

*2<sup>ο</sup> Γενικό Λύκειο Σπάρτης*

*Τάξη Α'*

# Ερευνητική Εργασία

«Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης»



Υπεύθυνη Εκπαιδευτικός: Αθανασάκου Νίκη ΠΕ20

Σχολ. Έτος : 2014-2015

Α' Τετράμηνο



<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</b>	<b>Σελίδα</b>
<b>Σχέδιο Υποβολής Ερευνητικής Εργασίας</b>	<b>3</b>
<b>Ομάδες Εργασίας</b>	<b>6</b>
1. Εισαγωγή	<b>7</b>
2. Ιστορική εξέλιξη	<b>9</b>
3. Μειονεκτήματα χρήσης Κοινωνικής Δικτύωσης	<b>15</b>
4. Πλεονεκτήματα χρήσης Κοινωνικής Δικτύωσης	<b>17</b>
5. Ερωτηματολόγιο	<b>20</b>
6. Αποτελέσματα επεξεργασίας ερωτηματολογίων	<b>22</b>
7. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στον τύπο .....	<b>25</b>
8. Συμπεράσματα	<b>28</b>
<b>Παράρτημα</b>	<b>30</b>
<b>Βιβλιογραφία</b>	<b>31</b>



## **ΣΧΕΔΙΟ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Σχ. Έτος: 2014 - 2015

Σχολική Μονάδα : 2ο ΓΕΛ ΣΠΑΡΤΗΣ

### **ΤΙΤΛΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

**«Κοινωνικά Δίκτυα» – Κοινωνικοποίηση ή Αποκοινωνικοποίηση;**

#### **ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ (ΠΕ)	ΔΙΑΤΙΘΕΜΕΝΕΣ ΩΡΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ	ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΕ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΑ ΕΤΗ (ΝΑΙ/ΟΧΙ)	ΣΧΕΤΙΚΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ
ΑΘΑΝΑΣΑΚΟΥ ΝΙΚΗ	ΠΕ20	2	ΝΑΙ	ΝΑΙ

### **ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ**

#### **A. ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ**

Να γνωρίσουν και να κατανοήσουν πληρέστερα οι μαθητές τα οφέλη και τους κινδύνους από τη χρήση εφαρμογών των κοινωνικών δικτύων. Να προβληματιστούν για τη δημιουργία, τη λειτουργία και την εξέλιξή τους.

#### **B. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ**

Η μαζική χρήση των εφαρμογών των κοινωνικών δικτύων από τους νέους, η οποία δε συνοδεύεται πάντα από την γνώση πιθανών κινδύνων, ήταν ένα βασικό κριτήριο για την επιλογή του θέματος.

Καθώς η χρήση τους έχει γίνει τμήμα της καθημερινότητας των νέων, το θέμα ενδιαφέρει άμεσα τους μαθητές. Το θέμα προσφέρεται για να κατανοήσουν οι μαθητές τη σύνδεση και αλληλεπίδραση των ατομικών και κοινωνικών στοιχείων.

Η Πληροφορική θα προσφέρει τις μεθόδους και τις τεχνικές στον τρόπο προσέγγισης του θέματος, ανάλογα και με τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα που θα εκδηλώσουν οι μαθητές. Η ανάπτυξη της συνεργατικότητας των



μαθητών, η εξοικείωση τους με ερευνητικές μεθόδους, η βαθύτερη κατανόηση στοιχείων της καθημερινής τους ζωής είναι τα αναμενόμενα μαθησιακά οφέλη.

#### **Γ. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΕΘΟΔΟΥ ΠΟΥ ΘΑ ΑΚΟΛΟΥΘΗΘΕΙ (μέχρι 200 λέξεις)**

Θα ακολουθηθεί η μέθοδος project και η αρχή της διερευνητικής προσέγγισης της μάθησης, της διεπιστημονικής συνεργασίας των εκπαιδευτικών, της διαφοροποίησης του περιεχομένου, της διαδικασίας και του πλαισίου της μάθησης και της ομαδικής συνεργασίας. Θα ακολουθηθούν διάφορες μορφές μάθησης όπως φθίνουσα καθοδήγηση, ελεγχόμενη καθοδήγηση αν κριθεί απαραίτητο η ακόμη και ακαθοδήγητες μορφές μάθησης. Έμφαση θα δοθεί στην αναζήτηση πληροφοριών, στην εκπόνηση μιας μικρής ερευνητικής εργασίας με ερωτηματολόγιο, στην ανάλυση περιεχομένου δικτυακών τόπων αλλά και θεωρητικού περιεχομένου δικτυακών τόπων καθώς και θεωρητικών κειμένων.

#### **Δ. ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (μέχρι 200 λέξεις)**

- Η εξοικείωση των μαθητών με την ομαδοσυνεργατική ερευνητική μάθηση.
- Ο συνδυασμός ευχάριστου και επιστημονικού χαρακτήρα της μάθησης.
- Η αξιοποίηση της γνώσης που θα αποκτήσουν από την ερευνητική εργασία στην καθημερινή τους ζωή.

#### **Ε. ΠΟΡΟΙ - ΥΛΙΚΑ - ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ**

Οι πόροι που θα χρησιμοποιηθούν για την ερευνητική εργασία θα είναι πρωτίστως οι πόροι του σχολείου όπως το εργαστήριο πληροφορικής με τον εξοπλισμό του (υπολογιστές, εκτυπωτές, σαρωτές, σύστημα προβολής ενδεδειγμένου οπτικοακουστικού υλικού, σύνδεση ADSL για την χρήση του διαδικτύου και των πηγών του.



Επίσης βασική πηγή μη ηλεκτρονικής πληροφόρησης θα είναι η δανειστική βιβλιοθήκη του σχολείου. Οι μαθητές επίσης θα μπορούν να χρησιμοποιούν και τη βιβλιοθήκη του Δήμου Σπάρτης.

Η επεξεργασία του παραδοτέου υλικού θα γίνει στο εργαστήριο πληροφορικής του σχολείου μας στο περιβάλλον των Windows και όλων των απαραίτητων εργαλείων του.

## ΣΤ. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- *Leving Young, M. et al. (2001), Πλήρες Εγχειρίδιο του Internet – Millennium Edition, απόδοση: Παναγιώτης Μαυρόπουλος, Αθήνα: Εκδόσεις Γκιούρδας.*
- *Σιδέρη, Μ. (2010). Το βιβλίο του Facebook - Ένας οδηγός για "αθώους" χρήστες, Αθήνα: Κλειδάριθμος, ISBN 978-960-461-324-3.*
- *Σιδέρη, Μ. (2011). Το βιβλίο του twitter - Ένας οδηγός για "αθώους" χρήστες, Αθήνα: Κλειδάριθμος, ISBN 978-960-461-426-4.*
- *Καραγεώργος (2002) Μεθοδολογία Έρευνας, Εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα.*
- *Ρουμελιώτου Μυρσίνη (2009) «Μέσα κοινωνικής δικτύωσης : Η σύγχρονη συμμετοχική δημοκρατία των νέων τεχνολογιών;» Διαθέσιμο στον ιστότοπο [http://www.academia.edu/1639955/M\\_](http://www.academia.edu/1639955/M_)*
- *Τσακαρέστου και Τσενέ (2011), «Media and Democracy: Social Media*

Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ

Αθανασάκου Νίκη  
ΠΕ20



# Ομάδες Εργασίας

## DREAM TEAM

1. Πιερρινάκου Κατερίνα
2. Σαπάτη Δήμητρα-Ελπίδα
3. Σγούρδα Χριστίνα
4. Τσεμπελή Άννα

