Σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να ενοχοποιήσετε το μέσο. Η χρήση είναι αυτή που μπορεί να επιφέρει τα αντίθετα από τα επιθυμητά αποτελέσματα. Τα social media δημιουργήθηκαν, ακριβώς, για να μας διασκεδάζουν, καλύπτοντας τη βαθύτερη ανάγκη μας για επικοινωνία. Επομένως, το μέσο από μόνο του σχεδιάστηκε για να προσφέρει ψυχαγωγία και όχι να τραυματίσει τον χρήστη. Κάποιος καταναλώνει σημαντικό χρόνο της ημέρας του στα social media, παραμελώντας άλλες ανάγκες του, όπως την ανάγκη για κοινωνικοποίηση.[2]

**Οι 5 κυριότερες επιπτώσεις των Social Media στη ζωή μας.**  
  
1.Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει μια σημαντική πηγή ειδήσεων. Παρ'όλα αυτά η αξιοπιστία ορισμένων πηγών μπορεί σαφώς να αμφισβητηθεί. Η διαθεσιμότητά τους στα κοινωνικά δίκτυα καθιστά τα νέα και τις ειδήσεις πιο προσιτά στο ευρύ κοινό. Επιπλέον, τα νέα ταξιδεύουν με ιλιγγιώδη ταχύτητα και κάνουν το γύρο του κόσμου μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα.

2.Τα κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης προωθούνται μέσω της αλληλεπίδρασης των χρηστών τους σε μια τέτοια μαζική κλίμακα που είναι δύσκολο να μην κατακλύσουν τον κόσμο της ενημέρωσης και κυρίως της πληροφορίας. Επιτρέπουν στους ανθρώπους να έρχονται σε επαφή πιο τακτικά, και μερικές φορές, με πιο στενό τρόπο από ότι συνήθιζαν παλιότερα λόγω του χρόνου και του χώρου. Οι άνθρωποι που κατοικούν σε διαφορετικές και μακρινές πόλεις ή χωριά μπορούν να κρατήσουν επαφή πολύ εύκολα, και ταυτόχρονα τους δίνεται η ευκαιρία να γνωρίσουν άτομα που ανήκουν σε διαφορετικές κουλτούρες.

3.Τα κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης επέτρεψαν τη δημιουργία μεγαλύτερης πολιτικής ευαισθητοποίησης και οργάνωσης, η οποία έχει σε ορισμένες περιπτώσεις ξαναγράψει ολόκληρο το πολιτικό τοπίο από την αρχή. Έπαιξαν μεγάλο ρόλο στις εκλογές του Ιράν, καθώς και στην επανεκλογή του Ομπάμα για δεύτερη θητεία ως Πρόεδρος των ΗΠΑ, καθώς και ενέπνευσε τις πολιτικές αναταραχές στην Αίγυπτο.   
  
4.Επίσης, έπαιξαν μεγάλο ρόλο στην καλλιέργεια της παιδείας. Τα παιδιά που άρχισαν να χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, αποκτούν από νωρίς δεξιότητες επικοινωνίας, και γενικά καταφέρνουν να γίνουν πιο εγγράμματοι άνθρωποι. Αυτή είναι μια ενθαρρυντική τάση, και χάρη στην τεράστια διαθεσιμότητα των πληροφοριών, που είναι τόσο απλοϊκή και μέσα στο πολύπλοκο διαδίκτυο, ο καθένας μπορεί να γίνει τόσο έξυπνος ή ευφυής, με τον τρόπο που ο καθένας επιθυμεί.    
  
5.Τέλος, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως έχει αλλάξει ολόκληρη η δυναμική της επιστήμης του μάρκετινγκ. Οι εταιρείες πλέον δεν κάνουν επενδύσεις σε κανάλια για τις διαφημίσεις τους, αλλά έρχονται όλο και πιο κοντά στον καταναλωτή μέσω αλληλεπιδράσεων που πραγματοποιούνται μέσα των social media και των ιστοσελίδων τους. Οι επιχειρήσεις σήμερα είναι σε θέση να κατανοήσουν τις ανάγκες της αγοράς από την ίδια την αγορά, σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι στο παρελθόν.[3]

+++ πολύ ανώτερη η δικτύωση όπου μπορει να πετύχει ο εργαζόμενος αλλά και ο εργοδότης μεσαω του το LinkedIn ως το βασικότερο δίκτυο όπου αναζητούν διαθέσιμες θέσεις εργασίας ή υποψηφίους

