

ΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΣΤΗ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ

- ♦ Με ποια κριτήρια κατατάσσονται;
- ♦ Πως λειτουργούν τα κοινωνικά δίκτυα;
- ♦ Σε ποιες κατηγορίες κατατάσσονται;
- ♦ Ποιες δυνατότητες μας παρέχουν τα κοινωνικά δίκτυα ανάλογα με τη κατηγορία που κατατάσσονται;

Μεταξά-Μαριάτου Μελίνα
Δάγλα Μαυρέτα
Δαρζέντα Νικολία
Μαντά Ελένη
Ευστρατίου Χριστίνα

Υπεύθυνος Καθηγητής: Λαμπροπούλου Γεωργία
2014-2015 8^ο ΓΕΛ Πατρών



ΠΡΟΛΟΓΟΣ:

Στη σύγχρονη εποχή, των μεγάλων τεχνολογικών ανακαλύψεων και εφευρέσεων, τα κοινωνικά δίκτυα επηρεάζουν έντονα τη ζωή των εφήβων καθώς αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας τους.

Τα μέλη της ομάδας μας μετά από ομόφωνη απόφαση διάλεξαν το θέμα των κοινωνικών δικτύων στη καθημερινότητα των εφήβων το οποίο θα μελετήσουμε στο μάθημα του project. Πόλος έλξης του θέματος είναι η διαρκείς σχέσεις αλληλεπίδρασης μεταξύ ατόμου και κοινωνικών δικτύων. Με σκοπό να αναδείξουμε τη μεγάλη σπουδαιότητα του συγκεκριμένου θέματος θα αναλύσουμε το κάθε υποερώτημα σε μία ξεχωριστή παράγραφο και επιπλέον θα παρουσιάσουμε τις απόψεις μας πάνω σε αυτό.

ΟΡΟΛΟΓΙΑ

Οι όροι «social media» και «social networks» χρησιμοποιούνται ευρύτατα στο χώρο των ΤΠΕ και συχνά ταυτίζονται στα ελληνικά κάτω από τον όρο κοινωνική δικτύωση. Ωστόσο, κατά τη διερεύνηση τους διαπιστώνεται σημαντική διαφοροποίηση. Σε μια πρώτη ανάγνωση, ο όρος «social media» αναφέρεται στα μέσα διαμοιρασμού της πληροφορίας, των δεδομένων και της επικοινωνίας στο κοινό, ενώ ο όρος «social networking» αναφέρεται στη δημιουργία και την αξιοποίηση κοινοτήτων για τη διασύνδεση ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα. Θα μπορούσε να ειπωθεί δηλαδή ότι ο όρος «social media» αναφέρεται στα εργαλεία-μέσα ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης, ενώ ο όρος «social networking» στη διαδικασία της κοινωνικής δικτύωσης.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Καθώς οι χρήσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και τα ίδια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πολλαπλασιάζονται με ταχύτατους ρυθμούς

και εξαπλώνονται σε πάρα πολλούς χώρους, υπάρχουν διαφόρων ειδών κατηγοριοποιήσεις. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τριών ειδών κατηγοριοποιήσεις : Η κατηγοριοποίηση κατά Bard , η κατηγοριοποίηση κατά Zhang και η κατηγοριοποίηση των μέσων με βάση τις δυνατότητες που αυτά παρέχουν , η οποία ανήκει στον Owyang.

1. ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΤΑ BARD

Ενδιαφέρουσα αλλά αρκετά περίπλοκη και λεπτομερής είναι η κατηγοριοποίηση της Mirna Bard , η οποία οργανώνει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε 23 κατηγορίες αναφερόμενη κυρίως στο χώρο των επιχειρήσεων

Με αφορμή αυτή την κατηγοριοποίηση και λαμβάνοντας υπόψη ότι υπάρχουν 1,2 εκατομμύρια ανακοινώσεις σε ιστολόγια ενώ κάθε μέρα το 45% των ενήλικων χρηστών του διαδικτύου δημιουργεί ένα δικό του «προϊόν» στο διαδίκτυο , ο χώρος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα δυναμικά και ταχύτατα αναπτυσσόμενο πεδίο, ιδιαίτερα ελκυστικό και για τις επιχειρήσεις , καθώς ανοίγει νέες πολύπλευρες δυνατότητες για τους καταναλωτές και αλλάζει το χάρτη της αγοράς.