1. Καλαμαράς Ηλίας
2. Λιντζέρη Κατερίνα
3. Μπάσιο Θοδωρής
4. Μπάσο Αλέξανδρος

## ΑΝΑΠΠΟΦΑΣΙΣΤΟΙ

## ΕΞΕΡΕΥΝΗΤΡΙΕΣ

1. Ξηντάρα Κωνσταντίνα
2. Σαμπάνι Μπρικένα
3. Σαχλά Γεωργία
4. Φράγκου Ιωάννα

1. Ζαμπίνα Λάρι
2. Κυριακούλια Ιωάννα
3. Παρηγόρη Αναστασία
4. Ρίζος Βασίλης

## ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΙ



## Εισαγωγή

Όταν χρησιμοποιούμε τον όρο **Κοινωνικό Δίκτυο**, αναφερόμαστε στο σύνολο των σχέσεων που αναπτύσσονται σε μία συγκεκριμένη ομάδα. Στο πλαίσιο της θεωρίας των κοινωνικών δικτύων, κάθε διαφορετική σχέση, οποιαδήποτε μορφή και αν λαμβάνει, εκφράζει αυτόματα και τη σύνδεση δύο υποκειμένων. Σε μία ομάδα που ερευνάται με τις τεχνικές και μεθόδους της ανάλυσης κοινωνικών δικτύων το σύνολο των καταγεγραμμένων σχέσεων αποτυπώνονται γραφικά με κόμβους (nodes) που εκφράζουν τα άτομα και γραμμές που εκφράζουν τις συνδέσεις μεταξύ τους. Αυτή η σχεδόν απλοϊκή σχηματική απεικόνιση αποκτά νόημα με ποσοτικούς όρους ανάλυσης στην κοινωνική έρευνα, αποκαλύπτοντας τη «γεωμετρία» της δομής της υπό έρευνα ομάδας, όπως αυτή γίνεται αντιληπτή και κατανοητή από το «πλέγμα» των καταγεγραμμένων σχέσεων που αναπτύσσουν τα διακριτά μέλη που την αποτελούν.

Με τον όρο **Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης** ή **Social Media** εννοούμε Διαδικτυακούς Τόπους (Web Sites) που παρέχουν ως υπηρεσία την παραγωγή και δημοσίευση περιεχομένου από τους ίδιους τους χρήστες του Διαδικτύου και όχι από κάποια εταιρία. Οι περισσότερες υπηρεσίες αυτής της μορφής ενθαρρύνουν - επιδιώκουν τη συζήτηση, τα σχόλια, την αλληλεπίδραση και το διαμοιρασμό οποιασδήποτε πληροφορίας μεταξύ των χρηστών. Οι χρήστες κάνουν **ψηφιακούς φίλους** με τους οποίους **επικοινωνούν, αλληλεπιδρούν, ανταλλάσσουν απόψεις και ψηφιακό περιεχόμενο** κάθε μορφής (εικόνες, κείμενα, συνδέσμους, video κ.λπ.).

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ή «[social networking](#) sites, αποτελούν καθημερινή συνήθεια των νέων. Στις ιστοσελίδες αυτές, παιδιά, νέοι, αλλά και μεγαλύτεροι χρήστες μέσα από τα εικονικά τους προφίλ λειτουργούν διαδραστικά με άλλους χρήστες, δημοσιεύουν τις φωτογραφίες και τα βίντεό τους, γίνονται μέλη σε ομάδες κοινών ενδιαφερόντων (groups), δημοσιεύουν και ανταλλάσσουν τις καλλιτεχνικές τους δημιουργίες (μουσική, εικαστικά έργα κ.λπ.), επισκέπτονται σελίδες άλλων χρηστών και χρησιμοποιούν πλήθος εφαρμογών (κουίζ, παιχνίδια, κ.λπ.)

Σε παγκόσμιο επίπεδο τα μέσα με τους περισσότερους χρήστες είναι τα:

- ✓ Facebook
- ✓ Twitter
- ✓ Youtube
- ✓ LinkedIn
- ✓ Pinterest



- ✓ Google Plus+
- ✓ DeviantART
- ✓ Live Journal
- ✓ Tagged
- ✓ Cafe Mom

**Πηγή:** Ηλεκτρονικό περιοδικό του e-Δικτύου – ΤΠΕ.





## Ιστορική Εξέλιξη

Το πρώτο δείγμα κοινωνικής δικτύωσης θεωρείται η αποστολή του πρώτου email, που έγινε το 1971. Το 1978 διανέμονται τα πρώτα αντίγραφα των πρώτων φυλλομετρητών μέσω του USENET, ενός πρώιμου online bulletin board. Η ιστορία των κοινωνικών δικτύων ξεκινάει από τα μέσα της δεκαετίας του '90 όπου εμφανίζονται τα πρώτα κοινωνικά δίκτυα. Μερικά παραδείγματα αυτών είναι το "The WELL" (1985), το "Theglobe.com" (1994), το οποίο έδωσε στους χρήστες τη δυνατότητα να δημοσιεύσουν το δικό τους περιεχόμενο και να αλληλεπιδράσουν με άλλους. Επίσης, το GeoCities (1994), το οποίο έδινε τη δυνατότητα να δημιουργήσουν οι χρήστες το δικό τους δικτυακό τόπο και το "Tripod.com" (1995). Στην ουσία οι κοινότητες αυτές προσπάθησαν να φέρουν κοντά τους χρήστες, να μοιραστούν προσωπικές πληροφορίες και ιδέες μέσω εργαλείων και δημοσιεύσεων. Ουσιαστικά αποτελούσαν προγόνους των ιστολογίων (blogs).

Από το 1997 έως το 2001, υπήρχαν αρκετά εργαλεία δημιουργίας κοινοτήτων, στα οποία οι χρήστες μπορούσαν να δημιουργήσουν προφίλ και δημόσια λίστα φίλων χωρίς να απαιτείται η έγκριση της σύνδεσης. Παραδείγματα αυτών είναι το AOL Instant Messenger, το οποίο δημιουργήθηκε το 1997, το SixDegrees.com, το "AsianAvenue.com", το "blackplanet.com" και το "MiGente.com". Η νέα γενιά κοινωνικών δικτύων εμφανίστηκε το 2001 με το Ryze.com που είχε σκοπό να βοηθήσει τα άτομα να αξιοποιούν τα επιχειρηματικά τους δίκτυα το οποίο ποτέ δεν απέκτησε μεγάλη δημοσιότητα. Το 2002 δημιουργήθηκε το Friendster, το οποίο πρωτοπόρησε με την online σύνδεση φίλων του πραγματικού κόσμου. Γνώρισε μεγάλη επιτυχία και απόκτησε 3 εκατομμύρια χρήστες στους τρεις πρώτους μήνες λειτουργίας του. Από το 2003, αναπτύχθηκαν πολλές νέες υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. LinkedIn, Visible Path, Xing) τα οποία απευθύνονταν στον επιχειρηματικό κόσμο, ενώ κάποια άλλα (Dogster, Care2, Couchsurfing, MyChurch)

Αποτέλεσαν προσπάθειες για δημιουργία κοινοτήτων κοινών ενδιαφερόντων. Το 2003 επίσης, δημιουργήθηκε το MySpace, το οποίο θεωρήθηκε αρχικά ως κλώνος του Friendster. Το 2004 εμφανίστηκε το Facebook, ενώ το Twitter έκανε την εμφάνισή του το 2006. Το 2008 το Facebook ξεπέρασε τον αριθμό χρηστών του Twitter. Σήμερα είναι πλέον το πιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Και οι δυο σελίδες πάντως ξεπέρασαν το πρότυπό τους το Friendster.