υπενθυμηση προς αναφορα

**Βελτίωση της Αποτελεσματικότητας της Αναζήτησης Εργασίας μέσω των Καναλιών Κοινωνικής Δικτύωσης.**

**Δικτυώσου**  
Εάν ακόμα δεν έχεις δημιουργήσει προφίλ στο LinkedIn είναι ώρα να το κάνεις! Τόσο οι υποψήφιοι όσο και οι εργοδότες χρησιμοποιούν το LinkedIn ως το βασικότερο δίκτυο όπου αναζητούν διαθέσιμες θέσεις εργασίας ή υποψηφίους. Οι εργοδότες αξιολογούν την εικόνα σου στο διαδίκτυο αναζητώντας στοιχεία στο προφίλ σου στο LinkedIn. Από αυτούς, περισσότεροι από τους μισούς θα αναζητήσουν πληροφορίες και στο προφίλ σου στο Facebook.[9]

Τα τελευταία χρόνια οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης έχουν εισχωρήσει δυναμικά στον τομέα των κοινωνικών επαφών και όχι μόνο. Μέσω των σελίδων αυτών οι χρήστες μπορούν να εντοπίσουν άτομα από κάθε γωνιά του πλανήτη ανάλογα με τις δραστηριότητες ή τις μουσικές τους προτιμήσεις. Επιπλέον δίνεται οι δυνατότητα στους χρήστες να ενημερώνουν τους υπολοίπους ανά πάσα στιγμή για την κατάσταση τους ή το μέρος στο οποίο βρίσκονται. Όλα αυτά φαντάζουν υπέροχα με την πρώτη ματιά, αφού φαίνεται να προσφέρεται εύκολη και χαλαρή επικοινωνία σε συνδυασμό με διασκέδαση ενώ ταυτόχρονα οι αποστάσεις εκμηδενίζονται. Αυτός είναι και ο λόγος που ορισμένα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αποκτήσει την ισχύ ‘’θρησκείας’’ όπως συχνά αναφέρεται.

Ωστόσο, η επίδραση των "social networks" στις ζωές, ιδιαίτερα των νέων, έχει αποδειχτεί πολύ μεγάλη. Η καθημερινή χρήση τους εθίζει σιγά-σιγά τους χρήστες στην ανάγκη για συνεχή ανανέωση του "profile" τους για χάρη των διαδικτυακών τους φίλων. Αντί να επιλέγουν να συζητούν τις σκέψεις και τα προβλήματά τους με κοντινούς τους ανθρώπους αρκούνται στα "likes" των υπολοίπων χρηστών θεωρώντας καταξιωμένο όποιον κερδίσει τα περισσότερα. Έτσι, αποκτούν απομόνωση και αποξένωση. Επίσης, όσον αφορά τις φωτογραφίες, δεν χρησιμοποιούνται για να απαθανατίσουν στιγμές αλλά για να αυξήσουν το γόητρο των χρηστών στο διαδίκτυο. Πλέον δεν φωτογραφιζόμαστε για την ανάμνηση μιας ωραίας στιγμής ,αλλά για να προβάλουμε τις φωτογραφίες μας στο facebook προσπαθώντας να βρούμε ικανοποίηση σε μερικά likes .Τέτοιου είδους σελίδες είναι σαν να δίνουν την ικανότητα έκθεσης προσωπικών στοιχείων υπό ιδανικό ‘’φωτισμό’’.

Ωστόσο υπάρχουν τόσο θετικές επιδράσεις όσο και αρνητικές:  
  
  
Θετικά αποτελέσματα των Social Media  
  
Εκτός από έχοντας την ευκαιρία να γνωρίζουν πολλοί άνθρωποι σε ένα γρήγορο και εύκολο τρόπο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοήθησε, επίσης, οι έφηβοι που έχουν κοινωνική ή φυσικούς περιορισμούς κινητικότητας να χτίσουν και να διατηρήσουν σχέσεις με τους φίλους και τις οικογένειές τους. Τα παιδιά που πηγαίνουν στο εξωτερικό για σπουδές μπορεί ακόμα να μείνετε σε ουσιαστική επαφή με τους γονείς τους. Σε μεγαλύτερο βαθμό, με ανεπίσημα στοιχεία των θετικών αποτελεσμάτων από αυτές τις τεχνολογίες.  
  