2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΤΑ ZHANG

Μια πιο συνοπτική κατηγοριοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η ακόλουθη:

-Ιστολόγια: Σήμερα, ιδιαίτερα δημοφιλή είναι τα blogger, word press, twitter, στα οποία μπορεί κανείς να διαβάσει ζητήματα με οποιοδήποτε περιεχόμενο π.χ. απόψεις-σχόλια, προσωπικές καταχωρήσεις για κάθε είδους θέμα π.χ. τεχνολογία, μόδα, οργανώσεις κ.α.

-Κοινωνικά δίκτυα, με γνωστότερα τα Facebook, MySpace, LinkedIn, ning τα οποία επιτρέπουν στους χρήστες να αναζητήσουν και να συνδεθούν με άλλους χρήστες με παρόμοια ενδιαφέροντα και χαρακτηριστικά π.χ. φίλους, συγγενείς, συνεργάτες κ.α. και να επικοινωνήσουν άμεσα μεταξύ τους, να ανταλλάξουν πληροφορίες κ.α.

-Κοινωνική σελιδοσήμανση, όπως τα: Delicious, Digg, τα οποία επιτρέπουν στο χρήστη, όχι μόνο να επισημαίνει κάθε φορά τις

ιστοσελίδες που τον ενδιαφέρουν αλλά και να τη μοιράζετε με τους ανθρώπους που επιθυμεί.

-Συνεργατική συγγραφή, με γνωστότερα τα ακόλουθα: Wikipedia, Google docs, zoho office κ.α.

-Διαμοιρασμός πολυμέσων όπως τα: flickr, YouTube, snapfish με τα οποία οι χρήστες δημιουργούν και διαμοιράζονται αρχεία ήχου, εικόνες και βίντεο.

-Διαδικτυακές τηλεδιασκέψεις όπως τα :WebEx, GoToMeeting κ.α.

-Σε αυτή τη κατηγοριοποίηση πρέπει να προστεθεί και η κατηγορία των ειδήσεων με δικτυακούς τόπους όπως τα Digg και Sphinn που δίνουν τη δυνατότητα να διαβάσει κανείς ζητήματα-άρθρα της επικαιρότητας και στη συνέχεια να τα ψηφίζει ή να τα σχολιάζει. Η συμμετοχή των χρηστών στα άρθρα αλλάζει και τη θέση τους στο site. Μπορεί δηλαδή ένα άρθρο που έχει ψηφιστεί πολλές φορές να προωθηθεί σε μια πιο <<εξέχουσα>> θέση.

3.ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥΣ (OWYANG)

Η ενσωμάτωση των δυνατοτήτων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα γίνει με τον Owyang σε 5 διαδοχικά επίπεδα ή περιόδους :

- ◆ Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικών Σχέσεων, στο οποίο οι άνθρωποι συνδέονται και επικοινωνούν με άλλους ανθρώπους.
- ◆ Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικής Λειτουργικότητας στο οποίο τα κοινωνικά δίκτυα παίζουν τον ρόλο ενός λειτουργικού συστήματος ε έναν Η/Υ
- ◆ Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικής Επίκοισης στο οποίο η κάθε εμπειρία έχει νόημα σε κοινωνικό επίπεδο.

- ◆ Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικού Περιεχομένου όπου αποδίδεται-παρουσιάζεται ακριβές προσωπικό περιεχόμενο από τους χρήστες.
- ◆ Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικής Αγοράς στο οποίο οι διαδικτυακές κοινότητες καθορίζουν τα μελλοντικά προϊόντα και τις υπηρεσίες

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Κοινωνικά Δίκτυα (Social Media) ονομάζουμε τις διαδικτυακές (internet based) τεχνολογικές πλατφόρμες οι οποίες επιτρέπουν τη δημοσίευση περιεχομένου και πληροφοριών, την ανάπτυξη κατ' αρχήν επικοινωνιακών και στη συνέχεια κοινωνικών, πολιτικών και οικονομικών σχέσεων και δεσμών μεταξύ των ανθρώπων. Η ενσωμάτωση όλων αυτών καθώς και ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται οι πληροφορίες εξαρτάται από το κτίσιμο κοινών κωδίκων, γενικών εννοιών, ενίοτε δε και κοινής γλώσσας και αξιών, ακόμη και υπαρξιακού νοήματος, καθώς οι άνθρωποι έρχονται πλέον κοντά ο ένας με τον άλλο μέσω του διαδικτύου, για να μοιραστούν ιστορίες και πεποιθήσεις αλλά και να δράσουν από κοινού.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, που στηρίζουν τα κοινωνικά δίκτυα και ανήκουν στην κατηγορία web 2.0, μπορούν να οριστούν ως διαδικτυακές υπηρεσίες που επιτρέπουν σε άτομα να δημιουργούν ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα περιορισμένο σύστημα, να δημοσιοποιούν μια λίστα άλλων χρηστών με τους οποίους μοιράζονται μια επαφή/σχέση και να βλέπουν και να διαμοιράζονται τις λίστες των επαφών/σχέσεών τους και αυτές που δημιουργούνται από άλλους μέσα στο σύστημα

