. Αποφύγετε τη χρήση του ίδιου κωδικού πρόσβασης παντού και κλειδώστε τον κωδικό πρόσβασης ή κρυπτογραφήστε σημαντικά αρχεία. Ενεργοποιήστε το ενσωματωμένο ή εγκατεστημένο λογισμικό παρακολούθησης που παρέχουν ορισμένοι προμηθευτές για να μπορούν να παρακολουθούν τη συσκευή σας χρησιμοποιώντας υπηρεσίες τοποθεσίας, ακόμα κι αν είναι κλειδωμένη όταν χαθεί ή κλαπεί.
Δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας	Πάντα να δημιουργείτε αντίγραφα ασφαλείας σημαντικών αρχείων, να τα αποθηκεύετε σε CD ή memory stick ή ακόμα και σε αποθήκευση cloud.
Κοινή Λογική	Μην προκαλείτε τους κλέφτες με φορητές συσκευές χωρίς παρακολούθηση, ιδιαίτερα σε δημόσιους χώρους. Μην αφήνετε την τσάντα του φορητού σας υπολογιστή στο αυτοκίνητο, χωρίς επίβλεψη στην καφετέρια, το αεροδρόμιο ή άλλους δημόσιους χώρους.
Ενημερώσεις	Διατηρήστε ενημερωμένο το λογισμικό και τις συσκευές σας, εγκαταστήστε ενημερώσεις στο λειτουργικό σύστημα όταν σας ζητηθεί.
Δράστε γρήγορα	Ανάλογα με την κατάσταση, εάν η συσκευή χαθεί, μην πανικοβληθείτε, ξεκινήστε αλλάζοντας τον κωδικό πρόσβασης σας στα πιο σημαντικά συστήματα, ενημερώστε τον επόπτη σας ή την ομάδα πληροφορικής σας εάν η επαγγελματική συσκευή χάθηκε και, εάν χρειαστεί, ενημερώστε την αστυνομία.
Πώληση	Εάν πουλάτε μια παλιά συσκευή, τηλέφωνο, tablet ή υπολογιστή, βεβαιωθείτε ότι όλα τα προσωπικά σας στοιχεία έχουν διαγραφεί οριστικά από τον σκληρό δίσκο ή τη μνήμη της συσκευής. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ειδικό λογισμικό όπως Eraser, File shredder ή WipeFile ή άλλα παρόμοια εργαλεία.



3.11 ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΤΩΝ ΠΡΑΓΜΑΤΩΝ

Η ιδέα των διασυνδεδεμένων συσκευών όπου οι συσκευές είναι αρκετά έξυπνες για να μοιράζονται πληροφορίες μαζί μας, σε εφαρμογές που βασίζονται σε δεδομένα αποθήκευσης (συσκευή σε συσκευή).

Οι έξυπνες συσκευές ή οι "Συνδεδεμένες συσκευές" όπως συνήθως αποκαλούνται, έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να συλλαμβάνουν και να χρησιμοποιούν κάθε κομμάτι δεδομένων που μοιράζεστε ή χρησιμοποιείτε στην καθημερινή ζωή. Και αυτές οι συσκευές θα χρησιμοποιούν αυτά τα δεδομένα για να αλληλεπιδρούν μαζί σας σε καθημερινή βάση και να ολοκληρώνουν εργασίες.



«Το Διαδίκτυο των πραγμάτων (IoT) είναι ένα σύστημα αλληλοσυνδεόμενων υπολογιστικών συσκευών, μηχανικών και ψηφιακών μηχανημάτων, αντικειμένων, ζώων ή ανθρώπων που διαθέτουν μοναδικά αναγνωριστικά χαρακτηριστικά και τη δυνατότητα μεταφοράς δεδομένων μέσω δικτύου χωρίς να απαιτείται από άνθρωπο σε άνθρωπο ή άνθρωπο σε αλληλεπίδραση με υπολογιστή.»

Αυτό το νέο κύμα συνδεσιμότητας υπερβαίνει τους φορητούς υπολογιστές και τα smartphones, πηγαίνει προς συνδεδεμένα αυτοκίνητα, έξυπνα σπίτια, έξυπνες πόλεις και συνδεδεμένη υγειονομική περίθαλψη. Βασικά, μια συνδεδεμένη ζωή.

Αυτές οι συσκευές θα γεφυρώσουν το χάσμα μεταξύ του φυσικού και του ψηφιακού κόσμου για τη βελτίωση της ποιότητας και της παραγωγικότητας της ζωής, της κοινωνίας και των βιομηχανιών. Με το IoT να καλύπτει τα έξυπνα σπίτια είναι το πιο αναμενόμενο χαρακτηριστικό, με μάρκες που έχουν ήδη αρχίσει να ανταγωνίζονται με έξυπνες συσκευές. Τα πράγματα που φοράμε είναι ένα άλλο χαρακτηριστικό που έρχεται δεύτερο μετά το διαδίκτυο. Με την κυκλοφορία του Apple Watch και περισσότερων συσκευών, αυτές οι συνδεδεμένες συσκευές θα μας κρατήσουν συνδεδεμένους με τον διασυνδεδεμένο κόσμο.





10 Εφαρμογές πραγματικού κόσμου του διαδικτύου των πραγμάτων (IoT) – Εξηγούνται μέσα από βίντεο

Εφαρμογή	Εξήγηση	Σύνδεσμός βίντεο
1. Έξυπνο σπίτι	<p>Το Έξυπνο σπίτι έχει προκαλέσει επανάσταση επιτυχίας στους οικιστικούς χώρους και προβλέπεται ότι τα έξυπνα σπίτια θα γίνουν τόσο κοινά όσο τα smartphone.</p> <p>Τα προϊόντα τους υπόσχονται να εξοικονομήσουν χρόνο, ενέργεια και χρήματα</p>	https://youtu.be/NjYTzvAVozo
2. Πράγματα που φοράμε	<p>Οι φορητές συσκευές εγκαθίστανται με αισθητήρες και λογισμικά που συλλέγουν δεδομένα και πληροφορίες σχετικά με τους χρήστες. Αυτά τα δεδομένα επεξεργάζονται αργότερα για την εξαγωγή βασικών πληροφοριών σχετικά με τον χρήστη.</p> <p>Αυτές οι συσκευές καλύπτουν γενικά τις απαιτήσεις φυσικής κατάστασης, υγείας και ψυχαγωγίας. Το προαπαιτούμενο της τεχνολογίας πραγμάτων για φορητές εφαρμογές είναι να είναι υψηλής ενεργειακής απόδοσης ή εξαιρετικά χαμηλής ισχύος και μικρού μεγέθους.</p>	https://youtu.be/h8-TAgzYrno
3. Συνδεδεμένα αυτοκίνητα	<p>Η ψηφιακή τεχνολογία αυτοκινήτων έχει επικεντρωθεί στη βελτιστοποίηση των εσωτερικών λειτουργιών των οχημάτων. Αλλά τώρα, η προσοχή αυξάνεται προς την ενίσχυση της εμπειρίας στο αυτοκίνητο.</p> <p>Ένα συνδεδεμένο αυτοκίνητο είναι ένα όχημα που μπορεί να βελτιστοποιήσει τη λειτουργία του, τη συντήρησή του καθώς και την άνεση των επιβατών που χρησιμοποιούν αισθητήρες επί του σκάφους και σύνδεση στο Διαδίκτυο.</p> <p>Οι περισσότερες μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες, καθώς και κάποιες γενναίες νεοσύστατες εταιρείες εργάζονται για να βρουν λύσεις για τα συνδεδεμένα αυτοκίνητα. Μεγάλες μάρκες όπως η Tesla, η BMW, η Apple και η Google εργάζονται για να φέρουν την επόμενη επανάσταση στα αυτοκίνητα.</p>	https://youtu.be/0HxZuQ0woLY



<p>4. Βιομηχανικό Διαδίκτυο</p>	<p>Το Βιομηχανικό Διαδίκτυο είναι ό,τι πιο νέο στον βιομηχανικό τομέα, που ονομάζεται επίσης Βιομηχανικό Διαδίκτυο των Πράξεων (IIoT). Ενισχύει τη βιομηχανική μηχανική με αισθητήρες, λογισμικό και μεγάλη ανάλυση δεδομένων για τη δημιουργία εξαιρετικών μηχανών.</p> <p>Σύμφωνα με τον Jeff Immelt, CEO, της GE Electric, το IIoT είναι ένα «όμορφο, επιθυμητό και επενδυτικό» περιουσιακό στοιχείο. Η οδηγική φιλοσοφία πίσω από το IIoT είναι ότι οι έξυπνες μηχανές είναι πιο ακριβείς και συνεπείς από τους ανθρώπους στην επικοινωνία μέσω δεδομένων. Και, αυτά τα δεδομένα μπορούν να βοηθήσουν τις εταιρείες να επιλέξουν νωρίτερα τις ανεπάρκειες και τα προβλήματα.</p> <p>Το IIoT διαθέτει μεγάλες δυνατότητες για έλεγχο ποιότητας και βιωσιμότητα. Οι εφαρμογές για την παρακολούθηση αγαθών, η ανταλλαγή πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο σχετικά με το απόθεμα μεταξύ προμηθευτών και λιανοπωλητών και η αυτόματη παράδοση θα αυξήσουν την αποδοτικότητα της αλυσίδας εφοδιασμού. Σύμφωνα με την GE, η βελτίωση της παραγωγικότητας της βιομηχανίας θα αποφέρει 10 τρισεκατομμύρια δολάρια σε 15 τρισεκατομμύρια δολάρια σε ΑΕΠ παγκοσμίως για τα επόμενα 15 χρόνια.</p>	<p>https://youtu.be/8NGzrtK7eV0</p>
<p>5. Έξυπνες Πόλεις</p>	<p>Η έξυπνη πόλη είναι μια άλλη ισχυρή εφαρμογή του IoT που δημιουργεί περιέργεια μεταξύ του παγκόσμιου πληθυσμού. Η έξυπνη παρακολούθηση, οι αυτοματοποιημένες μεταφορές, τα πιο έξυπνα συστήματα διαχείρισης ενέργειας, η διανομή νερού, η αστική ασφάλεια και η περιβαλλοντική παρακολούθηση είναι όλα παραδείγματα διαδικτυακών εφαρμογών πραγμάτων για έξυπνες πόλεις.</p> <p>Το IoT θα επιλύσει σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι που ζουν σε πόλεις όπως η ρύπανση, η κυκλοφοριακή συμφόρηση και η έλλειψη ενεργειακού εφοδιασμού κ.λπ. Προϊόντα, όπως η κινητή επικοινωνία με δυνατότητα Smart Belly, τα σκουπίδια θα στέλνουν ειδοποιήσεις σε δημοτικές υπηρεσίες όταν πρέπει να αδειάσει ένας κάδος.</p> <p>Με την εγκατάσταση αισθητήρων και τη χρήση εφαρμογών ιστού, οι πολίτες μπορούν να βρουν δωρεάν διαθέσιμες θέσεις στάθμευσης σε όλη την πόλη. Επίσης, οι αισθητήρες μπορούν να ανιχνεύσουν προβλήματα παραβίασης μετρητή, γενικές δυσλειτουργίες και τυχόν προβλήματα εγκατάστασης στο ηλεκτρικό σύστημα.</p> <p>Για να κατανοήσετε καλύτερα τη λειτουργία των έξυπνων πόλεων δείτε αυτό το βίντεο.</p>	<p>https://youtu.be/Br5aJa6MkBc</p>





<p>6. Το IoT στη γεωργία</p>	<p>Με τη συνεχή αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού, η ζήτηση για προσφορά τροφίμων αυξάνεται εξαιρετικά. Οι κυβερνήσεις βοηθούν τους αγρότες να χρησιμοποιούν προηγμένες τεχνικές και έρευνες για να αυξήσουν την παραγωγή τροφίμων. Η έξυπνη γεωργία είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς στο IoT.</p> <p>Οι αγρότες χρησιμοποιούν σημαντικές πληροφορίες από τα δεδομένα για να έχουν καλύτερη απόδοση επένδυσης. Η ανίχνευση της υγρασίας του εδάφους και των θρεπτικών συστατικών, ο έλεγχος της χρήσης νερού για την ανάπτυξη των φυτών και ο προσδιορισμός του προσαρμοσμένου λιπάσματος είναι μερικές απλές χρήσεις του IoT.</p> <p>Εάν είστε περίεργοι, το παρακάτω βίντεο εξηγεί περαιτέρω σχετικά για αυτήν την ιδέα.</p> <p>Διαβάστε περισσότερα για να μάθετε τα τελευταία νέα σχετικά με το IoT στη γεωργία.</p>	<p>https://youtu.be/g0FnMD2_0Fw</p>
<p>7. Έξυπνο λιανικό εμπόριο</p>	<p>Το δυναμικό του IoT στον τομέα της λιανικής είναι τεράστιο. Το IoT παρέχει την ευκαιρία στους λιανοπωλητές να συνδεθούν με τους πελάτες για να βελτιώσουν την εμπειρία στο κατάστημα.</p> <p>Τα smartphones θα είναι ο τρόπος για τους λιανοπωλητές να παραμένουν συνδεδεμένοι με τους καταναλωτές τους ακόμη και εκτός καταστήματος. Η αλληλεπίδραση μέσω Smartphone και η χρήση της τεχνολογίας Beacon μπορεί να βοηθήσει τους εμπόρους λιανικής να εξυπηρετήσουν καλύτερα τους καταναλωτές τους. Μπορούν επίσης να παρακολουθούν τους δρόμους των καταναλωτών μέσω ενός καταστήματος και να βελτιώνουν τη διάταξη των καταστημάτων και να τοποθετούν προϊόντα υψηλής ποιότητας σε περιοχές υψηλής κυκλοφορίας.</p> <p>Παρακολουθήστε αυτό το βίντεο για να μάθετε πώς το συνδεδεμένο κατάστημα θα κάνει τη ζωή σας πιο εύκολη.</p> <p>Διαβάστε περισσότερα για να μάθετε την τελευταία τεχνολογία που αλλάζει το πρόσωπο του λιανικού εμπορίου.</p>	<p>https://youtu.be/gUcuqhduWao</p>



<p>8. Ενεργειακή δέσμευση</p>	<p>Τα ηλεκτρικά δίκτυα του μέλλοντος όχι μόνο θα είναι αρκετά έξυπνα αλλά και εξαιρετικά αξιόπιστα. Η ιδέα του έξυπνου πλέγματος γίνεται πολύ δημοφιλής σε όλο τον κόσμο.</p> <p>Η βασική ιδέα πίσω από τα έξυπνα δίκτυα είναι η συλλογή δεδομένων με αυτοματοποιημένο τρόπο και η ανάλυση της συμπεριφοράς των καταναλωτών και των προμηθευτών ηλεκτρικής ενέργειας για τη βελτίωση της απόδοσης καθώς και των οικονομικών της χρήσης ηλεκτρικής ενέργειας.</p> <p>Τα έξυπνα πλέγματα θα μπορούν επίσης να εντοπίζουν πηγές διακοπής ρεύματος πιο γρήγορα και σε μεμονωμένα επίπεδα οικιακής χρήσης, όπως το κοντινό ηλιακό πάνελ, καθιστώντας δυνατό το καταναμημένο ενεργειακό σύστημα.</p> <p>Ακολουθεί ένα βίντεο για να εξηγήσουμε πώς λειτουργεί ένα έξυπνο πλέγμα.</p>	<p>https://youtu.be/JwRTpWZReJk</p>
<p>9. Το IoT στην υγειονομική περίθαλψη</p>	<p>Η συνδεδεμένη υγειονομική περίθαλψη παραμένει ο κομισμένος γίγαντας των εφαρμογών του Internet of Things. Η ιδέα ενός συνδεδεμένου συστήματος υγειονομικής περίθαλψης και έξυπνων ιατρικών συσκευών έχει τεράστιες δυνατότητες όχι μόνο για τις εταιρείες, αλλά και για την ευημερία των ανθρώπων γενικά.</p> <p>Η έρευνα δείχνει ότι το IoT στην υγειονομική περίθαλψη θα είναι τεράστιο τα επόμενα χρόνια. Το IoT στην υγειονομική περίθαλψη στοχεύει στην ενδυνάμωση των ανθρώπων να ζήσουν πιο υγιεινή ζωή φορώντας συνδεδεμένες συσκευές. Τα δεδομένα που συλλέγονται θα βοηθήσουν στην εξατομικευμένη ανάλυση της υγείας ενός ατόμου και θα παρέχουν προσαρμοσμένες στρατηγικές για την καταπολέμηση των ασθενειών. Το παρακάτω βίντεο εξηγεί πώς το IoT μπορεί να φέρει επανάσταση στη θεραπεία και την ιατρική βοήθεια.</p>	<p>https://youtu.be/8AkXW9EPFJg</p>
<p>10. Το IoT στην κτηνοτροφία και τη γεωργία</p>	<p>Η παρακολούθηση των ζώων αφορά την κτηνοτροφία και τη μείωση κόστους. Χρησιμοποιώντας εφαρμογές IoT για τη συλλογή δεδομένων σχετικά με την υγεία και την ευημερία των βοοειδών, οι κτηνοτρόφοι που γνωρίζουν νωρίς για το άρρωστο ζώο μπορούν να τραβήξουν και να βοηθήσουν στην πρόληψη μεγάλου αριθμού άρρωστων βοοειδών.</p> <p>Με τη βοήθεια των συλλεχθέντων δεδομένων και οι κτηνοτρόφοι μπορούν να αυξήσουν την παραγωγή πουλερικών. Παρακολουθήστε αυτό το ενδιαφέρον βίντεο.</p>	<p>https://youtu.be/eZ2sVriiluU</p>



ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ, ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΦΥΛΑΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

4.1. ΠΑΡΑΒΙΑΣΕΙΣ ΑΠΟΡΡΗΤΟΥ ΚΑΙ ΚΛΟΠΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ



Τι είναι η παραβίαση απορρήτου δεδομένων;

1. Η παραβίαση δεδομένων είναι ένα συμβάν στο οποίο οι πληροφορίες κλέβονται ή λαμβάνονται από ένα σύστημα χωρίς τη γνώση ή την άδεια του κατόχου του συστήματος. Μια μικρή εταιρεία ή ένας μεγάλος οργανισμός ενδέχεται να υποστεί παραβίαση δεδομένων.
2. Παραβιάζεται το απόρρητο όταν κάποιος αποκτά πρόσβαση σε πληροφορίες χωρίς άδεια. Ξεκινά με παραβίαση ασφαλείας - διείσδυση σε προστατευμένο δίκτυο υπολογιστών - και τελειώνει με την έκθεση ή την κλοπή δεδομένων. Αυτά τα δεδομένα ενδέχεται να περιλαμβάνουν προσωπικά αναγνωρίσιμα στοιχεία, όπως το όνομα, τη διεύθυνση, τον αριθμό Κοινωνικής Ασφάλισης και τα στοιχεία της πιστωτικής σας κάρτας.

Ποιοι είναι οι κίνδυνοι απορρήτου σας;

1. Το απόρρητο σχετίζεται με τυχόν δικαιώματα που έχετε για τον έλεγχο των προσωπικών σας πληροφοριών και τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται αυτές οι πληροφορίες. Οι πληροφορίες σας βρίσκονται σε πολλά μέρη. Αυτό περιλαμβάνει κυβερνητικούς φορείς, οργανισμούς υγειονομικής περίθαλψης, χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων, κατασκευαστές εφαρμογών υπολογιστών και πολλά άλλα μέρη.
2. Οι πληροφορίες σας έχουν αξία. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι εγκληματίες στον κυβερνοχώρο στοχεύουν συχνά οργανισμούς όπου μπορούν να συλλέξουν προσωπικά δεδομένα. Μπορούν να το χρησιμοποιήσουν για να διαπράξουν εγκλήματα όπως κλοπή ταυτότητας ή να το πουλήσουν στον σκοτεινό διαδίκτυο.
3. Μια άλλη ομοιότητα μεταξύ παραβιάσεων απορρήτου και παραβιάσεων δεδομένων; Δεν μπορείτε να κάνετε πολλά για να τα αποτρέψετε. Η ασφάλεια των πληροφοριών σας είναι στα χέρια κάποιου άλλου. Παρόλα αυτά, υπάρχουν πράγματα που μπορείτε να κάνετε για να προστατέψετε τον εαυτό σας.

