



Εργαλεία για τους επαγγελματίες της υγείας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Διαδίδοντας έγκυρες πληροφορίες στο διαδίκτυο

#VaccinesWork

Ούτε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ούτε οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο που ενεργεί εξ ονόματός της φέρει ευθύνη για την ενδεχόμενη χρήση των κάτωθι πληροφοριών.

Λουξεμβούργο: Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2020

© Ευρωπαϊκή Ένωση, 2020

Επιτρέπεται η περαιτέρω χρήση με αναφορά της πηγής.

Η πολιτική για την περαιτέρω χρήση εγγράφων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής διέπεται από την απόφαση 2011/833/ΕΕ (ΕΕ L 330 της 14.12.2011, σ. 39).

Για κάθε χρήση ή αναπαραγωγή φωτογραφιών ή άλλου υλικού τα οποία δεν καλύπτονται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας της ΕΕ πρέπει να ζητείται απευθείας η άδεια των κατόχων δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1

Γιατί να δημοσιεύετε θέματα σχετικά με την υγεία & τον εμβολιασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

2

Τι είναι η παραπληροφόρηση και πώς μπορείτε να την εντοπίσετε;

3

Αντιμετωπίστε τις αρνητικές φωνές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

4

Κανάλια κοινωνικής δικτύωσης

5

Έμπνευση για να ξεκινήσετε

6

Απαραίτητα εργαλεία για να έχει η ανάρτησή σας απήχηση

7

Ξεκινήστε και διαμορφώστε τη συζήτηση

8

6 βήματα για να ξεκινήσετε

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΕΤΕ ΘΕΜΑΤΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ & ΤΟΝ ΕΜΒΟΛΙΑΣΜΟ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ;

Τα εμβόλια έχουν σώσει εκατοντάδες χιλιάδες ζωές σε ολόκληρο τον πλανήτη. Κάθε χρόνο ο εμβολιασμός αποτρέπει παγκοσμίως την προσβολή 2,7 εκατομμυρίων ανθρώπων από ιλαρά, 1 εκατομμυρίου από κοκκύτη και 2 εκατομμυρίων βρεφών από τέτανο.

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια εξαιτίας των καθυστερήσεων και της άρνησης του εμβολιασμού, τα ποσοστά ανοσοποίησης μειώνονται σε διάφορες χώρες της ΕΕ. Οι πρόσφατες εξάρσεις ιλαράς —με τον υψηλότερο αριθμό κρουσμάτων στην ΕΕ εδώ και χρόνια— αντικατοπτρίζουν τον αντίκτυπο του μη εμβολιασμού. Ενδεικτικό της σοβαρότητας της κατάστασης είναι το γεγονός ότι το 2019 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας συμπεριέλαβε την «επιφυλακτικότητα απέναντι στα εμβόλια» ανάμεσα στις δέκα μεγαλύτερες απειλές κατά της παγκόσμιας υγείας. Η πανδημία COVID-19 αποτελεί μία ακόμη οδυνηρή υπενθύμιση του κόστους των μολυσματικών ασθενειών. Ένα αποτελεσματικό και ασφαλές εμβόλιο κατά του ιού θα είναι το καλύτερο μέσο για την οριστική αντιμετώπιση της πανδημίας.

Μολονότι η επιφυλακτικότητα απέναντι στα εμβόλια δεν είναι νέο φαινόμενο, οι αναδυόμενες τεχνολογίες και οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης διευκολύνουν την ταχύτερη διάδοση εσφαλμένων πληροφοριών και τη διασπορά αμφιβολιών στο κοινό. Επίσης, οι αντιεμβολιαστές είναι εξαιρετικά οργανωμένοι όσον αφορά τον τρόπο με τον οποίο δημοσιεύουν τα μηνύματά τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, χρησιμοποιώντας κάθε διαθέσιμο εργαλείο για να διαδώσουν τους ισχυρισμούς τους και να αμφισβητήσουν τις απόψεις όσων τηρούν επιφυλακτική στάση. Σύμφωνα με μελέτες, τα αναληθή αυτά μηνύματα συχνά είναι πιο δημοφιλή και κοινοποιούνται περισσότερο από τα μηνύματα με αξιόπιστο περιεχόμενο, ενώ οι αναληθείς δηλώσεις σχετικά με τα εμβόλια διαδίδονται ταχύτερα από τις αληθείς.

Από πρόσφατη μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προκύπτει ότι, μολονότι η αντίληψη του κοινού για τον εμβολιασμό είναι θετική σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ, υπάρχουν διαφοροποιήσεις στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται τη σημασία, την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητά του. Τα στοιχεία αυτά υπογραμμίζουν επίσης την ανάγκη ταχείας δράσης για την αντιμετώπιση της εσφαλμένης πληροφόρησης με συντονισμένο τρόπο. Όπως επισημαίνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, «Η καταπολέμηση της παραπληροφόρησης στην εποχή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των διαδικτυακών πλατφορμών πρέπει να είναι μια συντονισμένη προσπάθεια με τη συμμετοχή όλων των σχετικών παραγόντων, από τα θεσμικά όργανα έως τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και από τα ειδησεογραφικά μέσα έως τους μεμονωμένους χρήστες.».

Οι επαγγελματίες του τομέα της υγείας διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην παροχή έγκυρων πληροφοριών σχετικά με τα εμβόλια και στην αντιμετώπιση των ψευδών περιγραφών τόσο στην καθημερινή τους αλληλεπίδραση με τους ασθενείς όσο και μέσω της δραστηριότητάς τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σκοπός του παρόντος εγγράφου είναι να σας καθοδηγήσει σε αυτή τη διαδικασία. Το έγγραφο περιγράφει, μέσα από διάφορα βήματα, δοκιμασμένες προσεγγίσεις και στρατηγικές που μπορούν να σας βοηθήσουν να αντιδράσετε σε αυτήν την απειλή κατά των εμβολίων και να επαναφέρετε τη συζήτηση στο θέμα της επιστημονικής πρόληψης. Ήρθε η στιγμή να αναλάβουμε δράση!

ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ ΠΩΣ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΤΗΝ ΕΝΤΟΠΙΣΕΤΕ;

Είμαστε μάρτυρες μιας παγκόσμιας επιδημίας ψευδών ή παραπλανητικών πληροφοριών οι οποίες εξαπλώνονται με ταχύτητα σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης δημιουργώντας σοβαρά προβλήματα για την υγεία όλων μας, τη δημόσια υγεία.

Αυτή τη στιγμή υπάρχουν εκατοντάδες ιστότοποι με εσφαλμένες πληροφορίες κατά των εμβολίων οι οποίες αναπαράγονται παγκοσμίως μέσω καναλιών και προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Είναι απογοητευτικό να βλέπουμε ανθρώπους να κοινοποιούν ψευδείς πληροφορίες οι οποίες έχουν επανειλημμένως αποδειχθεί εσφαλμένες. Είναι σημαντικό να γνωρίζουμε τη διαφορά ανάμεσα στην εσφαλμένη πληροφόρηση

και στην παραπληροφόρηση. Η εσφαλμένη πληροφόρηση είναι η διάδοση ψευδών πληροφοριών ανεξαρτήτως σκοπού ή πρόθεσης. Ωστόσο, η παραπληροφόρηση είναι η δημιουργία, παρουσίαση και διάδοση ψευδών ή παραπλανητικών πληροφοριών με σκοπό το οικονομικό όφελος ή τη σκόπιμη εξαπάτηση του κοινού. Τόσο η εσφαλμένη πληροφόρηση όσο και η παραπληροφόρηση είναι επιζήμιες για το κοινό καλό.

Ευτυχώς, υπάρχουν κάποιοι εύκολοι τρόποι να ελέγξετε την ακρίβεια των πληροφοριών σε αυτόν τον χώρο. Για παράδειγμα, μπορείτε πάντα να ελέγχετε τον συντάκτη και την πηγή κάθε πληροφορίας. Βεβαιωθείτε ότι οι εικόνες ή τα βίντεο προέρχονται από έγκυρες πηγές (πλέον το ότι βλέπουμε κάτι δεν σημαίνει ότι πρέπει να το πιστέψουμε). Τέλος, αν οι πληροφορίες δεν φαίνονται αληθινές, μη διστάσετε να κάνετε αναφορά.

Τα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης λαμβάνουν επίσης μέτρα για την αντιμετώπιση της εξαπλώσης της εσφαλμένης πληροφόρησης και της παραπληροφόρησης σχετικά με την υγεία.



Facebook

Ανακοίνωσε ότι θα εμφανίζονται αναδυόμενα παράθυρα με εκπαιδευτικό περιεχόμενο στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης κάθε φορά που ένας χρήστης αναζητά περιεχόμενο σχετικά με εμβόλια, επισκέπτεται ομάδες και σελίδες στο Facebook σχετικά με εμβόλια ή ακολουθεί στο Instagram μια δημοσίευση με χάσταγκ σχετικό με εμβόλια.



Αναζητάτε πληροφορίες σχετικά με τα εμβόλια; Όταν πρόκειται για θέματα υγείας, όλοι αναζητούν αξιόπιστες και επίκαιρες πληροφορίες. Μάθετε γιατί ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (ΠΟΥ) συνιστά τον εμβολιασμό για την πρόληψη πολλών νόσων. Μετάβαση στη σελίδα WHO.int



Twitter

Έθεσε σε εφαρμογή ένα νέο εργαλείο στη δυνατότητα αναζήτησης το οποίο κατευθύνει τους χρήστες που αναζητούν συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά σχετικά με εμβόλια σε αξιόπιστες πηγές σε θέματα δημόσιας υγείας.



YouTube

Μείωσε τις προτάσεις για περιεχόμενο το οποίο θα μπορούσε να παραπλανήσει τους χρήστες & δεν επιτρέπει τη δημιουργία εσόδων από βίντεο κατά των εμβολίων.



Google

Η λειτουργία αναζήτησης εμφανίζει κατά προτεραιότητα αποτελέσματα από έγκυρες πηγές.



Instagram

Επέλεξε να μην εμφανίζει αποτελέσματα σε αναζητήσεις χάσταγκ κατά των εμβολίων στην πλατφόρμα του, εμποδίζοντας αποτελεσματικά την ανάσυρση τυχόν σχετικού περιεχομένου. Ωστόσο, ορισμένοι εξακολουθούν να αναφέρουν ότι βρίσκουν αναρτήσεις που στοχεύουν στο να αποτρέψουν τους ανθρώπους από το να εμβολιαστούν.



Pinterest

Έδωσε προτεραιότητα στην εμφάνιση αποτελεσμάτων από σημαντικούς οργανισμούς στον τομέα της δημόσιας υγείας, όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας και άλλοι. Το Pinterest επιτρέπει επίσης την εμφάνιση περιεχομένου από μέλη του Δικτύου Ασφάλειας Εμβολίων, στο οποίο συμμετέχει η Ευρωπαϊκή Πύλη Πληροφοριών Εμβολιασμού.

ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΤΕ ΤΙΣ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΦΩΝΕΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

RENEE DIRESTA AND GILAD LOTAN SCIENCE 06.08.15 06:00 AM

ANTI-VAXXERS ARE USING TWITTER TO MANIPULATE A VACCINE BILL

Renee Diresta και Gilad Lotan Science 06.08.15 06:00 π.μ.

ΟΙ ΑΝΤΙΕΜΒΟΛΙΑΣΤΕΣ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΤΟ TWITTER ΓΙΑ ΝΑ ΕΠΗΡΕΑΣΟΥΝ ΤΗΝ ΨΗΦΙΣΗ ΕΝΟΣ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΤΑ ΕΜΒΟΛΙΑ

«Η δύναμη επηρεασμού της κοινής γνώμης συγκεντρώνεται ολοένα και περισσότερο στα χέρια αυτών που μπορούν να διαδώσουν ένα μήνυμα όσο το δυνατόν ευρύτερα και αποτελεσματικά. Μια μικρή ομάδα με έντονη παρουσία μπορεί να έχει δυσανάλογα μεγάλη επιρροή στο δημόσιο αίσθημα και στη νομοθεσία. Καλωσορίσατε στο «Twitter των αντιεμβολιαστών.»