### *Twitter*



Το Twitter δημιουργήθηκε το 2006 και έχει περίπου 200 εκατομμύρια χρήστες. Για να εγγραφεί κάποιος χρειάζεται να δώσει το ονοματεπώνυμό του και την ηλεκτρονική του διεύθυνση. Κάθε χρήστης μπορεί να δημοσιεύει μηνύματα, τα οποία είναι μικρού μεγέθους, όσο και τα μηνύματα κινητής τηλεφωνίας. Τα μέλη μπορούν να ακολουθούν τα μηνύματα άλλων χρηστών (follow) καθώς και να απαντούν σε αυτά. Το δίκτυο προσφέρει στους χρήστες του τη δυνατότητα να αναφέρουν ενόχληση από άλλα μέλη του δικτύου, των οποίων ο λογαριασμός μπορεί να ανασταλεί γι' αυτό το λόγο. Όταν ένας χρήστης δημοσιεύσει ένα μήνυμα, δεν είναι δυνατόν να το αλλάξει, αλλά μόνο να το διαγράψει.



## *YouTube*



Το YouTube είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης, που δημιουργήθηκε τον Φεβρουάριο του 2005, στην οποία οι χρήστες μπορούν να ανεβάζουν, να μοιράζονται και να βλέπουν βίντεο. Η ιστοσελίδα ιδρύθηκε από τους Chad Hurley, Steve Chen και Jawed Karim. Για την εγγραφή ενός χρήστη απαιτείται το ονοματεπώνυμό του, η δημιουργία μιας ηλεκτρονικής διεύθυνσης στο Gmail και η ημερομηνία γέννησης, ενώ μπορεί κάποιος να δώσει και το κινητό τηλέφωνό του.

Μέσα από την σελίδα του Youtube οι χρήστες μπορούν να αναπαράγουν τα βίντεο που ανήκουν σε άλλους χρήστες και να ανεβάσουν τα δικά τους βίντεο. Επίσης έχουν την δυνατότητα να σχολιάσουν τα βίντεο και τα τραγούδια που ακούν και να δείξουν αν τους αρέσουν ή όχι, απλά πατώντας ένα κουμπί. Οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν το περιεχόμενό τους να είναι δημόσιο ή ιδιωτικό για τους ίδιους και συγκεκριμένους χρήστες. Κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού του 2006, το YouTube ήταν μία από τις ταχύτερα αυξανόμενες ιστοσελίδες στο Παγκόσμιο Ιστό. Αποτελεί τη μεγαλύτερη σε χρήστες και όγκο περιεχομένου μηχανή αναζήτησης και παροχής βίντεο. Σύμφωνα με έρευνα του 2006, 100 εκατομμύρια βίντεο κλιπ παρακολουθούνταν καθημερινά στο YouTube, με επιπλέον 65.000 νέα βίντεο που ανεβαίνουν κάθε 24 ώρες. Εκτός από τη δυνατότητα να ανεβάσει ή να κατεβάσει κανείς βίντεο και να προσθέσει σχόλια, υπάρχουν και κάποιες νέες λειτουργίες, που αφορούν ορισμένα έτοιμα καλλιτεχνικά φίλτρα και ορισμένα βελτιωτικά ηχητικά φίλτρα. Ο χρήστης μπορεί και μετά το ανέβασμα να περιστρέψει και να αποκόψει το βίντεο (προς το παρόν μόνο αρχή και τέλος), να προσαρμόσει τη φωτεινότητα και την αντίθεση και μάλιστα, η υπηρεσία παρέχει επιλογή για αυτόματη επιδιόρθωση όλων των προβλημάτων. Επιπλέον, μπορεί να προσθέσει 14 διαφορετικά εφέ, που σχεδιάστηκαν σε



συνεργασία με την εφαρμογή Picnik της Google. Μεταξύ άλλων, οι χρήστες μπορούν να μετατρέψουν τα βίντεό τους σε ασπρόμαυρα, seria, cartoon και πολλά άλλα.

### *MySpace*



Το Myspace είναι μια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, η οποία δημιουργήθηκε τον Αύγουστο του 2003 και έχει έδρα της το Beverly Hills της Καλιφόρνια. Η εγγραφή μπορεί να γίνει δίνοντας ονοματεπώνυμο, ηλεκτρονική διεύθυνση, φύλο και ημερομηνία γέννησης. Το Myspace έγινε ο πιο δημοφιλής ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης στις Ηνωμένες Πολιτείες τον Ιούνιο του 2006. Είχε ξεπεράσει σε διεθνές επίπεδο τον κύριο ανταγωνιστή του το Facebook, τον Απρίλιο του 2008, με βάση τους μηνιαίους επισκέπτες. Στο Myspace όλα όσα δημοσιεύονται αναρτώνται σε έναν «πίνακα ανακοινώσεων», τον οποίο μπορούν να βλέπουν οι φίλοι ενός χρήστη. Με αυτό τον τρόπο, όπως και στα υπόλοιπα ΜΚΔ, μπορεί ο χρήστης να επικοινωνεί με όλους τους φίλους του, χωρίς να χρειάζεται να στέλνει προσωπικά μήνυμα στον καθένα. Οι δημοσιεύσεις διαγράφονται μετά από δέκα ημέρες. Το Myspace διαθέτει από το 2006 το MySpaceIM, μια υπηρεσία ανταλλαγής μηνυμάτων (instant messenger), ενώ από το 2007 διαθέτει το MySpaceTV, μια υπηρεσία διαμοιρασμού βίντεο όπως το Youtube. Βέβαια, το YouTube ήταν πάντα πολύ πιο δημοφιλές από το MySpaceTV.



## Hi5



Το Hi5 είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης, με έδρα το Σαν Φρανσίσκο της Καλιφόρνια. Δημιουργήθηκε το 2003 και μέχρι το 2008 θεωρήθηκε ο τρίτος πιο δημοφιλής ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης όσον αφορά τους μοναδικούς επισκέπτες

ανά μήνα. Από το 2009 το Hi5 προσανατολίστηκε περισσότερο στα παιχνίδια ως μέσο κοινωνικής αλληλεπίδρασης.

Το Hi5 έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά και λειτουργίες με τους άλλους δημοφιλείς ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης, όπως δημιουργία φίλων, δημοσίευση και διαμοιρασμός φωτογραφιών, ομάδες χρηστών και αναβαθμίσεις. Από το 2009 που προσανατολίστηκε περισσότερο στα παιχνίδια και την ψυχαγωγία, απέκτησε και περισσότερα χαρακτηριστικά σχετικά με αυτά.

## Pinterest



Το [Pinterest](#) είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες να κάνουν bookmark σε ιστοσελίδες που βρίσκουν ενδιαφέρουσες. Η διαφορά του σε σχέση με αντίστοιχες υπηρεσίες είναι ότι εδώ η παρουσίαση γίνεται με αισθητικά όμορφο τρόπο, δίνοντας μεγάλη σημασία στην **εικόνα** και το βίντεο, ενώ η χρήση του είναι πολύ απλή. Συγκεκριμένα, ο χρήστης μπορεί με ένα κλικ να «ααρφιτσώσει» (**pin**) στον πίνακα του μια εικόνα και να την τοποθετήσει σε συγκεκριμένη θεματική κατηγορία της επιλογής του.

