

ΓΕΝΙΚΟ ΕΠΙΤΕΛΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΜΥΝΑΣ
Α' ΚΛΑΔΟΣ/Α8



ΟΔΗΓΟΣ ΟΡΘΗΣ ΧΡΗΣΗΣ
ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
Έκδοση 1.0/2016



Οκτώβριος 2016

Περιεχόμενα

Περιεχόμενα	Σελίδα
Πρόλογος	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	
Γενικές Έννοιες για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	2
1.Εισαγωγή	2
2.Σκοπός	2
3.Ορισμοί-Ορολογία	3
4.Βασικά Χαρακτηριστικά των «Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης»	4
5.Δυνατότητες των «Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης»	4
6.Κατηγορίες “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης” και Κοινωνικών Δικτύων	5
7.Η Χρήση των «Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης»	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	
Κανόνες συμμετοχής σε «Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης»	8
1.Γενικά	8
2.Κανόνες	9
3.Επίλογος	15

Πρόλογος

Η εμφάνιση, η ευρεία αποδοχή, η εξέλιξη και η δυναμική των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης-ΜΚΔ” (Social Media), είναι πλέον αδιαμφισβήτητη καθόσον μεγάλο πλήθος ενεργών λογαριασμών σε όλο τον κόσμο συνθέτουν το λεγόμενο “Κοινωνικό Πλέγμα” (Social Network Grid) καθιστώντας με αυτό τον τρόπο τη δημιουργία, τη σύνθεση και την ανταλλαγή των πληροφοριών δυναμικότερη αλλά και πολύ πιο σύνθετη.

Τα ΜΚΔ αποτελούν πλέον ένα παγκόσμιο πολιτιστικό φαινόμενο, και για πολλούς (μεμονωμένα άτομα, ομάδες, εταιρείες, οργανισμοί, κράτη) έχει γίνει αναπόσπαστο μέρος των καθημερινών τους δραστηριοτήτων καθόσον λειτουργούν σελίδες σε περισσότερα από ένα κοινωνικά δίκτυα, για διάφορους λόγους.

Είναι σαφές ότι τα ΜΚΔ δεν αποτελούν μόνο έναν τρόπο για ενημέρωση, για σύνδεση με την οικογένεια και τους φίλους, αλλά επίσης και μια λύση για δημιουργία περιεχομένου και τη χρήση του για διάφορους σκοπούς. Παράλληλα όμως αποτελούν και παράγοντα κινδύνου για αυτούς που τα χρησιμοποιούν αλλά και τις οικογένειές τους, εφόσον δεν χρησιμοποιούνται σωστά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

1. Εισαγωγή

Τα **Διαδικτυακά Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Online Social Networks)** ή **Ιστότοποι Κοινωνικής Δικτύωσης-ΙΚΔ (Social Networking Sites-SNSs)** αποτελούν ένα από τα πιο άξια προσοχής τεχνολογικά φαινόμενα του 21ου αιώνα, με αρκετούς ΙΚΔ να θεωρούνται ως ιστοσελίδες με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στον κόσμο.

Οι ΙΚΔ μπορούν να θεωρηθούν ως ανεπίσημα, ολοκληρωμένα εργαλεία διαχείρισης ταυτότητας, που καθορίζουν την πρόσβαση σε περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες, μέσω των κοινωνικών σχέσεων.

Δεδομένου ότι η εμπορική επιτυχία ενός ΙΚΔ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον αριθμό των χρηστών που προσελκύει, υπάρχει πίεση στους παρόχους υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης να ενθαρρύνουν το σχεδιασμό και τη συμπεριφορά με συνέπεια την αύξηση του αριθμού των χρηστών και των συνδέσεων τους.

Κοινωνιολογικά, η φυσική ανθρώπινη επιθυμία να συνδεθεί με άλλους, σε συνδυασμό με τις επιδράσεις της τεχνολογίας Κοινωνικού Δικτύου (Social Network-SN), μπορεί να ωθήσει τους χρήστες να είναι λιγότερο διακριτικοί στην αποδοχή “αιτημάτων φιλίας”.

Οι χρήστες, συχνά δεν γνωρίζουν το μέγεθος ή τη φύση του κοινού που έχει πρόσβαση στα δεδομένα του λογαριασμού τους (προφίλ) και η αίσθηση της οικειότητας που δημιουργείται από την ύπαρξη ενός ατόμου ανάμεσα σε ψηφιακούς “φίλους” (friends) συχνά οδηγεί σε αποκαλύψεις που δεν είναι κατάλληλες για ένα δημόσιο δίκτυο.

Αυτές οι εμπορικές και κοινωνικές πιέσεις έχουν οδηγήσει στην εμφάνιση μιας σειράς κινδύνων που αφορούν στην προστασία της ιδιωτικής ζωής και της ασφάλειας για τα μέλη ενός κοινωνικού δικτύου.

2. Σκοπός

Η επανάσταση που έφεραν στον τρόπο επικοινωνίας τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης-ΜΚΔ (Social Media), η ευρεία αποδοχή και χρήση τους, ο επαναστατικός τρόπος διάδοσης του περιεχομένου και της πληροφορίας, καθώς και η προοπτική για τη μελλοντική τους επέκταση, αυξάνει παράλληλα και τους κινδύνους οι οποίοι μπορούν να προέλθουν από τη λειτουργία τους.

Το ΓΕΕΘΑ δημιούργησε αυτόν τον οδηγό με στόχο την ενημέρωση του προσωπικού των ΕΔ, για τους τρόπους ασφαλούς χρησιμοποίησης των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης-ΜΚΔ” (Social Media).

Ο οδηγός αυτός δίνει έμφαση στα οφέλη μιας ασφαλούς και καλά ενημερωμένης χρήσης των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, παρέχει βασικές γνώσεις που αφορούν στα ΜΚΔ και απλές, εύκολες συμβουλές οι οποίες θα βοηθήσουν το προσωπικό των ΕΔ στην ορθή και ασφαλή χρήση τους.