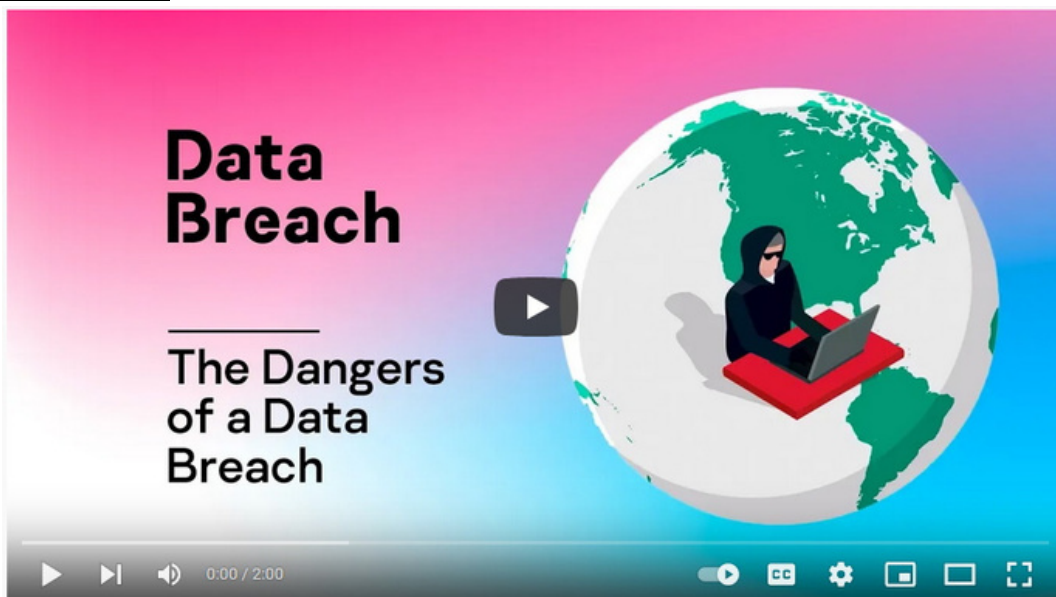




Πώς να αποτρέψετε μια παραβίαση δεδομένων;

1. Δημιουργήστε σύνθετους κωδικούς πρόσβασης. Χρησιμοποιήστε διαφορετικούς λογαριασμούς για κάθε λογαριασμό και αλλάξτε τους κωδικούς πρόσβασης σας σε περίπτωση που μια εταιρεία με την οποία επικοινωνήσατε πρόσφατα παραβιαστεί.
2. Χρησιμοποιήστε έλεγχο ταυτότητας πολλών παραγόντων όταν είναι διαθέσιμες. Αυτό επιτρέπει την πρόσβαση μόνο αφού παρουσιαστούν δύο ή περισσότερα αποδεικτικά στοιχεία - συνήθως ένας κωδικός πρόσβασης και ένας κωδικός που αποστέλλεται στον χρήστη μέσω τηλεφώνου, μηνύματος ή email κατά τη σύνδεση.
3. Αγορά με πιστωτική κάρτα. Ενδέχεται να έχετε λιγότερη ευθύνη για δόλιες χρεώσεις πιστωτικών καρτών.
4. Προσέξτε για απάτη. Εάν λάβετε ειδοποίηση σχετικά με την παραβίαση δεδομένων, καλέστε την εταιρεία για να επιβεβαιώσετε ότι είναι νόμιμη, χρησιμοποιώντας έναν αριθμό που γνωρίζετε ότι είναι έγκυρος και όχι έναν αριθμό που μπορεί να αναφέρεται στην ειδοποίηση.
5. Προστατευτείτε από την κλοπή ταυτότητας. Σε παγκόσμιο επίπεδο, το 65% των παραβιάσεων δεδομένων οδηγεί σε κλοπή ταυτότητας, καθιστώντας το το πιο κοινό αποτέλεσμα. Εάν γίνετε θύμα κλοπής ταυτότητας, επικοινωνήστε με κάθε εταιρεία πιστωτικών καρτών για να δημιουργήσετε ειδοποιήσεις απάτης και να παγώσετε τους λογαριασμούς σας. Στη συνέχεια, επικοινωνήστε με το τοπικό γραφείο κοινωνικής ασφάλισης για τα επόμενα βήματα.
6. Ρύθμιση ειδοποιήσεων λογαριασμού. Ενδέχεται να μπορείτε να λαμβάνετε ειδοποιήσεις για ύποπτες αγορές ή αυτές που υπερβαίνουν ένα συγκεκριμένο ποσό σε δολάρια. Αυτό μπορεί να σας δώσει πληροφορίες σχετικά με το ότι έχει παραβιαστεί.

Video: Οι κίνδυνοι μιας παραβίασης δεδομένων <https://www.youtube.com/watch?v=0kk902-ZvNM>





4.2. ΠΑΡΑΒΙΑΣΗ ΚΑΙ ΕΚΒΙΑΣΜΌΣ ΣΤΟΝ ΚΥΒΕΡΝΟΧΏΡΟ



Η εισβολή είναι μια προσπάθεια εκμετάλλευσης ενός συστήματος υπολογιστή ή ενός ιδιωτικού δικτύου μέσα σε έναν υπολογιστή. Με απλά λόγια, είναι η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση ή έλεγχος σε συστήματα ασφαλείας δικτύου υπολογιστών για κάποιο παράνομο σκοπό.

Ο εκβιασμός στον κυβερνοχώρο είναι ένα έγκλημα στο Διαδίκτυο στο οποίο κάποιος κρατά ομήρους ηλεκτρονικών αρχείων ή των δεδομένων της επιχείρησής σας έως ότου πληρώσετε ένα απαιτούμενο λύτρο.

Video: Εκβιασμός στον κυβερνοχώρο <https://www.youtube.com/watch?v=UNCBuFJRyK>





Ο αρνητικός οικονομικός αντίκτυπος των επιθέσεων στον κυβερνοχώρο μπορεί να μετριαστεί από την ασφάλιση κινδύνου στον κυβερνοχώρο. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό για επιχειρήσεις που έχουν μεγάλη γκάμα πληροφορικής και/ή διαχειρίζονται μεγάλες προσωπικές βάσεις δεδομένων. Πολλές ασφαλιστικές εταιρείες παρέχουν αυτές τις υπηρεσίες στη Λιθουανία. Η κύρια ιδέα μιας τέτοιας ασφάλισης είναι ότι καθώς οι εταιρείες εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τα συστήματα πληροφορικής και την ασφάλεια των δεδομένων, και καθώς ο αριθμός των εγκλημάτων στον ψηφιακό χώρο αυξάνεται, είναι δυνατό να αποκτήσουν την περιουσία και την αστική ευθύνη της εταιρείας για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα ασφαλιστικά.

Οι ασφαλιστικές εταιρείες συνήθως προσφέρουν να καλύψουν όχι μόνο ζημιές που σχετίζονται με ζημιές στα περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας λόγω επιθέσεων στον κυβερνοχώρο, αλλά και ζημιές που προκαλούνται από τη διαρροή προσωπικών δεδομένων τρίτων που αποθηκεύονται από την εταιρεία.

Το καλύτερο παράδειγμα αυτού είναι η περίπτωση της λιθουανικής εταιρείας κοινής χρήσης αυτοκινήτων City Bee, όταν κλάπηκαν 110.000 δεδομένα χρηστών, βρείτε περισσότερα στη διεύθυνση <https://www.euronews.com/2021/02/17/thousands-of-citybee-users> -διέρρευσαν τα προσωπικά τους δεδομένα στο Διαδίκτυο.

Περισσότερα για την ασφάλεια κινδύνου στον κυβερνοχώρο: <https://youtu.be/F7mYEm-kx-Q> (διαθέσιμο μόνο στα λιθουανικά)





4.3. ΚΛΟΠΕΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



Η κλοπή ταυτότητας είναι το έγκλημα της απόκτησης των προσωπικών ή οικονομικών πληροφοριών άλλου ατόμου για χρήση της ταυτότητάς του για διάπραξη απάτης, όπως η πραγματοποίηση μη εξουσιοδοτημένων συναλλαγών ή αγορών. Η κλοπή ταυτότητας διαπράττεται με πολλούς διαφορετικούς τρόπους και τα θύματά της συνήθως αφήνονται με ζημιά στην πίστωση, τα οικονομικά και τη φήμη τους.

Η κλοπή ταυτότητας συμβαίνει όταν κάποιος κλέβει τα προσωπικά σας στοιχεία και τα διαπιστευτήριά σας για να διαπράξει απάτη. Υπάρχουν διάφορες μορφές κλοπής ταυτότητας, αλλά η πιο συνηθισμένη είναι οικονομική. Η προστασία κλοπής ταυτότητας είναι μια αναπτυσσόμενη βιομηχανία που παρακολουθεί τις πιστωτικές εκθέσεις των ανθρώπων, την οικονομική δραστηριότητα και τη χρήση αριθμών κοινωνικής ασφάλισης.

Video: Τι είναι η κλοπή ταυτότητας; <https://www.youtube.com/watch?v=kDFeSUUwRnA>





Τύποι κλοπής ταυτότητας

- | | |
|---------------------------------------|---|
| Κλοπή οικονομικής ταυτότητας | Κάποιος χρησιμοποιεί την ταυτότητα ή πληροφορίες άλλου ατόμου για να λάβει πίστωση, αγαθά, υπηρεσίες ή οφέλη. |
| Κλοπή ταυτότητας κοινωνικής ασφάλισης | Εάν οι κλέφτες ταυτότητας λάβουν τον αριθμό κοινωνικής ασφάλισης, μπορούν να τον χρησιμοποιήσουν για να υποβάλουν αίτηση για πιστωτικές κάρτες και δάνεια. |
| Κλοπή ιατρικής ταυτότητας | Κάποιος θέτει ως άλλο άτομο για να λάβει δωρεάν ιατρική περίθαλψη. |
| Κλοπή συνθετικής ταυτότητας | Ένας εγκληματίας συνδυάζει πραγματικές (συνήθως κλεμμένες) και ψεύτικες πληροφορίες για να δημιουργήσει μια νέα ταυτότητα, η οποία χρησιμοποιείται για το άνοιγμα δόλιων λογαριασμών και την πραγματοποίηση δόλιων αγορών. |
| Κλοπή ταυτότητας παιδιών | Κάποιος χρησιμοποιεί την ταυτότητα του παιδιού για διάφορες μορφές προσωπικού κέρδους. |
| Κλοπή φορολογικής ταυτότητας | Κάποιος χρησιμοποιεί τα προσωπικά σας στοιχεία, συμπεριλαμβανομένου του αριθμού κοινωνικής ασφάλισης, για να υποβάλει ένα ψευδές κράτος ή ομοσπονδιακή φορολογική δήλωση στο όνομά σας και να εισπράξει μια επιστροφή χρημάτων. |
| Κλοπή εγκληματικής ταυτότητας | Ένας εγκληματίας προσποιείται ότι είναι άλλο άτομο κατά τη διάρκεια μιας σύλληψης για να προσπαθήσει να αποφύγει μια κλήση, να αποτρέψει την ανακάλυψη εντάλματος που εκδόθηκε στο πραγματικό τους όνομα ή να αποφύγει ένα αρχείο σύλληψης ή καταδίκης. |





Προστασία κλοπής ταυτότητας

Ένας τρόπος είναι να ελέγχετε συνεχώς την ακρίβεια των προσωπικών εγγράφων και να αντιμετωπίζετε άμεσα τυχόν ασυμφωνίες. Υπάρχουν πολλές υπηρεσίες προστασίας κλοπής ταυτότητας που βοηθούν τους ανθρώπους να αποφύγουν και να μετριάσουν τις επιπτώσεις της κλοπής ταυτότητας. Συνήθως, τέτοιες υπηρεσίες παρέχουν πληροφορίες που βοηθούν τους ανθρώπους να προστατεύσουν τα προσωπικά τους στοιχεία. παρακολουθούν δημόσια αρχεία και ιδιωτικά αρχεία, όπως πιστωτικές εκθέσεις, για να ειδοποιούν τους πελάτες τους για ορισμένες συναλλαγές και αλλαγές κατάστασης και να παρέχουν βοήθεια στα θύματα για να τους βοηθήσουν να επιλύσουν προβλήματα που σχετίζονται με την κλοπή ταυτότητας. Ορισμένες κυβερνητικές υπηρεσίες και μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί παρέχουν παρόμοια βοήθεια, συνήθως με ιστότοπους που διαθέτουν πληροφορίες και εργαλεία για να βοηθήσουν τους ανθρώπους να αποφύγουν, να διορθώσουν και να αναφέρουν περιστατικά κλοπής ταυτότητας. Πολλές από τις καλύτερες υπηρεσίες παρακολούθησης πιστώσεων παρέχουν επίσης εργαλεία και υπηρεσίες προστασίας ταυτότητας.

Για να αποτρέψετε την κλοπή προσωπικών δεδομένων,

- Ασφαλίστε όλα τα έγγραφα με προσωπικές πληροφορίες, όπως άδεια οδήγησης, διαβατήριο, τραπεζικά αντίγραφα, λογαριασμούς κοινής ωφελείας κ.λπ.
- Καταστρέψτε παλιά ή περιττά έγγραφα που δείχνουν το όνομα, τη διεύθυνση ή άλλες προσωπικές πληροφορίες ενός ατόμου
- Παρακολουθήστε την αναφορά του πιστωτικού σας ιστορικού και ελέγχετε τακτικά τα αντίγραφα κίνησης της πιστωτικής κάρτας και του τραπεζικού σας λογαριασμού για ολοκληρωμένες συναλλαγές.
- Κατά την αλλαγή του τόπου διαμονής, ενημερώστε την τράπεζά σας, την πιστωτική κάρτα, την κινητή επικοινωνία, τον πάροχο υπηρεσιών τηλεόρασης/διαδικτύου και άλλους παρόχους υπηρεσιών σχετικά με την αλλαγή διεύθυνσης, ώστε τα μηνύματα και οι επιστολές με προσωπικά στοιχεία να μην φτάσουν σε άλλα άτομα.
- Να θυμάστε ότι όσο λιγότερες πληροφορίες παρέχει ένα άτομο για τον εαυτό του, τόσο μικρότερος είναι ο κίνδυνος να πέσουν οι πληροφορίες σε λάθος χέρια.
- Όταν αγοράζετε αγαθά στο διαδίκτυο, επιλέξτε έναν ασφαλή ιστότοπο που εμφανίζει τα στοιχεία επικοινωνίας της εταιρείας, μια σαφή πολιτική απορρήτου, εγγύηση αγαθών και υπηρεσιών και επιστροφές.
- Όταν επιλέγετε έναν ιστότοπο συναλλαγών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, βεβαιωθείτε ότι εφαρμόζει κρυπτογράφηση των δεδομένων που αποστέλλονται (κατάλληλο και έγκυρο πιστοποιητικό SSL) και ελέγξτε ότι η διεύθυνση του ιστότοπου ξεκινά με HTTPS.



4.4. ΕΚΦΟΒΙΣΜΌΣ ΣΤΟΝ ΚΥΒΕΡΝΟΧΏΡΟ



Ο εκφοβισμός στον κυβερνοχώρο μπορεί να οριστεί ως μια επιθετική, εσκεμμένη και επαναλαμβανόμενη πράξη που πραγματοποιείται από μια ομάδα ή μεμονωμένα, που εκτελείται με ηλεκτρονικά μέσα όπως κινητά τηλέφωνα ή το Διαδίκτυο, εναντίον ενός θύματος που δεν μπορεί εύκολα να υπερασπιστεί τον εαυτό του (Slonje, Smith και Friséń, 2013).

Ο εκφοβισμός, γενικά, διαχωρίζεται από άλλες επιθετικές συμπεριφορές που βασίζονται σε δύο πτυχές. Η πρώτη είναι η επανάληψη, όπως αναφέρεται στον παραπάνω ορισμό, και η δεύτερη είναι η ανισορροπία ισχύος. Συνήθως, η πρόθεση του δράστη δεν είναι να επαναλάβει την καταχρηστική πράξη, αλλά λόγω της υπερβολικής χρήσης της τεχνολογίας, αυτό μπορεί να περάσει τον έλεγχό του. Για παράδειγμα, μια εικόνα με προσβλητικό περιεχόμενο μπορεί να αναρτηθεί στο Διαδίκτυο μία φορά, αλλά κατά συνέπεια μπορεί να κοινοποιηθεί πολλές φορές από άλλα άτομα, όχι από τον αρχικό δράστη. Με αυτόν τον τρόπο η επανάληψη είναι αναπόφευκτη και η αμηχανία βιώνεται πολλές φορές από το θύμα.

Όσον αφορά την ανισορροπία δυνάμεων όσον αφορά τον εκφοβισμό στον κυβερνοχώρο, δεν αναφέρεται απαραίτητως στη σωματική ή ψυχολογική «αδυναμία», αλλά επίσης στην έλλειψη γνώσεων στις ΤΠΕ ή/και στις προσφορές ανωνυμίας στον κυβερνοχώρο (Slonje, Smith και Friséń, 2013). Μελέτες που έχουν διεξαχθεί μέχρι στιγμής, δείχνουν ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ μαθητών με προηγμένες γνώσεις ΤΠΕ και πραγματοποιημένων, παραβατικών, διαδικτυακών δραστηριοτήτων. Όσον αφορά την ανωνυμία, συνήθως το θύμα δεν γνωρίζει την ταυτότητα του δράστη και, ως εκ τούτου, είναι δύσκολο να τον αντιμετωπίσει αποτελεσματικά (Slonje, Smith and Friséń, 2013).



Κίνητρα

Τα κίνητρα του διαδικτυακού εκφοβισμού θα μπορούσαν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες: εσωτερικά και εξωτερικά. Τα εσωτερικά κίνητρα περιλαμβάνουν θυμό, ζήλια, πρόθυμο να εκδικηθεί ή ακόμα και πλήξη (Slonje, Smith and Frisé, 2013). Αυτά μπορεί επίσης να υποδηλώνουν προβληματικές οικογενειακές υποθέσεις. Επιπλέον, η συμπεριφορά στον εκφοβισμό στον κυβερνοχώρο μπορεί να καλύψει την ανάγκη επιβολής εξουσίας (Nika, Gioldasi και Vitta, 2017). Όσον αφορά τα εξωτερικά κίνητρα, αυτά μπορεί να είναι είτε η πιθανή απουσία σοβαρών συνεπειών εναντίον του δράστη είτε το γεγονός ότι ο δράστης μπορεί να είναι απρόθυμος ή φοβισμένος να προχωρήσει σε μια πρόσωπο με πρόσωπο συνάντηση με το πιθανό θύμα (Slonje, Smith και Frisé, 2013).

