

«Το παραφορτωμένο μου μυαλό»

Έφηβοι & κοινωνικά δίκτυα

ΛΥΚΕΙΑΚΕΣ ΤΑΞΕΙΣ
ΠΑΛΑΙΡΟΥ- Α Λυκείου

Πάλαιρος, Ιανουάριος 2018

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	4
Ιστορική Αναδρομή στον παγκόσμιο ιστό.....	5
Τι είναι τα κοινωνικά δίκτυα	5
Η ιστορία των κοινωνικών δικτύων	6
Ιστορική αναδρομή	6
Τα πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα	9
Facebook	9
Twitter	10
Google+.....	10
Circles	11
<i>Google+ Hangouts</i>	12
Youtube	13
Instagram.....	13
LinkedIn	14
Edmodo	14
Χρησιμότητα των κοινωνικών δικτύων.....	14
Χρησιμότητα στην εκπαίδευση	15
Χρησιμότητα στις επιχειρήσεις	16
Άνθρωπος και κοινωνικά δίκτυα.....	17
Ποιοι είναι οι κίνδυνοι των κοινωνικών δικτύων	18
Παιδιά και κοινωνικά δίκτυα	18
Χρήση ανά ηλικία και ηλικιακοί περιορισμοί.	18
Με τι ασχολούνται οι έφηβοι μέσα στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;	19
Τι είναι το Προφίλ, και τι η Ορατότητα του.	19
Πως γίνονται οι «Φίλοι» και πως γίνεται η Διαχείριση Λίστας;	20
Είναι τα Κοινωνικά Δίκτυα ένα νέο Πλαίσιο για την Εφηβική Ανάπτυξη;	20
Τι Ελκύει στα Κοινωνικά Δίκτυα;.....	21
Τι επιπτώσεις έχει η χρήση στη ζωή των εφήβων;	21
Συμπεράσματα.	21
Επιπτώσεις των κοινωνικών δικτύων.....	22
Ατομικές επιπτώσεις των κοινωνικών δικτύων	22
Κοινωνικές επιπτώσεις των κοινωνικών δικτύων	23

Οι συνήθειες και η χρήση των κοινωνικών δικτύων από τους έφηβους	24
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	28
Βιβλιογραφία-Δικτυογραφία	30

Σημείωση του Υπεύθυνου καθηγητή

Σκοπός της ερευνητικής εργασίας είναι:

- A) η διερεύνηση του φαινομένου της έντονης χρήσης των κοινωνικών δικτύων από εφήβους της ηλικιακής ζώνης 15-18 ετών, και
- B) η αποτύπωση συμπερασμάτων σχετικά με τις επιδράσεις της χρήσης των κοινωνικών δικτύων στη ζωή, σχολική και οικογενειακή ζωή και την ανάπτυξη τους.

Τα συμπεράσματα αυτά θα προκύψουν μέσα από την οπτική γωνία του κοινωνικού περιβάλλοντος των εφήβων, των χαρακτηριστικών και ιδιοτεροτήτων της εφηβικής ηλικίας, της τεχνολογικής εξέλιξης και του σύγχρονου τρόπου ζωής. Τίθενται τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

- Τι εννοούμε όταν λέμε κοινωνικό δίκτυο και ποια είναι τα χαρακτηριστικά χρήσης των κοινωνικών δικτύων;
- Ποια η επίδραση της της χρήσης των κοινωνικών δικτύων στην εφηβική ηλικία και στην ψυχολογία του εφήβου;
- Πόσο επιδρά στο οικογενειακό, σχολικό, φιλικό, κοινωνικό περιβάλλον ο τρόπος με τον οποίο αλληλοεπιδρά ο έφηβος στο διαδίκτυο;

Η επιλογή του θέματος έγινε έπειτα από συζήτηση με τους μαθητές και επιλογή του θέματος από ένα σύνολο προτεινόμενων θεμάτων.

Το θέμα ανήκει κατά κόρον μέσα στα πλαίσια του μαθήματος της πληροφορικής, τόσο στο γυμνάσιο όσο και στο Λύκειο αλλά έχει μικρή συνάφεια και με το μάθημα της κοινωνικής και πολιτικής αγωγής όσο αφορά τη διερεύνηση της οπτικής γωνίας των κοινωνικών επιδράσεων που παρατηρούνται από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων και ισχύουσα-υπάρχουσα νομοθεσία.