Στο Pinterest, οι χρήστες μπορούν να σχολιάσουν τις δημοσιεύσεις σας, να σας ακολουθήσουν (όπως και στο Facebook) αλλά και να κάνουν “**repin**” τις δημοσιεύσεις σας – κάτι αντίστοιχο, δηλαδή, του Like και του retweet. Η ιστοσελίδα ιδρύθηκε από τον Ben Silbermann, Paul Sciarra και Evan Sharp. Διοικείται από το Cold Brew Labs και χρηματοδοτείται από μια μικρή ομάδα των επιχειρηματιών και των επενδυτών.

### *Tumblr*



Ο **Tumblr** είναι μια ιστοσελίδα στην οποία δημιουργείς το δικό σου μπλογκ. Ιδρύθηκε το 2007 στην Νέα Υόρκη από τον Ντέιβιντι Καρπ. Η ιστοσελίδα επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάζουν δημοσιεύσεις, εικόνες βίντεο, αποφθέγματα και ηχητικά μηνύματα στο μπλογκ τους. Οι χρήστες μπορούν να ακολουθήσουν άλλους χρήστες ή να επιλέξουν να μετατρέψουν το μπλογκ τους σε ιδιωτικό. Η ιστοσελίδα έχει σχεδόν 91.7 εκατομμύρια δημοσιεύσεις την ημέρα και αποκτά περίπου 15.000 νέους χρήστες κάθε μέρα. Το 2013 η εταιρία [Yahoo!](#) αγόρασε το Tumblr για 1.1 δισεκατομμύρια δολάρια..

Είναι η 25η διασημότερη ιστοσελίδα στο διαδίκτυο. Το Tumblr χρησιμοποιείται και από διάσημα πρόσωπα συμπεριλαμβανομένου του προέδρου των ΗΠΑ [Μπαράκ Ομπάμα](#) καθώς και της τραγουδίστριας [Beyoncé](#).



## Μειονεκτήματα χρήσης Κοινωνικής Δικτύωσης

Η κοινωνική δικτύωση προσφέρει στους χρήστες της πολλά πλεονεκτήματα. Όμως κρύβει κι ένα σοβαρό μειονέκτημα. Η υπερβολική χρήση, τις περισσότερες φορές οδηγεί στον εθισμό, πράγμα ανησυχητικό όχι μόνο για τους γονείς των παιδιών αλλά και για τους εργοδότες των εργαζομένων.

Οι επιπτώσεις από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων είναι και αρνητικές και αφορούν ποικίλους τομείς της ζωής του ανθρώπου, όπως η εργασία, η ψυχολογία και η ιδιωτικότητα.

Καθένας που έχει ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης χάνει τον έλεγχο όλων των προσωπικών του στοιχείων που περιλαμβάνονται σ' αυτή. Η εταιρεία πάροχος έχει δικαίωμα χρήσης όλων αυτών των πληροφοριών και διατήρησής τους στο διηνεκές αυτά περιλαμβάνονται στη σύμβαση «άνοιγμα σελίδας» εδώ στηρίζεται και το γενικότερο εμπόριο των προσωπικών πληροφοριών των εγγεγραμμένων.

Εύκολη και διαδεδομένη είναι η αυθαίρετη κατασκευή από τρίτους λογαριασμών για γνωστά δημόσια πρόσωπα, με σκοπό την παραπλάνηση και λασπολογία. Επίσης, είναι δυνατή και η κλοπή γνήσιας διαδικτυακής ταυτότητας από κακοπροαίρετους χάκερς και χρήση της για διάπραξη παρενοχλήσεων ακόμη και εγκλημάτων. Εξίσου πολλές είναι τα τελευταία χρόνια οι περιπτώσεις αποκάλυψης ότι τα εικονικά κοινωνικά δίκτυα λειτούργησαν ως παγίδα για τα μέλη τους, στην επαγγελματική τους ζωή. Εργοδότης απολύει ή απορρίπτει αιτήσεις για πρόσληψη με βάση τα στοιχεία για τον υποψήφιο που αλίευσε από τις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Το πάτημα του κουμπιού αποστολής προσωπικών δεδομένων στο Διαδίκτυο μπορεί να έχει σοβαρές συνέπειες.

Επιπλέον κίνδυνοι των κοινωνικών δικτύων είναι:

- η έκθεση σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό κινδύνων κοινωνικού χαρακτήρα. Ενώ θα περίμενε κανείς ότι το Διαδίκτυο λόγω της απόστασης που εμπεριέχει, θα προφύλασσε τα άτομα από την επαφή με πραγματικούς κινδύνους, είναι πολλές οι περιπτώσεις όπου ιδιαίτερα οι νέοι βιώνουν έντονα καταστάσεις μέσα από την χρήση του κυβερνοχώρου, οι οποίες είναι τραυματικές για την ψυχική τους υγεία εξαιτίας της χρήσης online κοινωνικών δικτύων και της επαφής τους με πλήθος αγνώστων ατόμων,



- η επιβλαβής έκθεση της προσωπικής ζωής του ατόμου. Τα online κοινωνικά δίκτυα είναι χώροι όπου μπορεί να συγκεντρώνεται πλήθος διαφορετικών και άγνωστων ατόμων,
- η καταχώρηση και δημοσίευση προσωπικών στοιχείων σε αυτά, καθιστά τους χρήστες τους ευάλωτους σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό ατόμων, συχνά με ανεξέλεγκτες συνέπειες,
- η επαφή και η διασύνδεση με παντελώς αγνώστους ενέχει περισσότερους κινδύνους απ' ό τι η επαφή με αγνώστους στον πραγματικό κόσμο, γιατί δεν υπάρχει η αμεσότητα και η δυνατότητα ανάπτυξης κριτικής σκέψης και αντίδρασης,
- η παρενόχληση από άτομα εντελώς άγνωστα μέλη του κοινωνικού δικτύου χωρίς τη δυνατότητα προστασίας ή αντιμετώπισης τέτοιων ενεργειών,
- η κλοπή των προσωπικών δεδομένων και γενικά η απειλή της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών τους,
- η εύκολη μετάδοση και επαφή με ηλεκτρονικό περιεχόμενο που δεν είναι ασφαλές για τους χρήστες του, όπως κακόβουλο λογισμικό, πορνογραφικό υλικό, υλικό προσηλυτισμού, υλικό εθισμού σε επικίνδυνες ουσίες, υλικό με θέμα τη βία, ρατσιστικό περιεχόμενο κ.ά., και
- ο βομβαρδισμός με διαφημιστικά μηνύματα από τις σελίδες του ιστότοπου.





## Πλεονεκτήματα χρήσης Κοινωνικής Δικτύωσης

Σύμφωνα με έρευνες οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και το διαδίκτυο έχουν ενταχθεί δυναμικά στην καθημερινή ζωή μας, η χρήση Η/Υ και η πρόσβαση στο διαδίκτυο τόσο για τις γυναίκες όσο και για τους άνδρες είναι πολύ πιο έντονη στις ηλικιακές κατηγορίες 16-35, με τα άτομα ηλικίας 16-25 ετών να εμφανίζουν πολύ υψηλά ποσοστά χρήσης. Οι λόγοι χρήσης του διαδικτύου είναι ποικίλοι και ολοένα αυξανόμενοι. Η αναζήτηση πληροφοριών και on-line υπηρεσιών παραμένει στην κορυφή της λίστας των δραστηριοτήτων μέσω διαδικτύου (ποσοστό 93,4%). Επίσης, οκτώ στους δέκα χρήστες χρησιμοποίησαν το 2010 το διαδίκτυο για επικοινωνία.

Αύξηση παρουσιάζουν χρήσεις του διαδικτύου που αφορούν στην αποστολή μηνυμάτων σε chat sites, blogs και ομάδες συζήτησης (My Space, Facebook κλπ), η συμμετοχή σε forum και η ανταλλαγή γραπτών μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο (αύξηση 11% περίπου).