Η σύνταξη του οδηγού αυτού έγινε μόνο για ενημερωτικό σκοπό, η τήρηση από τους χρήστες των αναγραφόμενων σε αυτόν δεν είναι υποχρεωτική και δεν αντικαθιστά τις επίσημες οδηγίες των ΕΔ.

3. Ορισμοί-Ορολογία

Αν και τα “Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης-ΜΚΔ” (Social Media) αποτελούν πλέον μία τεράστια διαδικτυακή κοινότητα, η μεγάλη σημασία τους τόσο ως μέσων, αλλά και ως διαδικασίας (Κοινωνική Δικτύωση), αφορά στην **προσωπική έκφραση, στην επικοινωνία, στην πρόσβαση, στην αλληλεπίδραση με την αξιοποίηση της τεχνολογίας, αλλά και στη δυνατότητα δημιουργίας ομάδων που διασυνδέονται μεταξύ τους**, ιδιότητες που επιτρέπουν σε οντότητες (μεμονωμένα άτομα, ομάδες, εταιρείες, οργανισμοί, κράτη) διαφόρων εθνικοτήτων ή πολιτιστικής κουλτούρας να βρίσκουν κοινό τόπο επαφής, να επικοινωνούν, να μοιράζονται περιεχόμενο (ιδέες, αρχεία, φωτογραφίες και βίντεο) με τα άλλα μέλη της κοινότητας, μέσω μιας κοινής σύνδεσης.

Ορισμοί οι οποίοι αφορούν στα κοινωνικά δίκτυα, είναι:

α. Κοινωνικά Μέσα-Social Media¹

Ο όρος “Κοινωνικά Μέσα-Social Media” αναφέρεται στις διαδικτυακές (online) τεχνολογίες και πρακτικές, που χρησιμοποιούνται για διαμοιρασμό περιεχομένου, γνώμης και πληροφοριών, την προαγωγή του διαλόγου και την οικοδόμηση σχέσεων.

Τα μέσα αυτά χρησιμοποιούν μία ποικιλία από διαφορετικές μορφές, συμπεριλαμβανομένων του κειμένου, των εικόνων, του ήχου και του βίντεο.

β. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης-Social Media Networks

Αναφέρονται στα μέσα (εργαλεία) διαμοιρασμού της πληροφορίας, των δεδομένων και της επικοινωνίας, χαρακτηρίζοντας ουσιαστικά τις ιστοσελίδες των Κοινωνικών Δικτύων.

γ. Κοινωνική Δικτύωση-Social Networking

Είναι η διαδικασία δημιουργίας και αξιοποίησης κοινοτήτων, για τη διασύνδεση ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα δηλαδή είναι η συγκέντρωση ή η συμμετοχή των ατόμων σε συγκεκριμένες ομάδες.

δ. Κοινωνικά Δίκτυα-Social Networks

Αποτελούν πολυδιάστατα συστήματα επικοινωνίας και διαμόρφωσης της ανθρώπινης πρακτικής και της κοινωνικής ταυτότητας. Ουσιαστικά αποτελεί το

¹ Ευρωπαϊκή Ένωση

άθροισμα των προσωπικών επαφών μέσω των οποίων το άτομο διατηρεί την κοινωνική του ταυτότητα, λαμβάνει συναισθηματική υποστήριξη, υλική ενίσχυση και συμμετοχή στις υπηρεσίες, έχει πρόσβαση στις πληροφορίες και δημιουργεί νέες κοινωνικές επαφές.

4. Βασικά Χαρακτηριστικά των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης”

Τα κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν τα παρακάτω βασικά χαρακτηριστικά:

α. **Είδος Περιεχομένου**: Υποστηρίζουν ποικιλία μορφών και τύπων περιεχομένου (κείμενο, βίντεο, φωτογραφίες, ήχο κ.τ.λ.).

β. **Διαχείριση περιεχομένου**: Δίνουν την ικανότητα στους χρήστες να μπορούν να **παράγουν**, να **διαμοιράζουν**, να **σχολιάζουν**, να **συμπληρώνουν** και να **ανασκευάζουν-τροποποιούν** υλικό το οποίο δημοσιεύεται εύκολα και αποτελεσματικά. Μέσω αυτής της πληροφορίας μπορούν να επικοινωνούν, να συμμετέχουν, να μοιράζονται, να δικτυώνονται, να επισημαίνουν ιστοσελίδες, ενώ βρίσκονται σε συνεχή επικοινωνία. Με αυτό τον τρόπο απλοποιούν και βελτιώνουν την ταχύτητα και το εύρος της διάδοσης των πληροφοριών.

γ. **Προαγωγή της Επικοινωνίας**: Προσφέρουν διάφορων τύπων επικοινωνία (ένας-προς-ένας, ένας-προς-πολλούς, πολλοί προς-πολλούς) και επιτρέπουν η επικοινωνία αυτή να πραγματοποιείται σε πραγματικό χρόνο, ή ασύγχρονα με την πάροδο του χρόνου. Με αυτόν τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να οικοδομούν “**γέφυρες επαφής**” με άλλους χρήστες ιδίων ενδιαφερόντων δημιουργώντας “**εικονικές κοινότητες**” βασισμένες σε αυτά τα κοινά ενδιαφέροντα, επιτρέποντας παράλληλα αλληλεπιδράσεις που περνούν από μία ή περισσότερες πλατφόρμες.

δ. **Εμπλοκή και προαγωγή της συμμετοχικότητας του χρήστη**:

Χαρακτηρίζονται από διαφορετικά επίπεδα εμπλοκής του χρήστη, ο οποίος μπορεί να δημιουργήσει, να σχολιάσει ή να παρακολουθήσει υλικό εντός των Κοινωνικών Δικτύων, καθώς οι χρήστες ως μέτοχοι σε αυτά τα μέσα ενθαρρύνονται-προτρύπονται να συνεισφέρουν και να συμμετέχουν ενεργητικά σε πραγματικό χρόνο.