Συνέπειες

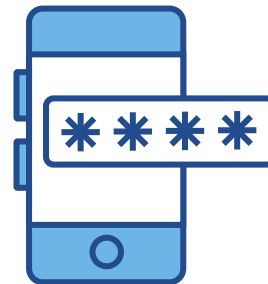
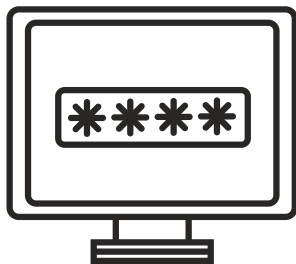
1. Το θύμα και ο δράστης κατά καιρούς βιώνουν αρνητικά συναισθήματα όπως θυμό, θλίψη, άγχος, αμηχανία, φόβο, αυτοεκτίμηση και έλλειψη αυτοεκτίμησης.
2. Όσον αφορά το σχολικό πλαίσιο, έχουν παρατηρηθεί αρνητικές συγκεντρώσεις, κακή ακαδημαϊκή απόδοση αλλά και απουσία από το σχολείο (haveléglová και Cerna, 2011).
3. Τα θύματα μπορούν να αισθάνονται τόσο αβοήθητα, μοναχικά, αμήχανα και απελπισμένα που μπορεί να αποφασίσουν να αυτοκτονήσουν.
4. Τόσο τα θύματα όσο και οι δράστες μπορεί να περιθωριοποιηθούν κοινωνικά και, ως εκ τούτου, τα προαναφερθέντα συναισθήματα εντείνονται.
5. Τα θύματα μπορεί να μην προσπαθήσουν να υπερασπιστούν τον εαυτό τους επειδή πιστεύουν ότι αυτή η καταχρηστική συμπεριφορά είναι «φυσιολογική» ή αναμενόμενη ή ότι την αξίζουν, όταν αισθάνονται κατώτεροι (Šléglová και Cerna, 2011).





Τρόποι αντιμετώπισης

1. Είναι πολύ σημαντικό τόσο οι έφηβοι όσο και οι ενήλικες να ενημερώνονται και να γνωρίζουν την ασφάλεια του Διαδικτύου και τις λειτουργικές διαφορές μεταξύ πολλών μέσων τεχνολογίας (Olweus, 2012).
2. Άλλες πρακτικές λύσεις εμποδίζουν άγνωστα άτομα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αλλάζουν συχνά κωδικούς πρόσβασης και ονόματα χρήστη.
3. Ζητήστε βοήθεια από ένα οικείο άτομο ή έναν ειδικό (Slonje, Smith and Frisé, 2013). Πείτε για μια κακή εμπειρία που περνάτε ή περάσατε στο παρελθόν και μοιραστείτε τα συναισθήματά σας. Αυτό θα σας βοηθήσει να αισθανθείτε πιο ανακουφισμένοι και θα σας βοηθήσει να βρείτε ευκολότερα μια λύση.
4. Οι γονείς πρέπει να είναι ανοιχτόμυαλοι και ουσιαστικά κοντά στα παιδιά τους, έτσι ώστε οι τελευταίοι να αισθάνονται ελεύθεροι να συζητήσουν θέματα όπως ο εκφοβισμός στον κυβερνοχώρο.
5. Είναι ζωτικής σημασίας όταν σερφάρετε στο Διαδίκτυο να γνωρίζετε τα δικαιώματα των ανθρώπων και πώς να τα σέβεστε.
6. Οργανώστε εκπαιδευτικά σεμινάρια ή σεμινάρια σχετικά με τον εκφοβισμό στον κυβερνοχώρο και τρόπους αντιμετώπισης.



Περιπτωσιολογικές μελέτες

Η Μπράντι Βέλα (1998-2016), ηλικίας 18 ετών, ήταν μαθήτρια γυμνασίου που αυτοκτόνησε τον Νοέμβριο του 2016 μετά από χρόνια εκφοβισμού προσωπικά και διαδικτυακά από τους συνομηλίκους της για το βάρος της. Σύμφωνα με την αδερφή της, οι εκφοβιστές δημιούργησαν ιστότοπους γνωριμιών, όπου έλεγαν ψέματα για την ηλικία της, έβαλαν την εικόνα της και χρησιμοποίησαν τον αριθμό τηλεφώνου της για να φαίνεται ότι παραδίδεται για σεξ δωρεάν για να την καλέσουν. Η Μπράντι πυροβολήθηκε στο στήθος με όπλο και πέθανε στο νοσοκομείο την επόμενη μέρα. Μετά το θάνατό της, μερικοί έφηβοι συνελήφθησαν επειδή τον εκφοβίζουν (συνεισφέροντες της Wikipedia, 2020).

Η Μέγκαν Μέιερ (1992-2006), ηλικίας 13 ετών, ήταν Αμερικανίδα έφηβος από το Μισσούρι, η οποία αυτοκτόνησε όταν κρεμάστηκε λίγες εβδομάδες πριν από τα δέκατα τέταρτα γενέθλιά της. Ένα χρόνο αργότερα, οι γονείς της, αφού πραγματοποίησαν έρευνα για το ζήτημα της αυτοκτονίας της, ανακάλυψαν ότι αποδίδεται στον εκφοβισμό στον κυβερνοχώρο μέσω της ιστοσελίδας κοινωνικής δικτύωσης Myspace. Άτομα που σκόπευαν να χρησιμοποιήσουν τα μηνύματα της Meier για να μάθουν περισσότερα για αυτήν και αργότερα να την ταπεινώσουν (συνεισφέροντες της Wikipedia, 2020).



4.5. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥΨΑΡΈΜΑΤΟΣ



Ηλεκτρονικό ψάρεμα (phishing) - δόλιες δραστηριότητες που έχουν σχεδιαστεί για κλοπή προσωπικών ή/και άλλων εμπιστευτικών πληροφοριών (π.χ. δεδομένα ταυτότητας, κωδικοί πρόσβασης, στοιχεία κάρτας πληρωμής κ.λπ.).

Συνήθως, ο κύριος στόχος του ηλεκτρονικού ψαρέματος είναι η λήψη προσωπικών δεδομένων και διαπιστευτηρίων σύνδεσης για διαδικτυακές τραπεζικές συναλλαγές. Τις ταυτότητες ενός χρήστη, οι κωδικοί πρόσβασης και άλλα διαπιστευτήρια επιτρέπουν στους απατεώνες να έχουν πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς ατόμων και να απορρίπτουν τα χρήματα που διατηρούνται σε αυτούς τους λογαριασμούς από απόσταση (π.χ. μεταφέροντας αυτά τα χρήματα στους δικούς τους τραπεζικούς λογαριασμούς).

Η κλοπή δεδομένων πραγματοποιείται με δύο βασικούς τρόπους:

1. Να επικοινωνήσετε απευθείας με άτομα και να τους ξεγελάσετε για να αποκαλύψετε αυτές τις πληροφορίες πρόθυμα.
2. Χρήση αποκλειστικών τεχνολογιών που αντιγράφουν δεδομένα από διάφορους ιστότοπους ή συσκευές που χρησιμοποιούνται για περιήγηση στο Διαδίκτυο ή/και χρήση απομακρυσμένων υπηρεσιών.



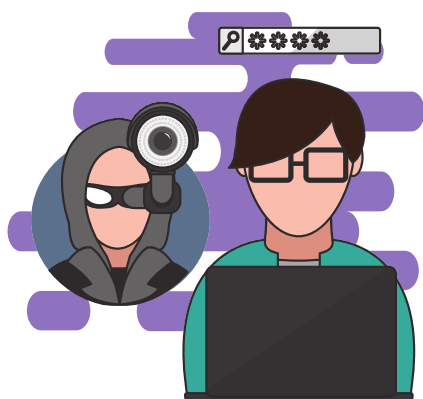
Ο πιο συνηθισμένος τύπος ηλεκτρονικού ψαρέματος είναι το λεγόμενο παραπλανητικό ψάρεμα. Σε αυτήν την περίπτωση ένας απατεώνας πλαστοπροσωπεί ένα νόμιμο ίδρυμα ή εταιρεία (π.χ. κυβερνητική υπηρεσία, υπηρεσία επιβολής του νόμου, πάροχος χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, μεγάλη γνωστή εταιρεία επωνυμίας κ.λπ.) και απευθύνεται σε άτομα απευθείας με αίτημα να συμπληρώσουν προσωπικά στοιχεία. Το ίδιο email ή άλλο είδος μηνύματος αποστέλλεται σε χιλιάδες άτομα ελπίζοντας ότι κάποια από αυτά θα ανταποκριθούν σε αυτό.

Τέτοια μηνύματα συνήθως ζητούν να αντιδράσουν πολύ γρήγορα, σημειώνοντας ότι ενδέχεται να υπάρχουν ανεπιθύμητες αρνητικές συνέπειες εάν ένα άτομο δεν ανταποκριθεί εγκαίρως (π.χ. το ίδρυμα θα λάβει νομικές ενέργειες, ενδέχεται να κλαπεί χρήματα από την τράπεζα του ατόμου, το έπαθλο θα απονεμηθεί σε άλλο άτομο κ.λπ.).

Τις περισσότερες φορές τέτοια μηνύματα ενδέχεται να περιέχουν κακόβουλους συνδέσμους ή/και άλλες αναφορές σε ειδικούς ιστότοπους που ζητούν από τα άτομα να εισαγάγουν εκεί τις ζητούμενες πληροφορίες. Μόλις ένα άτομο παρέχει αυτές τις πληροφορίες σε τέτοιους ιστότοπους, καθίσταται διαθέσιμος στον απατεώνα.

Οι πιο προηγμένοι απατεώνες ενδέχεται να εκμεταλλευτούν το μηχανισμό ελέγχου συνεδρίας και να καταλάβουν τη συνεδρία ενός νόμιμου ιστότοπου. Όταν ένα άτομο συνδέεται σε μια εφαρμογή ιστού, ο διακομιστής ορίζει ένα προσωρινό cookie περιόδου λειτουργίας στο πρόγραμμα περιήγησής του. Οι απατεώνες ενδέχεται να κλέψουν τέτοια cookies περιόδου λειτουργίας ή να παρέχουν σε ένα άτομο έναν σύνδεσμο που περιέχει ένα προετοιμασμένο αναγνωριστικό περιόδου σύνδεσης προτού εισέλθει σε μια τέτοια περίοδο ελέγχου ταυτότητας. Αυτές οι ενέργειες επιτρέπουν στους απατεώνες να παραβιάσουν αργότερα τη συνεδρία χρησιμοποιώντας το ίδιο αναγνωριστικό περιόδου σύνδεσης για τη δική τους περίοδο λειτουργίας προγράμματος περιήγησης.

Οι μέθοδοι ηλεκτρονικού ψαρέματος μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν δημιουργώντας ψεύτικα ηλεκτρονικά καταστήματα ή άλλους ιστότοπους. Για να γίνουν πιο αισθητοί αυτοί οι ιστότοποι, οι απατεώνες γοητεύουν άτομα με χαμηλές τιμές, γρήγορη παράδοση αγαθών ή άλλα οφέλη. Χρησιμοποιούνται διάφορες μηχανές αναζήτησης για να προσεγγίσετε στοχευμένο κοινό και να το κατευθύνετε σε τέτοιους ιστότοπους. Τα δεδομένα κλέβονται ενώ ένα στοχευμένο άτομο προσπαθεί να εγγραφεί ή να αγοράσει τα αγαθά σε αυτούς τους ιστότοπους.



Οι απατεώνες ενδέχεται να εκμεταλλευτούν τους υπάρχοντες νόμιμους ιστότοπους αλλάζοντας μια διεύθυνση IP, έτσι ώστε να ανακατευθύνουν σε έναν ψεύτικο ιστότοπο και όχι στον ιστότοπο που προορίζεται να μεταβεί ένα άτομο.

Η αποστολή συνδέσμων ή άλλων αναφορών σε αρχεία που έχουν μολυνθεί από ορισμένους ιούς είναι επίσης μια πολύ δημοφιλής τεχνική. Τέτοια αρχεία μολύνουν υπολογιστές ή άλλες συσκευές και ενδέχεται να προγραμματιστούν για να ζητήσουν να πληκτρολογήσουν ξανά κωδικούς πρόσβασης ή άλλα διαπιστευτήρια ενώ συνδέονται με διαδικτυακές τραπεζικές ή άλλες απομακρυσμένες υπηρεσίες μόνο με σκοπό τη μεταφορά τέτοιων πληροφοριών σε απατεώνες.





Πρώτον, είναι σημαντικό να κατανοήσετε και να γνωρίζετε ότι οι κλοπές ηλεκτρονικού φαρέματος (phishing) και δεδομένων ενδέχεται να πραγματοποιούνται οπουδήποτε, σε οποιαδήποτε μορφή και ανά πάσα στιγμή, επομένως πρέπει να είστε συνεχώς προσεκτικοί.

Δεύτερον, λάβετε προφυλάξεις για να διατηρήσετε τις συσκευές που χρησιμοποιείτε ασφαλείς:

- 1 Χρησιμοποιήστε εργαλεία και λογισμικό που βοηθούν στη διατήρηση της ασφάλειας του υπολογιστή ή της άλλης συσκευής σας (προγράμματα προστασίας από ιούς κ.λπ.). Κατεβάστε τέτοια εργαλεία ή λογισμικό μόνο από επίσημες και αξιόπιστες πηγές. Ενημερώστε εγκαίρως αυτά τα εργαλεία και το λογισμικό.
- 2 Αποφύγετε την επίσκεψη σε ασαφείς και αναξιόπιστες τοποθεσίες, εγγραφείτε ή κατεβάστε αρχεία από αυτούς τους ιστότοπους. Τέτοιοι ιστότοποι ενδέχεται να περιέχουν συνδέσμους ή αρχεία που ενδέχεται να μολύνουν τον υπολογιστή σας ή άλλη συσκευή από ιούς που συλλέγουν τα προσωπικά σας δεδομένα.
- 3 Αφού χρησιμοποιήσετε τον προσωπικό σας λογαριασμό, αποσυνδεθείτε και κλείστε το παράθυρο του προγράμματος περιήγησης.
- 4 Επιλέξτε ασφαλείς και ισχυρούς κωδικούς πρόσβασης που αποτελούνται από αριθμούς, γράμματα και άλλα σύμβολα. Μην χρησιμοποιείτε εύχρηστους κωδικούς πρόσβασης (π.χ. 12345, μόνο το όνομα ή το επώνυμο ή την ημερομηνία γέννησής σας). Σε περίπτωση που έχετε πολλούς διαφορετικούς λογαριασμούς, χρησιμοποιήστε πάντα διαφορετικούς κωδικούς πρόσβασης.
- 5 Κατά τη δημιουργία λογαριασμών ή email, επιλέξτε παρόχους υπηρεσιών που χρησιμοποιούν συστήματα ελέγχου ταυτότητας δύο παραγόντων (π.χ. κωδικό πρόσβασης και αριθμό τηλεφώνου).
- 6 Προσοχή στα κοινά διαδικτυακά ψεύτικα που μιμούνται:
 - α) ιστότοποι ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που παρέχουν υπηρεσίες αλληλογραφίας (gmail.com, yahoo.com, hotmail.com, κ.λπ.)·
 - β) κοινωνικούς ιστότοπους (facebook.com, vk.com).
 - γ) e-mail, το οποίο είναι εξαιρετικά δημοφιλές στο εξωτερικό. σύστημα πληρωμών Paypal (paypal.com);
 - δ) άλλους δημοφιλείς ιστότοπους.
- 7 Μην κάνετε κλικ σε ύποπτους ή ασαφείς συνδέσμους που λαμβάνονται σε e-mail ή βρίσκονται σε ιστοσελίδες με ύποπτο περιεχόμενο.
- 8 Πριν εισαγάγετε τα προσωπικά σας στοιχεία σε διαδικτυακούς ιστότοπους, βεβαιωθείτε πάντα ότι ο ιστότοπος δεν είναι ψεύτικος. Είναι απαραίτητο να προσέχετε το όνομα τομέα και τις διευθύνσεις των συνδέσμων στη σελίδα. Τα συστήματα ηλεκτρονικής τραπεζικής χρησιμοποιούν πάντα ένα ασφαλές πρωτόκολλο σύνδεσης SSL, η διεύθυνση πρέπει να έχει HTTPS στην αρχή και το πιστοποιητικό του ιστότοπου μπορεί να ελεγχθεί. Η διεύθυνση των ψεύτικων ιστοσελίδων ξεκινά σχεδόν πάντα με HTTP (χωρίς s).



Τρίτον, σημειώστε ότι νόμιμα ιδρύματα και εταιρείες παροχής υπηρεσιών (π.χ. τράπεζες ή άλλοι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών) δεν ζητούν από τους πελάτες τους να αποκαλύψουν τους κωδικούς πρόσβασής τους ή άλλα διαπιστευτήρια. Αυτές οι πληροφορίες είναι προσωπικές και επιτρέπεται να τις γνωρίζετε μόνο εσείς. Εάν αυτές οι πληροφορίες γίνουν γνωστές σε τρίτους, πρέπει να ενημερώσετε αμέσως αυτούς τους παρόχους υπηρεσιών για αυτές τις περιστάσεις και να αλλάξετε τους κωδικούς πρόσβασης ή άλλα διαπιστευτήρια.

Τέταρτον, εάν λάβετε αίτημα για ευαίσθητες πληροφορίες, προσέξτε αυτές τις περιστάσεις:

1

Η διεύθυνση του αποστολέα. Ελέγξτε εάν τα στοιχεία του ιδρύματος/εταιρείας σε email ή άλλα μηνύματα ταιριάζουν με τα δεδομένα που δημοσιεύονται στους επίσημους ιστότοπούς τους ή σε άλλες δημόσιες πηγές. Τα ιδρύματα/εταιρείες συνήθως χρησιμοποιούν τα αποκλειστικά γραμματοκιβώτια τους αντί για δημόσια γενικά γραμματοκιβώτια (π.χ. @ gmail.com, @ yahoo.com, κ.λπ.).

2

Ποιότητα και περιεχόμενο κειμένου. Τα παραπλανητικά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή τα μηνύματα περιέχουν συχνά γραφικά ή στυλιστικά λάθη. Το κείμενο μπορεί να μεταφραστεί κυριολεκτικά χωρίς να ακολουθηθούν οι κανόνες αυτής της γλώσσας (χρησιμοποιώντας δημόσια διαθέσιμα προγράμματα μετάφρασης). Το κείμενο μπορεί επίσης να χρησιμοποιεί τη γλώσσα του νοικοκυριού, ανακριβείς ονομασίες ή νομικές μορφές ιδρυμάτων ή εταιρειών (π.χ. μια δημόσια αρχή μπορεί να αναφέρεται ως εταιρεία). Οι λόγοι ή άλλες περιστάσεις για την επικοινωνία σας μπορεί να περιγραφούν με τρόπο που θα μπορούσαν να προσαρμοστούν σε οποιαδήποτε κατάσταση (π.χ. φέρεται ότι η αστυνομική υπηρεσία σας ενημερώνει ότι τα στοιχεία σύνδεσής σας στις τραπεζικές υπηρεσίες έχουν κλαπεί και πρέπει να αλλάξετε αμέσως αυτά τα στοιχεία σύνδεσης, αλλά δεν ονομάζει καν την τράπεζα).

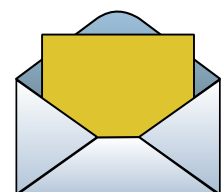
3

Σύνδεσμοι που παρέχονται. Οι απατηλοί σύνδεσμοι συχνά περιέχουν μια σειρά αριθμών ή άγνωστων διευθύνσεων ιστού. Εάν δεν είστε σίγουροι ότι ένας σύνδεσμος είναι νόμιμος, μην κάνετε κλικ σε αυτόν

4

Πιθανότητα να λάβετε το αίτημα ή την προσφορά. Θα πρέπει να αξιολογήσετε εάν θα μπορούσατε να περιμένετε ένα τέτοιο γράμμα και αν ανταποκρίνεται στα πραγματικά γεγονότα ή τη συνήθη πρακτική (π.χ. λαμβάνετε ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ότι έχετε κερδίσει τη λαχειοφόρο αγορά, παρόλο που δεν έχετε συμμετάσχει σε λαχειοφόρο αγορά · λαμβάνετε ένα μήνυμα υποτιθέμενο από την τράπεζά σας, παρόλο που δεν στέλνει ποτέ μηνύματα με αυτόν τον τρόπο).