Ως πηγές αναζήτησης πληροφορίας θα χρησιμοποιηθούν:

- Βιβλία της Σχολικής Βιβλιοθήκης, η προσωπικής βιβλιοθήκης ή σχολικά βιβλία.
- Αναζήτηση από τον παγκόσμιο ιστό:
- Ειδήσεις και επιστημονικά νέα
- Άρθρα στο διαδίκτυο
- Επιστημονικές ομιλίες
- Πτυχιακές και διπλωματικές εργασίες αναρτημένες στο διαδίκτυο

Η ερευνητική αυτή εργασία θα προσπαθήσει να αναπτύξει στους μαθητές την ικανότητα της επικοινωνίας μέσω της ομαδικής εργασίας αλλά και της ικανότητας προσεκτικής ακρόασης και καλλιέργειας σεβασμού στις απόψεις των άλλων.

- Να ασκηθούν οι μαθητές στην αυτενέργεια, στη συλλογική εργασία, να αναπτύξουν κριτική και δημιουργική σχέση με τους άλλους μαθητές.
- Να μάθουν , να ενημερωθούν και να ενημερώσουν , αλλά και να ευαισθητοποιήσουν την τοπική κοινωνία.

Εισαγωγή

Στα πλαίσια του μαθήματος της ερευνητικής εργασίας στο τμήμα της Α` Λυκείου των Λυκειακών Τάξεων Παλαίρου εκπονήθηκε μελέτη με θέμα την κοινωνική δικτύωση και την επίδρασή της στη ζωή των εφήβων.

Σκοπός της εργασίας ήταν να διερευνηθούν οι έννοιες κοινωνικά δίκτυα και κατά πόσο αυτά επιδρούν στις ανθρώπινες σχέσεις. Εμείς οι νέοι, ως χρήστες του διαδικτύου, προβληματιστήκαμε αρκετά για την επιρροή που έχουν στην καθημερινότητα μας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Θελήσαμε λοιπόν να βρούμε τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της χρήσεως τους.

Οι μαθητές της Α` Λυκείου:

ΜΙΡΖΙΑΖΒΙΛΙ	ΜΑΡΙΑΜΙ
ΜΙΧΟΥ	ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ
ΝΤΟΥΡΑΝΤΩΝΗ	ΣΠΥΡΙΔΟΥΛΑ
ΠΑΤΣΟΥΡΑΣ	ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ
ΠΟΛΙΤΗΣ	ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΣΕΡΕΠΙΣΟΥ	ΘΕΟΔΩΡΑ
ΣΤΑΧΤΙΑΡΗ	ΔΗΜΗΤΡΑ
ΤΣΑΚΑΛΗ	ΑΚΡΙΒΗ
ΤΣΑΚΑΛΗΣ	ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΤΣΙΡΩΝΗΣ	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
ΦΡΑΔΕΛΟΣ	ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΧΡΗΣΤΟΥ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ

Ιστορική Αναδρομή στον παγκόσμιο ιστό

Τα τελευταία χρόνια ο «κόσμος» του διαδικτύου, γνωρίζει μεγάλη ανάπτυξη, όχι μόνο ως προς την δομή του αλλά και ως προς την ανέλιξη σημαντικών εφαρμογών. Μια από αυτές είναι και ο Παγκόσμιος Ιστός ή αλλιώς Web . Το Web 1.0 εφευρέθηκε από τον Tim Berners –Lee και τους συνεργάτες του το 1989. Η πρώτη εφαρμογή του είναι ο Ιστός που μόνο διαβάζεται (Read only Web). Δηλαδή η πληροφορία αναζητείται και διαβάζεται. Το είδος της επικοινωνίας χαρακτηρίζεται ως μονόδρομος καθώς δεν υπάρχει άλλου είδους αλληλεπίδραση και κανένα είδος συνεισφοράς από πλευράς των χρηστών. Ως εκ τούτου το Web1.0, από την μια πλευρά δημιούργησε νέα κανάλια επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων σε παγκόσμιο επίπεδο. Από την άλλη όμως, η δομή του, επέτρεπε μόνο την ανάπτυξη μονόδρομης επικοινωνίας μεταξύ των ατόμων καθώς δεν υπήρχε ο κατάλληλο υπόβαθρο ώστε οι χρήστες να επικοινωνούν άμεσα μεταξύ τους. Έτσι λοιπόν, με το πέρασμα του χρόνου το Web1.0 εξελίχθηκε και δημιουργήθηκε το Web2.0.