ε. **Ανεξαρτησία από τη συσκευή**: Ο χρήστης μπορεί να χρησιμοποιήσει για τη δραστηριοποίηση του στα ΜΚΔ έναν υπολογιστή, ή κινητές συσκευές (mobile devices), όπως Η/Υ Παλάμης (tablets) και κινητά τηλέφωνα (smartphones).

5. Δυνατότητες των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης”

Στην πραγματικότητα τα ΜΚΔ αποτελούν διαδικτυακές εφαρμογές οι οποίες έχουν την ικανότητα δημιουργίας “ιδιωτικών χώρων”, με σκοπό την επικοινωνία, τη δημιουργία και το διαμοιρασμό περιεχομένου.

Οι παραπάνω ιδιότητες προσφέρουν στα ΜΚΔ τη δυνατότητα εισχώρησης και σε έτερα πεδία που αφορούν στην ενημέρωση κοινού (δημοσιογραφία, ΜΜΕ κλπ) διευρύνοντας με αυτό τον τρόπο τα παραδοσιακά σύνορα της “δημόσιας σφαίρας”, δημιουργώντας την επονομαζόμενη “διαδικτυακή δημόσια σφαίρα”.

Οι βασικές δυνατότητες των ΜΚΔ θα μπορούσαν να συνοψιστούν όπως παρακάτω:

α. Δημιουργία από τους χρήστες ενός δημόσιου ή ημι-δημόσιου (επιλεκτικά δημοσιοποιήσιμου) προφίλ σε ένα συγκεκριμένο σύστημα (Κοινωνικό Δίκτυο). Στο προφίλ περιγράφονται προσωπικές πληροφορίες, ενδιαφέροντα, ιδέες, σκέψεις, παρέχονται φωτογραφίες και άλλο υλικό, επιτρέποντας στους άλλους χρήστες να επιδρούν με αυτό (προφίλ) και τις πληροφορίες του.

β. Δυνατότητα σύναψης "Διαδικτυακών Σχέσεων", υπό τη μορφή συνδέσεων με άλλους χρήστες και δημιουργία από το χρήστη καταλόγων (λίστών-friends) χρηστών χρησιμοποιώντας σύνδεσμο διπλής κατεύθυνσης (συναίνεση και των δυο πλευρών-Friends), είτε συνδέσμου μονής κατεύθυνσης (Follower, Fan). Επιπροσθέτως, θα ήταν σημαντικό να τονισθεί ότι, οι χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση στη λίστα των "φίλων" τους, να βλέπουν και να πλοηγούνται στη λίστα των συνδέσμων τους και των δραστηριοτήτων που δημοσιεύουν και ακόμη να αφήνουν δημόσια μηνύματα στο προφίλ τους.

γ. Παροχή (στα περισσότερα ΜΚΔ) μηχανισμού ιδιωτικής επικοινωνίας (chat), συνήθως με μορφή μηνυμάτων και αποστολή εικόνων ή βίντεο, υπό τη μορφή συνδέσμων (links), ακόμα και βιντεοκλήσεων.

δ. Το περιβάλλον το οποίο δημιουργείται από τα ΜΚΔ χαρακτηρίζεται από ταχύτητα και ευκολία στη χρήση, γρήγορη προσαρμογή στις αλλαγές της καθημερινής ζωής και με αυτόν τον τρόπο ενισχύει, διευρύνει και ενθαρρύνει τη συμμετοχή σε συζητήσεις, το σχολιασμό, την ταχύτερη διάχυση της πληροφορίας στους ενδιαφερόμενους, τη δημιουργία αυθόρμητων σχέσεων, την αλληλεπίδραση και την επικοινωνία.

6. Κατηγορίες «Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης» και Κοινωνικών Δικτύων

Οι βασικότερες κατηγορίες ΜΚΔ με βάση τον τρόπο και το σκοπό λειτουργίας τους είναι:

α. Ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης (Social networks)

Διαδικτυακές εφαρμογές, οι οποίες επιτρέπουν στους χρήστες:

(1) Να δημιουργούν ένα δημόσιο, ή ημι-δημόσιο προφίλ σε ένα οριοθετημένο σύστημα.

(2) Να δημιουργούν και να καταγράφουν μια λίστα άλλων χρηστών (επαφές), με τους οποίους μοιράζονται κάποιου είδους σύνδεση (φιλική σχέση, γνωριμία, κ.λπ.)

(3) Να βλέπουν και να περιφέρουν τη δική τους λίστα με συνδέσεις και εκείνων που έχουν δημιουργηθεί από άλλους εντός των ορίων του συστήματος.

Γνωστότερα τα: FaceBook, LinkedIn, MySpace, Google Plus, Xing.

β. Ιστολόγια/Μικροϊστολόγια (Blogs/micro-blogs)

Το Ιστολόγιο (blog) είναι το αντίστοιχο του προσωπικού ημερολογίου, με τη διαφορά ότι αυτό αναρτάται στο διαδίκτυο (Διαδικτυακό ημερολόγιο). Αποτελείται από κείμενα, φωτογραφίες, βίντεο, μουσική, και συνοψίζει/αποτελεί προσωπική έκφραση του κάθε χρήστη.

Στα μικροϊστολόγια (Micro-Blogs) οι χρήστες ανταλλάσσουν μικρά στοιχεία του περιεχομένου, όπως σύντομες προτάσεις, μεμονωμένες φωτογραφίες, βίντεο ή συνδέσμους. Συνήθως επιτρέπουν την ανταλλαγή μηνυμάτων μικρού μεγέθους (μέχρι 140 χαρακτήρες) με την λογική της ακολουθίας.

Γνωστότερα τα: Twitter (microblog), Blogger², WordPress³.

γ. Συλλογικοί σελιδοδείκτες (Social bookmarking sites)

Αποτελούν τους λεγόμενους διαδικτυακούς σελιδοδείκτες, οι οποίοι έχουν αποθηκευτεί από πολλούς χρήστες σε ένα κοινόχρηστο διακομιστή (H/Y) στο διαδίκτυο, έτσι ώστε ο κάθε χρήστης να μπορεί να ανταλλάσει και να έχει πρόσβαση -εκτός από τους δικούς του- στους σελιδοδείκτες που έχουν αποθηκευτεί και διαμοιραστεί μεταξύ των συνδεδεμένων ατόμων.