Ένα παράδειγμα από τα δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα είναι το Facebook. Το Facebook αποτελεί ένα σύγχρονο κοινωνικό δίκτυο όπου πέρα από την τεχνική υποδομή, υπάρχει και μια κοινή βάση πάνω στην οποία αναπτύσσεται η επικοινωνιακή σχέση.

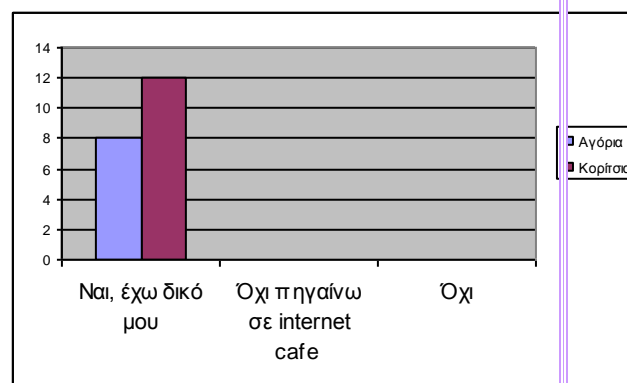
Είναι μία πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης που ιδρύθηκε το 2004. Στο Facebook ο χρήστης διευρύνει το κοινωνικό του δίκτυο κάνοντας «φίλους» χρησιμοποιώντας εφαρμογές που τους φέρνουν πιο κοντά αλλά και από την συμμετοχή τους στα groups.

Το κοινωνικό δίκτυο, που δημιουργείται, ενισχύει το ήδη υπάρχον κοινωνικό τους κεφάλαιο και έτσι οι χρήστες αντλούν περισσότερους και ποικίλους πόρους. Οι χρήστες συζητούν, εκμυστηρεύονται και εκφράζουν συναισθήματα εμπιστοσύνης.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Έχεις σπίτι σου υπολογιστή?

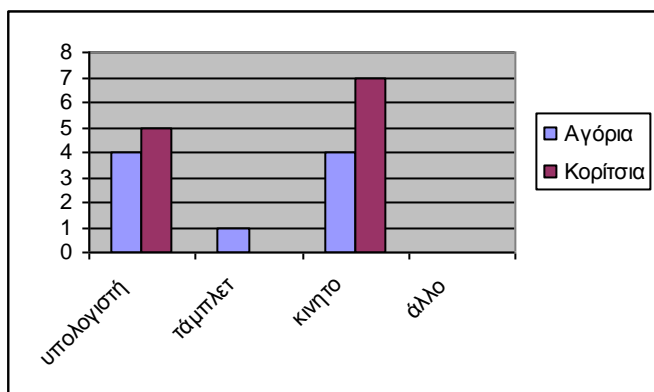
	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
Ναι, έχω δικό μου	8	12	40	60
Όχι πηγαίνω σε internet cafe	0	0		
Όχι	0	0		



2. Συνήθως με ποια συσκευή συνδέεσαι στα κοινωνικά δίκτυα;

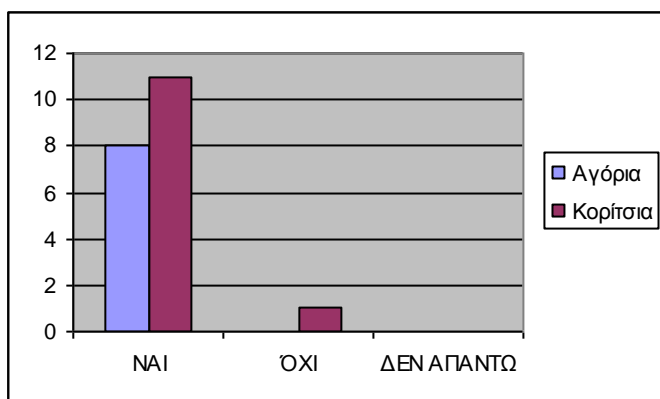
	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
υπολογιστή	4	5	20	25
τάμπλετ	1	0	5	0
κινητό	4	7	20	35

άλλο



3. Έχεις λογαριασμό σε κάποιο κοινωνικό δίκτυο?