Ο δημιουργός του Ο' Reiley εξήγησε πως ο όρος προέκυψε κατά τη διαδικασία χρήσης του Web2.0, τόσο από προγραμματιστές όσο και από τελικούς χρήστες. Η διαφορά του με το Web1.0 είναι ότι, το Web 2.0 διαμορφώνεται και αλλάζει συνεχώς από τους χρήστες του .Επομένως το Web2.0 περιγράφει την έννοια της νέας μορφής του Παγκόσμιου Ιστού. Δηλαδή, την ικανότητα των χρηστών να ανταλλάσσουν πληροφορίες και να αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα του Web2.0 είναι η ιστοσελίδα της Wikipedia, όπου οι χρήστες μπορούν είτε διαμορφώσουν το περιεχόμενο της είτε να παρέμβουν σε αυτό. Συνεπώς το Web2.0 ενθαρρύνει τη συμμετοχή, την επικοινωνία, την δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των χρηστών και παράλληλα δημιουργεί ένα περιβάλλον μέσα από το οποίο υπάρχει ελευθερία ανταλλαγής και διαμοιρασμού πληροφοριών και δεδομένων.

Η εξέλιξη του Παγκόσμιου Ιστού από Web1.0 σε Web 2.0 οδήγησε στην δημιουργία του «Κοινωνικού Ιστού» ή όπως έχει επικρατήσει “ Social Web ”. Όπως έγινε και με το Web 2.0, έτσι γίνεται και με τον Κοινωνικό Ιστό. Δηλαδή, οι χρήστες μπορούν τόσο να διαμορφώσουν όσο και να διαμοιραστούν το περιεχόμενο του. Άρα γίνεται κατανοητό πως ο κοινωνικός ιστός αποτελεί μια μορφή κοινωνικού δικτύου. Ο κοινωνικός ιστός θυσιαστικά αποτελεί μια οντότητα κοινωνικών σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ των ατόμων μέσα από τις εφαρμογές του Παγκόσμιου Ιστού. Όπως ήδη προαναφέρθηκε, το Web 2.0, έχτισε τις βάσεις ώστε να μπορέσουν οι χρήστες να αλληλοεπιδράσουν, να επικοινωνήσουν, να εκφραστούν, να συμβάλλουν ακόμη και να παρέμβουν στο περιεχόμενο του διαδικτύου. Υποστηρίζεται από πολλούς, πως ένα από τα βασικότερα χαρακτηριστικά του Ιστού αυτού είναι ο τρόπος με τον οποίο τα άτομα χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης , γνωστός και ως User Generated Content .Το User Generated Content διαθέτει πολλές μορφές στο διαδίκτυο. Μερικές από αυτές είναι ο ήχος, η εικόνα, τα σχόλια των χρηστών, κλπ. Συνεπώς το User Generated Content ουσιαστικά περιγράφει τη δομή ενός περιεχομένου, το οποίο έχει διαμορφωθεί και δημοσιευτεί από κάποιο χρήστη σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης.

Τι είναι τα κοινωνικά δίκτυα

Κοινωνικά δίκτυα - ή αλλιώς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης- είναι διαδικτυακές κοινότητες που επιτρέπουν κοινωνική αλληλεπίδραση ανάμεσα στους χρήστες τους, μέσω υπολογιστή και σε απευθείας σύνδεση. Τα πρώτα δίκτυα παρουσιάστηκαν πριν μόλις 15 χρόνια, και μέχρι σήμερα έχουν προσελκύσει πάνω από μισό δισεκατομμύριο χρήστες (750 εκ. χρήστες μόνο στο Facebook τον Ιούνιο του 2011) και έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της νεανικής κουλτούρας.