Γνωστότερα τα: Delicious, Digg, Faves, StumbleUpon, BlogMarks.

δ. Διαμοιρασμού Πολυμέσων (Multimedia sharing)

Οι χρήστες δημιουργούν και διαμοιράζουν περιεχόμενο, όπως αρχεία ήχου, εικόνες, βίντεο, συνδέσμους, κλπ.

Γνωστότερα τα: YouTube, Flickr, Qik, Snapfish, Vimeo.

ε. Συνεργατικής Συγγραφής (Collaborative authoring)

Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν τα ΜΚΔ τα οποία προάγουν τη συνεργατική συγγραφή υλικού, δηλαδή τη δημοσίευση κειμένων με τη μορφή μιας διαδικτυακής (online) εκδοχής (εγκυκλοπαίδεια), και είναι προσβάσιμα από κάθε χρήστη του διαδικτύου, αλλά μπορούν να τύχουν επεξεργασίας από πολλούς χρήστες.

Γνωστότερα τα: Wikipedia, Google docs, Zoho office suite, κλπ.

στ. Ανταλλαγής Απόψεων και Επικοινωνίας

Ουσιαστικά πρόκειται για κατηγορίες ΜΚΔ τα οποία βελτιώνουν τον τρόπο επικοινωνίας. Σε αυτήν την κατηγορία ανήκουν:

² Πλατφόρμα Κατασκευής

³ Πλατφόρμα Κατασκευής

(1) Οι εφαρμογές άμεσων μηνυμάτων-Instant Messaging (Yahoo IM, Skype, Viber, κλπ).

(2) Η Τηλεδιάσκεψη-Web conferencing (WebEx, GoToMeeting, DimDim, κλπ).

(3) Οι εφαρμογές συνεργατικών τόπων-Forum (Ubutu Forum, Joomla Forum κλπ) και διαμοιρασμού εμπειριών (Complainers Board, advce.com, κλπ).

(4) Το διαδικτυακό ηλεκτρονικό ταχυδρομείο-e-mail (Yahoo mail, Gmail, Hotmail, κλπ).

ζ. **WebCasting (Videocasting, Podcasting⁴)**

Ουσιαστικά, πρόκειται για διαδικασία δημιουργίας και αποστολής τηλεοπτικών ή ραδιοφωνικών εκπομπών (σε μορφή αρχείων), συνήθως μέσω ενός WebFedd (RSS Feed⁵) την οποία υποστηρίζουν αρκετά ΜΚΔ.

7. **Η Χρήση των «Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης»**

Οι βασικοί τομείς χρήσης των ΜΚΔ είναι οι παρακάτω⁶:

α. **Προσωπική Χρήση:** Οι χρήστες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ, με σκοπό τη σύναψη διαδικτυακών σχέσεων με άλλους χρήστες, τη δημιουργία, το διαμοιρασμό περιεχομένου, την ενημέρωση και πολλές άλλες δραστηριότητες.

β. **Εταιρική χρήση:** Οι εταιρείες και οι οργανισμοί δραστηριοποιούνται στα ΜΚΔ, με σκοπό την προώθηση των προϊόντων-θέσεων τους (διαφήμιση), την ενημέρωση των πελατών-ακολούθων τους, την παροχή κατευθύνσεων και οδηγιών και την επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων τους.

γ. **Επικοινωνία για Πολιτικές Προτεραιότητες:** Ο σκοπός είναι η έκδοση επίσημων ανακοινώσεων και δελτίων τύπου.

δ. **Επικοινωνία με ενδιαφερομένους για διάφορες Εκστρατείες (καμπάνιες):** Αποσκοπεί στο να πληροφορήσει τους πολίτες, να μοιρασθεί, να προωθήσει πολιτικές και εμπειρίες και να έρθει σε επαφή με ενδιαφερομένους.

⁴ Συγκεκριμένος του iPod (φορητής συσκευής μουσικής της “Apple”) και του “broadcast”.

⁵ Το ακρωνύμιο RSS, από τον αγγλικό όρο Really Simple Syndication (Πολύ Απλή Διανομή), αναφέρεται σε μία προτυποποιημένη μέθοδο ανταλλαγής ψηφιακού πληροφοριακού περιεχομένου διαμέσου .

⁶ Ευρωπαϊκή Ένωση

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΚΑΝΟΝΕΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ «ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ»

1. Γενικά

Η εμπλοκή σε προσωπικό επίπεδο του προσωπικού των ΕΔ με τα “Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης-ΜΚΔ”, αποτελεί αναφαίρετο δικαίωμα καθώς και τρόπο έκφρασης και ενημέρωσης και αντιμετωπίζεται εντός του πλαισίου της ελευθερίας της έκφρασης του ατόμου, λαμβάνοντας υπόψη τους περιοριστικούς όρους που επιβάλλει η θέση του και τους στοιχειώδεις κανόνες ασφαλείας που επιβάλλονται τόσο λόγω θέσης αλλά και γενικότερα εξαιτίας της φύσης του Διαδικτύου.

Ωστόσο, λόγω της φύσης της ενασχόλησης (επάγγελμα) αλλά και της αποστολής των ΕΔ, προκύπτουν θέματα ασφαλείας και κανόνες ορθής χρήσης που αφορούν στη δραστηριότητα εντός των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης”, τα οποία το προσωπικό των ΕΔ με όποια ιδιότητα και αν υπηρετεί σε αυτές θα πρέπει να γνωρίζει.

2. Κανόνες

Η δραστηριοποίηση του προσωπικού των ΕΔ στα “Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης-ΜΚΔ” προϋποθέτει την ύπαρξη και υιοθέτηση κανόνων οι οποίοι θα διευκολύνουν την χρήση των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης-ΜΚΔ” και παράλληλα θα ελαχιστοποιήσουν τη διαρροή ευαίσθητων πληροφοριών μέσα από αυτά.