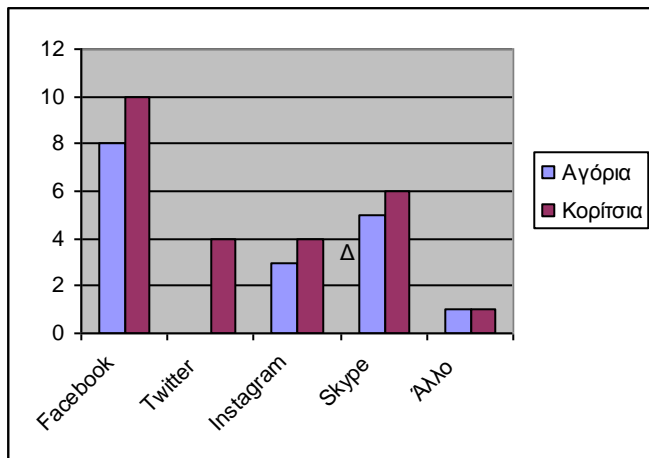
	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
ΝΑΙ	8	11	40	55
ΌΧΙ	0	1	0	5
ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	0	0	0	0



4. Σε ποια κοινωνικά δίκτυα έχεις λογαριασμό?

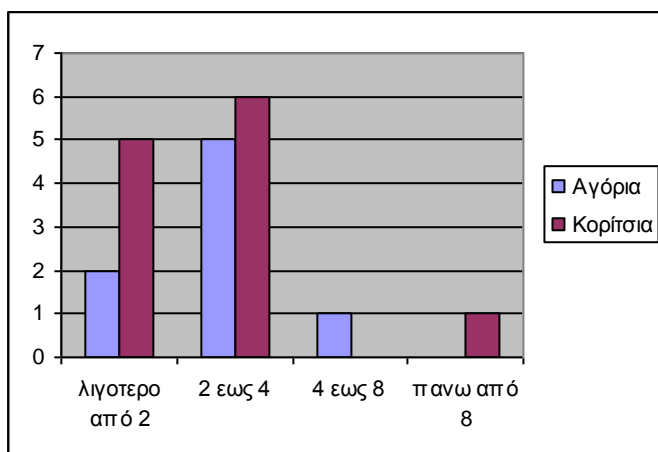
	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
Facebook	8	10	40	50
Twitter	0	4	0	20
Instagram	3	4	15	20
Skype	5	6	25	30

Άλλο 1 1 5 5



5. Πόσες ώρες χρησιμοποιείται καθημερινά τα κοινωνικά δίκτυα?

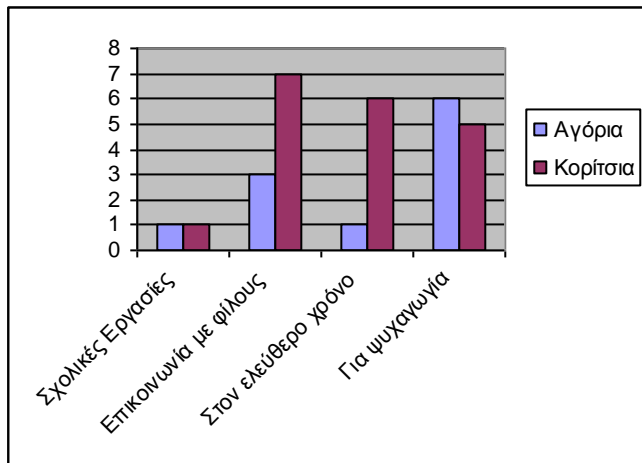
	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
λιγότερο από 2	2	5	10	25
2 έως 4	5	6	25	30
4 έως 8	1	0	5	0
πάνω από 8	0	1	0	5



6. Γιατί χρησιμοποιείτε τα κοινωνικά δίκτυα?