- Πώς και γιατί χρησιμοποιούν τα μέλη τους τα κοινωνικά δίκτυα;
- Ποια είναι τα οφέλη και οι κίνδυνοι από τη χρήση τους;
- Είναι ασφαλής η χρήση των κοινωνικών δικτύων, ειδικά από τους νέους;

Στην παρούσα εργασία επιχειρείται μια μελέτη των κοινωνικών δικτύων με σκοπό να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με τα Πλεονεκτήματα που ενέχει η χρήση τους. Γι' αυτό το σκοπό παρουσιάζονται τα δημοφιλέστερα online κοινωνικά δίκτυα, τα βασικά χαρακτηριστικά τους και οι δυνατότητες που δίνουν στους χρήστες τους. Επίσης επιχειρείται μια διερεύνηση των επιπτώσεων από τη χρήση τους σε διάφορους τομείς της ζωής του ανθρώπου.

Δεν είναι ίσως υπερβολή το να ισχυριστούμε ότι τα θέματα και τα ενδιαφέροντα των κοινωνικών δικτύων είναι τόσο ποικίλα και πλούσια, όσο και η ιστορία του κόσμου μας. Η κοινωνική δικτύωση σήμερα είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στην online μορφή της, δηλαδή σε απευθείας σύνδεση στο Διαδίκτυο. Αυτό συμβαίνει διότι το Διαδίκτυο είναι γεμάτο με εκατομμύρια άτομα που επιθυμούν να γνωρίσουν άλλους ανθρώπους, να αναπτύξουν φιλίες ή επαγγελματικές συμμαχίες, να αναζητήσουν εργασία, να σχηματίσουν ομάδες και να μοιράζονται από πρώτο χέρι πληροφορίες και εμπειρίες σχετικά με τα χόμπι και τα ενδιαφέροντά τους. Η χρήση online κοινωνικών δικτύων προσφέρει στους χρήστες τους πολλά οφέλη και πλεονεκτήματα. Όσον αφορά στις δυνατότητες κοινωνικής δικτύωσης, τα online κοινωνικά δίκτυα έχουν παγρόσμια έκταση και πολυφωνία άρα και μερικά από τα



οφέλη τους είναι: Η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων, εφόσον το Διαδίκτυο συγκεντρώνει πλήθος άτομα από όλο τον κόσμο. Η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με άτομα που μπορεί να βρίσκονται σε μεγάλη γεωγραφική απόσταση το ένα από το άλλο, εφόσον το Διαδίκτυο καταργεί τις αποστάσεις. Αυτή η δυνατότητα δεν υπάρχει στα στενά κοινωνικά δίκτυα του άμεσου πραγματικού περιβάλλοντος του ατόμου. Η δυνατότητα δημιουργίας μεγάλης ποικιλίας κοινωνικών δεσμών εφόσον στο Διαδίκτυο συρρέουν άτομα από διαφορετικές χώρες, κοινωνίες, πολιτισμούς και με διαφορετικές συνήθειες και χαρακτηριστικά. Η δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε μεγάλο πλήθος κοινωνικών ομάδων και η αναζήτηση της ομάδας που εκφράζει και ωφελεί το άτομο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Η δυνατότητα επαφής με πολλούς διαφορετικούς πολιτισμούς και επομένως η δυνατότητα διεύρυνσης των γνώσεων και των πνευματικών οριζόντων του ατόμου. Η δυνατότητα δραστηριοποίησης και σύμπραξης για κοινούς σκοπούς με άτομα που μπορεί να βρίσκονται οπουδήποτε στη γη και επομένως η ενίσχυση του κοινού σκοπού με μεγάλο πλήθος συμμετεχόντων. Η δυνατότητα αναζήτησης και ανεύρεσης περιεχομένου (φωτογραφιών, βίντεο κλπ) στο οποίο οι χρήστες δε θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση με διαφορετικό τρόπο (π.χ. από έντυπα μέσα). Η δυνατότητα άμεσης και από πρώτο χέρι ενημέρωσης για οτιδήποτε συμβαίνει στον κόσμο, εφόσον οι ειδήσεις μεταδίδονται μεταξύ των χρηστών του Διαδικτύου από τη μια άκρη της γης στην άλλη, σε ελάχιστο χρόνο. Η ενημέρωση μπορεί να είναι γενική ή στοχευμένη, δηλ. με συγκεκριμένο αντικείμενο.

Η δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε ψυχαγωγικό περιεχόμενο, από το σπίτι, μέσω π.χ. της παρακολούθησης βιντεοκλίπ και μέσω της ενασχόλησης με εφαρμογές ψυχαγωγικού χαρακτήρα όπως τα παιχνίδια.

### ***Συνοψίζοντας***

- ✓ Πολλοί χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν δηλώσει πως έχουν τη δυνατότητα να γνωρίζουν άτομα που μοιράζονται τα ίδια ενδιαφέροντα, να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες που τους ενδιαφέρουν ακόμη και να συγκροτούν ομάδες μελέτης για τις εξετάσεις.
- ✓ Ο βασικότερος λόγος ενασχόλησης για τους χρήστες κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι περνάνε πιο ευχάριστα την ώρα τους και είναι ένας τρόπος διαφυγής από το διάβασμα και τις σχολικές εργασίες. Τέλος μπορούμε να πούμε πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι πια εργαλεία αλλά ένας εναλλακτικός τρόπος ζωής.



- ✓ Ένας επιπλέον λόγος που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι χρήσιμα είναι ότι μέσω αυτών των εφαρμογών κατάφεραν οι χρήστες να επανασυνδεθούν με άτομα ή φίλους που είχαν χάσει εδώ και πολύ καιρό.
- ✓ Επίσης έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν νέους ανθρώπους από άλλες πόλεις και χώρες, ιδιαίτερα οι νέοι των επαρχιών οι οποίοι δεν έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν όσους ανθρώπους θα ήθελαν να γνωρίσουν.
- ✓ Επιπλέον πολλοί χρήστες αυτών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αναγνώρισαν ότι αποτελούν ένα υποκατάστατο για όσους δεν τα καταφέρνουν στις πραγματικές σχέσεις ή έχουν περιορισμένο χρόνο γι' αυτές.
- ✓ Ακόμη έρχονται σε επαφή τους με νέους ανθρώπους από άλλες πόλεις και χώρες έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν νέους πολιτισμούς, ήθη και έθιμα.
- ✓ Θα μπορούσαμε επίσης να πούμε ότι πολλοί χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αρθρώσουν συναισθήματα μέσω αυτών που δεν θα τολμούσαν να τα πουν στην πραγματική ζωή.
- ✓ Τέλος άλλος ένας λόγος που οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι γιατί τους παρέχονται δωρεάν και έτσι μπορούν να επικοινωνήσουν με συγγενείς και φίλους που μένουν μακριά.



# Ερευνητική Εργασία

## Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

### Ερωτηματολόγιο

#### 1. Ηλικία:

12-18

19-30

31-50

>50

#### 2. Φύλο:

Γυναίκα  Άντρας

#### 3. Εργάζεστε:

Ναι  Όχι

#### 4. Μορφωτικό επίπεδο:

A/θμια  B/θμια  Γ/θμια

#### 5. Πόσα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γνωρίζεις;

1

2-3

>3

#### 6. Ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείς περισσότερο;

Facebook

YouTube

Twitter

Όλα

Άλλα.....