Το 2008, εξελέγη Πρόεδρος Ομπάμα κέρδισε τις εκλογές μέσα από την αποτελεσματική χρήση των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης να προσεγγίσουν εκατομμύρια θεατές ή τους ψηφοφόρους. Η εκστρατεία του Ομπάμα είχε παράγεται και διανέμεται τεράστιο ποσό του περιεχομένου και των μηνυμάτων μέσω e-mail, SMS, κοινωνικές πλατφόρμες μέσων μαζικής ενημέρωσης και τους δικτυακούς τόπους. Ο Ομπάμα και η ομάδα του εκστρατεία κατανοήσει πλήρως τη θεμελιώδη κοινωνική ανάγκη που μοιράζεται ο καθένας - η ανάγκη της ύπαρξης «ποιοι είμαστε». Ως εκ τούτου, η εκστρατεία έστειλε το μήνυμα, όπως "γιατί είναι περίπου ΕΣΕΙΣ" και επέλεξε τη σωστή μορφή των μέσων ενημέρωσης για τη σύνδεση με τα άτομα, πρόσκληση για τις δράσεις και τη δημιουργία κοινότητας για ένα κοινωνικό κίνημα. Θα ενθαρρύνει τους πολίτες να μοιραστούν τη φωνή τους, κατέχουν τα μέρη συζήτηση στα σπίτια και να διαχειρίζονται τις συναντήσεις εκστρατεία τους. Πραγματικά, άλλαξε την παράδοση του πολιτικού μηνύματος.  
  
Η εκστρατεία του Obama είχε κάνει 5 εκατ. ευρώ "φίλους" σε περισσότερες από 15 ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (3 εκατομμύρια φίλους στο Facebook η ίδια) και δημοσιεύτηκε σχεδόν 2.000 βίντεο από το YouTube τα οποία παρακολούθησαν πάνω από 80 εκατομμύρια φορές. Στο απόγειό της, η ιστοσελίδα τους, MyBarackObama.com, είχε 8,5 εκατομμύρια μηνιαίους επισκέπτες και παρήγαγε 400.000 θέσεις blog. Προκειμένου να διασφαλιστεί ότι το περιεχόμενό τους βρέθηκαν από τους ανθρώπους, η εκστρατεία του Ομπάμα πέρασε 3.500.000 δολαρίων για την αναζήτηση Google, τον Οκτώβριο του και μόνο, $ 600,000 για Advertising.com, $ 467.000 στο Facebook το 2008, κλπ. Σήμερα, Twitter λογαριασμό του Ομπάμα έχει σχεδόν 6 εκατομμύρια οπαδούς .  
  
Το 2010, μετά το σεισμό που συνέβη στην Αϊτή, πολλές από τις επίσημες γραμμές επικοινωνίας ήταν κάτω. Ο υπόλοιπος κόσμος δεν ήταν σε θέση να αντιληφθεί την πλήρη εικόνα της κατάστασης που επικρατεί εκεί. Για να διευκολυνθεί η ανταλλαγή πληροφοριών και να αντισταθμίσει την έλλειψη ενημέρωσης, των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης ήρθε σε πολύ βολικό να αναφέρουν την είδηση ​​σχετικά με την πληγείσα περιοχή για το τι συνέβη και τι βοήθεια ήταν αναγκαία. Tweets από πολλούς ανθρώπους έδωσε την εντυπωσιακή επισκόπηση των εν εξελίξει γεγονότων από το σεισμό. BBC κάλυψε το γεγονός, συνδυάζοντας tweets από το έργο του δημοσιογράφου Matthew τιμή του στο Πορτ-ο-Πρενς στο έδαφος. Live blog του Guardian χρησιμοποιείται επίσης μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε συνδυασμό με τις πληροφορίες από άλλους ειδησεογραφικούς οργανισμούς να υποβάλει έκθεση σχετικά με την αποστολή διάσωσης.  
  