Εάν έχετε αμφιβολίες σχετικά με ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή ένα μήνυμα που λάβατε, επικοινωνήστε με το ίδρυμα/εταιρεία (που φέρεται να σας έστειλε) με τα στοιχεία επικοινωνίας του διαθέσιμα δημόσια στον επίσημο ιστότοπό της ή σε άλλη αξιόπιστη πηγή.





4.6. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΓΚΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΠΆΤΕΣ ΕΠΕΝΔΎΣΕΩΝ

Τα οικονομικά εγκλήματα είναι εγκλήματα στα οποία οι εγκληματικές οργανώσεις επωφελούνται οικονομικά. Στα οικονομικά εγκλήματα, συνήθως, ένα μέρος παρέχει οικονομικό όφελος και το άλλο μέρος έχει οικονομική απώλεια. Αυτά διαπράττονται συχνά για το προσωπικό όφελος του εγκληματία και συνεπάγονται την παράνομη μετατροπή της ιδιοκτησίας της περιουσίας που εμπλέκεται.

Όταν μιλάμε για «απάτη καταναλωτή» όταν κάποιος υποφέρει από οικονομική ζημία που συνεπάγεται τη χρήση παραπλανητικών, αθέμιτων ή ψευδών επιχειρηματικών πρακτικών. Τα τελευταία δύο χρόνια, για παράδειγμα, το 60% των ευρωπαϊών καταναλωτών που έκαναν αγορές διαδικτυακά σε χρονικό διάστημα 12 μηνών, υπέστησαν απάτη. Παρά τα ισχυρά μέτρα ασφάλειας στον κυβερνοχώρο που έχουν υιοθετηθεί από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα (τράπεζες, εταιρείες πληρωμών κ.λπ.), οι απατεώνες συνεχίζουν να εκμεταλλεύονται τον αδύναμο κρίκο της αλυσίδας: τους ανθρώπους και την προτίμησή τους να εμπιστεύονται τους συνομηλικούς τους.

Οι πιο συνηθισμένοι τύποι απάτης:

Ηλεκτρονικό "φάρμακo"	Ηλεκτρονικά μηνύματα και τηλεφωνικές κλήσεις, στις οποίες οι απατεώνες προσποιούνται ότι αποτελούν νόμιμο ίδρυμα για τη λήψη προσωπικών δεδομένων από τα θύματά τους.
Pharming	Είναι μια αυτόματη ανακατεύθυνση του χρήστη σε ψεύτικες σελίδες που λειτουργούν από απατεώνες με σκοπό την κλοπή εμπιστευτικών προσωπικών πληροφοριών, όπως κωδικούς πρόσβασης ή αριθμούς τραπεζικών λογαριασμών. Σε αντίθεση με άλλους τύπους απάτης, το pharming δεν απαιτεί ειδικές ενέργειες από τον χρήστη (θύμα). Στην επίθεση, οι απατεώνες απλώς αλλάζουν αυτόματα DNS ή άλλα ερωτήματα, εισάγοντας τους δικούς τους ιστότοπους αντί για αυτούς που θέλει ο χρήστης (θύμα).
Χειρισμός συσκευών	Παραβίαση συστημάτων POS (σημείο πώλησης), ATM. Smartphones ή υπολογιστές για πρόσβαση σε δεδομένα ή/και χρήματα.
Απάτη ταυτότητας	Χρήση προσωπικών δεδομένων καταναλωτών για ακύρωση πιστωτικών καρτών, αλλαγή κωδικού πρόσβασης, άνοιγμα λογαριασμών κ.λπ.
Παράνομα χρημάτων	εξαπάτηση αθώων ανθρώπων σε ξέπλυμα κλεμμένων ή παράνομων χρημάτων μέσω του τραπεζικού τους λογαριασμού





Πώς να αποφύγετε να γίνετε θύμα απάτης:

- 1** Ελέγχετε τακτικά τον τραπεζικό σας λογαριασμό και αναφέρετε τυχόν ύποπτη δραστηριότητα στην τράπεζά σας.
- 2** Λάβετε υπόψη ότι η τράπεζά σας δεν θα σας ζητήσει ποτέ ευαίσθητες πληροφορίες (π.χ. διαπιστευτήρια διαδικτυακού λογαριασμού) μέσω τηλεφώνου ή email.
- 3** Εάν πιστεύετε ότι έχετε παράσχει τα στοιχεία του λογαριασμού σας σε έναν απατεώνα, επικοινωνήστε αμέσως με την τράπεζά σας.
- 4** Εκτελέστε online πληρωμές μόνο σε ασφαλείς ιστότοπους: ελέγξτε τη γραμμή διευθύνσεων URL για το λουκέτο και το https και χρησιμοποιήστε μόνο ασφαλείς συνδέσεις (δίκτυο κινητής τηλεφωνίας αντί για δημόσιο Wi-Fi).
- 5** Εάν μια προσφορά ακούγεται πολύ καλή για να είναι αληθινή, είναι σχεδόν πάντα μια απάτη.
- 6** Διατηρήστε τα προσωπικά σας στοιχεία ασφαλή.
- 7** Να είστε πολύ προσεκτικοί σχετικά με το πόσες προσωπικές πληροφορίες μοιράζετε σε ιστότοπους κοινωνικών δικτύων. Οι απατεώνες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις πληροφορίες και τις φωτογραφίες σας για να δημιουργήσουν μια ψεύτικη ταυτότητα ή να σας στοχεύσουν με μια απάτη.
- 8** Να αναφέρετε πάντα στην αστυνομία τυχόν ύποπτη απόπειρα απάτης, ακόμη και αν δεν πέσατε θύματα της απάτης.





Η επενδυτική απάτη συνεπάγεται την παράνομη πώληση ή δήθεν πώληση χρηματοοικονομικών μέσων. Τα τυπικά συστήματα απάτης επενδύσεων χαρακτηρίζονται από προσφορές επενδύσεων χαμηλού ή χωρίς κίνδυνο, εγγυημένες αποδόσεις, υπερβολικά συνεπείς αποδόσεις, σύνθετες στρατηγικές ή μη καταχωρισμένους τίτλους.



Τύποι απάτης επενδύσεων

Pyramid Schemes

Είναι όταν οι απατεώνες ισχυρίζονται ότι μπορούν να μετατρέψουν μια μικρή επένδυση σε μεγάλα κέρδη σε σύντομο χρονικό διάστημα. Στην πραγματικότητα, όμως, οι συμμετέχοντες κερδίζουν χρήματα με τη συμμετοχή νέων συμμετεχόντων στο πρόγραμμα. Οι απατεώνες πίσω από αυτά τα προγράμματα συνήθως καταβάλλουν μεγάλες προσπάθειες για να κάνουν τα προγράμματά τους να φαίνονται νόμιμα προγράμματα μάρκετινγκ πολλαπλών επιπέδων.

Σχέδιο Ponzi

Είναι όταν ένας απατεώνας ή ένας «κόμβος» συλλέγει χρήματα από νέους επενδυτές και τα χρησιμοποιεί για να πληρώσει υποτιθέμενες αποδόσεις σε επενδυτές παλαιότερου σταδίου, αντί να επενδύσει ή να διαχειριστεί τα χρήματα όπως υποσχέθηκε. Τα σχήματα πυραμίδα όπως τα σχήματα Ponzi απαιτούν μια σταθερή ροή εισερχόμενων μετρητών για να παραμείνουν στη ζωή. Αλλά σε αντίθεση με τα συστήματα πυραμίδων, οι επενδυτές σε ένα πρόγραμμα Ponzi συνήθως δεν χρειάζεται να προσλαμβάνουν νέους επενδυτές για να κερδίσουν ένα μερίδιο των «κερδών».

„Pump-and-Dump“

Είναι ένα σχέδιο στο οποίο ένας απατεώνας αγοράζει σκόπιμα μετοχές μιας πολύ χαμηλής τιμής μετοχής μιας μικρής εταιρείας με λεπτή διαπραγματεύση και στη συνέχεια διαδίδει ψευδείς πληροφορίες για να αυξήσει το ενδιαφέρον για τη μετοχή και να αυξήσει την τιμή της μετοχής της. Πιστεύοντας ότι κερδίζουν πολλά σε ένα πολλά υποσχόμενο απόθεμα. Οι επενδυτές δημιουργούν ζήτηση αγοράς σε ολοένα και υψηλότερες τιμές. Στη συνέχεια, ο απατεώνας ρίχνει τις μετοχές του στην υψηλή τιμή και εξαφανίζεται, αφήνοντας πολλούς ανθρώπους πιασμένους με άχρηστες μετοχές.

Advance Free Fraud

Είναι ένας τύπος απάτης που παίζει την ελπίδα ενός επενδυτή ότι θα είναι σε θέση να αντιστρέψει ένα προηγούμενο επενδυτικό λάθος που αφορούσε την αγορά μετοχής σε χαμηλές τιμές. Η απάτη γενικά ξεκινά με μια προσφορά για να σας πληρώσει μια δελεαστικά υψηλή τιμή για άχρηστο απόθεμα. Για να λάβετε τη συμφωνία, πρέπει να στείλετε ένα ποσό εκ των προτέρων για να πληρώσετε την υπηρεσία. Αλλά αν το κάνετε αυτό, δεν θα δείτε ποτέ ξανά αυτά τα χρήματα - ή κανένα από τα χρήματα από τη συμφωνία -.



Πώς να αποφύγετε να πέσετε θύμα της επενδυτικής απάτης

- 1 Επαληθεύστε την άδεια του ατόμου που πουλά την επένδυση
- 2 Βεβαιωθείτε ότι η επένδυση είναι καταχωρημένη
- 3 Προσέξτε τις υποσχέσεις για υψηλά ποσοστά απόδοσης ή/και γρήγορα κέρδη
- 4 Να είστε ύποπτοι για τις πωλήσεις υψηλής πίεσης
- 5 Προσοχή στις ανεπιθύμητες προσφορές
- 6 Ζητήστε ενημερωτικό δελτίο ή εγκύκλιο προσφορών
- 7 Μιλήστε με τρίτο άτομο
- 8 Προσέξτε για online απάτες



4.7. ΨΕΥΤΙΚΕΣ ΕΙΔΉΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ

Προπαγάνδα ορίζεται ως η σκόπιμη και συνεπής διάδοση θεωριών και ιδεών στη φιλοσοφία, την επιστήμη, τη θρησκεία κ.λπ., προκειμένου να εκπαιδεύσει τους ανθρώπους που τις χρησιμοποιούν, να επηρεάσει τις απόψεις, τις διαθέσεις των ανθρώπων, να χειραγωγήσει, να προωθήσει ορισμένες ενέργειες που θα συνέβαλαν στους στόχους που επιδιώκονται από τον προπαγανδιστή. Η προπαγάνδα στοχεύει να επηρεάσει τα συναισθήματα και τις απόψεις της ομάδας-στόχου.

Η αποτελεσματικότητα της προπαγάνδας ενισχύεται λέγοντας εν μέρει την αλήθεια αλλά δεν παρέχει όλες τις πληροφορίες και αποκρύπτει τα γεγονότα. Επομένως, η αναγνώριση της προπαγάνδας μπορεί μερικές φορές να είναι δύσκολη. Η προπαγάνδα παρουσιάζει ορισμένα σωστά γεγονότα, αλλά αλλάζει ή διαστρεβλώνει όλο το πλαίσιο. Η ακρίβεια των γεγονότων που παρουσιάζονται μπορεί να επαληθευτεί, οπότε το μήνυμα που έστειλε η προπαγάνδα φαίνεται να είναι αληθινό. Ωστόσο, αυτό έχει σκοπό να είναι παραπλανητικό.

Η προπαγάνδα συχνά ορίζεται σε ένα αρνητικό πλαίσιο ως ένα απαράδεκτο, βασισμένο στην παραπληροφόρηση μέσο διαμόρφωσης της κοινής γνώμης. Τα συνώνυμα που χρησιμοποιούνται για την περιγραφή της προπαγάνδας περιλαμβάνουν, αλλά δεν περιορίζονται σε αυτά, το ψέμα, την εξαπάτηση, τη διαστρέβλωση, τη χειραγώγηση, την πλύση εγκεφάλου, τον έλεγχο της σκέψης και τον ψυχολογικό πόλεμο

Ωστόσο, η προπαγάνδα χρησιμοποιείται επίσης για σκοπούς μάρκετινγκ, κοινωνικούς και εκπαιδευτικούς, π.χ. η προπαγάνδα μπορεί να λειτουργήσει σε ένα θετικό πλαίσιο και το πιο σημαντικό είναι σε τι χρησιμοποιείται. Για παράδειγμα, οι αναπαραστάσεις της βλάβης του καπνίσματος στα κουτιά τσιγάρων. Είναι επίσης προπαγάνδα γιατί έχει μια προσπάθεια να επηρεάσει τους ανθρώπους με συναισθήματα και να αλλάξει τη συμπεριφορά τους, δηλαδή να τους αναγκάσει να κόψουν το κάπνισμα. Ωστόσο, η προπαγάνδα χρησιμοποιείται συχνότερα για αρνητικούς σκοπούς για την υποκίνηση μίσους και εχθρότητας.



Η προπαγάνδα επηρεάζεται συνεχώς από κοινωνικές, τεχνολογικές, πολιτιστικές και οικονομικές αλλαγές. Πρέπει λοιπόν να προσαρμοστεί και να ενεργήσει με τρόπο που να συνάδει με την προσωπικότητα του σύγχρονου ανθρώπου. Η προπαγάνδα συνδέεται συχνά με αφίσες του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, αλλά τώρα έχει πάρει μια ποικιλία από πιο λεπτές μορφές. Ο τρόπος που λειτουργεί μπορεί να είναι τόσο προφανής, όσο μια σβάστικα ή τόσο διακριτικός όσο ένα σχόλιο σε μια πύλη ειδήσεων.



Σύμφωνα με την αντικειμενικότητα, η προπαγάνδα μπορεί να χωριστεί σε λευκή, γκρίζα και μαύρη.

Λευκή Προπαγάνδα

Η λευκή προπαγάνδα είναι η πιο διαφανής και ανοιχτή αναπαράσταση γεγονότων. Χρησιμοποιείται για διάφορα κοινωνικά προγράμματα και πρωτοβουλίες. Η λευκή προπαγάνδα επιδιώκει να παρουσιάσει τα ευρήματα ανεξάρτητων ειδικών που αντικατοπτρίζουν βασικές απόψεις.

Όστόσο, καθώς ο ανταγωνισμός αυξάνεται στα ύψη μεταξύ διαφορετικών δημόσιων και επιχειρηματικών οργανισμών, γίνεται όλο και πιο δύσκολος ο προσδιορισμός της δίκαιης προσέγγισης και οι απόψεις των ειδικών για τα ίδια ζητήματα γίνονται πολύ διαφορετικές. Ως εκ τούτου, ονομάζουμε τη λευκή προπαγάνδα πρόθεση παροχής αιτιολογημένων εξηγήσεων, χωρίς καμία προσπάθεια διαστρέβλωσης των γεγονότων. Τις περισσότερες φορές, η λευκή προπαγάνδα μιλάει για τα επιτεύγματα της χώρας, της εταιρείας ή του οργανισμού και είναι θετική. Για παράδειγμα, η Δημοκρατία της Λιθουανίας προωθεί και επιδεικνύεται ως γέφυρα μεταξύ Δύσης και Ανατολής, όπου υπάρχει κλίμα φιλικό προς τις επενδύσεις και διασφαλίζεται η οικονομική ασφάλεια. Πρόκειται για προπαγάνδα, αν και βασίζεται σε σωστές πληροφορίες που παρέχονται από επίσημες πηγές.

Γκρι Προπαγάνδα

Οι εκπρόσωποι της συνδέουν σκόπιμα τα επιβεβαιωμένα γεγονότα με τα ανεπιβεβαίωτα, παρουσιάζοντας μόνο μια ερμηνεία υπέρ τους, και σκόπιμα διαστρεβλώνουν το πλαίσιο του γεγονότος. Η γκρίζα προπαγάνδα χρησιμοποιείται εντατικά σε κατευθυνόμενες ενημερωτικές, πολιτικές ή οικονομικές συγκρούσεις.

Η γκρίζα προπαγάνδα διαμορφώνει μια μονόπλευρη προσέγγιση του θέματος, αποφεύγοντας την κριτική. Μια τέτοια προπαγάνδα, για παράδειγμα, αναφέρει ότι ο δικός της στρατός έχει πάντα δίκιο. Οι εκπρόσωποι αυτής της προπαγάνδας αποφεύγουν τον ανοιχτό διάλογο που μπορεί να καταλήξει σε αποκάλυψη, αλλά και πάλι δεν εμμένουν σε ένα μονόπλευρο ψέμα, αφήνοντας με τη στάση τους την ευκαιρία να αλλάξουν.

Η γκρίζα προπαγάνδα είναι ευρέως διαδεδομένη στα ρωσικά τηλεοπτικά κανάλια ORT και RTV κατά τη διάρκεια της προεδρίας του Βλαντιμίρ Πούτιν, όταν κάθε πληροφορία για τον Πούτιν και τη Ρωσία παρουσιάζεται θετικά, παρόλο που το διεθνές φόρουμ επικρίνει έντονα τη Ρωσία για ορισμένες αποφάσεις.

Μαύρη Προπαγάνδα

Η μαύρη προπαγάνδα βασίζεται στη σκόπιμη παραποίηση γεγονότων, δηλ. ψέματα. Ήταν ιδιαίτερα διαδεδομένο στη ναζιστική Γερμανία, όπου χρησιμοποιήθηκαν μέθοδοι σκηνοθεσίας εκδηλώσεων. Οι Ναζί, για παράδειγμα, μεταμφιεσμένοι με στολές σοβιετικών στρατιωτών, λεηλάτησαν τα πολωνικά χωριά, εκφοβίζοντας τους ντόπιους με την επικείμενη κομμουνιστική εξουσία και τις συνέπειές της.

Η μαύρη προπαγάνδα βασίζεται επίσης στη μαύρη τεχνολογία. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια εκλογών, οι πληροφορίες διαδίδονται για λογαριασμό ενός αντιπάλου ή διοργανώνονται γεγονότα έτσι ώστε αργότερα να περιπλέκουν πολύ τις πιθανότητες του αντιπάλου να εκλεγεί. Η μαύρη προπαγάνδα και η μαύρη τεχνολογία διώκονται σε πολλές δημοκρατίες.



Έτσι, η προπαγανδιστική επικοινωνία συνήθως δεν είναι απολύτως αντικειμενική και παρουσιάζει γεγονότα επιλεκτικά, προκειμένου να επηρεάσει συμπεριφορές. Η χρήση φορτισμένης γλώσσας αποσκοπεί συχνά στο να προκαλέσει μια συναισθηματική απάντηση στις πληροφορίες που παρουσιάζονται και όχι μία κριτική απάντηση.

Στην ψηφιακή εποχή που ζούμε τώρα, αυτή η συνειδητή προσπάθεια διάδοσης προκατειλημμένων πληροφοριών λαμβάνει χώρα και σε ψηφιακές πλατφόρμες. Σκοπός της είναι να παραπλανήσει και να εξαπατήσει. Μπορούμε λοιπόν να μιλήσουμε με τόλμη για «ψηφιακή προπαγάνδα» (Bjola, 2018, p. 307).