<https://www.wired.com/2015/06/antivaxxers-influencing-legislation/>

«Η διαδικασία οικοδόμησης, διατήρησης ή αποκατάστασης της εμπιστοσύνης βασίζεται σε ορισμένα θεμελιώδη στοιχεία. Η εμπιστοσύνη αποτελεί καίριο παράγοντα ώστε να αναγνωριστεί μια πηγή πληροφοριών ως αξιόπιστη και σχετική.»

Πώς να ξεκινήσετε

Κατ' αρχάς, το διαδίκτυο ήρθε για να μείνει και οι πολίτες θα λαμβάνουν ιατρικές πληροφορίες από τα μέσα ενημέρωσης και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι επαγγελματίες του τομέα της υγείας οφείλουν να συμμετέχουν σε αυτήν τη συζήτηση, δεδομένων ιδίως των υψηλών επιπέδων εμπιστοσύνης που συγκεντρώνουν. Ποιες όμως θα πρέπει να είναι οι προσδοκίες σας;

Μολονότι το αντιεμβολιαστικό αίσθημα δεν είναι νέο φαινόμενο, τα σχετικά αφηγήματα τείνουν να επικεντρώνονται σε λιγοστά τεκμηριωμένα ζητήματα σχετικά με την ασφάλεια, σε μη αποδεδειγμένες παρενέργειες, σε προβληματισμούς σχετικά με την παραβίαση των προσωπικών ελευθεριών και της ελευθερίας επιλογής, καθώς και στη δυσπιστία απέναντι στην επιστήμη, στην κυβέρνηση και στη βιομηχανία.

Ως αντίλογο σε αυτές τις φωνές πρέπει να προωθήσουμε τη διαφάνεια και να διαβεβαιώσουμε τους πολίτες ότι μπορούν να λάβουν συνειδητές αποφάσεις για την υγεία τους και την υγεία των οικείων τους.

Είναι επίσης σημαντικό να διακρίνουμε τους γνήσιους πολέμιους των εμβολίων από αυτούς που είναι επιφυλακτικοί απέναντι στα εμβόλια ή θέλουν περισσότερες πληροφορίες ή διευκρινίσεις σχετικά με ορισμένα ζητήματα.

Προσπαθήστε να εστιάσετε στην αναπαραγωγή ορθών πληροφοριών και πραγματικών περιστατικών, αντί να εμπλέκεστε σε ατέρμονες διαφωνίες με άτομα που είναι ανυποχώρητα στις απόψεις τους.

ΚΑΝΑΛΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ (ΚΑΙ ΠΩΣ ΝΑ ΔΙΑΛΕΞΕΤΕ ΤΟ ΔΙΚΟ ΣΑΣ)

Πρέπει τα επιλέγουμε τα ιδανικά κανάλια για την προσέγγιση των διαφόρων ομάδων κοινού στις οποίες απευθυνόμαστε. Διαφορετικά ακροατήρια επικοινωνούν σε διαφορετικά κανάλια κοινωνικής δικτύωσης και γι' αυτόν τον λόγο πρέπει να διασφαλίζουμε ότι κοινοποιούμε περιεχόμενο εκεί όπου όντως αφιερώνει χρόνο το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε. Για τον σκοπό αυτόν, πρέπει να αναρωτηθούμε τα εξής:

1. Ποιος θα ενδιαφερθεί για ό,τι έχω να πω;
2. Σε ποια κανάλια μπορώ να συνδεθώ με αυτούς τους ανθρώπους;

Γνωρίστε μερικά από τα κανάλια

Όπως τα ακροατήρια μας, τα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης έχουν ομοίως τον δικό τους ιδιαίτερο χαρακτήρα:



Facebook



Twitter



YouTube



LinkedIn



Instagram

ΗΛΙΚΙΑ	18-64	18-30	18-49	25-39	18-30
Ποια είναι η διαφορά;	Ανάρτηση σχολίων, κοινοποίηση φωτογραφιών και ανάρτηση συνδέσμων σε ειδήσεις ή άλλο ενδιαφέρον περιεχόμενο στο διαδίκτυο, ζωντανή συνομιλία και παρακολούθηση βίντεο μικρής διάρκειας	Δημοσίευση αναρτήσεων σύντομου κειμένου (tweet), ειδήσεων & δικτύωση (280 χαρακτήρες)	Παρακολούθηση βίντεο & προσθήκη σχολίων	Επαγγελματική προβολή & δικτύωση	Ανάρτηση τογραφιών & βίντεο

Τα εμβόλια είναι αποτελεσματικά

Χάρη στον εμβολιασμό, οι άνθρωποι μπορούν να προστατευτούν από νόσους οι οποίες θα μπορούσαν να έχουν σοβαρές επιπτώσεις στην υγεία τους. Ο εμβολιασμός μειώνει επίσης τον κίνδυνο μετάδοσης των νόσων μεταξύ συγγενών, συμμαθητών ή συναδέλφων, φίλων και γειτόνων, καθώς και μεταξύ άλλων ατόμων σε μια κοινότητα. Οι έρευνες για την ανάπτυξη εμβολίων ενάντια σε περισσότερες νόσους συνεχίζονται.

Ορισμένα βασικά μηνύματα:

Τα εμβόλια είναι ασφαλή και παρέχουν την καλύτερη προστασία από τις νόσους.

Τα εμβόλια προστατεύουν εσάς και όσους δεν μπορούν να εμβολιαστούν.

Τα εμβόλια αποτελούν βασικό στοιχείο της φροντίδας των παιδιών.



Σχετικά με τις εικόνες:

Οι εικόνες που επιλέγετε για να συνοδεύσετε τα μηνύματά σας είναι συχνά το ίδιο σημαντικές με τις πληροφορίες που περιέχει το μήνυμα. Προσπαθείτε να μην χρησιμοποιείτε εικόνες που τρομάζουν, όπως μεγάλες βελόνες, διότι κάτι τέτοιο θα μπορούσε να καλλιεργήσει την αντίληψη ότι τα εμβόλια είναι κάτι για το οποίο πρέπει να ανησυχεί κανείς. Αντ' αυτού προσπαθήστε να χρησιμοποιείτε εικόνες οι οποίες αναπαριστούν την προστατευτική δύναμη των εμβολίων.

ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΝΑ ΕΧΕΙ Η ΑΝΑΡΤΗΣΗ ΣΑΣ ΑΠΗΧΗΣΗ

Προτού προχωρήσετε στη σύνταξη του περιεχομένου, είναι σημαντικό να κατανοήσετε τι κάνει τους ανθρώπους επιφυλακτικούς απέναντι στα εμβόλια.

Η επιφυλακτικότητα προέρχεται από το χαμηλό επίπεδο εμπιστοσύνης στα εμβόλια ή στους προμηθευτές τους, τον εφησυχασμό (υπό την έννοια ότι παραβλέπεται η ανάγκη ή η αξία των εμβολίων) και τέλος από τη μειωμένη ευχρηστία ή πρόσβαση στα εμβόλια. Κατά τη δημιουργία περιεχομένου πρέπει να έχουμε υπόψη και να καλύπτουμε τα ζητήματα αυτά προσαρμόζοντας το περιεχόμενό μας, ώστε να διαδίδουμε μια θετική εικόνα για τον εμβολιασμό. Μέρος αυτής της διαδικασίας είναι να αναρωτηθούμε τι θέλουμε να πούμε στο κοινό μας και ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος για να περάσουμε το μήνυμά μας.

Ας ξεκινήσουμε με κάποια από τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν μια ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και θα συνεχίσουμε με ορισμένες συστάσεις και συμβουλές:

Μήνυμα

Βεβαιωθείτε ότι η ορθογραφία, τα κεφαλαία και η στίξη είναι σωστά.

Πρόσκληση για δράση

Πείτε στους ακολούθους σας τι θέλετε να κάνουν.

Συμβουλή:

Φροντίστε να υπάρχει ποικιλία στα γεγονότα, στα στατιστικά στοιχεία και στις ερωτήσεις, ώστε να δώσετε ώθηση στην ιστορία σας.

Συμβουλή:

- Αποφύγετε τη φρασεολογία που χρησιμοποιείται στα γραπτά μηνύματα και τις συντημήςες λέξεις.
- Χρησιμοποιήστε το προσωπικό σας επαγγελματικό ύφος.
- Οι ακόλουθοι θέλουν να βλέπουν το προσωπικό στοιχείο σε αυτά που διαβάζουν, όχι ξύλινη γλώσσα.
- Αυξήστε την πιθανότητα αναδημοσιεύσεων και αναφορών στο Twitter προσθέτοντας στο κείμενό σας απευθείας ετικέτα με το όνομα που επιθυμείτε.
- Περιορίστε το μήκος του κειμένου σας σε όσο το δυνατόν λιγότερους χαρακτήρες (μην εξαντλείτε το όριο των 280).

ΜΗΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΜΟΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΕΣ!

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ

Οι περισσότερες αναρτήσεις σας θα πρέπει να κατευθύνουν σε άρθρα, δημοσιεύσεις σε ιστολόγια, εικόνες, βίντεο ή μέσα που σχετίζονται με την ανάρτησή σας.

Συμβουλή:

Οι σύνδεσμοι δεν πρέπει αναγκαστικά να βρίσκονται στο τέλος της ανάρτησής σας.

Εξετάστε το ενδεχόμενο να δημιουργήσετε σύντομες διευθύνσεις URL με εργαλεία όπως το bitly.com.

ΠΟΡΟΣ

Οι πόροι όπως οι εικόνες και τα βίντεο είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να προσελκύσετε την προσοχή του κοινού σας. Το περιεχόμενο μπορεί να είναι ακίνητο ή κινούμενο.

Συμβουλή:

Προσπαθήστε να δημοσιεύετε έναν συνδυασμό αναρτήσεων που περιέχουν πόρους, αναρτήσεις χωρίς πόρους και αναρτήσεις με συνδέσμοι σε ιστοτόπους.

Κοινοποιήστε

αυτό το γράφημα πληροφοριών για

#εμβολιασμό
#πρόληψητηςγρίπης

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ

ΠΟΡΟΣ

#ΧρήσηΧάσταγκ

Τα χάσταγκ κάνουν προσιτές τις αναρτήσεις σας σε έναν κόσμο πιθανών ακολούθων.

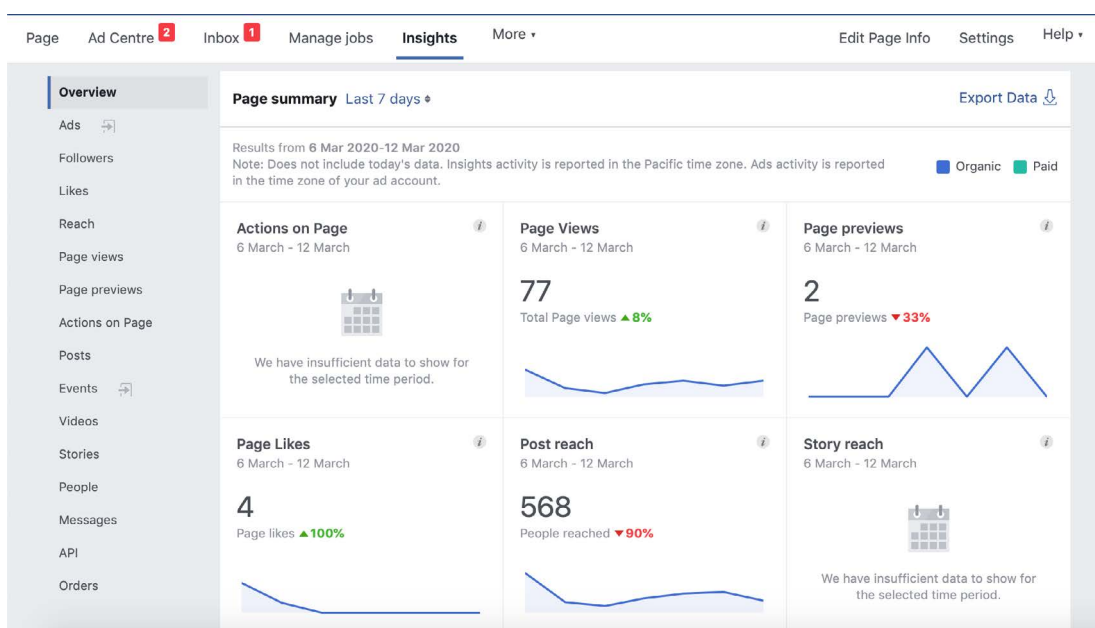
Συμβουλή:

- Χρησιμοποιήστε χάσταγκ σε οποιοδήποτε σημείο της δημοσίευσής σας.
- Μην χρησιμοποιείτε περισσότερα από 2-3 χάσταγκ σε κάθε δημοσίευση.