Δεν έχουν περάσει δύο χρόνια από τότε που το CNN iReport ξεκίνησε επίσημα ως τμήμα της ιστοσελίδας της, όπου οι άνθρωποι μπορούν να ανεβάσετε υλικό βίντεο, με στοιχεία επικοινωνίας. Κατά τη διάρκεια της κρίσης στην Αϊτή, το CNN είχε δημοσιεύσει μια σειρά κοινωνικών υλικών μέσων μαζικής ενημέρωσης, αλλά δεν είναι όλα τα υλικά που επαληθεύτηκαν. Το εκδοτικό προσωπικό θα εξετάσει διεξοδικά τις εκθέσεις από τους δημοσιογράφους των πολιτών και να επισημαίνονται τα διαφορετικά σε σχέση με ανεπιβεβαίωτη περιεχόμενο. Με το Facebook, μια ομάδα, που ονομάζεται "Σεισμός στην Αϊτή", δημιουργήθηκε για να δείξει την υποστήριξη και ενημερώσεις μετοχών και ειδήσεων. Είχε περισσότερα από 14.000 μέλη και σε ορισμένους χρήστες, ακόμη και έκανε έκκληση για βοήθεια προς τους τραυματίες Αϊτινοί στην ομάδα. Χρησιμοποιώντας το email, Twitter και οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, χιλιάδες εθελοντές, ως μέρος του έργου Ushahidi ήταν σε θέση να αναφέρει χάρτη που αποστέλλονται από τους ανθρώπους από την Αϊτή.  
  
Το πιο εντυπωσιακό μέρος των επιπτώσεων των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης σχετικά με την Αϊτή είναι η φιλανθρωπία κείμενο-μήνυμα δωρεές που αυξήθηκε σε πάνω από 10 εκατομμύρια δολάρια για τα θύματα στην Αϊτή. Οι άνθρωποι που ενδιαφέρονται να βοηθήσουν τα θύματα να ενθαρρύνονται κείμενο, τιτίβισμα και να δημοσιοποιήσει τη στήριξή τους χρησιμοποιώντας διάφορες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Η Παγκόσμια Ομάδα Φιλανθρωπία είχε ξεκινήσει επίσης μια εκστρατεία για να ζητήσει από πλούσιους ανθρώπους και προσωπικότητες, όπως ο Μπεν Στίλερ και ο John Legend να χρησιμοποιούν το Twitter και το Facebook για να ενθαρρύνουν και άλλους να δώσει στη UNICEF. Ένας εργαζόμενος βοήθεια, Saundra Schimmelpfennig, επιτρέπεται η παροχή συμβουλών από άλλους εργαζόμενους της ανθρωπιστικής βοήθειας και χορηγούς για να δημοσιεύσετε στο blog της σχετικά με την επιλογή των φιλανθρωπικών οργανώσεων για την υποστήριξη. Εν τω μεταξύ, οι δωρητές είχαν ερωτήσεις στο Twitter, Facebook και blogs σχετικά με τις δωρεές και τις θεωρήσεις τους από τις αγαπημένες φιλανθρωπίες τους. Μετά από κάθε κρίση, την κοινωνική μέσων μαζικής ενημέρωσης για την κοινωνική αιτία γίνεται πιο αποτελεσματικό μέσο για να εξαπλωθεί η λέξη.  
  
Οι αρνητικές επιπτώσεις των Social Media  
  
Υπάρχουν πάντα δύο όψεις του κάθε νομίσματος. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι απλά ένα εργαλείο ή μέσο για τους ανθρώπους να χρησιμοποιούν. Εξακολουθεί να είναι μέχρι και τους χρήστες για το πώς να χρησιμοποιήσετε αυτό το εργαλείο (ακριβώς όπως ένα μαχαίρι, μπορεί να σας βοηθήσει να μειώσει τα τρόφιμα ή να βλάψουν άλλα). Internet Pew Research Center & του αμερικανικού προγράμματος Life και Elon Πανεπιστημίου φαντάζεται το Κέντρο Διαδικτύου διεξήγαγε μελέτη σχετικά με "το μέλλον των διαδικτυακών κοινωνικοποίηση» από το εξαιρετικά ασχολούνται, διαφορετικό σύνολο των ερωτηθέντων σε απευθείας σύνδεση, opt-in έρευνα αποτελούνταν από 895 ασχολούμενοι με την τεχνολογία και τους κριτικούς . Τα αρνητικά αποτελέσματα που παρουσιάζονται από τους ερωτηθέντες που περιλαμβάνονται χρόνου σε σύνδεση στιγμή στερεί από σημαντικό πρόσωπο με πρόσωπο σχέσεις? Του διαδικτύου ευνοεί ως επί το πλείστον ρηχές σχέσεις? Η πράξη της αξιοποιώντας το διαδίκτυο για να αρχίσει ο κοινωνικός σύνδεση αποκαλύπτει προσωπικές πληροφορίες? Το Διαδίκτυο επιτρέπει στους ανθρώπους να σιλό τον εαυτό τους, περιορίζοντας την έκθεσή τους σε νέες ιδέες? και το Διαδίκτυο χρησιμοποιείται για να προκαλέσει δυσανεξία.  
  