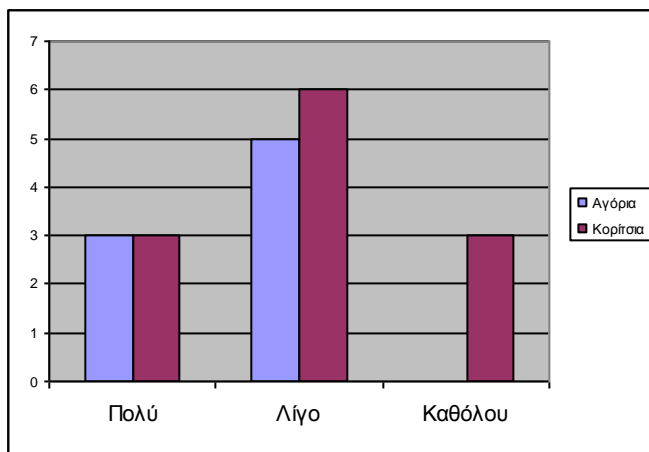
	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
Σχολικές Εργασίες	1	1	5	5
Επικοινωνία με φίλους	3	7	15	35

Στον ελεύθερο χρόνο	1	6	5	30
Για ψυχαγωγία	6	5		



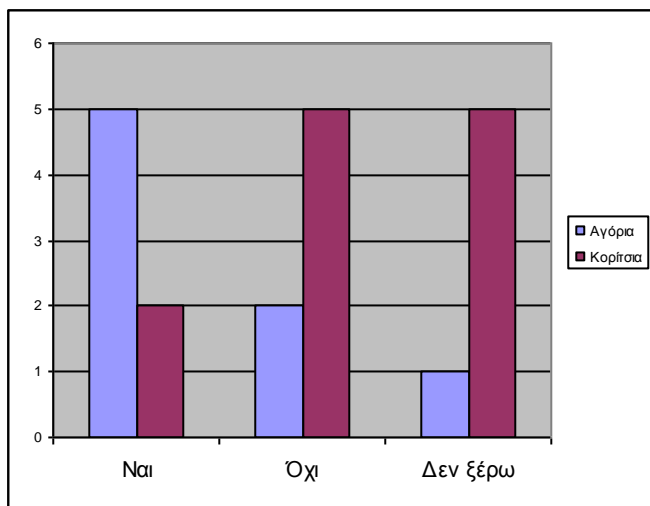
7. Κατά πόσο σας βοηθούν στη καθημερινότητα σας ;

	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
Πολύ	3	3	15	15
Λίγο	5	6	25	30
Καθόλου	0	3	0	15



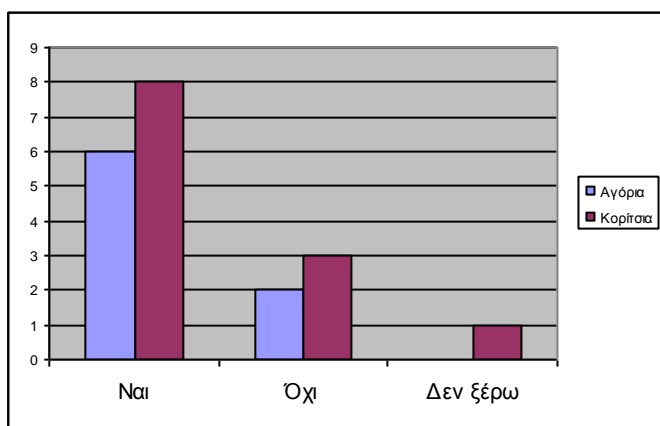
8. Πιστεύετε ότι είστε ασφαλείς όταν βρίσκεστε στα κοινωνικά δίκτυα??