Καθώς η διαδικασία προπαγάνδας μετακινήθηκε στο διαδικτυακό χώρο, εμφανίστηκαν νέες μορφές προπαγάνδας γνωστές ως trolls και bots. Σκοπός τους είναι να επηρεάσουν τα εκλογικά αποτελέσματα, να αποθαρρύνουν, να δυσφημούν ή να απομονώνουν πολιτικούς αντιπάλους, να συμμετέχουν σε δημοσκοπήσεις και να διαδίδουν προπαγάνδα και ψευδείς ειδήσεις.

Τα τρολς είναι δεκάδες χιλιάδες άνθρωποι που προσλαμβάνονται από προπαγανδιστές για να εργάζονται όλη μέρα (ή νύχτα) στις πύλες ειδήσεων της ομάδας στόχου, στα κοινωνικά δίκτυα για να σχολιάζουν τις τελευταίες ειδήσεις και δημοσιεύσεις και να συγκεντρώνουν έναν επιβήτορα ανάμεσα στους χρήστες του Διαδικτύου, να παραπληροφορούν, να περιφρονούν τις επικρατούσες αξίες και στάσεις (Grigaliūnas, 2016).



Πώς να αναγνωρίσετε ένα τρολ

- Εγγραφές ή μηνύματα φιλορωσικού περιεχομένου
- Ορθογραφικά λάθη
- Συχνά ένας γυναικείος λογαριασμός χρήστη
- Μικρός αριθμός ακολούθων
- Κοινή χρήση μηνυμάτων @το όνομα ενός συγκεκριμένου ατόμου, όπως @putin_leader
- Ισχυρίζεται ότι παραπέμπει σε εναλλακτικές πηγές αλλά δεν τις υποδεικνύει
- Σχολιάζει ή κοινοποιεί αναρτήσεις, αναρτήσεις μόνο για ένα συγκεκριμένο θέμα.



Το bots είναι ένα πρόγραμμα υπολογιστή που εκτελεί αυτόματα ορισμένες ενέργειες, τις οποίες μπορεί να εκτελέσει ένα άτομο που εργάζεται σε έναν υπολογιστή. Στην προπαγάνδα, τα bots χρησιμοποιούνται για τη σύνταξη προπαγανδιστικών σχολίων σε πύλες ειδήσεων και αναρτήσεων σε κοινωνικά δίκτυα. Αυτά τα προγράμματα δημιουργούν διαφορετικά σχόλια: δημιουργείται ένα πρότυπο και ένα νέο σχόλιο δημιουργείται από αυτό το πρότυπο. Οι διακομιστές μεσολάβησης παρέχουν διαφορετικές διευθύνσεις IP, επομένως φαίνεται ότι πολλοί διαφορετικοί άνθρωποι γράφουν σχόλια. Για παράδειγμα, περίπου το 15 % των χρηστών του κοινωνικού δικτύου Twitter είναι bots.



Πως να αναγνωρίσετε ένα bot?

- Προσοχή στη φωτογραφία προφίλ. Αυτά είναι συνήθως σχέδια, εικόνες της φύσης, φωτογραφίες πολιτικών ή διασημοτήτων ή καθόλου φωτογραφίες προφίλ. Μπορείτε να βρείτε την προέλευση μιας φωτογραφίας προφίλ χρησιμοποιώντας την Αναζήτηση εικόνων Google.
- Μεγάλο όνομα χρήστη. Το όνομα χρήστη πολλών bots είναι ασυνήθιστο, με αριθμούς ή χωρίς κανένα νόημα.
- Γενικό περιεχόμενο ή διπλές αναρτήσεις ή μηνύματα. Τα bots έχουν σχεδιαστεί για να κυριαρχούν σε ένα συγκεκριμένο θέμα ή μία ετικέτα # στα κοινωνικά δίκτυα. Για να επιτευχθεί αυτό, ένα μήνυμα ή μια ανάρτηση κοινοποιείται πολλές φορές.
- Ο λογαριασμός χρήστη είναι κενός. Οι λογαριασμοί χρηστών που δημιουργήθηκαν από άνθρωπο περιέχουν πολλές προσωπικές πληροφορίες, οι δημιουργημένες από bots – καθόλου ή μόνο βασικές πληροφορίες.
- Τα bots ακολουθούν πολύ περισσότερα άτομα στα κοινωνικά δίκτυα από ό,τι έχουν οι ίδιοι ακόλουθους.
- Τα bots μοιράζονται πολλές αναρτήσεις και μηνύματα. Εάν ένας χρήστης μοιράζεται συνεχώς πολλές εγγραφές, ακόμη και τη νύχτα, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να είναι bot.
- Τα bots μοιράζονται αναρτήσεις ή μηνύματα ριζικού πολιτικού περιεχομένου. Συνήθως πρόκειται για ιδεολογικά κλισέ, πατριωτικά, милитарιστικά κείμενα ενάντια σε κυρίαρχες αξίες και συμπεριφορές.
- Πολλές στερεότυπες εγγραφές, όπως συναισθήματα, βίντεο με ζώα κ.λπ. στη ροή ειδήσεων του χρήστη. Αυτό το περιεχόμενο χρησιμοποιείται από bots κατά τη διάρκεια διαλειμμάτων μεταξύ εκλογών ή άλλων σχετικών εκδηλώσεων.

Μπορείτε να ελέγξετε, αν ακολουθείτε bots στο κοινωνικό δίκτυο Twitter, εδώ: <https://botcheck.me>.

Παρεμπιπτόντως, δεν υπάρχουν μόνο τρολς αλλά και ξωτικά. Συνήθως πρόκειται για ενεργά πολιτικά άτομα που αποκαλύπτουν παραπληροφόρηση και χειρισμούς, πολεμώντας τους διαδοτές ψευδών ειδήσεων και της προπαγάνδας στο διαδικτυακό χώρο.

Μέσα επιρροής που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως προπαγάνδα

Γενίκευση

Η **γενίκευση** είναι μια προσπάθεια να επηρεαστούν τα συναισθήματα με τη χρήση αφαιρέσεων. Αποτελεί μια από τις απλούστερες μορφές προπαγάνδας. Αυτή η μέθοδος χρησιμοποιείται συχνά κατά τις προεκλογικές εκστρατείες των πολιτικών. Αυτή η μέθοδος είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική σε δύσκολους καιρούς, όπως σε μία οικονομική κρίση.

Συχνά χρησιμοποιούνται συναισθηματικές αθροιστικές δηλώσεις, όπως Αξίζουμε να ζούμε καλύτερα, Για το μέλλον, Η τάξη θα είναι, Κάθε άνθρωπος είναι υψίστης σημασίας κ.λ.π.

Σύμβολα

Τα **σύμβολα** βοηθούν στη βελτίωση της εικόνας του ατόμου. Για παράδειγμα, ένα άτομο σε μια φωτογραφία περιβάλλεται από ορισμένα συμβολικά αντικείμενα που σχηματίζουν μια εικόνα ότι το άτομο αυτό προωθεί τις αξίες που συμβολίζονται.

Ετικέτα

Η **ετικέτα** είναι όταν μια αρνητική ιδέα, δράση, όρος συνδέεται με ένα συγκεκριμένο άτομο, οργανισμό κ.λπ. Συχνά χρησιμοποιείται σαρκασμός ή χλευασμός. Αυτός είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος προπαγάνδας, γιατί τις αυτοκόλλητες ετικέτες - ψεύτες, τρομοκράτες, διεφθαρμένοι - είναι δύσκολο να αποβάλει κανείς.

Η αίσθηση του κοπαδιού

Η **αίσθηση του κοπαδιού** δημιουργεί μια εικόνα ότι η ιδέα έχει ευρεία αποδοχή, επομένως η απόρριψή της ενέχει τον κίνδυνο να απομονωθεί και να είναι εκτός τόπου.

Συναισθηματική διέγερση

Η **συναισθηματική διέγερση** επιδιώκει να προκαλέσει τόσο έντονα συναισθήματα, όπως ο φόβος, ο θυμός, η λύπη και η αγανάκτηση. Η πιο συνηθισμένη προσπάθεια είναι να δείξουμε ότι το ένα ή το άλλο φαινόμενο θα έχει αρνητικές συνέπειες, χρησιμοποιώντας μια ποικιλία ανθρώπινων φόβων.

Στοιβάξη καρτών

Η **στοιβάξη καρτών** είναι όταν λέγονται μόνο θετικά γεγονότα και αποσιωπώνται τα αρνητικά. Αν και τα επιχειρήματα που χρησιμοποιούνται για τη χρήση αυτής της τεχνικής είναι συνήθως έγκυρα, συχνά παρουσιάζονται στατιστικά στοιχεία που μπορεί να παραμορφώσουν την κατάσταση, επειδή οι πληροφορίες αφαιρούνται από το πλαίσιο ή παραλείπονται σημαντικά γεγονότα. Στις πολιτικές εκστρατείες, ένας υποψήφιος παρουσιάζεται μόνο από τη θετική πλευρά, ενώ παραλείπεται η αρνητική.





Τεστ C.R.A.P.

Ένας γρήγορος έλεγχος της ακρίβειας των πληροφοριών στον ιστότοπο μπορεί να γίνει χρησιμοποιώντας το τεστ C.R.A.P. (Επικαιρότητα, Αξιοπιστία, Αυθεντικότητα και Σκοπός/Οπτική Γωνία). Αυτό το τεστ καθιστά δυνατό να μάθουμε πότε και υπό ποιες συνθήκες γράφτηκε το δημοσιευμένο κείμενο, πόσο αξιόπιστος είναι ο συγγραφέας του και, τέλος, ο σκοπός και η άποψη αυτών των πληροφοριών (CyberWise, 2019).

Επικαιρότητα

- Πόσο πρόσφατες είναι οι πληροφορίες;
- Πόσο πρόσφατα ενημερώθηκε ο ιστότοπος;
- Είναι αρκετά επίκαιρο για το θέμα σας;

Αξιοπιστία

- Τι είδους πληροφορίες περιλαμβάνονται στην πηγή;
- Είναι το περιεχόμενο της πηγής κυρίως γνώμη; Είναι ισορροπημένο;
- Παρέχει ο δημιουργός αναφορές ή πηγές για τα δεδομένα ή τα αποσπάσματα;

Αυθεντικότητα

- Ποιος είναι ο δημιουργός ή ο συγγραφέας?
- Ποια είναι τα διαπιστευτήρια; Μπορείτε να βρείτε πληροφορίες για το ιστορικό του συγγραφέα;
- Ποιος είναι ο εκδότης ή ο χορηγός;
- Είναι αξιόπιστα;
- Ποιο είναι το ενδιαφέρον του εκδότη (αν υπάρχει) για αυτές τις πληροφορίες;
- Υπάρχουν διαφημίσεις στον ιστότοπο; Εάν ναι, έχουν καθαρή σήμανση;

Σκοπός/Οπτική Γωνία

- Είναι γεγονός ή άποψη; Ο συγγραφέας παραθέτει πηγές ή αναφέρει παραπομπές;
- Είναι προκατειλημμένο; Φαίνεται ότι ο συγγραφέας προσπαθεί να προωθήσει μία ατζέντα ή μία συγκεκριμένη πλευρά;
- Ο δημιουργός/συγγραφέας προσπαθεί να σας πουλήσει κάτι συγκεκριμένο; Αν ναι, δηλώνεται ξεκάθαρα;



Τρόποι Αντιμετώπισης

Με τόσες πολλές διαθέσιμες πληροφορίες σε όλες τις ψηφιακές πλατφόρμες, είναι εύκολο να παραπλανηθείτε. Μελέτες δείχνουν ότι περίπου το 75% των ανθρώπων, που βλέπουν ψεύτικες ειδήσεις, δεν είναι σε θέση να αναγνωρίσουν ότι είναι πραγματικά πλαστές. Επομένως, ένας γρήγορος τρόπος για να ελέγξετε, αν μια πληροφορία είναι πραγματική ή όχι, είναι με τη χρήση του C.R.A.P. Δοκιμή. Μάθετε αν το άρθρο είναι Τρέχον, αξιόπιστο, εάν ο Συγγραφέας είναι αξιόπιστος και τέλος το Σκοπός και την άποψη του άρθρου (CyberWise, 2019). Σίγουρα απαιτείται πάντα κοινή λογική. Ορισμένοι τρόποι εντοπισμού ψεύτικων ειδήσεων παρουσιάζονται εν συντομία παρακάτω (Πώς να εντοπίζετε ψεύτικες ειδήσεις)

1. Εξετάστε την πηγή: Προσπαθήστε να μάθετε περισσότερα για την πηγή και εξετάστε εάν είναι αξιόπιστη.
2. Διαβάστε πέρα από αυτό: Οι τίτλοι μπορεί να είναι σκανδαλώδεις, προκειμένου να λάβετε περισσότερα κλικ. Αναζητήστε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την αφηγημένη ιστορία και προσπαθήστε να μάθετε την αλήθεια.
3. Ελέγξτε τον συγγραφέα: Έχει κάνει ο συντάκτης άλλες δημοσιεύσεις, εκτός από την τρέχουσα; Έχει λάβει σχόλια ή απόψεις σχετικά με την αξιοπιστία του;
4. Υποστηρικτικές πηγές: Συνήθως ένας ιστότοπος παραθέτει άλλους συνδέσμους που σχετίζονται με το αντικείμενο του παρεχόμενου άρθρου. Ελέγξτε εάν αυτοί οι σύνδεσμοι σχετίζονται πραγματικά με το αρχικό άρθρο ή είναι απλώς παραπλανητικοί.
5. Ελέγξτε την ημερομηνία: Οι πληροφορίες είναι ενημερωμένες ή αναδημοσιεύονται;
6. Είναι αστείο; Σε περίπτωση που οι πληροφορίες είναι πραγματικά περίεργες, μπορεί να είναι σάτιρα. Πρέπει να ελέγξετε ξανά τον συντάκτη και την πηγή, για να είστε σίγουροι.
7. Ελέγξτε τις προκαταλήψεις σας: Σκεφτείτε αν οι ειδήσεις που διαβάζετε, επηρεάζουν τις δικές σας προκαταλήψεις. Ίσως να τις απορρίψετε, επειδή δεν συμφωνείτε. Αλλά αυτό δεν κάνει τα νέα ψεύτικα.
8. Ρωτήστε τους ειδικούς: Υπάρχουν ορισμένοι ιστότοποι ελέγχου γεγονότων που μπορείτε να επισκεφθείτε, προκειμένου να είστε σίγουροι για τις πληροφορίες που παρέχονται.





Περιπτωσιολογικές Μελέτες

Ένα παράδειγμα προπαγανδιστικής εκστρατείας είναι αυτό μεταξύ της Ρωσίας και των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής, σχετικά με τις προεδρικές εκλογές του 2016. Ο κύριος λόγος πίσω από τη διαμόρφωση των εκλογικών αποτελεσμάτων ήταν η εμφάνιση ποικίλων ψεύτικων ειδήσεων για να κατευθύνουν τους Αμερικανούς πολίτες να ψηφίσουν για τον Τραμπ.

Η Cambridge Analytica, μια εταιρεία που ειδικεύεται στην ανάλυση δεδομένων και στη δημιουργία ψυχολογικών προφίλ για πολιτικούς σκοπούς, χρησιμοποιώντας δεδομένα που συλλέχθηκαν από Αμερικανούς χρήστες του Facebook, συνέταξε τα εκλογικά προφίλ χιλιάδων ανθρώπων πριν από τις προεδρικές εκλογές για να υποστηρίξει την προεκλογική εκστρατεία του Donald Trump.

Οι χρήστες του Facebook που αναλύθηκαν χωρίστηκαν σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη περιελάμβανε ψηφοφόρους που σκόπευαν να ψηφίσουν τον αντίπαλο του Τραμπ, ενώ η δεύτερη περιελάμβανε εκείνους που σκόπευαν να απέχουν. Ακολούθησε μια στοχευμένη ψεύτικη εκστρατεία για τη Χίλαρι Κλίντον.



Οι «ειδήσεις» που παρουσιάστηκαν στους ψηφοφόρους πρώτης κατηγορίας είχαν ως στόχο να τους πείσουν να μην ψηφίσουν, ενώ εκείνοι που φαίνονται στο κινητό δεύτερης κατηγορίας είχαν σκοπό να τους παροτρύνουν να ψηφίσουν τον Τραμπ. Σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου του Στάνφορντ, το 41% των ψεύτικων ειδήσεων τον τελευταίο μήνα πριν από τις εκλογές έγινε viral. Το Facebook αναγνώρισε επίσημα ότι 126 εκατομμύρια Αμερικανοί, περίπου το 40% του συνολικού πληθυσμού των ΗΠΑ, είδαν νέα και δημοσιεύσεις σε κοινωνικά δίκτυα, τα οποία «φυτεύτηκαν» από τον πλέον διαβόητο Οργανισμό Έρευνας Διαδικτύου, με έδρα την Αγία Πετρούπολη (Τσομπανίδης, 2018).

Ένα παράδειγμα της ευκολίας των ψεύτικων ειδήσεων που διαδίδονται σήμερα, είναι η ανακάλυψη νέων σπιτικών συνταγών, οι οποίες υποτίθεται ότι σκοτώνουν τον Covid-19, τον νέο κορονοϊό. Ακούσαμε πράγματα όπως «η κατανάλωση αλκοόλ σκοτώνει τον ιό», «η κατανάλωση διοξειδίου του χλωρίου ενισχύει το ανοσοποιητικό σύστημα». Αυτές οι απόψεις είναι, τουλάχιστον, επικίνδυνες. Αλλά μια συνταγή που κυκλοφόρησε γρήγορα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ήταν αυτή που υποστηρίζει ότι το βραστό σκόρδο σκοτώνει τον Covid-19 «Καλά νέα, ο κορονοϊός του Wuhan μπορεί να θεραπευτεί με ένα μπουλ με φρέσκο βραστό νερό σκόρδου. Ο παλιός Κινέζος γιατρός έχει αποδείξει την αποτελεσματικότητά του. Πολλοί ασθενείς έχουν επίσης αποδείξει ότι αυτό είναι αποτελεσματικό. Οκτώ (8) σκελίδες ψιλοκομμένου σκόρδου προσθέστε επτά (7) φλιτζάνια νερό και βράστε. Φάτε και πιείτε το βραστό νερό σκόρδου, για βελτίωση και θεραπεία μέσα σε μια νύχτα. Χαίρομαι που το μοιράστηκα » (Spencer, 2020).





Οι καλύτεροι τρόποι για να αποκρούσετε την προπαγάνδα:

- Υπεύθυνα, ανεξάρτητα μέσα ενημέρωσης
- Αποδόμηση μύθων και στρατηγική επικοινωνία
- Ελεύθερη, μορφωμένη κοινωνία
- Συνεχής ανάπτυξη της ικανότητας κριτικής αξιολόγησης των πληροφοριών
- Διαμόρφωση και ενίσχυση εθνικής αφηγηματικής και ιστορικής μνήμης

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ: Λιθουανική ιστορία Μπαϊρακτάρ

«Εκατοντάδες Λιθουανοί συγκέντρωσαν 4,7 εκατομμύρια δολάρια σε τρεισήμισι μέρες για να αγοράσουν το μη επανδρωμένο Μπαϊρακτάρ στην Ουκρανία. Καταρρίφθηκε 3,5 λεπτά μετά την πρώτη του άνοδο».

Παρουσιάστηκε ως «ανώνυμο κανάλι Twitter που δημοσιεύει φανταστικές ειδήσεις». Οι σχολιαστές φάνηκε να μην έδωσαν σημασία σε αυτήν τη λεπτομέρεια και πήραν το μήνυμα στα σοβαρά.