Οι βασικότεροι κανόνες ορθής χρήσης των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης-ΜΚΔ” αναφέρονται παρακάτω:

α. **Δημοσίευση-Ανάρτηση-Διαγραφή Πληροφορίας**

(1) **Η Δημοσίευση-Ανάρτηση Πληροφορίας είναι ψηφιακή, μόνιμη, διαδίδεται ταχύτατα, είναι μη αναστρέψιμη και είστε ο αποκλειστικός υπεύθυνος γι’αυτή. Η διαγραφή της πληροφορίας ουσιαστικά δεν είναι διαγραφή.**

(2) Τα προφίλ και τα στοιχεία που δημιουργούνται σε ΜΚΔ μπορούν να αντιγραφούν και να αποθηκευτούν από τρίτους, δημιουργώντας ένα ψηφιακό φάκελο των προσωπικών σας δεδομένων.

(3) Από τη στιγμή που θα αναρτηθεί-δημοσιευθεί στα Κοινωνικά Δίκτυα-ΚΔ (social networks) οποιαδήποτε πληροφορία, δεν είναι δυνατή η “ανάκληση” της.

(4) Ακόμη και μετά την εντολή για διαγραφή της, δεν σημαίνει ότι πραγματικά η πληροφορία έχει διαγραφεί. Πιθανώς αυτή να έχει αρχειοθετηθεί από την εταιρεία στην οποία ανήκει το “Κοινωνικό Δίκτυο”, ή από άτομα τα οποία παρακολουθούν τις αναρτήσεις σας. Ακόμη και αν ένα προφίλ διαγραφεί, είναι

πολύ πιθανό ότι, τα στοιχεία του θα παραμείνουν αποθηκευμένα σε μια βάση δεδομένων στο διαδίκτυο.

(5) Οι χρήστες που επιθυμούν να διαγράψουν λογαριασμούς από ΜΚΔ διαπιστώνουν ότι, είναι σχεδόν αδύνατο να αφαιρέσουν πληροφορίες δευτέρου βαθμού που συνδέονται με το προφίλ τους, όπως επί παραδείγματι τα δημόσια σχόλια σχετικά σε άλλα προφίλ.

(6) Επίσης, θα πρέπει να γνωρίζετε ότι οποιοδήποτε υλικό (κείμενο, φωτογραφία, βίντεο) το οποίο αναρτάται-δημοσιεύεται μπορεί να μεταδοθεί ταχύτατα (viral) στον χώρο των “κοινωνικών δικτύων”, με τέτοιο τρόπο ώστε πολύ σύντομα να μην έχετε τον έλεγχο του.

(7) Μη ξεχνάτε ότι είστε υπεύθυνοι για ότι αναρτάτε-δημοσιεύετε.

β. Ευαίσθητες προσωπικές πληροφορίες

(1) Μην αποκαλύπτετε μέσω των δημοσιεύσεων-αναρτήσεων σας προσωπικές ευαίσθητες πληροφορίες.

(2) Αποφύγετε τη δημοσίευση ή τουλάχιστον προσπαθήστε να ελαχιστοποιήσετε την αποκάλυψη μέσω των κοινωνικών δικτύων ευαίσθητων προσωπικών πληροφοριών για τον εαυτό σας και την οικογένεια σας, όπως:

(α) Διεύθυνση.

(β) Τηλέφωνο οικίας.

(γ) Κινητό τηλέφωνο.

(δ) Ηλεκτρονική Διεύθυνση.

(ε) Ημερομηνία Γενεθλίων.

(στ) Το πρόγραμμά σας και τοποθεσίες εκδηλώσεων που σκοπεύετε να παρακολουθήσετε.

(ζ) Τις τοποθεσίες των εκδηλώσεών σας.

(η) Οικονομικά στοιχεία.

(θ) Φωτογραφίες.

(ι) Βίντεο.

οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν από κακόβουλους χρήστες σε διάφορες επιθέσεις, ακόμη και προσπάθειες πλαστοπροσωπίας (id-theft).

(3) Μια καλή προσέγγιση είναι να λειτουργείτε πάντα με την παραδοχή ότι, οτιδήποτε δημοσιεύετε στο διαδίκτυο μπορεί να κλαπεί από έτερους κακόβουλους χρήστες, πιθανώς και εγκληματίες, ή τους αντιπάλους σας.

(4) Το περιεχόμενο των κοινωνικών δικτύων που αφορά στο προσωπικό των ΕΔ και στις οικογένειές τους, αποτελεί σημαντικό στόχο για εκείνους που θέλουν να αποκτήσουν πρόσβαση σε αυτές τις πληροφορίες για πολλούς λόγους (κατασκοπεία, μίμηση, εκβιασμό, εκφοβισμό).

(5) Αναρωτηθείτε: “Τι θα μπορούσε ένα κακόβουλο άτομο να κάνει με αυτές τις πληροφορίες; Θα μπορούσε να παραβιάσει την ασφάλεια τη δική μου, της οικογένειάς μου, ή των ΕΔ;

(6) Η ανάρτηση μη διαβαθμισμένων ευαίσθητων πληροφοριών θα μπορούσαν να είναι εξίσου επικίνδυνη με την ανάρτηση διαβαθμισμένων πληροφοριών.

(7) Εξετάστε την πιθανότητα να χρησιμοποιήσετε ένα ψευδώνυμο ως όνομα, για την προστασία των ιδιωτικών σας πληροφοριών.

(8) Ιδιαίτερη προσοχή χρειάζεται, στο τι πληροφορίες δημοσιεύουν τα μέλη της οικογένειάς σας και κυρίως τα μικρά παιδιά στα κοινωνικά δίκτυα, γιατί αυτό μπορεί να τα εκθέσει σε διάφορους κινδύνους, τους οποίους αυτά δεν αντιλαμβάνονται.