	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
Ναι	5	2	25	10
Όχι	2	5	10	25
Δεν ξέρω	1	5	5	25



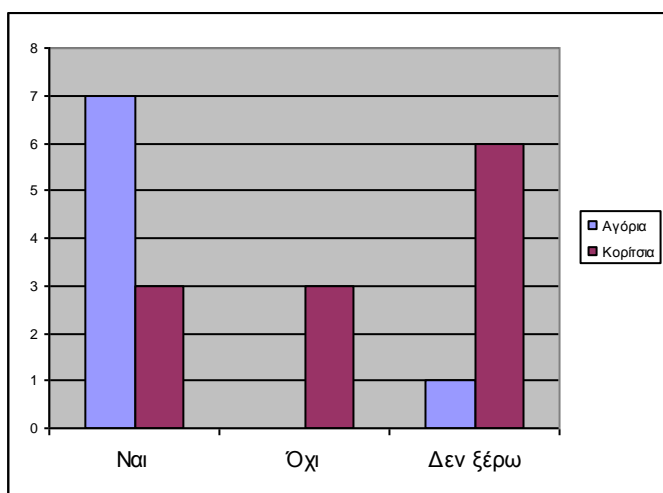
9. Έχετε διαβάσει τις σελίδες βοήθειας ώστε να ενημερωθείτε ως προς τον τρόπο διασφάλισης του λογαριασμού σας?

	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
Ναι	6	8	30	40
Όχι	2	3	10	15
Δεν ξέρω	0	1	0	5



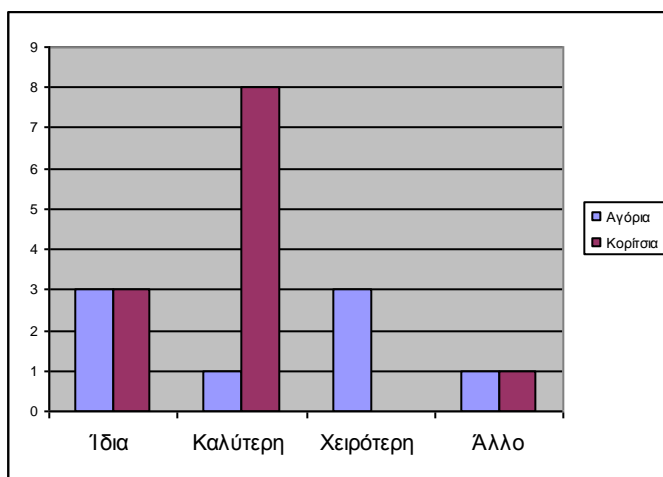
10. Θεωρείτε ότι είναι επαρκείς οι υπηρεσίες που σας παρέχουν τα κοινωνικά δίκτυα?

	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
Ναι	7	3	35	15
Όχι	0	3	0	15
Δεν ξέρω	1	6	5	30



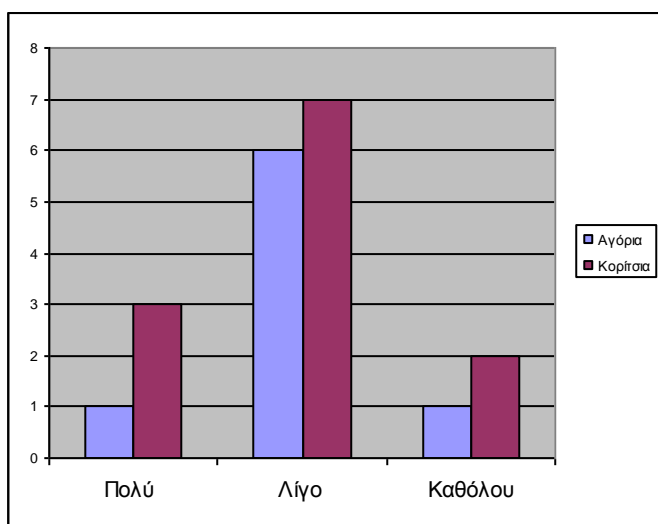
11. Πώς θα ήταν η ζωή σας χωρίς τα κοινωνικά δίκτυα?

	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
Ίδια	3	3	15	15
Καλύτερη	1	8	5	40
Χειρότερη	3	0	15	0
Άλλο	1	1	5	5



12. Θεωρείτε ότι τα κοινωνικά δίκτυα επηρεάζουν την επίδοσή σας στα σχολικά μαθήματα?

	Αγόρια	Κορίτσια	Ποσοστό τις % στα αγόρια	Ποσοστό τις % στα κορίτσια
Πολύ	1	3	5	15
Λίγο	6	7	30	35
Καθόλου	1	2	5	10



Για τα παραπάνω αποτελέσματα πάρθηκε μέρος δειγμάτων από 20 μαθητές της Α τάξης του λυκείου από τους οποίους απάντησαν 8 αγόρια και 12 κορίτσια συνολικά.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<http://www.cetl.edmedu.upatras.gr/proc2/proceedings/1-0497.pdf>