Μάθετε ποιο είναι το κοινό σας

Χρησιμοποιήστε μεθόδους ανάλυσης δεδομένων για να παρακολουθήσετε τις επιδόσεις του περιεχομένου σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να εφαρμόσετε αποτελεσματικές εκστρατείες επικοινωνίας προσαρμοσμένες στο κοινό σας.

Εάν το κοινό σας είναι, για παράδειγμα, μια συγκεκριμένη δημογραφική ομάδα, μπορεί να είναι χρήσιμο να γνωρίζετε σε τι είδους περιεχόμενο αφιερώνει περισσότερο χρόνο η συγκεκριμένη ομάδα. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υπάρχει πλήθος δωρεάν προσβάσιμων εργαλείων τα οποία παρέχουν δυνατότητα στατιστικής ανάλυσης των επιδόσεων του καναλιού σας.



Εάν έχετε σελίδα στο Facebook, προσπαθήστε να χρησιμοποιήσετε το δωρεάν εργαλείο «Facebook Insights». Το Twitter παρέχει επίσης ένα δωρεάν εργαλείο ανάλυσης δεδομένων.

Με την ανάλυση δεδομένων μπορούμε να διαπιστώσουμε τι ακριβώς αναζητά το κοινό μας. Αν γνωρίζουμε την ηλικία, το φύλο, την εθνικότητα και τα ενδιαφέροντα των ακολούθων μας, μπορούμε να προσαρμόσουμε ανάλογα το μήνυμά μας, να επικοινωνήσουμε πιο αποτελεσματικά και να μεταδώσουμε ένα μήνυμα που θα έχει απήχηση στο κοινό μας.

1. Επιλέξτε σχετικά χάσταγκ, όπως το #VaccinesWork.
2. Για περιεχόμενο που βασίζεται σε εκθέσεις, γράψτε σύντομες και εύληπτες επικεφαλίδες.
3. Αναφέρετε τα γεγονότα επιγραμματικά, επειδή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης «όσο λιγότερα, τόσο το καλύτερο».
4. Κοινοποιήστε περιεχόμενο από άλλες αξιόπιστες πηγές, όπως η ΕΕ ή οι εθνικές κυβερνήσεις.
5. Χρησιμοποιήστε εκδηλώσεις για να αυξήσετε την προβολή σας.

ΞΕΚΙΝΗΣΤΕ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΤΕ ΤΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Εξετάστε το ενδεχόμενο να ενθαρρύνετε τη συμμετοχή της τοπικής σας κοινότητας στη συζήτηση. Αν, για παράδειγμα, ένα τοπικό σχολείο είναι δραστήριο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, επικοινωνήστε μαζί τους. Γίνετε ο άνθρωπος στον οποίο απευθύνονται. Προσπαθήστε να δώσετε άλλη μορφή στην επικοινωνία κάνοντας αυτοπροσώπως κάποια παρουσίαση στη διάρκεια του μαθήματος ή κάποιας δραστηριότητας του σχολείου, όπως οι συναντήσεις γονέων.

- 1 Φροντίστε να είναι συνεπής και σχετική η συμμετοχή σας στη συζήτηση.



- 2 Ξεκινήστε ή λάβετε μέρος σε συζητήσεις αναφέροντας τα ονόματα άλλων ανθρώπων και ενθαρρύνοντάς τους να συμμετάσχουν.

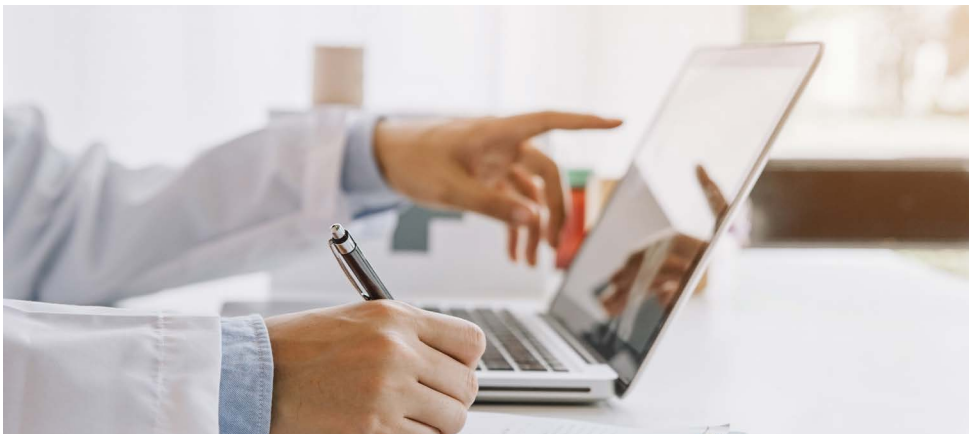
3 Χρησιμοποιήστε μεθόδους εκτός διαδικτύου για να αυξήσετε την προβολή

- Δημιουργήστε μια αφίσα με τη διεύθυνση url + τον λογαριασμό σας σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Συμπεριλάβετε τον λογαριασμό σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην επαγγελματική κάρτα + στην υπογραφή σας.
- Προσθέστε στον ιστότοπό σας συνδέσμους σε προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης [χρησιμοποιώντας μεταξύ άλλων διασύνδεση προγραμματισμού εφαρμογών (API) — πλαίσιο με δυναμικό περιεχόμενο].
- Αναφέρετε τον λογαριασμό σας στο Twitter κατά τη διάρκεια συνεντεύξεων με τα μέσα ενημέρωσης.