Ορισμένοι από τους ερωτηθέντες, επίσης, τόνισε ότι θα υπάρξει ανάπτυξη ορισμένων νέων ψυχολογικά και ιατρικά σύνδρομα, που θα είναι «παραλλαγές της κατάθλιψης που προκαλείται από την έλλειψη ουσιαστικών σχέσεων ποιότητας", και μια «νέα παγκόσμια κοινωνία». Ο όρος «Κοινωνική Δικτύωση», έχει αρχίσει να εξαπατήσουν τους χρήστες να πιστέψουν ότι είναι κοινωνικά πλάσματα. Για παράδειγμα, οι δαπάνες για μερικές ώρες χρησιμοποιώντας Farmville και κουβεντιάζοντας με τους φίλους ταυτόχρονα δεν μετατρέπονται σε κοινωνικές δεξιότητες. Οι άνθρωποι γίνονται εξαρτώνται από την τεχνολογία και να ξεχάσει πώς να συναναστρέφεστε στο πλαίσιο πρόσωπο με πρόσωπο. Η online προσωπικότητα ενός ατόμου μπορεί να είναι εντελώς διαφορετική από / offline χαρακτήρα του, προκαλώντας χάος όταν πληρούν τις δύο προσωπικότητες. Είναι προφανές σε online dating, όταν το ζευγάρι παίρνει μαζί σε πρόσωπο με πρόσωπο για πρώτη φορά. Γραπτή προφίλ τους δεν αντιπροσωπεύουν σαφώς της πραγματικής ζωής τους χαρακτήρες τους. Είναι πιο δελεαστικό για τους ανθρώπους με τον τύπο κάτι που οι άλλοι θέλουν να ακούσουν από ό, τι λέει την αλήθεια.  
  
Εκτός από την «φιλία», οι δημιουργοί των sites κοινωνικής δικτύωσης και οι χρήστες επαναπροσδιορίσει τον όρο "προστασία της ιδιωτικής ζωής" στο Διαδίκτυο. Η πρόκληση στην προστασία της ιδιωτικής ζωής των δεδομένων είναι η ανταλλαγή δεδομένων, ενώ προστατεύει προσωπικά δεδομένα. Σχεδόν κάθε πληροφορία που δημοσιεύτηκε σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι μόνιμη. Κάθε φορά που κάποιος δημοσιεύσεις φωτογραφιών ή βίντεο στο διαδίκτυο, γίνεται ιού. Όταν ο χρήστης διαγράφει ένα βίντεο από του / κοινωνικού δικτύου της, κάποιος θα μπορούσε να έχει το κράτησε και στη συνέχεια δημοσιεύτηκε το σε άλλους δικτυακούς τόπους όπως το YouTube ήδη. Οι άνθρωποι φωτογραφίες μετά και τα αρχεία βίντεο σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης χωρίς σκέψη και τα αρχεία μπορεί να επανεμφανιστεί στη χειρότερη δυνατή στιγμή. Το 2008, ένα βίντεο από μια ομάδα φοιτητών ACJC Καψόνια μαθήτριας σε σχολείο την ημέρα των γενεθλίων της, κυκλοφόρησε και ένα άλλο βίντεο της SCDF προσλαμβάνει είναι «ευπρόσδεκτη» (ήταν hosed με νερό και πίσσας με βερνίκι παπουτσιών) σε τοπικό πυροσβεστικό σταθμό που σε απευθείας σύνδεση τον τρόπο του.  
  
Πολλά νέα στοιχεία έχουν αναφερθεί σχετικά σε απευθείας σύνδεση παραβίαση της ιδιωτικής ζωής στο Facebook και το Facebook είναι η αναθεώρηση συνεχώς την πολιτική προστασίας της ιδιωτικής ζωής τους και την αλλαγή ελέγχου της ιδιωτικής τους ζωής για τους χρήστες. Είναι ενδιαφέρον, ακόμα και όταν οι χρήστες να διαγράψετε τα προσωπικά τους στοιχεία και να απενεργοποιήσει τον λογαριασμό τους στο Facebook, το Facebook θα κρατήσει ακόμα ότι οι πληροφορίες και θα συνεχίσουν να το χρησιμοποιούν για την εξόρυξη δεδομένων. Ένας δημοσιογράφος ρώτησε αν τα στοιχεία που θα πρέπει τουλάχιστον να είναι ανώνυμα. Ο εκπρόσωπος του Facebook, αρνήθηκε να σχολιάσει.  
  