(9) Η Υπηρεσία Ηλεκτρονικού Εγκλήματος έχει πολλά στοιχεία για περιπτώσεις βιασμών, κακοποίησης, ή και δολοφονίας μικρών παιδιών από αγνώστους, που γνώρισαν μέσω κοινωνικών δικτύων. Σε περίπτωση ανάγκης, οι γονείς πρέπει να εγκαθιστούν ειδικά φίλτρα ασφαλείας, τα οποία να απαγορεύουν την πρόσβαση του παιδιού τους, σε κοινωνικά δίκτυα από τον υπολογιστή.

(10) Προτιμότερο είναι πάντως, να συζητούν με το παιδί, τους σοβαρούς κινδύνους που πιθανό να αντιμετωπιστούν, καθώς η απαγόρευση χρήσης δεν λύνει πάντα το πρόβλημα, αφού τα παιδιά μπορούν να χρησιμοποιήσουν τον υπολογιστή ενός φίλου/μιας φίλης.

γ. Διαβαθμισμένες – Αδιαβάθμητες Πληροφορίες

(1) Μην αποκαλύπτετε μέσω των δημοσιεύσεων-αναρτήσεων σας, διαβαθμισμένες ή αδιαβάθμητες πληροφορίες που αφορούν στις ΕΔ.

(2) Μην δημοσιεύετε στρατιωτικές πληροφορίες, όπως για παράδειγμα:

(α) Αποστολή μονάδας.

(β) Σύνθεση-Επάνδρωση μονάδας.

(γ) Θέση μονάδας και φωτογραφίες των χώρων της.

(δ) Κινήσεις μονάδων-στρατευμάτων.

(ε) Λεπτομέρειες οι οποίες αφορούν σε οπτικά συστήματα, στη Διοικητική Μέριμνα, κλπ.

(στ) Λεπτομέρειες που αφορούν σε υπηρεσιακά θέματα.

(3) Ενημερώστε την οικογένειά σας σχετικά με την ασφάλεια των στρατιωτικών επιχειρήσεων. Βεβαιωθείτε ότι γνωρίζουν τι μπορεί και τι δεν μπορεί να αναρτηθεί /δημοσιευθεί.

(4) Σε περίπτωση που διαπιστώσετε διαρροή διαβαθμισμένων πληροφοριών οι οποίες αφορούν στις ΕΔ από ξένους λογαριασμούς (προφίλ) εντός του/των κοινωνικού/ων δικτύου/ων στα οποία δραστηριοποιήστε, μη διστάσετε να ενημερώσετε ιεραρχικά την υπηρεσία σας.

δ. Ασφάλεια των Επιχειρήσεων (Operation Security-OPSEC)

(1) Διατηρείστε την Επιχειρησιακή Ασφάλεια

(2) Πρωταρχικό μέλημα για το προσωπικό των ΕΔ, το οποίο χρησιμοποιεί τα Κοινωνικά Δίκτυα σε προσωπικό ή υπηρεσιακό επίπεδο αποτελεί η διατήρηση της επιχειρησιακής ασφαλείας (Operation Security-OPSEC).

(3) Η πληροφορία κινείται και εξελίσσεται γρήγορα μέσω των ΜΚΔ, γεγονός το οποίο σημαίνει ότι η επίγνωση για την επιχειρησιακή ασφάλεια (OPSEC) είναι πιο σημαντική από ποτέ.

(4) Βεβαιωθείτε ότι έχετε κατανοήσει τους κινδύνους και έχετε μοιραστεί αυτές τις εκτιμήσεις με άλλους συναδέλφους.

(5) Εξετάστε όλο το περιεχόμενο σας (φωτογραφίες, βίντεο, συνδέσμους προς άρθρα, κ.λπ.) για πιθανές παραβιάσεις της επιχειρησιακής ασφαλείας (OPSEC) πριν από την ανάρτηση-δημοσίευση του. Θυμηθείτε ότι θα είναι καλύτερο να υιοθετήσετε μια συντηρητική προσέγγιση κατά την αξιολόγηση του κατά πόσον ή όχι, το περιεχόμενό σας παραβιάζει ή όχι την επιχειρησιακή ασφάλεια-OPSEC.

(6) Μην παρέχετε στους πιθανούς αντιπάλους πλεονεκτήματα, με την ανάρτηση διαβαθμισμένων, ελεγχόμενων μη διαβαθμισμένων πληροφοριών ή ευαίσθητων πληροφοριών. Όταν αποδεσμεύονται τέτοιες λεπτομέρειες μπορούν ενδεχομένως να θέσουν σε κίνδυνο τις ζωές των συναδέλφων σας, καθώς και να θέσουν ή να θέσει σε κίνδυνο τις αποστολές των ΕΔ.

ε. Ρυθμίσεις Ασφάλειας της πλατφόρμας-Κοινωνικού Δικτύου (social network)

(1) Εξετάστε και τροποποιείστε προσεκτικά τις ρυθμίσεις ασφαλείας της κοινωνικής πλατφόρμας (social network) που δραστηριοποιείστε.

(2) Εξοικειωθείτε με τους όρους υπηρεσίας του κάθε ιστότοπου κοινωνικής δικτύωσης και να τους ακολουθείτε.

(3) Εξετάστε προσεκτικά τους όρους χρήσης που αφορούν στην εμπιστευτικότητα και στην προστασία των δεδομένων και όλες τις ρυθμίσεις

ασφαλείας και προστασίας των προσωπικών δεδομένων (privacy settings) της πλατφόρμας (social network) στην οποία δραστηριοποιήστε και κάντε τις κατάλληλες ρυθμίσεις. Για παράδειγμα:

(α) Αλλάζετε τακτικά τους Κωδικούς Ασφαλείας (password) του λογαριασμού σας. Επίσης, να είστε προσεκτικοί σε ποιους επιτρέπετε να έχουν πρόσβαση στους λογαριασμούς των κοινωνικών μέσων σας.

(β) Χρησιμοποιήστε τις επιλογές ασφαλείας (security settings) που υπάρχουν στο προφίλ σας (profile).