4 Χρησιμοποιήστε χάσταγκ που σχετίζονται με το θέμα/την ανάρτησή



5 Χρησιμοποιήστε τα κανάλια σας για να καλύψετε



6 Δοκιμάστε ποιο είδος μηνύματος είναι πιο αποτελεσματικό για το κοινό σας.

Παράδειγμα δοκιμαστικών μηνυμάτων

Μηνύματα με ΘΕΤΙΚΗ πλαισίωση

Διαφήμιση 1Α – Μήνυμα με θετική πλαισίωση

Τα εμβόλια εκπαιδεύουν το ανοσοποιητικό μας σύστημα στο πώς να καταπολεμήσει τη γρίπη. Όταν είμαστε άνω των 65 ετών, το αντιγριπικό εμβόλιο μας βοηθά να διατηρήσουμε την καλή μας φυσική κατάσταση κατά την περίοδο της γρίπης, ώστε να μπορούμε να περνάμε χρόνο με την οικογένεια και τους φίλους μας χωρίς να ανησυχούμε.

Διαφήμιση 2Α – Μήνυμα με θετική πλαισίωση

Το αντιγριπικό εμβόλιο βοηθά τους μεγαλύτερους σε ηλικία ανθρώπους να διατηρήσουν την καλή τους φυσική κατάσταση και να παραμείνουν υγιείς κατά την περίοδο της γρίπης.

Μηνύματα με ΑΡΝΗΤΙΚΗ πλαισίωση

Διαφήμιση 1Β – Μήνυμα με αρνητική πλαισίωση

Το αντιγριπικό εμβόλιο εκπαιδεύει το ανοσοποιητικό μας σύστημα στο πώς να καταπολεμήσει τη γρίπη με φυσικό τρόπο. Η προσβολή από γρίπη στις μεγαλύτερες ηλικίες μπορεί να σημαίνει παραμονή στο κρεβάτι ή, ακόμη χειρότερα, στο νοσοκομείο —μακριά από τους αγαπημένους μας.

Διαφήμιση 2Β – Μήνυμα με αρνητική πλαισίωση

Η παράλειψη του αντιγριπικού εμβολιασμού στις μεγαλύτερες ηλικίες μπορεί να συνεπάγεται σοβαρές επιπλοκές και στέρση της αυτονομίας του ατόμου.

Μήνυμα υψηλού πλαισίου

Μήνυμα χαμηλού πλαισίου

* Ένα μήνυμα με «θετική πλαισίωση» εστιάζει στο ποιο μπορεί να είναι το όφελος όταν κάνουμε κάτι. Ένα μήνυμα με αρνητική πλαισίωση εστιάζει στο κόστος ή στον κίνδυνο που υπάρχει όταν δεν κάνουμε κάτι.

Οι πάροχοι υγειονομικής περίθαλψης είναι οι άνθρωποι-κλειδιά

Σύμφωνα με την έκθεση Wellcome global monitor, το 73% των ανθρώπων παγκοσμίως θα εμπιστεύονταν έναν γιατρό ή έναν νοσηλευτή περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη πηγή πληροφοριών για την υγεία, συμπεριλαμβανομένων συγγενών, φίλων, θρησκευτικών ηγετών ή διάσημων προσώπων. Οι πάροχοι υγειονομικής περίθαλψης που έχουν δημιουργήσει το ακροατήριό τους στο διαδίκτυο βρίσκονται στο πλευρό του κοινού και μπορούν να έχουν σημαντικό κοινωνικό αντίκτυπο.

Διαχείριση χρόνου

Μπορεί να σας προβληματίζει το γεγονός ότι η επικοινωνία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα είναι απαγορευτικά χρονοβόρα. Δεν ισχύει όμως αναγκαστικά κάτι τέτοιο.

1. Ιεραρχήστε τις προτεραιότητές σας
2. Κάντε ένα πρόγραμμα και τηρήστε το (καθημερινά 15-20 λεπτά) — προσπαθήστε να σας γίνει συνήθεια
3. Αναθέστε καθήκοντα σε άλλους
4. Διαδώστε
5. Μάθετε και προσαρμοστείτε

Ακολουθούν ορισμένες προτάσεις που μπορούν να σας βοηθήσουν να πετύχετε περισσότερα σε λιγότερο χρόνο:

1. Να είστε σύντομοι. Φροντίστε οι αναρτήσεις σας να μην υπερβαίνουν τους 80 περίπου χαρακτήρες. Να θυμάστε ότι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ισχύει ο κανόνας «όσο λιγότερα, τόσο καλύτερα» και ότι οι αναρτήσεις μεγέθους 80 χαρακτήρων προσελκύνουν συνήθως 66 % περισσότερες αντιδράσεις.
2. Κοινοποιήστε το περιεχόμενο άλλων ανθρώπων.
3. Δεν χρειάζεται να απαντάτε σε κάθε σχόλιο. Αν ο χρόνος σας είναι περιορισμένος, μπορείτε ίσως να ελέγχετε τους λογαριασμούς σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μόνο δύο φορές την εβδομάδα και να απαντάτε σε λίγα σχόλια. Δεδομένου ότι αυξάνονται οι επαγγελματίες του τομέα της υγείας που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα βρείτε μεταξύ φίλων οι οποίοι μπορούν να σας βοηθήσουν με το πώς θα απαντήσετε στα αναπόφευκτα αρνητικά σχόλια — και το πώς θα αποφύγετε να δίνετε τροφή στα αντίστοιχα μηνύματα.
4. Δεν πειράζει αν δεν δημοσιεύετε αναρτήσεις οι ίδιοι. Δημιουργήστε εκ των προτέρων μια ομάδα μηνυμάτων σαν ημερολόγιο και στη συνέχεια χρησιμοποιήστε ένα εργαλείο δημιουργίας αυτόματων δημοσιεύσεων για να προγραμματίσετε τις αναρτήσεις σας. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το εργαλείο του Facebook ή άλλα εργαλεία όπως το Tweetdeck. Αυτό είναι για παράδειγμα ένα ημερολόγιο δημοσιεύσεων:



Παράδειγμα προγραμματισμού

Δευτέρα

Ως επαγγελματίες του τομέα της υγείας εκτίθεστε στη γρίπη πολύ περισσότερο από ό,τι ο μέσος όρος των ανθρώπων. Γι' αυτό είναι άκρως απαραίτητο να προστατευτείτε κατά την προσεχή περίοδο γρίπης κάνοντας το αντιγριπικό εμβόλιο. Κάντε κλικ εδώ για περισσότερες πληροφορίες και διαδώστε!