#### 7. Ποιος είναι ο κυριότερος λόγος που σε οδήγησε στη δημιουργία ενός λογαριασμού κοινωνικής δικτύωσης;

Επικοινωνία

Μίμηση

Διασκέδαση

Περιέργεια



Άλλοι λόγοι

**8. Πιστεύεις ότι υπάρχουν κίνδυνοι στο διαδίκτυο;**

Ναι  Όχι

**9. Έχεις συνομιλήσει με κάποιον/κάποια που δεν γνωρίζεις μέσω διαδικτύου;**

Ναι  Όχι

**10. Πόσες ώρες ασχολείσαι με τα ΜΚΔ και γενικά με το Διαδίκτυο ημερησίως;**

1

2-3

>3

**11. Κοινοποιείς προσωπικές σου φωτογραφίες στα ΜΚΔ;**

Ναι  Όχι

**12. Έχεις πέσει ποτέ θύμα κλοπής προσωπικών δεδομένων στο διαδίκτυο;**

Ναι  Όχι

**13. Αν ναι, σε ποιον το έχεις αναφέρει;**

α. Στους φίλους σου

β. Στην οικογένειά σου

γ. Σε κάποιον υπεύθυνο

δ. Σε κανέναν

**14. Στον προσωπικό σου λογαριασμό, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, χρησιμοποιείς τα πραγματικά σου στοιχεία;**

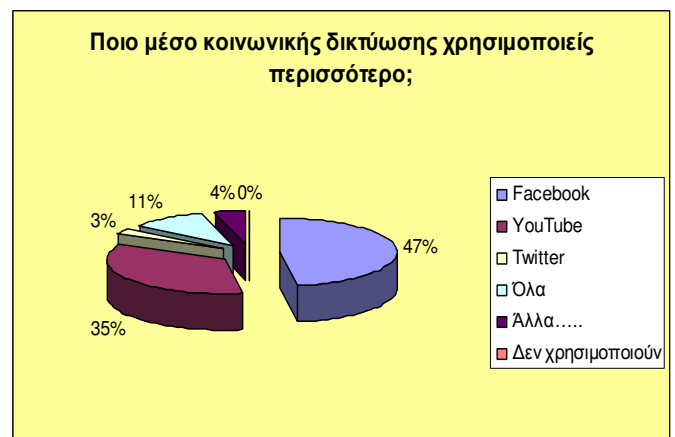
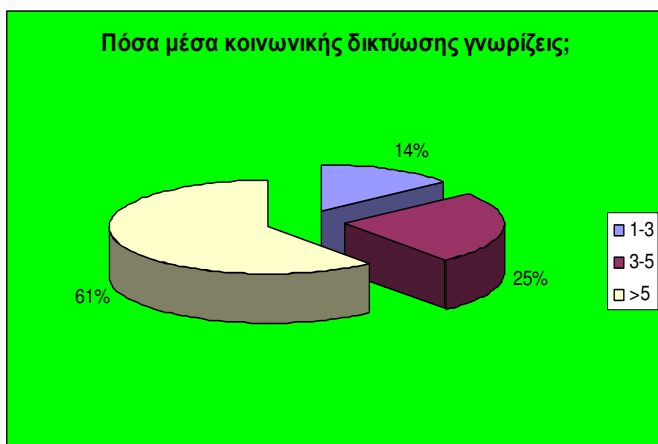
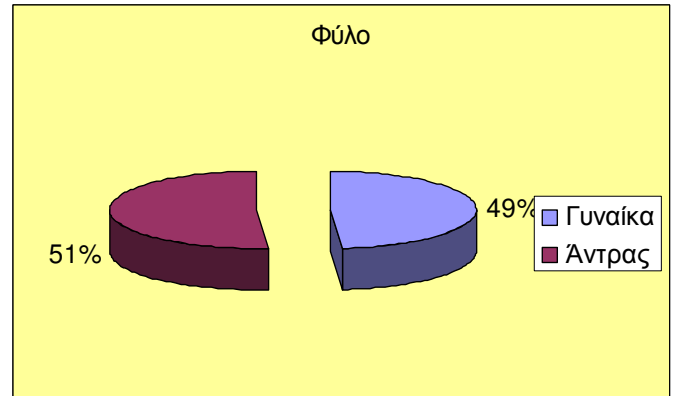
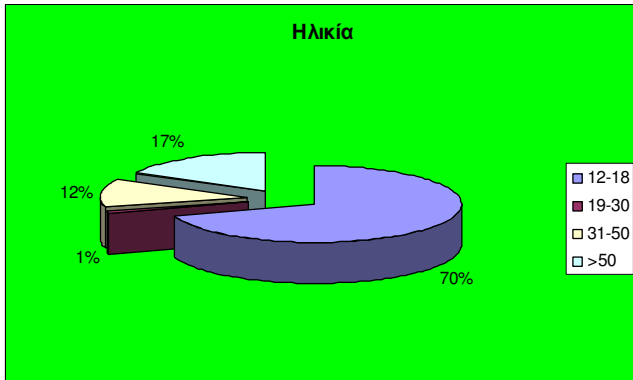
Ναι  Όχι

**15. Οι γονείς σου γνωρίζουν ότι διαθέτεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης; (απάντησε σε αυτή την ερώτηση αν είσαι ανήλικος)**

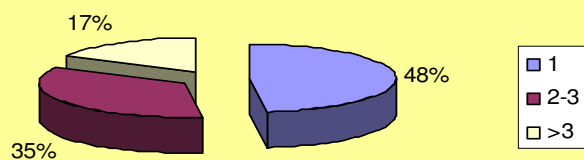
Ναι  Όχι



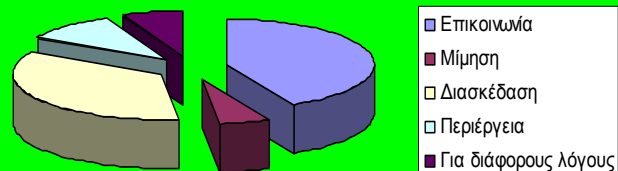
## Αποτελέσματα επεξεργασίας ερωτηματολογίων



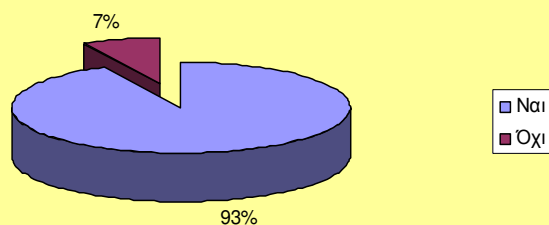
**Πόσες ώρες ασχολείσαι με τα ΜΚΔ και γενικά με το διαδίκτυο ημερησίως ;**



**Ποιος είναι ο κυριότερος λόγος που σε οδήγησε στη δημιουργία ενός λογαριασμού κοινωνικής δικτύωσης**



**Πιστεύεις ότι υπάρχουν κίνδυνοι στο διαδίκτυο;**



**Κοινοποιείς προσωπικές σου φωτογραφίες στο ΜΚΔ;**



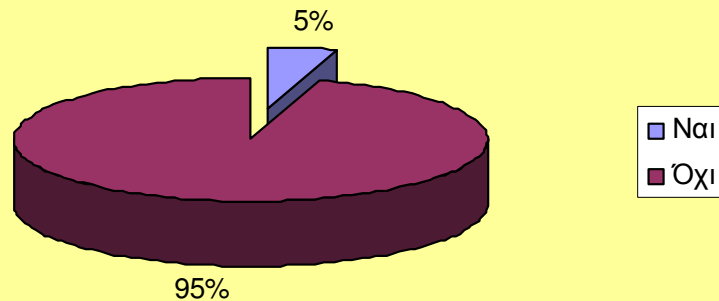
**Στον προσωπικό σου λογαριασμό, στα ΜΚΔ, χρησιμοποιείς τα πραγματικά σου στοιχεία;**