Τον Μάιο του 2022, εκατοντάδες Λιθουανοί συνενώθηκαν για να αγοράσουν ένα προηγμένο στρατιωτικό drone για την Ουκρανία στον πόλεμό της εναντίον της Ρωσίας, σε ένδειξη αλληλεγγύης με μια χώρα της πρώην Σοβιετικής Ένωσης.

Ο στόχος των 5 εκατομμυρίων ευρώ συγκεντρώθηκε σε μόλις τρεισήμισι ημέρες — σε μεγάλο βαθμό σε μικρά ποσά μεταξύ 5 και 100 € — για τη χρηματοδότηση της αγοράς ενός στρατιωτικού drone Μπαϊρακτάρ TB2, σύμφωνα με το *Laisves TV*, το λιθουανικό διαδικτυακό τηλεοπτικό δίκτυο που ξεκίνησε τη διαδικασία.

Το drone έχει αποδειχθεί αποτελεσματικό τα τελευταία χρόνια ενάντια στις ρωσικές δυνάμεις και τους συμμάχους τους σε συγκρούσεις στη Συρία και τη Λιβύη και η αγορά του ενορχηστρώνεται από το Υπουργείο Άμυνας της Λιθουανίας.

Βρείτε την πλήρη ιστορία στο: <https://lithuania.postsen.com/news/7172/Russian-propaganda-lie-Bayraktar-for-whom-Lithuanians-raised-money-has-already-been-shot-down.html>

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την προπαγάνδα στην ψηφιακή εποχή και τα ψεύτικα νέα μπορείτε να επισκεφθείτε:

https://www.youtube.com/watch?v=5_dZBZuzZc&ab_channel=OsloFreedomForum

https://www.youtube.com/watch?v=V4o0B6lDo50&ab_channel=CyberWise

<https://www.cyberwise.org/fake-news>

<https://www.cybercivics.com/>

Lithuania Posts English > الأناجيد > Breaking News

✔ Russian propaganda lie: Bayraktar, for whom Lithuanians raised money, has already been shot down

BREAKING NEWS Glenn • Breaking News • 3 months ago • 190





ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ “Wag the dog”

Ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να παρακολουθήσουν το Wag the Dog, μια αμερικανική μαύρη κωμωδία πολιτικής σάτιρας του 1997, σε παραγωγή και σκηνοθεσία του Barry Levinson και με πρωταγωνιστές τους Dustin Hoffman και Robert De Niro.

Στόχος της δραστηριότητας: Εξάσκηση και ανάλυση δεξιοτήτων προσωπικής παρατήρησης / κριτικής σκέψης.

Δεξιότητες που αναπτύσσει η δραστηριότητα: Κριτική παρατήρηση.

Για πόσα άτομα είναι κατάλληλη η δραστηριότητα: Ατομική εργασία με ομαδική συζήτηση στη συνέχεια.

Χρόνος που απαιτείται για τη δραστηριότητα: 97 λεπτά για παρακολούθηση ταινίας και έως 15 λεπτά για συζήτηση με συντονιστή.

Πόσοι εκπαιδευτές χρειάζονται: Ένας για τον συντονισμό της συζήτησης.

Άλλες απαιτήσεις για τη δραστηριότητα (χώρος, εξοπλισμός...): Ένας ήσυχος χώρος, σύστημα οπτικοακουστικής παρακολούθησης, διαδικτυακή συνεδρία.

Περιγραφή της δραστηριότητας: Ενώ παρακολουθείτε την ταινία, ζητήστε από τους συμμετέχοντες να παρατηρήσουν πώς εξελίσσονται τα πράγματα.

Προσκαλέστε τα μέλη της ομάδας να προβληματιστούν σχετικά με διάφορες πτυχές της πολιτικής φράσης «Wag the Dog».

Πρώτον, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δείξει ότι η προσοχή εκτρέπεται σκόπιμα από ένα ζήτημα μεγαλύτερης σημασίας σε κάποιο μικρότερης σημασίας.

Δεύτερον, αν χρησιμοποιείτε τη φράση «tail is wagging the dog», εννοείτε ότι ένα μικρό ή ασήμαντο κομμάτι γίνεται πολύ σημαντικό και ελέγχει το όλο θέμα.





4.8 ΑΠΑΤΗ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ (ΨΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ, ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ)



Όποτε εμπλέκονται χρήματα, υπάρχει πάντα μια ευκαιρία για απάτη. Από τεχνική άποψη, η διαδικτυακή διαφημιστική απάτη ήταν σχετικά εύκολη (και ναι - προσοδοφόρα) επιχείρηση για απατεώνες και οικονομική καταστροφή για τους διαφημιστές, τους εκδότες και τις διαδικτυακές πλατφόρμες διαφημίσεων. Η διαδικτυακή επιχείρηση διαφημίσεων βασίστηκε σε μια σειρά τεχνολογιών ανοικτού προτύπου Διαδικτύου που δεν σήμαινε ποτέ απάτη/κλοπή. Κατά συνέπεια, οι απατεώνες διαφημίσεων έχουν τεράστια αρχή. Σύμφωνα με τον Juniper, το 2019 η διαδικτυακή διαφημιστική βιομηχανία αντιμετώπιζε εκπληκτική απώλεια 42 δισεκατομμυρίων δολαρίων λόγω διαφημιστικής απάτης και δυστυχώς δεν υπάρχει κανένας λόγος να πιστεύουμε ότι ο αριθμός θα είναι μικρότερος φέτος.

Για να διευκρινιστεί, η απάτη ψηφιακών διαφημίσεων είναι μια σκόπιμη δραστηριότητα που αποτρέπει την προβολή διαφημίσεων στο σωστό κοινό ή την τοποθεσία. Οι κακόβουλοι κίνδυνοι που αντιμετωπίζουν οι έμποροι σήμερα γίνονται όλο και πιο περίπλοκοι, και επομένως μεγαλύτεροι, από ό, τι αναμενόταν προηγουμένως.

Το ψηφιακό περιβάλλον διαφήμισης περιλαμβάνει τώρα χιλιάδες μεσάζοντες, παρουσιάζοντας μια πληθώρα σκοτεινών γωνιών στις οποίες οι απατεώνες μπορούν να κρύψουν εγκληματική δραστηριότητα. Οι απατεώνες γνωρίζουν πότε παρακολουθούνται και έχουν γίνει ακόμη πιο επικίνδυνοι, καθιστώντας ακόμη πιο δύσκολη την αποτροπή απάτης σε διαφημίσεις.



Ως αποτέλεσμα, 96 χρήστες υπολογιστών δηλώνουν ότι έχουν λιγότερη εμπιστοσύνη στην ψηφιακή διαφήμιση - καθιστώντας πιο δύσκολο για τους εμπόρους να αποδείξουν ότι οι διαφημίσεις τους είναι νόμιμες. Λοιπόν, τι μέτρα πρέπει να λάβουν οι οργανισμοί για να αποτρέψουν την απώλεια μεγάλου μέρους του προϋπολογισμού τους για απάτη και, μαζί με αυτήν, την εμπιστοσύνη των καταναλωτών;

Ακόμα και αν ένα μικρό ποσοστό καταναλωτών εξακολουθεί να κάνει κλικ στις ψευδείς διαφημίσεις και να αγοράσει ψεύτικα προϊόντα ή υπηρεσίες, εξακολουθεί να είναι μια τεράστια επιχειρηματική και νομισματική πρόθεση να αναπτύξει τις τεχνικές και τις προσπάθειες μάρκετινγκ.

Ο έξυπνος καταναλωτής πρέπει να αναλάβει μερικώς την ευθύνη για τον μετριασμό της απάτης στη διαφήμιση, αναφέροντας ψεύτικα στοιχεία και αποθαρρύνοντας τους λιγότερο επιδέξιους ανθρώπους γύρω τους να αλληλεπιδράσουν με τέτοιες διαφημίσεις.

Πώς να αναγνωρίσετε ψεύτικες διαφημίσεις;

Είναι σχετικά εύκολο μόλις καταλάβετε και αναγνωρίζετε το μοτίβο:

- 1** Η ποιότητα των διαδικτυακών διαφημίσεων συνήθως είναι κακή και επαναλαμβανόμενη.
- 2** Τεράστιες και μη ρεαλιστικές αξιώσεις και υποσχέσεις να αποδώσουν μάλλον αδύνατα αποτελέσματα είτε για το πως θα γίνουν πλούσιοι γρήγορα ή πως θα μεγαλώσουν τα χαμένα τους μαλλιά.
- 3** Οι σελίδες θα έχουν περίεργα ονόματα, θα χρησιμοποιηθούν άγνωστες επωνυμίες, φωτογραφίες είτε διάσημα πρόσωπα είτε μη υπαρκτά επαγγέλματα.
- 4** Η γραμματοσειρά που χρησιμοποιείται στις σελίδες είναι πολύχρωμη για να ξεχωρίζει, πολλά κίνητρα για δράση, προσφέροντας μεγάλες εκπτώσεις.
- 5** Η σελίδα προορισμού και η περιγραφή προϊόντος ενδέχεται να περιέχουν μεγάλη ποσότητα ψεύτικων και κυρίως πολύ θετικών κριτικών.





4.9. ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗΣ/ΟΝΛΑΪΝ ΠΑΙΧΝΪΔΙ, ΚΑΖΪΝΟ, ΕΘΙΣΜΌΣ

Το παιχνίδι είναι μια έμφυτη ανθρώπινη κίνηση, που εμφανίζεται στην παιδική ηλικία (Kuss & Griffiths, 2012, σελ. 5). Μετά την χιλιετία, το διαδικτυακό gaming έχει αυξηθεί σημαντικά λόγω της τεράστιας τεχνολογικής ανάπτυξης. Το PC gaming και, γενικά, το online gaming δίνει στους παίκτες την ευκαιρία να βιώσουν ταυτόχρονα διαφορετικά περιβάλλοντα παιχνιδιών, να σχεδιάσουν και να αναπτύξουν εικονικούς χαρακτήρες με τους οποίους θα μπορούσαν να ταυτιστούν και επίσης να παίξουν με άλλους παίκτες σε όλο τον κόσμο ανά πάσα στιγμή (Kuss & Griffiths, 2012, σελ. 5).

Επιπλέον, το διαδικτυακό παιχνίδι επιτρέπει στους παίκτες να επικοινωνούν με άλλους μέσω συνομιλίας και, έτσι, να δημιουργούν νέες σχέσεις (Kuss, 2013, σελ. 125). Ένας ακόμη λόγος για τον οποίο τα διαδικτυακά τυχερά παιχνίδια φαίνονται τόσο ελκυστικά σε μερικούς ανθρώπους είναι ότι δίνει την ευκαιρία να ξεφύγουν από τα πραγματικά προβλήματα και με αυτόν τον τρόπο το διαδικτυακό παιχνίδι μετατρέπεται σε στρατηγική αντιμετώπισης. (Kuss, 2013, σελ. 125).

Μία από τις πιο γνωστές κατηγορίες διαδικτυακών παιχνιδιών είναι τα Παιχνίδια Massively Multiplayer Online Role-Playing Games (MMORPGs), όπως το “World of Warcraft”. Αυτό το είδος παιχνιδιών επιτρέπει στους παίκτες να θέτουν στόχους και να τους επιτυγχάνουν, όπως το επίπεδο προόδου, αποκτώντας έτσι υψηλότερη εικονική κατάσταση και ισχύ στο περιβάλλον παιχνιδιού. Οι παίκτες μπορούν επίσης να παρακινήσουν λόγω του θαυμασμού που μπορεί να λάβουν από την κοινότητα τυχερών παιχνιδιών (Kuss, 2013, σελ. 125).



Από την άλλη πλευρά, οι πτυχές της κοινωνικοποίησης και της διαφυγής μπορεί να είναι προγνωστικές για έναν εθισμό στα διαδικτυακά τυχερά παιχνίδια (Kuss, 2013, σελ. 125). Άλλες αρνητικές συνέπειες είναι η άγνοια των σχέσεων στην πραγματική ζωή, η απόρριψη του ύπνου, η εργασία και οι μελέτες, η εμμονή με το παιχνίδι, η έλλειψη προσοχής που οδηγεί σε επιθετικότητα και αύξηση του στρες ως συνέπεια, δυσκολίες στη λεκτική μνήμη και υψηλά επίπεδα μοναξιάς (Kuss, 2013, σελ. 125).

Σε ορισμένες χώρες, όπως οι χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας, οι αρνητικές συνέπειες του διαδικτυακού παιχνιδιού ήταν τόσο σοβαρές, που οι κυβερνήσεις έλαβαν μέτρα και μέτρα για τη μείωση αυτών των αρνητικών επιπτώσεων. Για παράδειγμα, στην Ιαπωνία, η κυβέρνηση έχει αναγνωρίσει τη σοβαρότητα των συνεπειών που οδηγούν στην ανάπτυξη «στρατοπέδων νηστείας», όπου άτομα που εθίζονται στα διαδικτυακά τυχερά παιχνίδια βοηθούνται από την αποκοπή από την τεχνολογία εντελώς (Kuss, 2013, σελ. 125).



Εθισμός στο καζίνο

Τα τυχερά παιχνίδια στο καζίνο είναι μια πολύ δημοφιλής δραστηριότητα παγκοσμίως. Τα τελευταία δεκαπενταετία το περιβάλλον του τζόγου έχει αλλάξει σημαντικά μέσω της αυξημένης διαθεσιμότητας διαδικτυακού τζόγου (Gainsbury, 2015, σελ. 190). Σήμερα μια συσκευή με δυνατότητα διαδικτύου και το πάτημα ενός κουμπιού είναι το μόνο που χρειάζεστε για να έχετε πρόσβαση σε ένα περιβάλλον τζόγου. Επιπλέον, η πρόσβαση είναι επίσης ενεργοποιημένη λόγω του πόσο εύκολα μπορούν να δαπανηθούν χρήματα μέσω πιστωτικών καρτών, ηλεκτρονικών τραπεζικών μεταφορών και ηλεκτρονικών πορτοφολιών.

Το διαδικτυακό καζίνο και τα τυχερά παιχνίδια έχουν προκαλέσει διαμάχη σχετικά με τον πιθανό επακόλουθο εθισμό (Gainsbury, 2015, σελ. 190). Η πέμπτη έκδοση του Διαγνωστικού και Στατιστικού Εγχειριδίου Ψυχικών Διαταραχών (DSM-5) προσέθεσε μια νέα κατηγορία Συμπεριφορικών Εξαρτήσεων.

- 1 Πρέπει να παίζει με αυξανόμενα χρηματικά ποσά για να επιτύχει τον επιθυμητό ενθουσιασμό.
- 2 Είναι ανήσυχος ή ευερέθιστος όταν προσπαθεί να μειώσει ή να σταματήσει τον τζόγο.
- 3 Έχει κάνει επανειλημμένες ανεπιτυχείς προσπάθειες για έλεγχο, περικοπή ή διακοπή του τζόγου.
- 4 Συχνά ασχολείται με τα τυχερά παιχνίδια (π.χ., έχοντας επίμονες σκέψεις για να ξαναζήσει εμπειρίες όπως στο παρελθόν του με τον τζόγο, προγραμματισμό της επόμενης επιχείρησης, σκέψη τρόπων για να κερδίσει χρήματα για να παίζει).
- 5 Συχνά παίζει όταν αισθάνεται στενοχωρημένος (π.χ. αβοήθητος, ένοχος, άγχος, κατάθλιψη).
- 6 Ψεύδεται για να αποκρύψει την έκταση της συμμετοχής στον τζόγο.
- 7 Έχει θέσει σε κίνδυνο ή χάσει μια σημαντική σχέση, δουλειά ή εκπαιδευτική ή/αι επαγγελματική ευκαιρία λόγω τζόγου.
- 8 Βασίζεται σε άλλα χρήματα για να ανακουφίσει τις οικονομικές καταστάσεις που προκαλούνται από τον τζόγο.





Παράγοντες κινδύνου για τυχερά παιχνίδια στο Διαδίκτυο (Gainsbury, 2015, p. 190)

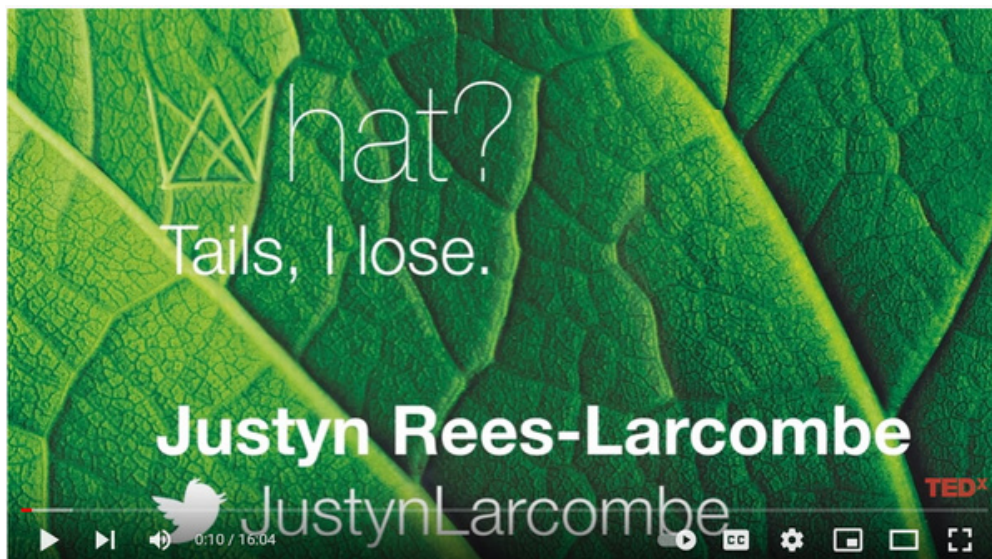
1. Νεότεροι και μεγαλύτεροι έφηβοι
2. Άνδρες
3. Κατάχρηση αλκοόλ ή ναρκωτικών
4. Παράλογες αποφάσεις
5. Η θέληση κάποιου να κερδίσει χρήματα γρήγορα και εύκολα



Παρ' όλα αυτά, οι μελέτες που έχουν διεξαχθεί μέχρι στιγμής δεν ορίζουν ένα συγκεκριμένο προσωπικό και συμπεριφορικό μοτίβο για τη διάκριση μεταξύ διαδικτύου και παικτών που δεν αντιμετωπίζουν προβλήματα στο διαδίκτυο.



ΙΣΤΟΝ ακόλουθο σύνδεσμο μπορείτε να βρείτε την ιστορία ενός άνδρα, με το όνομα Justyn Rees Larcombe, ο οποίος τζόγαρε 750.000 £ και έχασε επίσης την οικογένειά του.
https://www.youtube.com/watch?v=7AN3VLLlkdI&ab_channel=TEDxTalks





ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ ΘΕΣΜΟΪ ΌΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΦΑΡΜΟΣΤΟΥΝ

5.1. ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΑΠΟΡΡΗΤΟ ΣΤΗΝ ΕΕ



Ο κανονισμός ePrivacy (ePR) είναι μια πρόταση για τη ρύθμιση διαφόρων θεμάτων που σχετίζονται με την προστασία της ιδιωτικής ζωής, κυρίως σε σχέση με τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το πλήρες όνομά του είναι "Κανονισμός του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τον σεβασμό της ιδιωτικής ζωής και την προστασία των προσωπικών δεδομένων στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες και την κατάργηση της οδηγίας 2002/58 / ΕΚ (κανονισμός για την ιδιωτική ζωή και τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες)." Θα καταργήσει την οδηγία για την προστασία της ιδιωτικής ζωής και τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες 2002 (οδηγία για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες) και θα ήταν ειδική για τον γενικό κανονισμό προστασίας δεδομένων. Θα εξειδικεύσει και θα συμπληρώσει το τελευταίο σε σχέση με θέματα που σχετίζονται με την προστασία της ιδιωτικής ζωής. Βασικά πεδία του προτεινόμενου κανονισμού είναι η εμπιστευτικότητα των επικοινωνιών, οι έλεγχοι απορρήτου μέσω ηλεκτρονικής συναίνεσης και των προγραμμάτων περιήγησης και των cookies.