Στον εταιρικό κόσμο, στελέχη διαχείρισης ανθρωπίνων πόρων μπορούν να έχουν πρόσβαση στο Facebook ή το MySpace για να πάρετε να ξέρετε για το αληθινό του υποψηφίου, ειδικά όταν αναζητούν εργασία δεν καθορίζουν το προφίλ τους σε ιδιώτες. Η έρευνα έδειξε ότι σχεδόν το ήμισυ των εργοδοτών έχουν απορρίψει μια πιθανή εργαζόμενος, αφού διαπίστωσε ενοχοποιητικά υλικό στις σελίδες τους στο Facebook. Κάποιοι εργοδότες έχουν ελεγχθεί επίσης σε απευθείας σύνδεση στοιχεία των υποψηφίων στο Facebook σελίδες για να δείτε αν είναι ψέματα σχετικά με τα προσόντα τους. Σήμερα, οι νεότερες γενιές έχουν μια πλήρη αδιαφορία για την ιδιωτικότητά τους, ανοίγοντας τις πόρτες σε ανεπιθύμητη αρπακτικά ή stalkers.[5]

Συγκεκριμένα:

* Ψεύτικη κοινωνικότητα: To facebook δίνοντας μια ψευδαίσθηση κοινωνικής επαφής, ταυτόχρονα εντείνει τη μοναξιά των πιο «κλειστών» ανθρώπων. Και μπορεί να μην είναι εύκολες οι κοινωνικές συνευρέσεις εν μέσω covid, μπορούμε όμως να διατηρήσουμε μία σχετική κοινωνικότητα έστω και με βιντεοκλήσεις και όχι μόνο με μηνύματα.
* Γοητεία ή παγίδα το μοίρασμα; Σίγουρα είναι όμορφο να μοιραζόμαστε τα προβλήματα και τις όμορφες στιγμές μας με άλλους. Δεν γνωρίζουμε όμως τους «φίλους μας», πόσοι άλλοι θα δουν τις αναρτήσεις μας, ούτε βέβαια πως θα τις χρησιμοποιήσουν…
* Μορφή εκβιασμού: Χρειάζεται προσοχή στις αναρτήσεις μας να μην μας εκθέτουν αλλά και στις φωτογραφίες ή βιντεάκια που στέλνουμε στο σύντροφό μας, σε φίλους ή και αγνώστους ακόμα. Ποτέ δεν ξέρουμε πως θα χρησιμοποιηθεί το υλικό αυτό όταν έχουμε χαλάσει πλέον τη σχέση ή αν ο άγνωστος αρχίσει να μας παρενοχλεί ή να μας εκβιάζει.
* Μορφή εκφοβισμού (bullying): Δυστυχώς τα social media μπορεί να λειτουργήσουν αρνητικά εξυπηρετώντας τον ηλεκτρονικό εκφοβισμό από το θύτη, οδηγώντας το θύμα σε ακραίες καταστάσεις. Θυμάστε το παιχνίδι της μπλε φάλαινας πριν λίγα χρόνια, υπάρχουν και σήμερα ανάλογα παιχνίδια που μπορούν να απειλήσουν την υγεία μας…
* Αύξηση μιας εθιστικής συμπεριφοράς: Όπως και το ίντερνετ γενικότερα, έτσι και τα social media προκαλούν εθισμό, μέσα από την ανάγκη «να ελέγξω ποιος πόσταρε τι, πόσα likes έχω και πόσο δημοφιλής είμαι![8]

**Είναι εθιστικά**

**Η σύγκριση με τους άλλους είναι πνευματική καταστροφή**

**Οδηγεί σε ζηλοφθονία – και σε έναν φαύλο κύκλο**

δημιουργείται ένας ατελείωτος κύκλος φθόνου και προσπάθεια προβαδίσματος.

**Έχουν την αυταπάτη ότι η χρήση των μέσων θα τους βοηθήσει**

**Πολλοί φίλοι στο Facebook δε δείχνουν ότι είσαι κοινωνικός[13]**