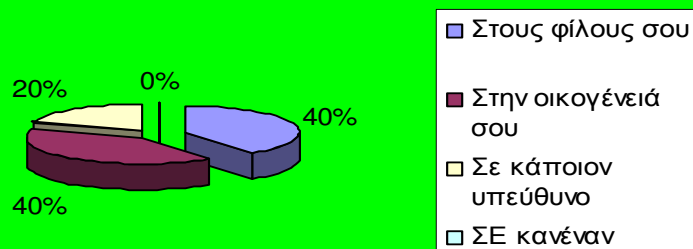
**Έχεις συνομιλήσει με κάποιον/κάποια που δεν γνωρίζεις μέσω διαδικτύου;**



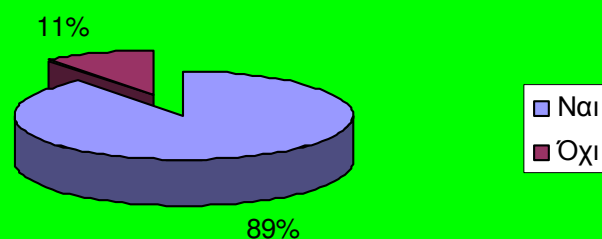
**Έχεις πέσει ποτέ θύμα κλοπής προσωπικών δεδομένων στο διαδίκτυο ;**



**Αν ναι, σε ποιον το έχεις πει;**

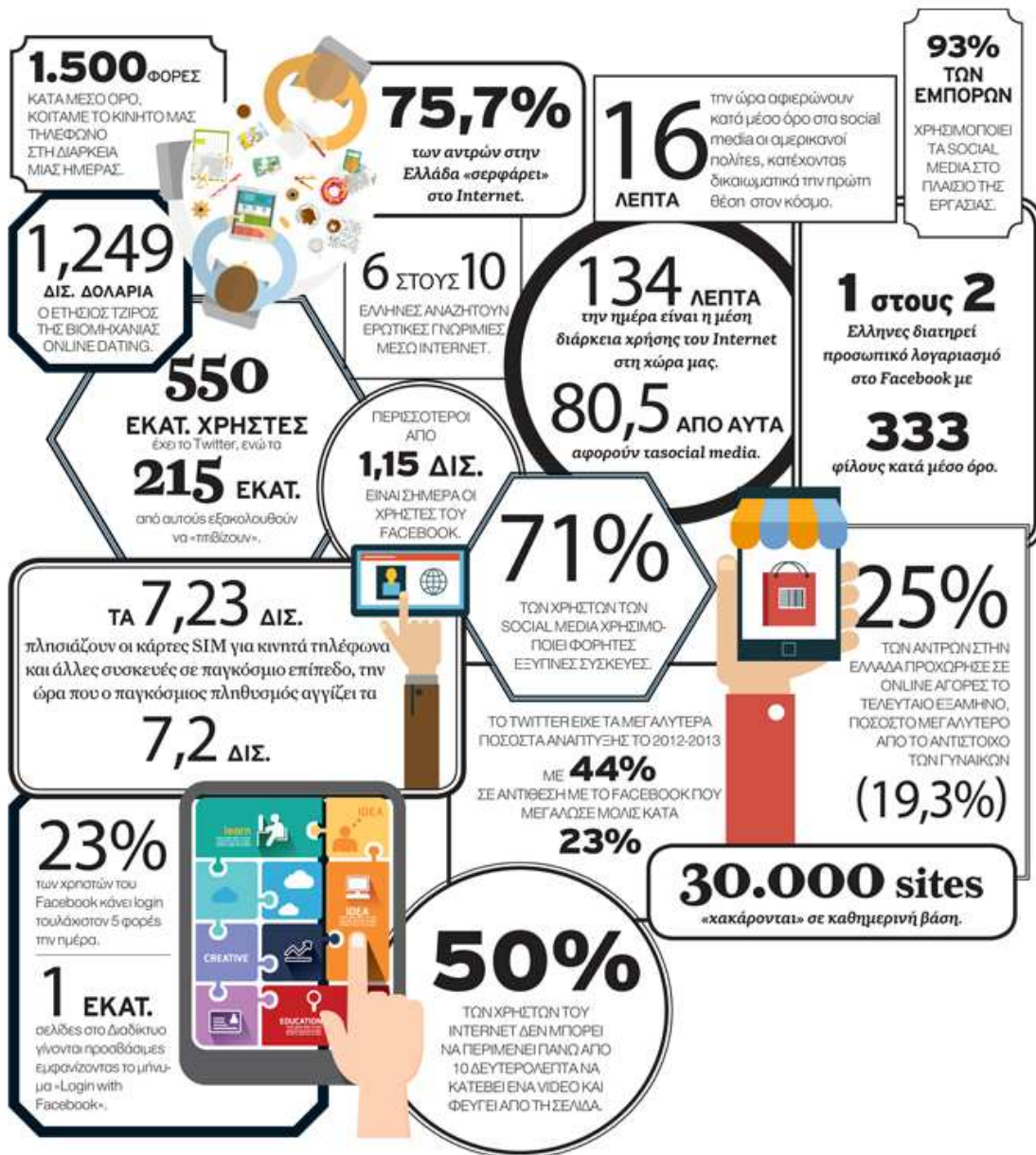


**Οι γονείς σου γνωρίζουν ότι διαθέτεις λογαριασμό σε κάποιο ΜΚΔ ;  
(Απάντησε σε αυτή την ερώτηση αν είσαι ανήλικος)**





# Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στον τύπο...



## **Εργαλείο δουλειάς το Facebook**



**ΣΑΝ ΦΡΑΝΣΙΣΚΟ.** Νέα ιστοσελίδα σχεδιάζει το Facebook, σε μια προσπάθεια να διεισδύσει στην αγορά των εφαρμογών γραφείου. Με τη σελίδα «Facebook at Work», η εταιρεία του Μαρκ Ζούκερμπεργκ με το 1 δισ. μέλη, φιλοδοξεί έτσι να ανταγωνισθεί τις κορυφαίες εταιρείες του χώρου: Google, Microsoft και LinkedIn.

### **Ανταγωνιστικό προϊόν**

Το νέο «προϊόν», όπως σωστά το χαρακτηρίζει στο χθεσινό της πρωτοσέλιδο άρθρο η εφημερίδα «Financial Times», θα επιτρέπει στους χρήστες να ανταλλάσσουν μηνύματα με τους συναδέλφους τους, να έρχονται σε επικοινωνία με τις επαγγελματικές τους επαφές και να συνεργάζονται στη δημιουργία ηλεκτρονικών εγγράφων. Όλες οι παραπάνω λειτουργίες είναι ευθέως ανταγωνιστικές εκείνων των δημοφιλών εφαρμογών Google Drive και Microsoft Office.

Η νέα σελίδα θα μοιάζει με αυτή του Facebook, δίνοντας όμως τη δυνατότητα στους χρήστες να διατηρούν τις φωτογραφίες των διακοπών τους ή τις οργισμένες δηλώσεις τους έξω από τον χώρο εργασίας.

### **Η εμπορική σελίδα**

Οι εργαζόμενοι στο Facebook χρησιμοποιούν εδώ και χρόνια τη σελίδα για τη δουλειά τους. Η δημιουργία εμπορικής σελίδας ξεκίνησε, όμως, μόλις πέρυσι, σε μία προσπάθεια αποκαθής της LinkedIn από την πρωτοκαθεδρία της δικτύωσης μεταξύ εργαζομένων. Τη σελίδα της LinkedIn χρησιμοποιούν κάθε μήνα 90 εκατ. χρήστες.