Το πεδίο εφαρμογής του κανονισμού για την ηλεκτρονική ιδιωτικότητα είναι ακόμη υπό συζήτηση. Σύμφωνα με ορισμένες προτάσεις, θα ισχύει για κάθε επιχείρηση που επεξεργάζεται δεδομένα σε σχέση με οποιαδήποτε μορφή διαδικτυακής υπηρεσίας επικοινωνίας, χρησιμοποιεί διαδικτυακές τεχνολογίες παρακολούθησης ή ασχολείται με το ηλεκτρονικό άμεσο μάρκετινγκ.



Μερικές από τις πιο σημαντικές ηλεκτρονικές διατάξεις του κανονισμού περί απορρήτου που είναι ακόμη υπό συζήτηση:

Νέοι συμμετέχοντες στην αγορά	Το 92% των Ευρωπαίων δηλώνει ότι είναι σημαντικό για αυτούς να διατηρούνται εμπιστευτικά τα e-mail και τα ηλεκτρονικά μηνύματα. Ωστόσο, η τρέχουσα οδηγία για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στην ηλεκτρονική διεύθυνση ισχύει μόνο για τους παραδοσιακούς φορείς εκμετάλλευσης τηλεπικοινωνιών. Οι κανόνες απορρήτου θα ισχύουν πλέον και για νέους παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικής επικοινωνίας όπως το WhatsApp, το Facebook Messenger, το Skype, το Gmail, το iMessage ή το Viber.
Αυστηρότεροι κανόνες	Το γεγονός ότι η τρέχουσα οδηγία προτείνεται να επικαιροποιηθεί με έναν άμεσα εφαρμοστέο κανονισμό σημαίνει ότι όλοι οι πολίτες και οι επιχειρήσεις της ΕΕ θα έχουν την ίδια προστασία για τις ηλεκτρονικές τους επικοινωνίες και θα ισχύει ένα κοινό σύνολο κανόνων σε ολόκληρη την ΕΕ.
Περιεχόμενο και Μεταδεδομένα Επικοινωνιών	Προτείνεται η διασφάλιση του απορρήτου του περιεχομένου και των μεταδεδομένων (όπως η ώρα και η τοποθεσία της κλήσης) των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Τόσο το περιεχόμενο όσο και τα μεταδεδομένα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι άκρως ιδιωτικά και οι προτεινόμενοι κανόνες θα απαιτούσαν την ανωνυμία ή την καταστροφή τους (εκτός εάν αυτά τα δεδομένα απαιτούνται για λόγους χρέωσης) εάν οι χρήστες δεν συναινέσουν στην επεξεργασία τους.
Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες	Με την απόκτηση άδειας για την επεξεργασία δεδομένων επικοινωνιών (περιεχόμενο ή/και μεταδεδομένα), οι παραδοσιακοί φορείς τηλεπικοινωνιών θα έχουν περισσότερες ευκαιρίες να χρησιμοποιούν τα δεδομένα και να παρέχουν πρόσθετες υπηρεσίες. Για παράδειγμα, θα μπορούν να παράγουν έγχρωμους χάρτες που θα δείχνουν πού βρίσκονται οι άνθρωποι. Τέτοιοι χάρτες θα μπορούσαν να είναι χρήσιμοι για τις δημόσιες αρχές και τις εταιρείες μεταφορών κατά την προετοιμασία νέων έργων υποδομής.
Πιο απλοί κανόνες cookie	Η λεγόμενη πολιτική cookies, η οποία απαιτεί από τους χρήστες του Διαδικτύου να ανταποκρίνονται συνεχώς σε αιτήματα για να επιτρέπεται η χρήση cookies, θα απλοποιηθεί. Οι νέοι κανόνες θα δώσουν στους χρήστες μεγαλύτερο έλεγχο των ρυθμίσεων περιήγησής τους παρέχοντας έναν απλό τρόπο αποδοχής ή απόρριψης μόνιμα cookie και άλλων αναγνωριστικών εάν το απόρρητο διακυβεύεται. Η πρόταση διευκρινίζει ότι η συναίνεση δεν θα απαιτείται πλέον για τα μη επεμβατικά cookie (όπως τα cookies για να θυμούνται τι έχει προστεθεί στο καλάθι αγορών) που χρησιμοποιούνται για τη διασφάλιση της ευκολίας της διαδικτυακής περιήγησης. Επίσης, δεν θα απαιτείται πλέον συναίνεση για τα cookies που χρησιμοποιούνται για την καταμέτρηση των επισκεπτών του ιστότοπου.
Προστασία από ανεπιθύμητη αλληλογραφία	Μεταξύ των προτεινόμενων προτάσεων περιλαμβάνεται μια προσπάθεια απαγόρευσης της αποστολής αυτόκλητων μηνυμάτων με όλα τα μέσα ηλεκτρονικής επικοινωνίας, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή το μήνυμα SMS, και κατ' αρχήν και μέσω τηλεφώνου, εάν δεν έχει ληφθεί η άδεια του χρήστη. Τα κράτη μέλη μπορούν να αποφασίσουν να χρησιμοποιήσουν την επιλογή για να δώσουν στους καταναλωτές το δικαίωμα να εξαιρεθούν από τις κλήσεις τηλεμάρκετινγκ, για παράδειγμα θέτοντας τον αριθμό τους σε μια λίστα απαγορευμένων κλήσεων. Οι καλούντες μάρκετινγκ θα πρέπει να εμφανίσουν τον αριθμό τηλεφώνου τους ή να χρησιμοποιήσουν έναν ειδικό κωδικό για να τον αναγνωρίσουν ως κλήση μάρκετινγκ.
Πιο αποτελεσματική ή επιβολή	Οι εθνικές αρχές προστασίας δεδομένων θα είναι επιφορτισμένες με τη διασφάλιση της συμμόρφωσης με τους κανόνες εμπιστευτικότητας που ορίζονται στον κανονισμό.

Οι προτεινόμενες κυρώσεις για μη συμμόρφωση θα είναι έως και 20 εκατομμύρια ευρώ ή, στην περίπτωση μιας επιχείρησης, έως και 4% του συνολικού παγκόσμιου ετήσιου κύκλου εργασιών, όποιο από τα δύο είναι υψηλότερο. Ο Κανονισμός ePrivacy αρχικά επρόκειτο να τεθεί σε ισχύ στις 25 Μαΐου 2018, μαζί με τον GDPR, αλλά δεν έχει ακόμη υιοθετηθεί.

Video: Ο αντίκτυπος του ευρωπαϊκού κανονισμού ePrivacy
<https://www.youtube.com/watch?v=Q8YFLkvEcLE>



Διαφορά μεταξύ Κανονισμού και Οδηγίας

- 1 Ο (νέος) κανονισμός ePrivacy θα καταργήσει την (τρέχουσα) οδηγία ePrivacy.
- 2 Σε αντίθεση με μια οδηγία της ΕΕ, ένας κανονισμός της ΕΕ είναι μια νομική πράξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης που τίθεται αμέσως σε ισχύ ως νόμος σε όλα τα κράτη μέλη ταυτόχρονα.
- 3 Η ισχύουσα οδηγία για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι μια νομική πράξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης που απαιτεί από τα κράτη μέλη να επιτύχουν ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα χωρίς να υπαγορεύσουν τα μέσα για την επίτευξη αυτού του αποτελέσματος. Επομένως, έχει εφαρμοστεί στους εθνικούς νόμους και κανονισμούς.
- 4 Εάν ο προτεινόμενος κανονισμός για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στον τομέα της ηλεκτρονικής ιδιωτικότητας γίνει αποτελεσματικός, οι νόμοι αυτοί θα αντικατασταθούν και πιθανόν (για λόγους σαφήνειας) να καταργηθούν. Ο κανονισμός για την ηλεκτρονική ιδιωτικότητα θα είναι αυτο-εκτελέσιμος και δεν απαιτεί πολλά μέτρα εφαρμογής.



5.2. ΓΕΝΙΚΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (GDPR) ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ ΠΕΡΙ ΑΠΟΡΡΗΤΟΥ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΤΗΝ ΚΑΛΙΦΟΡΝΙΑ (CCPA)



Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR) είναι ένας νόμος περί απορρήτου και ασφάλειας σχετικά με την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Τα προσωπικά δεδομένα θεωρούνται οποιοσδήποτε πληροφορίες που μπορούν, άμεσα ή έμμεσα, να οδηγήσουν στην ταυτοποίηση ενός ατόμου (Goddard, 2017, σελ. 703). Τα προσωπικά δεδομένα περιλαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με την τοποθεσία, την εθνικότητα, το φύλο, τα βιομετρικά δεδομένα, τις θρησκευτικές πεποιθήσεις ή τα cookies. Δεδομένα με ψευδώνυμο μπορούν επίσης να συμπεριληφθούν στα προσωπικά δεδομένα, εάν είναι εύκολο να αποκαλυφθεί η ταυτότητα ενός ατόμου. Το GDPR διεξήχθη και πέρασε από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), ωστόσο επιβάλλει υποχρεώσεις σε οργανισμούς παγκοσμίως, αρκεί να αλληλεπιδρούν και να συλλέγουν δεδομένα σχετικά με πολίτες στην ΕΕ (Wolford, 2019). Με αυτόν τον τρόπο όλοι οι κάτοικοι της ΕΕ προστατεύονται από τη θέση της επεξεργασίας δεδομένων.

Σύντομη ιστορική αναδρομή

<p>1950</p> <p>Η Ευρωπαϊκή Σύμβαση Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων δήλωσε ότι «ο καθένας έχει το δικαίωμα να προστατεύει την ιδιωτική και οικογενειακή του ζωή»</p>	<p>1995</p> <p>Η ευρωπαϊκή οδηγία για την προστασία των δεδομένων εφάρμοσε τα ελάχιστα πρότυπα προστασίας της ιδιωτικής ζωής και των δεδομένων</p>	<p>2000</p> <p>Πολλοί χρηματοοικονομικοί οργανισμοί προσέφεραν διαδικτυακές συναλλαγές</p>
<p>2006</p> <p>Το Facebook έκανε την πρώτη του εμφάνιση</p>	<p>2011</p> <p>Ένας χρήστης του Google κατήγγειλε την εταιρεία κατά τον έλεγχο των email της</p>	<p>2016</p> <p>Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο έθεσε σε ισχύ τον νόμο για το GDPR</p>



Ποινές

Σε περίπτωση παραβίασης του GDPR, τότε τα πρόστιμα είναι πολύ υψηλά. Υπάρχουν δύο είδη κυρώσεων. Το πρώτο είναι πρόστιμο περίπου 20 εκατομμυρίων ευρώ ή 4% των παγκόσμιων εσόδων και το δεύτερο είναι ότι οι άνθρωποι, των οποίων τα δεδομένα δεν προστατεύονταν, έχουν το δικαίωμα να ζητήσουν αποζημίωση (Wolford, 2019).



Αρχές προστασίας δεδομένων (Wolford, 2019).

Η επεξεργασία προσωπικών δεδομένων πρέπει να πραγματοποιείται σύμφωνα με επτά βασικές αρχές:

- 1 Διαφάνεια - Νομιμότητα - Δικαιοσύνη.
- 2 Περιορισμός σκοπού: Τα δεδομένα πρέπει να χρησιμοποιούνται μόνο για τους σκοπούς για τους οποίους έχει ενημερωθεί το άτομο.
- 3 Ελαχιστοποίηση δεδομένων: Θα πρέπει να συλλέγετε μόνο τα δεδομένα που είναι απολύτως απαραίτητα για το σκοπό σας.
- 4 Ακρίβεια: Τα δεδομένα πρέπει να διατηρούνται ακριβή και ενημερωμένα.
- 5 Περιορισμός αποθήκευσης: Μπορείτε να αποθηκεύσετε τα δεδομένα για όσο διάστημα απαιτεί ο σκοπός σας.
- 6 Ακεραιότητα και εμπιστευτικότητα: Η επεξεργασία των δεδομένων πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να διασφαλίζεται η προστασία και η εμπιστευτικότητα.
- 7 Ευθύνη: Το άτομο που επεξεργάζεται τα δεδομένα είναι υπεύθυνο για την απόδειξη της συμμόρφωσης του GDPR με όλες τις προαναφερθείσες αρχές.



Συγκατάθεση

Είναι υποχρεωτικό τα υποκείμενα των δεδομένων να δίνουν τη συγκατάθεσή τους, προκειμένου να επιτρέπεται η επεξεργασία των δεδομένων τους. Αλλά τι συνιστά η συγκατάθεση;

1. Η συγκατάθεση πρέπει να δίνεται ελεύθερα, να είναι συγκεκριμένη και ξεκάθαρη.
2. Οι αιτήσεις συναίνεσης πρέπει να είναι σαφείς, διακριτές και να υποβάλλονται με απλές λέξεις.
3. Τα υποκείμενα των δεδομένων έχουν το δικαίωμα να ανακαλέσουν τη συγκατάθεσή τους όποτε θέλουν.
4. Όσον αφορά τα παιδιά κάτω των 13 ετών, η άδεια των γονέων είναι υποχρεωτική.
5. Πρέπει να αποθηκευτούν τα αποδεικτικά έγγραφα συγκατάθεσης.

Δικαιώματα απορρήτου

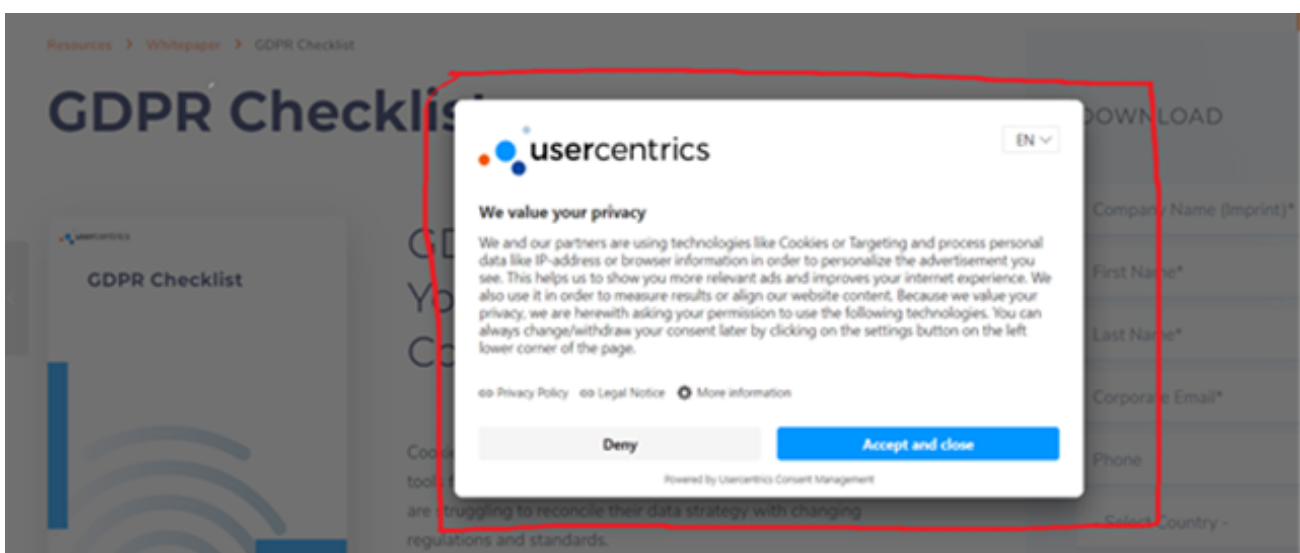
Το άτομο, που συμφωνεί να αποκαλύψει προσωπικά δεδομένα, έχει επίσης δικαιώματα απορρήτου.

Παρατίθενται παρακάτω (Wolford, 2019):

1. Το δικαίωμα ενημέρωσης
2. Το δικαίωμα πρόσβασης
3. Το δικαίωμα διόρθωσης
4. Το δικαίωμα διαγραφής
5. Το δικαίωμα περιορισμού της επεξεργασίας
6. Το δικαίωμα στη φορητότητα δεδομένων
7. Το δικαίωμα έκφρασης αντιρρήσεων
8. Δικαιώματα σε σχέση με την αυτοματοποιημένη λήψη αποφάσεων και προφίλ



Γράφημα 18. Ένα παράδειγμα του πώς ζητείται η πρόσβαση σε προσωπικά δεδομένα μέσω του Διαδικτύου





Ο Νόμος περί Απορρήτου των Καταναλωτών στην Καλιφόρνια (CCPA) ενισχύει τα δικαιώματα απορρήτου και την προστασία των καταναλωτών για τους κατοίκους της Καλιφόρνια. Είναι ένας νόμος της πολιτείας της Καλιφόρνια που ψηφίστηκε στην πραγματικότητα τον Ιούνιο του 2018, αλλά δεν τέθηκε σε ισχύ μέχρι την 1η Ιανουαρίου 2020 (Cooman, 2020).

Σύμφωνα με το CCPA, τα προσωπικά δεδομένα θεωρούνται οποιεσδήποτε πληροφορίες που μπορεί να οδηγήσουν στην αναγνώριση ενός ατόμου (όπως όνομα, διεύθυνση, email, αριθμός διαβατηρίου, αριθμός κοινωνικής ασφάλισης κ.λπ.), εμπορικές πληροφορίες (όπως προϊόντα που αγοράστηκαν), δραστηριότητες ηλεκτρονικού δικτύου, ήχος ή οπτικά δεδομένα και συμπεράσματα που αντλούνται από οποιαδήποτε από τις προαναφερθείσες πληροφορίες για τη δημιουργία προφίλ για έναν καταναλωτή που αντικατοπτρίζει τις προτιμήσεις του.



Παρόμοια με τον GDPR, ο νέος νόμος CCPA της Καλιφόρνια κατοχυρώνει τα δικαιώματα των ατόμων να λαμβάνουν πληροφορίες από εταιρείες τεχνολογίας σχετικά με τα δεδομένα που έχουν συλλέξει για έναν συγκεκριμένο χρήστη και να απαιτούν από τις εταιρείες να διαγράψουν όλα τα προσωπικά δεδομένα του χρήστη.

Μία από τις βασικές πτυχές του CCPA αφορά την πώληση των προσωπικών δεδομένων των καταναλωτών: ο CCPA προβλέπει ότι οι καταναλωτές όχι μόνο έχουν το δικαίωμα να απαιτούν από τις εταιρείες να αποκαλύπτουν ποια δεδομένα για έναν συγκεκριμένο καταναλωτή συλλέγονται για πωλήσεις και επιχειρηματικούς σκοπούς, αλλά και ότι οι καταναλωτές μπορούν να απαιτήσουν να μην πωληθούν τα προσωπικά τους δεδομένα

Στόχοι της CCPA:

1. Να κατέχετε τα προσωπικά σας δεδομένα
2. Να ελέγχετε τα προσωπικά σας δεδομένα
3. Να προστατέψτε τα προσωπικά σας δεδομένα
4. Να δεσμεύετε τις μεγάλες εταιρείες



Figure 19. CCPA's basic elements

CCPA AND THE BOTTOM LINE

Implications for Companies Doing Business in California
Compliance with the CCPA is likely to affect the bottom line of companies who process substantial amounts of data from California consumers.

