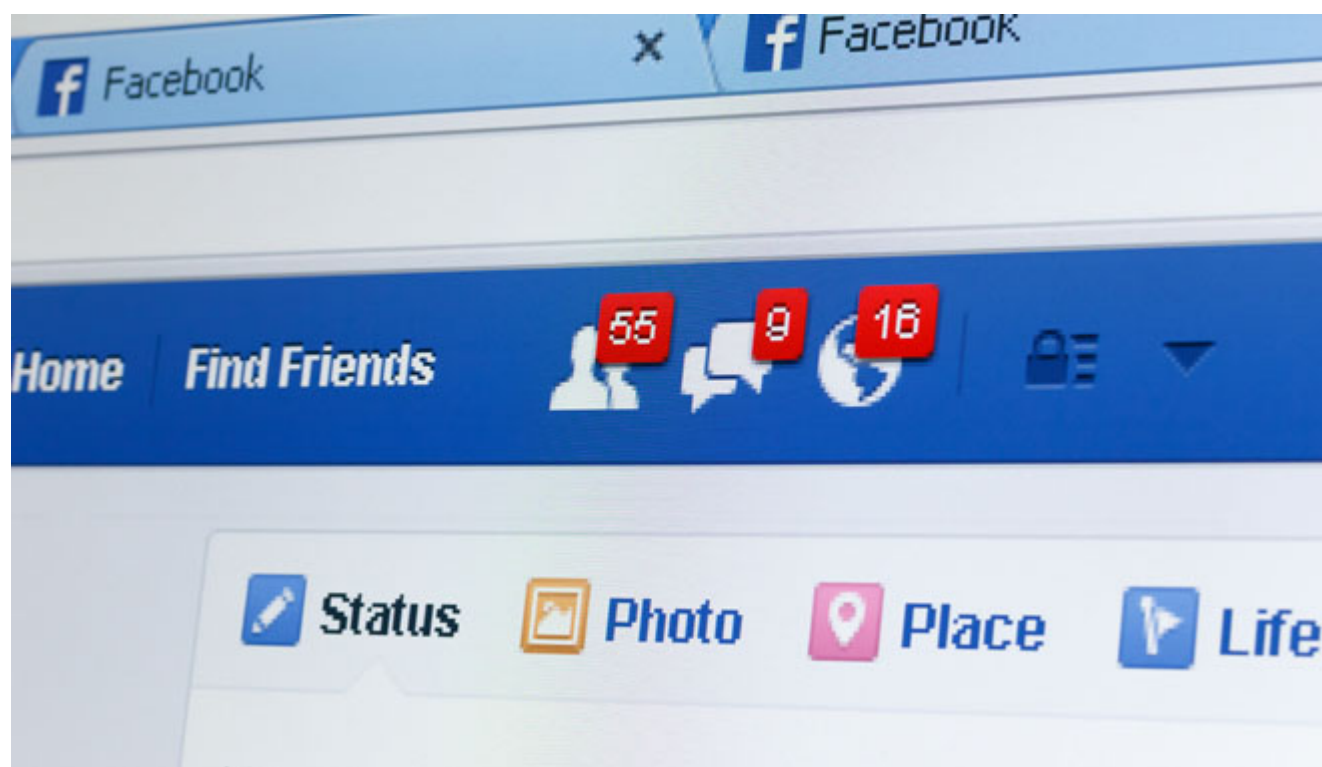
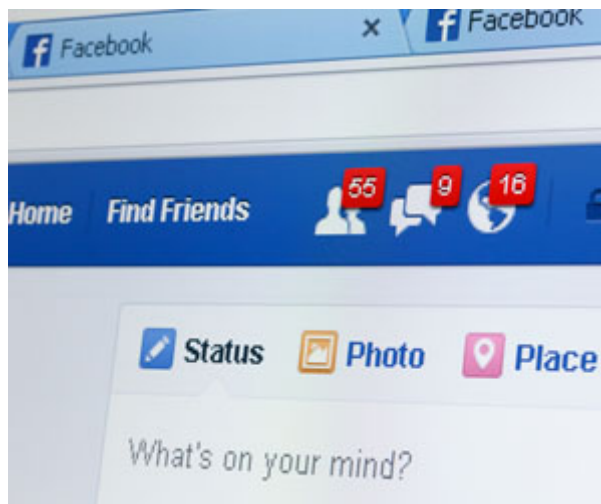


9 Ιανουαρίου 2017

Social media: το 78% των χρηστών θέλει να τα εγκαταλείψει. Γιατί μένουν;

/ [Πεμπουσία· Ορθοδοξία-Πολιτισμός-Επιστήμες](#)



Έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την εταιρεία ψηφιακής ασφάλειας Kaspersky Lab* δείχνει ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων επιθυμεί να εγκαταλείψει τα κοινωνικά δίκτυα, συχνά επειδή τα θεωρεί απλώς χάσιμο χρόνου. Σύμφωνα με την έρευνα, οι περισσότεροι αποφασίζουν να παραμείνουν χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Instagram, κλπ. κυρίως επειδή φοβούνται ότι θα χάσουν τις ψηφιακές τους αναμνήσεις και την επαφή με φίλους.