Για να καταστεί, όμως, αναπόσπαστο τμήμα του εργασιακού χώρου, το Facebook θα πρέπει πρώτα να κερδίσει την εμπιστοσύνη εταιρειών και οργανισμών, που επιθυμούν τη διατήρηση του απόρρητου χαρακτήρα των εσωτερικών τους επικοινωνιών. Πολλές επιχειρήσεις απαγορεύουν τη χρήση του Facebook στους χώρους εργασίας τους, έχοντας διαπιστώσει ότι οι εργαζόμενοι χάνουν χρόνο σε αυτό.

Το Facebook εξελίχθηκε μέσα σε μια δεκαετία, από μικρή ιστοσελίδα για τη χρήση των φοιτητών του Χάρβαρντ, σε παγκόσμιο δίκτυο, στο οποίο 1,35 δισ. άνθρωποι



συνδέονται κάθε μήνα, με τα δύο τρίτα από αυτούς να επισκέπτονται τη σελίδα του δικτύου σε καθημερινή βάση.

### **Επικρίσεις για ασφάλεια**

Η εταιρεία έχει δεχθεί, όμως, έντονες επικρίσεις για τη χρήση των δεδομένων χρηστών. Ο ιδρυτής του Facebook, Μαρκ Ζούκερμπεργκ, είπε στην ετήσια συνέλευση των μετόχων, νωρίτερα φέτος, ότι οι πρόσφατες αλλαγές, που ενισχύουν την προστασία των δεδομένων χρηστών, αποτελούν σημαντικό σταθμό στην ιστορία της εταιρείας. Σύμφωνα με τις πρώτες πληροφορίες, η εταιρεία του Ζούκερμπεργκ δεν σκοπεύει να χρεώσει τους χρήστες της για τη νέα υπηρεσία Facebook at Work, σε μια προσπάθεια να καταστήσει τη σελίδα δημοφιλή.

Το Facebook εξασφαλίζει το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων του από τη διαφήμιση, ενώ όσο περισσότερο χρόνο ο χρήστης παραμένει συνδεδεμένος στο Facebook, τόσο τα διαφημιστικά έσοδα της εταιρείας αυξάνονται.



## Συμπεράσματα

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν κατακτήσει σημαντική θέση στη ζωή των ανθρώπων. Αποτελούν εργαλείο επικοινωνίας μεταξύ αυτών και των φίλων τους. Επίσης μέσα από αυτά μπορούν να κάνουν νέες γνωριμίες. 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, τα ενδιαφέροντα, την καταγωγή, κ.α.

Το πιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης, όπως προκύπτει από την έρευνα που διενεργήσαμε, που χρησιμοποιούν όχι μόνο οι έφηβοι αλλά γενικά οι περισσότεροι άνθρωποι παγκοσμίως, είναι το Facebook. Εκεί ο καθένας μπορεί να αναρτά πληροφορίες, φωτογραφίες, βίντεο και να ανταλλάσσει σχόλια με τους άλλους φίλους του. Επιπλέον έχει τη δυνατότητα να μιλάει με φίλους. Τα τελευταία χρόνια, ο ρυθμός εμφάνισης νέων κοινωνικών μέσων δικτύωσης αυξάνεται με πολύ γρήγορους ρυθμούς. Σήμερα, έστω και μια φορά οι μαθητές έχουν χρησιμοποιήσει κάποιο είδος κοινωνικού μέσου δικτύωσης, από τη διατήρηση ενός blog, τη συμμετοχή σε ένα forum, τη χρήση Skype ή την προβολή ενός βίντεο στο YouTube. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μετατρέπουν κάτι απλό και καθημερινό σε γεγονός με κοινωνική αξία, καθημερινές, ανθρώπινες σχέσεις περνούν σε άλλη διάσταση και αυτή είναι "η μαγεία των κοινωνικών δικτύων". Επίσης, προέκυψε ότι ο αντρικός πληθυσμός τα χρησιμοποιεί περισσότερο και σχεδόν όλοι όσοι απάντησαν χρησιμοποιούν πάνω από ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης.

Επίσης διαπιστώνουμε είναι ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τα χρησιμοποιούν περισσότερο άτομα ηλικίας 12-18 ετών. Όπως ήταν αναμενόμενο οι άνεργοι ασχολούνται περισσότερο από τους εργαζόμενους με τα ΜΚΔ. Οι κύριοι λόγοι δημιουργίας ενός προφίλ σε ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης είναι η διασκέδαση και η επικοινωνία. Αν και οι περισσότεροι γνωρίζουν ότι υπάρχουν κίνδυνοι στο διαδίκτυο έχουν συνομιλήσει τουλάχιστον μια φορά με άνθρωπο που δεν γνωρίζουν ή ανεβάζουν προσωπικές τους φωτογραφίες και χρησιμοποιούν προσωπικά δεδομένα, με αποτέλεσμα κάποιοι να πέφτουν θύμα κλοπής προσωπικών δεδομένων. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ανθρώπων που έχουν λογαριασμό σε σελίδα κοινωνικής δικτύωσης ξοδεύουν τουλάχιστον μία (1) ώρα καθημερινά. Οι περισσότεροι γονείς γνωρίζουν ότι τα παιδιά τους έχουν λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.



Τα πλεονεκτήματα που έχουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι πολλά αλλά κάθε άνθρωπος τα χρησιμοποιεί για διαφορετικούς σκοπούς. Πολλές έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε αυτόν τον τομέα έχουν δείξει ότι ένα σημαντικό ποσοστό χρησιμοποιεί τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για ψυχαγωγία, για επικοινωνία και τέλος για την ενεργοποίηση του ευρύτερου κοινωνικού διαλόγου.

***Καταλήγουμε λοιπόν στο συμπέρασμα ότι τα Μ.Κ.Δ. πρέπει και μπορούν να χρησιμοποιούνται από όλους, αρκεί αυτό να γίνεται με μέτρο και υπευθυνότητα.***



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



Οι μαθητές δημιούργησαν Σύννεφα Εννοιών σχετικά με το θέμα της εργασίας χρησιμοποιώντας τις δυνατότητες του δικτυακού τόπου [www.taxedo.com](http://www.taxedo.com). Στη συνέχεια κατασκεύασαν το παραπάνω κολάζ ([www.photovisi.com](http://www.photovisi.com)).



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΠΗΓΕΣ**

- [http://plinet.kas.sch.gr/project/attachments/article/157/project\\_B\\_tetramino\\_2011\\_2012.pdf](http://plinet.kas.sch.gr/project/attachments/article/157/project_B_tetramino_2011_2012.pdf)
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Pinterest>
- <http://lyk-gl-neron.att.sch.gr/autosch/joomla15/images/project2011-12/social1.pdf>
- [http://www.perceptum.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=30:social-sites&catid=3:nov09&Itemid=14](http://www.perceptum.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=30:social-sites&catid=3:nov09&Itemid=14)
- <http://el.wikipedia.org/wiki/Tumblr>
- [http://el.wikibooks.org/wiki/Κοινωνικά\\_Δίκτυα](http://el.wikibooks.org/wiki/Κοινωνικά_Δίκτυα)
- <http://blogs.sch.gr/1lykespp/files/2012/05/Pleonektimata.pdf>
- <https://sites.google.com/site/mkdsamos/ergasia>
- <http://www.kathimerini.gr/792313/article/tehnologia/diadiaktyo/ergaleio-doyleias-to-facebook>