EFFECTIVE DATE	DAMAGES
<p>2020 January 1st</p> <p>Comes into force on January 1, 2020 START PLANNING NOW</p>	<p>\$100 to \$750 PER INDIVIDUAL or ACTUAL DAMAGES FOR SECURITY INCIDENTS</p>
CONSUMER RIGHTS	WHO NEEDS TO COMPLY
<p>KNOW WHAT personal information is collected about them.</p> <p>KNOW WHETHER their personal information is sold or disclosed and to whom.</p> <p>OPT OUT of the sale of their personal information.</p> <p>MORE DIFFICULT to share data if under 18.</p> <p>EASIER TO sue after breach.</p>	<p>ALL COMPANIES THAT COLLECT personal consumer INFORMATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • \$25M annual gross revenue • 50K+ consumer personal information • derive 50% of revenue from consumer information <p>(ALL CALIFORNIA RESIDENTS)</p>
ATTORNEY GENERAL PENALTIES	SIGNIFICANT CHANGES REQUIRED
<p>More Authority to PURSUE VIOLATOR for damages</p>	<p>How consumer DATA is collected, used and stored which will affect</p> <ul style="list-style-type: none"> • personal property records • products or services purchased • biometric information • geolocation data

We recommend that companies begin acquiring an in-depth understanding of the new CCPA requirements and keep 12 month look-back of data activities because they will require significant changes in how customer data is collected, used and stored. Taking this precaution will minimize CCPA's affect to the Bottom line.

Κύριες διαφορές μεταξύ του GDPR και του CCPA

Αν και το GDPR και το CCPA μοιράζονται κοινά σημεία, δεν είναι εναλλάξιμα. Οι βασικές διαφορές τους αφορούν το εδαφικό πεδίο εφαρμογής και την εφαρμογή του νόμου, τις κυρώσεις - σε περίπτωση παραβίασης - με τους περιορισμούς στη φύση και τη συλλογή και στο γεγονός ότι το GDPR απαιτεί νόμιμη βάση για όλη την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων (Α., 2021). Τα παραπάνω αναφέρονται στην ακόλουθη εικόνα (Α., 2021).



5.3. ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Οι κρατικές αρχές προστασίας δεδομένων (DPA) είναι ανεξάρτητες δημόσιες αρχές που είναι υπεύθυνες για την επιτήρηση της εφαρμογής των νόμων περί προστασίας δεδομένων, μέσω διερευνητικών και διορθωτικών αρμοδιοτήτων (Τι είναι οι αρχές προστασίας δεδομένων (DPA); 2018).

Οι DPA προσφέρουν συμβουλές από ειδικούς σχετικά με θέματα προστασίας δεδομένων και είναι υπεύθυνοι για την αντιμετώπιση καταγγελιών που έγιναν λόγω παραβιάσεων του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (GDPR) και των αντίστοιχων εθνικών νόμων. Στο πλαίσιο του GDPR, όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ θα πρέπει να διαθέτουν μια αρχή προστασίας δεδομένων, η οποία ενεργεί ως διαμεσολαβητής μεταξύ των ενδιαφερομένων στο συγκεκριμένο κράτος μέλος (Clerck, 2019).



Κατάλογος DPA σε πολλά κράτη μέλη της ΕΕ (συνεισφέροντες της Βικιπαίδειας, 2020β)

Λιθουανία: Κρατική Επιθεώρηση Προστασίας Δεδομένων

Αυστρία: Αυστριακή Αρχή Προστασίας Δεδομένων

Ισπανία: Ισπανικός Οργανισμός Προστασίας Δεδομένων

Ελλάδα: Ελληνική Αρχή Προστασίας Δεδομένων

Κύπρος: Γραφείο Επιτρόπου Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων

Ιταλία: Ιταλική Αρχή Προστασίας Δεδομένων





ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΥΤΟΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

6.1. ΑΠΟΦΥΓΕΤΕ ΤΗΝ «ΚΡΙΣΗ» ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΑΡΙΕΡΑΣ - ΜΕΙΝΕΤΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΑ ΕΝΗΜΕΡΩΜΕΝΟΙ



Η τεχνολογία γίνεται όλο και πιο ολοκληρωμένη σε κάθε πτυχή της ζωής μας κάθε μέρα. Πολλοί άνθρωποι μοιράζονται τις ανησυχίες τους σχετικά με το γεγονός ότι ο κόσμος αλλάζει τόσο γρήγορα και ότι μπορεί να βρεθούν εκτός βρόχου. Αυτή είναι μια πολύ νόμιμη σκέψη αυτήν τη στιγμή, πιο συνηθισμένη από ό,τι θα μπορούσε κανείς να υποθέσει. Ανεξάρτητα από τον τομέα στον οποίο βρίσκεστε, είναι ιδιαίτερα σημαντικό να είστε ενημερωμένοι με την τεχνολογία για να επηρεάσετε την προσωπική και επαγγελματική σας ζωή.

Η τεχνολογία αυξάνεται ραγδαία τις τελευταίες δεκαετίες και πράγματα που προηγουμένως θεωρούνταν αδύνατα γίνονται εφικτά με πολύ γρήγορο ρυθμό. Το να γνωρίζετε για τις εξελίξεις στην τεχνολογία είναι από μόνη της μια συναρπαστική απόλαυση στο μυαλό. Είναι επίσης σημαντικό να εξοικειωθείτε με τη νέα τεχνολογία, επειδή η παλιά τεχνολογία με την οποία έχετε συνηθίσει να εργάζεστε θα γίνει ξεπερασμένη γρήγορα. Θα αποκτήσετε το πλεονέκτημα σε κάθε τομέα, εάν οι γνώσεις σας στην τεχνολογία είναι ενημερωμένες. Στην επόμενη ενότητα, θα παρουσιαστεί η σημασία της ενημέρωσης για τις νέες τάσεις στην ανάπτυξη της τεχνολογίας, που απαιτούνται για την καθημερινή ζωή.





Η τεχνολογία μας κρατά συνδεδεμένους (ειδικά με την οικογένεια και τους φίλους μας)

Καθώς οι οικογένειες συνεχίζουν να μεγαλώνουν, τα μέλη συχνά απομακρύνονται από το σπίτι για σχολείο, εργασία ή για να συνεχίσουν τις οικογένειές τους. Ευτυχώς, με τη βοήθεια της τεχνολογίας, η επικοινωνία δεν ήταν ποτέ πιο εύκολη. Είτε πρόκειται για ανταλλαγή μηνυμάτων, είτε FaceTime ή Skype ή οποιονδήποτε από τους διάφορους ιστότοπους κοινωνικών μέσων, είναι εύκολο να παραμείνετε συνδεδεμένοι με την οικογένεια και τους φίλους σας από μακριά. Με τα μοντέρνα tablet, υπολογιστές και κινητά τηλέφωνα έχουν σχεδόν όλοι τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν οποιαδήποτε από τις παραπάνω μορφές επικοινωνίας για να είναι κοντά στην οικογένεια και τους φίλους τους ανεξάρτητα από το που βρίσκονται.

Η τεχνολογία σας βοηθά να μείνετε ενημερωμένοι

Ο πιο γρήγορος και πιο προσιτός τρόπος για να μάθετε τι συμβαίνει σε ολόκληρη τη χώρα ή σε όλο τον κόσμο, είναι «κάνοντας κλικ» και «κύλιση» στις πύλες ειδήσεων στο Διαδίκτυο. Μπορείτε επίσης να εγγραφείτε στον πάροχο ειδήσεων της επιλογής σας ή να κατεβάσετε την εφαρμογή κινητού τηλεφώνου (στις περισσότερες περιπτώσεις δωρεάν) και θα ενεργοποιήσει την ειδοποίηση για τα τρέχοντα συμβάντα που θα σας κρατήσουν ενήμερους.

Η τεχνολογία βελτιώνει την παραγωγικότητά σας

Υπάρχουν πολλές εφαρμογές παραγωγικότητας που μπορούν να σας βοηθήσουν να παραμείνετε παραγωγικοί και οργανωμένοι. Για παράδειγμα, το "Evernote" είναι μια εφαρμογή παραγωγικότητας που λειτουργεί ως καταπληκτικό εργαλείο τακτοποίησης των αρχείων. Βοηθά στη διατήρηση της καλής ψυχικής σας κατάστασης καθώς οργανώνει τα πάντα για εσάς.

Αξιοποίηση των πυλών εργασίας ως η πιο αποτελεσματική τεχνική για αναζήτηση εργασίας

Έχουμε διανύσει πολύ δρόμο από την αναζήτηση της επόμενης επιλογής σταδιοδρομίας σε όλα τα άρθρα της εφημερίδας και για τη διάδοση της ανεργίας μας σε κλειστά κυκλώματα οικογένειας και φίλων, ελπίζοντας μόνο να πάρουμε μια αναφορά νωρίτερα. Ωστόσο, η τελευταία ψηφιακή αίσθηση είναι η εξοικονόμηση της χαράς και του χρόνου μας, όπου πλέον οι καριέρες γίνονται με κλικ. Οι πύλες εργασίας είναι η πιο πρόσφατη μετάβαση για όσους αναζητούν εργασία, οι οποίοι θέλουν να ξεκινήσουν, ενδιαφέρονται για μια αλλαγή στα επαγγέλματα καριέρας ή απλά θέλουν να εργαστούν έξω από τους παλιούς τοίχους τους ή να βρουν δουλειά γενικά.

Ηλεκτρονικές υπηρεσίες που διευκολύνουν τη ζωή σας (για παράδειγμα online τραπεζικές συναλλαγές)

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η ψηφιοποίηση οδήγησε σε μια επανάσταση σε οικονομικά θέματα. Οι διαδικτυακές τραπεζικές συναλλαγές γίνονται είτε μέσω φορητού υπολογιστή, tablet, είτε μέσω τηλεφώνου. Οι χρήστες της τράπεζας μπορούν πλέον να ελέγχουν εξ αποστάσεως τις εισερχόμενες και εξερχόμενες πληρωμές τους, καθώς και να κανονίζουν μεταφορές χρημάτων και πληρωμές λογαριασμών. Εκτός τραπεζικών συναλλαγών, άλλα οικονομικά ζητήματα, όπως αγορά και πώληση νομίσματος και μετοχών, μπορούν να αντιμετωπιστούν στο διαδίκτυο. Η μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο έχει επίσης δει μεγάλη καινοτομία τα τελευταία χρόνια.



6.2. ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ ΠΑΙΧΝΊΔΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ



DUOLINGO

Σας βοηθά να μάθεις μια ξένη γλώσσα.

STUDYBLUE

Είναι ένας φίλος για φορητή μελέτη που έχει σχεδιαστεί για να σας βοηθήσει να «κατακτήσετε την πορεία σας» χρησιμοποιώντας κάρτες flash, σημειώσεις, οδηγούς μελέτης και άλλα.

TYPINGCLUB

Οι δραστηριότητες με γνώμονα τα δεδομένα βοηθούν τον έλεγχο των δεξιοτήτων πληκτρολογίου

TED

Εξάπλωση ενδιαφέρων ή εμπνευσμένων σκέψεων, συνήθως σε βίντεο διάρκειας 18 λεπτών ή λιγότερο

YOUTUBE

Πληκτρολογήστε τις λέξεις "πώς να" στη γραμμή αναζήτησης της εφαρμογής και θα βρείτε τα πάντα





QUIZLET

Το βοήθημα μελέτης υποστηρίζει τη μάθηση στο σπίτι, στο σχολείο και εν κινήσει

LEARN CRYPTIC CROSSWORDS

Τα κρυπτικά σταυρόλεξα δεν είναι τόσο κρυπτικά όταν αρχίσετε να μαθαίνετε μερικές από τις μεθόδους για την επζετε παζλ, να σας δοκιμάσει με ασκήσεις.

ELEVATE: BRAIN TRAINING

Η απομόνωση δεν χρειάζεται να σημαίνει στασιμότητα. Οι εφαρμογές εκπαίδευσης εγκεφάλου, όπως το Elevate, έχουν σχεδιαστεί για να διατηρούν τα μυαλά σας ευκρινή με σύντομες καθημερινές ασκήσεις που ελέγχουν τη μνήμη, τα μαθηματικά και άλλες δεξιότητές σας

SKILLSHARE

Σχέδιο, φωτογραφία, γραφιστική και άλλοι δημιουργικοί κλάδοι

COURSERA

Προσφέρει προγραμματισμό, τέχνη και σχεδιασμό, επιστήμες και επιχειρήσεις και άλλα θέματα σε 3.500 μαθήματα διαδικτυακής μάθησης, με ομιλίες βίντεο και εκπαιδευτές, με υποτρόφους για συνομιλία

GOOGLE ARTS AND CULTURE

Εικονικές περιηγήσεις σε περισσότερα από 2.000 «πολιτιστικά ιδρύματα» σε όλο τον κόσμο, χρησιμοποιώντας φωτογραφίες, βίντεο και την εικονική πραγματικότητα

Μάθετε περισσότερα για τα παιχνίδια
και τις εφαρμογές:

<https://bit.ly/2KOFFiK>

<https://bit.ly/2NA3Br9>

<https://bit.ly/39b33>



1. Wheeler, S. (2009, Ed) Connected Minds, Emerging Cultures: Cybercultures in Online Learning. Charlotte, NC: Information Age.
2. Anderson, J. (2010) ICT Transforming Education: A Regional Guide. Bangkok: UNESCO Publication
3. Kress, G. (2009) Literacy in the New Media Age. Abingdon: Routledge.
4. Van Dijk, J. (2005). The Deepening Divide. Inequality in the Information Society. London: Sage Publications
5. Carr, N. (2008) Is Google Making us Stupid? The Atlantic, July/August Issue Retrieved May 21, 2012, from
6. <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/6868/#>
7. Keen, A. (2007) The Cult of the Amateur: How Today's Internet is Killing our Culture and Assaulting our Economy. London: Nicholas Brealey.
8. International Society for Technology in Education (2007). iste.nets.s: Advancing Digital Age Learning. Iste.org/nets.
9. <http://www.newmedialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf>
10. Qiu, Jack Linchuan. 2018. "China's Digital Working Class and Circuits of Labor." Communication and the Public 3 (1): 5–18. <https://doi.org/10.1177/2057047318755529>.
11. Refine web searches: <https://support.google.com/websearch/answer/2466433?hl=en>
12. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/trust-services>
13. Nika, D., Gioldasi, P., & Vitta, F. (2017). Cyber bullying) vs cyber stalking.
14. Olweus, D. (2012). Cyberbullying: An overrated phenomenon?. European journal of developmental psychology, 9(5), 520-538.
15. Šléglová, V., & Cerna, A. (2011). Cyberbullying in adolescent victims: Perception and coping.
16. Cyberpsychology: journal of psychosocial research on cyberspace, 5(2).
17. Slonje, R., Smith, P. K., & Frisé, A. (2013). The nature of cyberbullying, and strategies for
18. prevention. Computers in human behavior, 29(1), 26-32.
19. Savižudybių, priskirtų patyčioms, sąrašas. Vikipedija.
20. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_suicides_that_have_been_attributed_to_bullying
21. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election.
22. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
23. Bjola, C. (2018). The Ethics of Countering Digital Propaganda. Ethics & International Affairs,
24. 32(3), 305–315. <https://doi.org/10.1017/s0892679418000436>
25. CyberWise. (2019, August 10). What Is Fake News? YouTube.
26. <https://www.youtube.com/080/21670811.2017.1360143>

27. How to spot fake news. n.d. [Illustration].
28. <https://www.lib.sfu.ca/help/research-assistance/fake-news#how-to-spot-fake-news-in-eight-simple-steps>
29. Spencer, S. H. (2020, February 11). Fake Coronavirus Cures, Part 2: Garlic Isn't a "Cure." FactCheck.Org.
30. <https://www.factcheck.org/2020/02/fake-coronavirus-cures-part-2-garlic-isnt-a-cure/>
31. Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining "Fake News." *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
32. Tsompanidis, G. (2018) "Translated bibliography". Propaganda from the point of view of modern international law.
33. Gainsbury, S. M. (2015). Online Gambling Addiction: The Relationship Between Internet Gambling and Disordered Gambling. *Current Addiction Reports*, 2(2), 185–193.
34. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0057-8>
35. Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework.
36. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197.
37. Kuss, D. J. (2013). Internet gaming addiction: current perspectives. *Psychology research and behavior management*, 6, 125.
38. Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2012). Online gaming addiction in children and adolescents: A review of empirical research. *Journal of behavioral addictions*, 1(1), 3-22.
41. 2019 is the Year of . . . CCPA? [Infographic]. (2019). *The National Law Review*. <https://www.natlawreview.com/article/2019-year-ccpa-infographic>
42. A. (2021, January 7). CCPA vs. GDPR – differences and similarities. *Data Privacy Manager*.
43. <https://dataprivacymanager.net/ccpa-vs-gdpr/>
44. Cooman, G. (2020, January 28). What is CCPA and why should it matter to you? Proxyclick.
45. <https://www.proxyclick.com/blog/what-is-ccpa-and-why-does-it-matter-to-you#DDP>
46. Goddard, M. (2017). The EU General Data Protection Regulation (GDPR): European Regulation that has a Global Impact. *International Journal of Market Research*, 59(6), 703–705. <https://doi.org/10.2501/ijmr-2017-050>
47. Welford, B. (2019, February 13). What is GDPR, the EU's new data protection law? GDPR.Eu.
48. <https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
49. What are Data Protection Authorities (DPAs)? (2018, August 1). European Commission - European Commission.
50. https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/what-are-data-protection-authorities-dpas_en

51. Clerck, J. (2019, November 25). Supervisory authorities: consistency and Data Protection Authorities (DPAs) under GDPR. I-SCOOP.
52. <https://www.i-scoop.eu/supervisory-authorities-consistency-and-data-protection-authorities-dpas/>
53. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Socialinė žiniasklaida ir netikros naujienos 2016 m. rinkimuose. Journal of Economic Perspectives, 31 (2), 211–236.
54. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
55. Bjola, C. (2018).
56. Kovos su skaitmenine propaganda etika. Etika ir tarptautiniai reikalai, 32 (3), 305–315. <https://doi.org/10.1017/s0892679418000436>
57. „CyberWise“. (2019 m., rugpjūčio 10 d.). Kas yra netikros naujienos? „YouTube“. https://www.youtube.com/watch?v=V4o0B6IDo50&ab_channel=CyberWise
58. Kaip aptikti netikras naujienas.
59. <https://www.lib.sfu.ca/help/research-assistance/fake-news#how-to-spot-fake-news-in-eight-simple-steps>
60. Spenceris, S. H. (2020 m., Vasario 11 d.). Netikri koronaviruso vaistai, 2 dalis: česnakai nėra „gydymas“. „FactCheck.Org“.
61. <https://www.factcheck.org/2020/02/fake-coronavirus-cures-part-2-garlic-isnt-a-cure/>
62. Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). „Netikrų naujienų“ apibrėžimas. Skaitmeninė žurnalistika, 6 (2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
63. <http://esaugumas.lt/lt/duomenu-vagystes.html>
64. Gintautas Mažeikis. Metodinis leidinys „Propaganda“. Šiauliai, 2006.
65. <https://atviri.emokymai.vu.lt/mod/book/tool/print/index.php?id=12>
66. <https://www.stuff.co.nz/technology/digital-living/68293880/japans-first-internet-fasting-camp-for-teens-a-success>
67. Julius Zaleskis. Bendrasis duomenų apsaugos reglamentas ir asmens duomenų apsaugos teisė (GDPR). Registrų centras, 2019.
68. https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/reform/what-are-data-protection-authorities-dpas_en
69. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/home>
70. <https://researchguides.ben.edu/source-evaluation>