Η διατήρηση της φιλικής επαφής αποτελεί ένα δύσκολο πρόβλημα προς επίλυση, αλλά η Kaspersky Lab εργάζεται πάνω σε μια λύση ώστε να βοηθήσει τους χρήστες να αποθηκεύσουν τις ψηφιακές τους αναμνήσεις. Μια εφαρμογή με την ονομασία FFForget θα επιτρέπει στα άτομα να δημιουργήσουν αντίγραφα ασφαλείας όλων των αναμνήσεων τους από τα κοινωνικά δίκτυα (social media) που χρησιμοποιούν και να τις διατηρήσουν σε μια ασφαλή κρυπτογραφημένη αποθήκη μνήμης. Η εφαρμογή αναμένεται να δώσει στους ανθρώπους την ελευθερία να εγκαταλείψουν οποιοδήποτε δίκτυο, όποτε το επιθυμούν, χωρίς να χάσουν πολύτιμες για αυτούς πληροφορίες.

Προηγούμενη έρευνα έχει αναδείξει μια ισχυρή τάση μεταξύ των ερωτηθέντων ότι χρησιμοποιούν τις ψηφιακές συσκευές ως μια «εξωτερική βοήθεια» της μνήμης τους.

Άλλες έρευνες έχουν δείξει επίσης ότι οι άνθρωποι δεν μπορούν να αντισταθούν στο να μην ελέγξουν τις συνομιλίες τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ή να τσεκάρουν τις ενημερώσεις της κατάστασής τους στα τηλέφωνα τους.

Ωστόσο, η τελευταία αυτή έρευνα παρουσιάζει ότι οι χρήστες ασκούν έντονη αυτοκριτική για τη συγκεκριμένη δράση τους και έχουν επίγνωση της εμμονής τους – το 39% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι πιστεύει πως σπαταλάει το χρόνο του στα κοινωνικά δίκτυα. Σχεδόν το 78% δήλωσε ότι έχει εξετάσει ήδη το ενδεχόμενο να αφήσει τα κοινωνικά δίκτυα στα οποία ανήκει.

Παρά την τάση τους να εγκαταλείψουν τα social media, οι άνθρωποι αισθάνονται αναγκασμένοι να παραμείνουν. Η συντριπτική πλειοψηφία (62%) πιστεύει ότι θα χάσει την επαφή με φίλους εάν εγκαταλείψει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το 21% των ερωτηθέντων δεν ανησυχούσε τόσο για τους φίλους, αλλά φοβόταν ότι δεν θα ήταν σε θέση να ανακτήσει τις ψηφιακές μνήμες, όπως τις φωτογραφίες, από τη στιγμή που θα εγκατέλειπε ένα κοινωνικό δίκτυο.

«Τα κοινωνικά δίκτυα (social media) μπορεί να είναι χρήσιμα ή επικίνδυνα. Αν είναι χρήσιμα, δεν είναι δικό μας πρόβλημα. Πιστεύουμε ότι κάθε άτομο έχει το

δικαίωμα να αποφασίζει ελεύθερα ποιες πλατφόρμες θέλει να χρησιμοποιεί ή εάν επιθυμεί να τις εγκαταλείψει όλες ανά πάσα στιγμή. Η αληθινή ψηφιακή ελευθερία δεν είναι ένα ζήτημα για το οποίο αξίζει κανείς να πραγματοποιεί θυσίες. Θέλουμε οι άνθρωποι να επιστρέψουν στη «θέση του οδηγού», έχοντας στην κατοχή τους ένα κρυπτογραφημένο αντίγραφο όλων των ψηφιακών αναμνήσεων τους ανά πάσα στιγμή», σχολίασε ο Evgeny Chereshev, επικεφαλής των Social Media της Kaspersky Lab.

«Με την εφαρμογή FFForget θέλουμε να δημιουργήσουμε μια λύση που θα βοηθά τους ανθρώπους να μη φοβούνται ότι θα χάσουν τις αναμνήσεις τους είτε λόγω κάποιας δυσλειτουργίας του λογαριασμού τους είτε λόγω hacking (ψηφιακών επιθέσεων). Και το πιο σημαντικό – οι άνθρωποι που θα χρησιμοποιήσουν τη συγκεκριμένη εφαρμογή θα ανακτήσουν το δικαίωμά τους να εγκαταλείψουν οποιοδήποτε στιγμή οποιοδήποτε κοινωνικό δίκτυο, χωρίς να χάσουν ό, τι τους ανήκει – την ψηφιακή τους ζωή».

Η κυκλοφορία του FFForget έχει προγραμματιστεί για το 2017. Οι ενδιαφερόμενοι χρήστες μπορούν να εγγραφούν στην ιστοσελίδα <http://ffforget.kaspersky.com> ώστε να προσφέρουν τα σχόλιά τους και να επηρεάσουν το εύρος της εφαρμογής. Θα λαμβάνουν επίσης ενημερώσεις, πληροφορίες και θα έχουν ταχεία πρόσβαση στη δημόσια beta έκδοση μόλις αυτή γίνει διαθέσιμη.

****Η Kaspersky Lab πραγματοποίησε διαδικτυακή έρευνα μεταξύ 4.831 ερωτηθέντων. Η έρευνα, που περιείχε οκτώ ερωτήσεις, μεταφράστηκε σε εννέα γλώσσες: Αγγλικά, Ισπανικά, Πορτογαλικά, Γαλλικά, Ιταλικά, Γερμανικά, Ρωσικά, Ιαπωνικά και Τουρκικά, και προγραμματίστηκε με τη χρήση του εργαλείου δημοσκοπήσεων «Poll Daddy». Το link με την έρευνα μοιράστηκε μέσω πληρωμένων καταχωρήσεων στις εφαρμογές Facebook και Twitter.***