Τρίτη

Από μια νέα μελέτη σε περισσότερα από 100 000 άτομα που γεννήθηκαν από μητέρες που έκαναν το αντιγριπικό εμβόλιο στη διάρκεια της εγκυμοσύνης δεν προέκυψε καμία σχέση μεταξύ του εμβολίου και τυχόν μεταγενέστερων προβλημάτων υγείας.

Μάθετε περισσότερα εδώ:

Τετάρτη

Αν κάποιος αποφασίσει για οποιονδήποτε λόγο να μην εμβολιαστεί, κινδυνεύει ο ίδιος —μαζί με τους άλλους— να προσβληθεί.

Ο @ΠΟΥ συμπεριλαμβάνει την επιφυλακτικότητα απέναντι στα εμβόλια στις 10 μεγαλύτερες απειλές για την υγεία παγκοσμίως. #VaccinesWork

Πέμπτη

Αναρωτηθήκατε ποτέ ποια είναι τα μεγαλύτερα

προβλήματα όσον αφορά την επικοινωνία για τη γρίπη και τα εμβόλια στο διαδίκτυο; Ρίξτε μια ματιά σε αυτό το γράφημα για περισσότερες πληροφορίες και πείτε μας τι προτείνετε για την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων σχετικά με τα εμβόλια στο διαδίκτυο.

Παρασκευή

Η δημιουργία ειδικά προσαρμοσμένων διαφημιστικών εκστρατειών, η σύνδεση ασθενών με ιατρικούς συλλόγους & ο εντοπισμός ελλείψεων στην ενημέρωση του κοινού των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι εξαιρετικοί τρόποι με τους οποίους μπορείτε να χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την παροχή καλύτερης ενημέρωσης στο κοινό.

Χάσταγκ που μπορείτε να χρησιμοποιείτε

Στην επικοινωνία σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ειδικά στο Twitter θα συναντήσετε το λεγόμενο «χάσταγκ» (hashtag). Το χάσταγκ είναι απλώς μια λέξη ή φράση της οποίας προηγείται το σύμβολο της δίεσης (hash #). Χρησιμοποιείται σε μηνύματα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τον εντοπισμό μιας λέξης-κλειδιού ή ενός θέματος και βοηθά τους χρήστες να αναζητήσουν τα σχετικά μηνύματα. Ορισμένοι χρήστες ακολουθούν χάσταγκ για να δουν όλες τις αναρτήσεις στις οποίες αυτά χρησιμοποιούνται. Για παράδειγμα, αν κάποιος ακολουθήσει το χάσταγκ #εμβόλιο, θα δει πρόσφατες αναρτήσεις με αυτό το χάσταγκ. Η προσθήκη χάσταγκ στις αναρτήσεις σας θα διευκολύνει τους χρήστες που ενδιαφέρονται για το συγκεκριμένο θέμα να τις εντοπίσουν. Έχουμε επιλέξει ορισμένα σχετικά χάσταγκ για να ξεκινήσετε. Χρησιμοποιήστε τα στις διαδικτυακές σας συζητήσεις σχετικά με την υγεία.

Γενικά χάσταγκ για τον εμβολιασμό:

#VaccinesWork

#VaccinesSaveLives

#ImmunizeEurope

Σύνδεση με αξιόπιστες πηγές

Κατά την αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με την υγεία, οι άνθρωποι μπορεί να δυσκολεύονται να αξιολογήσουν την ποιότητα και την εγκυρότητα των πληροφοριών που βρίσκουν. Λόγω της πληθώρας πληροφοριών που είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο και κυκλοφορούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με τον εμβολιασμό, οι άνθρωποι μερικές φορές μπορεί να νιώθουν αποπροσανατολισμένοι. Ακολουθεί ένας σύντομος οδηγός ορισμένων αξιόπιστων πηγών στις οποίες μπορείτε να παραπέμπετε.

Ευρωπαϊκή Πύλη Πληροφοριών Εμβολιασμού

Η Ευρωπαϊκή Πύλη Πληροφοριών Εμβολιασμού (EVIP) παρέχει ακριβή, αντικειμενικά και επίκαιρα στοιχεία σχετικά με τα εμβόλια και τον εμβολιασμό. Παρέχει επίσης μια επισκόπηση των μηχανισμών που εφαρμόζονται στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) προκειμένου να διασφαλίζεται η συμμόρφωση των διαθέσιμων εμβολίων με τα υψηλότερα πρότυπα ασφάλειας και αποτελεσματικότητας. <https://vaccination-info.eu/el>

Το Δίκτυο Ασφαλείας Εμβολίων

Το Δίκτυο Ασφαλείας Εμβολίων (VSN) είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο ιστοτόπων που δημιουργήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας και παρέχει αξιόπιστες πληροφορίες σχετικά με την ασφάλεια των εμβολίων. Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το δίκτυο επισκεφθείτε τη διεύθυνση: <https://vaccinesafetynet.org>. Πληροφορίες και σύνδεσμοι προς τους ιστοτόπους των μελών του VSN διατίθενται εδώ: <https://www.vaccinesafetynet.org/vsn/network>.