(γ) Ρυθμίστε τις επιλογές ασφαλείας που θα επιτρέπουν την προβολή του προφίλ σας, αλλά και των δημοσιεύσεων-αναρτήσεων σας σε συγκεκριμένο κοινό (για παράδειγμα μόνο στους φίλους σας).

(δ) Μην αποδέχεσθε εύκολα συνδέσεις (connection establishment) με πρόσωπα που δεν γνωρίζετε προσωπικά.

(ε) Απενεργοποιήστε τις υπηρεσίες εντοπισμού θέσης (location based services-Geotagging⁷) που διαθέτουν τα “κοινωνικά δίκτυα”, κυρίως από τις κινητές σας συσκευές, αν δεν τις χρειάζεσθε. Καλό θα είναι να μην γνωστοποιείτε, αν δεν είναι απαραίτητο, τη θέση σας στο ευρύτερο κοινό σας για διαφόρους λόγους (π.χ. πιθανότητα κλοπής).

στ. Κακόβουλο Υλικό-πληροφορία η οποία βρίσκεται εντός του κοινωνικού δικτύου (Social Network)

(1) Δώστε την κατάλληλη προσοχή στο υλικό (φωτογραφίες, βίντεο, αρχεία) το οποίο κυκλοφορεί εντός του/ων κοινωνικού/ων δικτύου/ων.

(2) Το υλικό (φωτογραφίες, βίντεο, αρχεία) το οποίο κυκλοφορεί στα κοινωνικά δίκτυα μπορεί εύκολα και γρήγορα να γίνει ιογενές.

(3) Επανεξετάστε προσεκτικά το υλικό (φωτογραφίες, βίντεο, αρχεία) που αναρτάτε πριν τη δημοσίευσή του, διασφαλίζοντας ότι:

(α) Δεν αποδεσμεύει ευαίσθητες πληροφορίες.

(β) Δεν είναι ιογενές έτσι ώστε να δημιουργήσει προβλήματα στο λογισμικό άλλων χρηστών.

(4) Επίσης δώστε την κατάλληλη προσοχή στο υλικό το οποίο προέρχεται από άλλους χρήστες, το οποίο μπορεί με τη σειρά του να είναι μολυσμένο και να δημιουργήσει πρόβλημα στο δικό σας λογισμικό.

⁷ Το Geotagging (διαδικασία προσθήκης ετικέτας γεωγραφικής θέσης) είναι υπηρεσία η οποία προσφέρετε στα κοινωνικά δίκτυα και αποτελεί χαρακτηριστικό που αποκαλύπτει τη θέση σας σε άλλα άτομα εντός του δικτύου σας.

ζ. Σύνδεσμοι (Links)

(1) **Αποφύγετε την επαφή (click) με ύποπτους συνδέσμους (Links).**

(2) Αποφύγετε την επαφή (click) με δημοσιευμένους στα κοινωνικά δίκτυα (social networks) συνδέσμους (links), οι οποίοι είναι ύποπτοι, γιατί πιθανώς να οδηγούν σε κακόβουλους ιστοτόπους (sites), ικανούς να μεταφορτώσουν επικίνδυνο-κακόβουλο λογισμικό στον Η/Υ σας.

(3) Πιο συγκεκριμένα, όταν επιλέγετε συνδέσμους επίσημων στρατιωτικών ή κυβερνητικών ιστοσελίδων, ελέγξτε διπλά τη διεύθυνση τους (URL), για το εαν αποτελεί διεύθυνση της μορφής, “όνομα.mil”, ή “όνομα.gov” και δώστε ιδιαίτερη προσοχή στις πληροφορίες που περιέχονται στην ιστοσελίδα. Αν δεν δώσετε προσοχή και επισκεφθείτε μια πλαστή ιστοσελίδα-τοποθεσία, υπάρχει πιθανότητα να πέσετε θύμα επίθεσης και μεταφόρτωσης ιογενούς-κακόβουλου λογισμικού.

(4) Χρησιμοποιείστε κατάλληλο λογισμικό προστασίας από την περιήγηση σε κακόβουλους ιστότοπους (Surfing Protection Software).

(5)

η. Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας

(1) **Σεβαστείτε τα πνευματικά δικαιώματα.**

(2) Σεβαστείτε την πνευματική ιδιοκτησία και μη παραβιάζετε τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

(3) Μην δημοσιεύσετε οποιαδήποτε πληροφορία ή άλλο υλικό που προστατεύεται από Πνευματικά Δικαιώματα, χωρίς την άδεια του κατόχου αυτών.

θ. Διακριτικά-Σήματα

(1) **Μην κάνετε κακή χρήση διακριτικών-σημάτων.**

(2) Μην χρησιμοποιείτε χωρίς την άδεια του ιδιοκτήτη κατοχυρωμένες λέξεις, φράσεις, λογότυπα ή σήματα (εμπορικά ή οργανισμών).

ι. Ιδιωτική Ζωή

(1) **Μην παραβιάζετε την ιδιωτική ζωή άλλων.**

(2) Μην δημοσιεύσετε οποιαδήποτε πληροφορία που παραβιάζει την προστασία της ιδιωτικής ζωής, ή τα προσωπικά δεδομένα και δικαιώματα των άλλων.

ια. Επιθετική Στάση

(1) Αποφύγετε/μην υιοθετείτε “επιθετική” στάση.

(2) Αποφύγετε τη δημοσίευση παράνομου, δυσφημιστικού, χυδαίου, άσεμνου, προσβλητικού, βλάσφημου, απειλητικού, φυλετικού και εθνικά απεχθούς πληροφοριακού υλικού ή θέματος. Γενικά καλό θα ήταν να αποφεύγετε την υιοθέτηση επιθετικής στάσης.

ιβ. Λάθος-Σφάλμα σε Δημοσίευση

(1) Μην υιοθετείτε και υποστηρίζετε κάποια αποδεδειγμένα λάθος δημοσίευση σας, μην οδηγείτε σε αντιδικία. Παραδεχτείτε τα λάθη σας.