Επίσημοι ιστότοποι χωρών της ΕΕ και του ΕΟΧ

Όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ έχουν επίσημους ιστοτόπους με πληροφορίες σχετικά με τον εμβολιασμό οι οποίες προέρχονται από οργανισμούς δημόσιας υγείας των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) και του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ). Μπορείτε να βρείτε τους συνδέσμους στην Ευρωπαϊκή Πύλη Πληροφοριών Εμβολιασμού: <https://vaccination-info.eu/el/axiopistes-piges>. Συχνά έχουν ειδικούς λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Σύνδεσμοι που μπορείτε να ακολουθήσετε για να συνδεθείτε με ενεργά δίκτυα και πρωτοβουλίες

Για να ασκήσετε με επιτυχία επιρροή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να δημιουργήσετε ένα δίκτυο. Ξεκινήστε να δημιουργείτε το δικό σας ακολουθώντας τους λογαριασμούς ενεργών δικτύων και πρωτοβουλιών. Έχουμε δημιουργήσει έναν κατάλογο σχετικών λογαριασμών που μπορείτε να ακολουθήσετε σε διάφορα κανάλια, ώστε να λάβετε μέρος στη διαδικτυακή συζήτηση.

Twitter

@EU_Health

@ECDC_EU

@EMA_News

@WHO_Europe

@WHOatEU

Ξεκινήστε ακολουθώντας τους παραπάνω λογαριασμούς. Πάρτε μέρος στις συζητήσεις που ξεκινούν σε αυτούς και αρχίστε να ακολουθείτε πρόσωπα που συζητούν σχετικά με θέματα που σας ενδιαφέρουν. Η συμμετοχή σε υπάρχουσες συζητήσεις θα συμβάλει αποφασιστικά στο να βρείτε νέα άτομα που θα ακολουθήσετε και θα σας ακολουθήσουν.

Facebook

@ECDC_EU

@WHO_Europe

@EuropeanCommission

6 ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΝΑ ΞΕΚΙΝΗΣΕΤΕ

- 1** **Κάντε το. Πηγαίνετε εκεί όπου βρίσκετε το κοινό σας και επικοινωνήστε μαζί του.**
- 2** **Επικοινωνήστε και διευρύνετε το δίκτυό σας με πάθος.**
- 3** **Εφαρμόστε τους κανόνες δημοσιογραφικής δεοντολογίας για να βρείτε ενδιαφέρουσες, ακριβείς και σαφείς ιστορίες.**
- 4** **Εξετάστε τι είναι αποτελεσματικό και πράξτε αναλόγως.**
- 5** **Χτίστε την αξιοπιστία σας με την ευθύτητα και την ειλικρίνειά σας.**
- 6** **Προβάλετε την αξιοπιστία σας εξασφαλίζοντας θετικά σχόλια από τρίτους.**

Χρήσιμες πηγές:

Συστάσεις του Συμβουλίου στον ιστότοπο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής: https://ec.europa.eu/health/vaccination/overview_el

Καταπολέμηση της παραπληροφόρησης σχετικά με τον κορονοϊό: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/fighting-disinformation_el

Ευρωβαρόμετρο: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-results-eurobarometer-fake-news-and-online-disinformation>

Επιφυλακτικότητα των εργαζομένων στον τομέα της υγείας και των ασθενών τους απέναντι στα εμβόλια στην Ευρώπη: <https://www.ecdc.europa.eu/sites/default/files/media/en/publications/Publications/vaccine-hesitancy-among-healthcare-workers.pdf>

Έκθεση Wellcome Global Monitor: <https://wellcome.ac.uk/reports/wellcome-global-monitor/2018>

Επικοινωνήστε με την ΕΕ

ΜΕ ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΤΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΤΗΣ

Σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση υπάρχουν εκατοντάδες κέντρα πληροφόρησης Europe Direct. Μπορείτε να βρείτε τη διεύθυνση του πλησιέστερου σε σας κέντρου στον ιστότοπο: https://europa.eu/european-union/contact_el

ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΑ Η ΜΕΣΩ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ

Η Europe Direct είναι μια υπηρεσία που απαντά στις ερωτήσεις σας για την Ευρωπαϊκή Ένωση. Μπορείτε να επικοινωνήσετε με αυτή την υπηρεσία

- καλώντας ατελώς τον αριθμό: 00 800 6 7 8 9 10 11 (ορισμένα δίκτυα τηλεφωνίας ενδέχεται να χρεώνουν τις κλήσεις αυτές),
- καλώντας τον αριθμό: +32 22999696 ή
- μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στη διεύθυνση: https://europa.eu/european-union/contact_el

Βρείτε πληροφορίες σχετικά με την ΕΕ

ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Πληροφορίες για την Ευρωπαϊκή Ένωση σε όλες τις επίσημες γλώσσες της ΕΕ είναι διαθέσιμες στον ιστότοπο Europa: <http://europa.eu>.

ΣΤΙΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΕ

Μπορείτε να τηλεφορτώσετε ή να παραγγείλετε δωρεάν και επί πληρωμή εκδόσεις της ΕΕ από το βιβλιοπωλείο της ΕΕ στην ακόλουθη διεύθυνση:

<http://bookshop.europa.eu>. Μπορείτε να ζητήσετε πολλαπλά αντίγραφα δωρεάν εκδόσεων επικοινωνώντας με την υπηρεσία Europe Direct ή με το τοπικό σας κέντρο πληροφόρησης (βλ. <http://europa.eu/contact>).

ΣΤΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΤΗΣ ΕΕ ΚΑΙ ΣΕ ΣΧΕΤΙΚΑ ΕΓΓΡΑΦΑ

Για πρόσβαση σε νομικές πληροφορίες της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένου του συνόλου της ενωσιακής νομοθεσίας από το 1951 σε όλες τις επίσημες γλώσσες, μεταβείτε στον ιστότοπο EUR-Lex, στην ακόλουθη διεύθυνση: <http://eur-lex.europa.eu>.

ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΕ

Η Πύλη Δημόσιων Δεδομένων της ΕΕ (<http://data.europa.eu/euodp/en/data>) παρέχει πρόσβαση σε σύνολα δεδομένων από την ΕΕ. Τα δεδομένα μπορούν να τηλεφορτωθούν και να επαναχρησιμοποιηθούν δωρεάν, τόσο για εμπορικούς όσο και για μη εμπορικούς σκοπούς.