(2) Να είστε ο πρώτος που θα ανταποκριθεί στα δικά σας λάθη. Αν κάνετε ένα λάθος, διορθώστε το γρήγορα. Εάν επιλέξετε να τροποποιήσετε μια προηγούμενη θέση σας, καταστήστε σαφές ότι το έχετε πράξει. Πάντα να το κάνετε με σεβασμό και παρουσιάζοντας τα πραγματικά γεγονότα. Όταν θα έρθετε σε επικοινωνία με κάποιον που έχει μια αντίθετη θέση, σεβαστείτε την, βεβαιωθείτε ότι αυτό που πιστεύετε είναι πραγματικό, και αν διαπιστώσετε ότι δεν είναι, απλά παραδεχτείτε το και διορθώστε τη δημοσίευση.

ιγ. Ψεύτικοι Λογαριασμοί, Μιμήσεις – Πλαστοπροσωπία - Εκμετάλλευση θέσεως

(1) Μην χρησιμοποιείτε “μιμήσεις”, πλαστοπροσωπία, ή εκμεταλλεύστε τη θέση σας για προσωπικούς λόγους.

(2) Αποφύγετε τη σύνδεση με πιθανούς ψεύτικους λογαριασμούς.

(3) Μην επικαλείστε-χρησιμοποιείτε το όνομα των ΕΔ, ή άλλων οργανισμών ή προσώπων, για την προώθηση προϊόντων, πολιτικών θέσεων, ή θρησκευτικών ιδεολογιών.

(4) Επίσης, μην χρησιμοποιείτε τον επίσημο τίτλο σας ή τη θέση σας για την προώθηση, ή την ωφέλεια του εαυτού σας, ή οποιοδήποτε κερδοσκοπικής ομάδας ή οργανισμού.

(5) Γενικά, κατά τη διατύπωση των ιδεών σας, ή την ανάρτηση περιεχομένου, δεν πρέπει να δίνετε με κανένα τρόπο η εντύπωση ότι εκφράζετε εκ μέρους των ΕΔ.

(6) Μην χρησιμοποιείτε αναγνωριστικά (ονόματα, λογότυπα κλπ) στην περιγραφή του προφίλ σας, σε μια προσπάθεια να συγκαλύψετε, να πλαστογραφήσετε, ή να παραποιήσετε την ταυτότητα σας, ή τη σχέση σας με οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο, οντότητα, ή οργανισμό.

3. Επίλογος

α. Οι εξελίξεις στις νέες τεχνολογίες (πληροφορική, διαδίκτυο, κοινωνικά μέσα) έχουν δημιουργήσει έναν ποταμό συνεχούς και δυναμικής εξέλιξης.

β. Τα “Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης-Social Networks” ή “Κοινωνικά Μέσα-Social Media” κυριαρχούν, ως ένας φθηνός και αποτελεσματικός τρόπος επικοινωνίας αποτελώντας ουσιαστικά μια νέα μορφή επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων, η οποία στηρίζεται στην ατομική θέληση για επικοινωνία και τη δημιουργία και διάδοση γνώσης, ιδεών και πληροφοριών.

γ. Χρησιμοποιώντας το Διαδίκτυο (Κυβερνοχώρο), τα “Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης-Social Networks” διαφοροποιούνται από τα κλασσικά, “παραδοσιακά” ΜΜΕ, στα οποία το περιεχόμενο δημιουργείται, διαδίδεται και φυσικά ανήκει σε μια μοναδική οντότητα και αναμεταδίδεται στις μάζες.

δ. Τα μέσα αυτά χρησιμοποιώντας τη τεχνολογία αιχμής και βασιζόμενα περισσότερο στην αλληλεπίδραση των πληροφοριών, παρά στην τυπική παράδοση του μηνύματος, δίνουν έμφαση στο διάλογο, αξιοποιώντας διαύλους επικοινωνίας ενός-προς-έναν και πολλών-προς-πολλούς, με τελικό αποτέλεσμα τη δημιουργία ομάδων (Κοινωνικά Δίκτυα) και τη διενέργεια συναλλαγών, οι οποίες είναι λιγότερο προσχεδιασμένες.

ε. Οι ΕΔ δεν παραβλέπουν τη μεγάλη απήχηση των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης-Social Networks”, τη μετατροπή τους σε ένα ισχυρό μέσο διεξαγωγής επιχειρήσεων, αλλά και ένα άνοιγμα στην κοινωνία, αλλά και τους κινδύνους προκύπτουν από τη χρήση τους.

στ. Βασικό μέλημα των ΕΔ προς την κατεύθυνση της χρήσης των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης-Social Networks” από το προσωπικό τους είναι:

(1) Η προστασία των πληροφοριών οι οποίες μπορούν να διαρρεύσουν μέσα από αυτά, κυρίως όταν οι χρήστες (προσωπικό των ΕΔ) ασκούν το δικαίωμα της έκφρασης της απόψεως τους μέσω ενός κοινωνικού μέσου. Πληροφορίες ενδιαφέροντος είναι σχετικές με τις παρούσες και μελλοντικές δυνατότητες των ΕΔ, τα ονόματα και φωτογραφίες των στελεχών, τις μετακινήσεις, την διάταξη, τα σχέδια, το ηθικό, την γνώμη των υφισταμένων για τους προϊσταμένους τους, κλπ.

(2) Η ασφάλεια του προσωπικού και των οικογενειών τους από τη μη ορθή χρήση των “Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης-Social Networks”. Το προσωπικό των ΕΔ, καθώς και οι οικογένειες τους, δραστηριοποιούνται σε μεγάλο βαθμό στη χρήση των Κοινωνικών Μέσων, με αποτέλεσμα να εκτίθενται σε πιθανούς κινδύνους, που προκύπτουν από τη χρήση τους και με τους οποίους, πιθανόν δεν είναι αρκετά εξοικειωμένοι. Οι ΕΔ έχουν καθήκον να ενημερώσουν το προσωπικό τους για τους πιθανούς κινδύνους, με στόχο να κάνουν τη χρήση των Κοινωνικών Μέσων ασφαλέστερη.