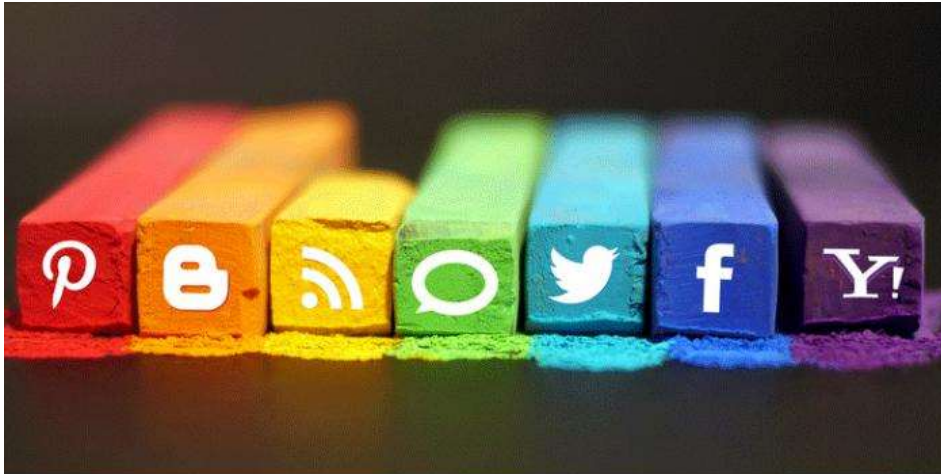
Επιστημονικός ορισμός

Τα κοινωνικά δίκτυα ορίζονται σαν ένα σύνολο από actors (άνθρωποι, οργανισμοί ή άλλες κοινωνικές ομάδες) και ένα σύνολο από τις σχέσεις (φιλίες, δεσμοί, χρηματικές συναλλαγές κ.α.) τους – ή την έλλειψη αυτών – ανάμεσα στους actors. Κοινωνικά δίκτυα δηλαδή συναντώνται παντού και πάντα από τους πρώτους χριστιανούς έως στο World Wide Web και έχουν μελετηθεί ενδελεχώς από τους κοινωνιολόγους. Ένα παράδειγμα κοινωνικού δικτύου είναι οι φοιτητικές παρατάξεις μέσα στα ελληνικά πανεπιστήμια

"Τα online κοινωνικά δίκτυα ορίζονται ως web-based (διαδικτυακές) υπηρεσίες που επιτρέπουν τα άτομα:

- (1) να δημιουργήσουν ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα οριοθετημένο σύστημα,
- (2) να επικοινωνήσουν με μια λίστα από άλλους χρήστες με τους οποίους μοιράζονται μια μορφή σύνδεσης και
- (3) να δουν και να διανείμουν την δικιά τους λίστα των συνδέσεων και αυτών που φτιάχτηκαν από άλλους μέσα στο σύστημα".

Η ιστορία των κοινωνικών δικτύων



Ιστορική αναδρομή

Ο όρος κοινωνικά δίκτυα είναι στη μόδα τα τελευταία χρόνια, ωστόσο η εμφάνισή τους έγινε πολλά χρόνια πριν. Στην ουσία πρόκειται για μια φυσική εξέλιξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας.

Ως μέσα μαζικής επικοινωνίας ορίζονται τα μέσα για την επικοινωνία και την προμήθεια πληροφοριών σε ένα ευρύ κοινό σε έντυπη, ακουστική ή οπτική μορφή. Τέτοια μέσα αποτελούν η εφημερίδα, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο αλλά ακόμα και οι ταχυδρομικές υπηρεσίες που συναντάμε στην Περσία το 550 π.Χ.

Από την άλλη το ίδιο το internet αποτέλεσε κοινωνικό δίκτυο από μόνο του αφού ένωσε ανθρώπους από όλες τις άκρες της γης.

Η διαφορά στα παραδοσιακά μέσα μαζικής επικοινωνίας είναι ότι αποτελούν πομπούς πληροφόρησης, οι οποίοι όμως δημιουργούν κανάλια επικοινωνίας μίας κατεύθυνσης, μη παρέχοντας την δυνατότητα στους χρήστες να μοιραστούν τις απόψεις τους. Με την έλευση του Web 2.0 όμως υπερισήλη το στοιχείο της διαδραστικότητας και της αλληλεπίδρασης στα μέσα επικοινωνίας επιτρέποντας έτσι την ενεργή συμμετοχή των χρηστών.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται κάποιοι από τους σημαντικότερους σταθμούς στην εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Στην εικόνα που παρατίθεται δεξιά μπορούμε να δούμε το έτος δημιουργίας αλλά και την εικονική αναπαράσταση - λογότυπο κάποιων από τα σημαντικότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

- 1971: στάλθηκε το πρώτο e-mail. Τα κοινωνικά δίκτυα βασίστηκαν στην ιδέα μεμονωμένων ηλεκτρονικών υπολογιστών που συνδέονται ηλεκτρονικά. Κατά τις αρχικές αυτές προσπάθειες δημιουργήθηκαν τα USENET, APRANET, LISTSER και υπηρεσίες bulletin(BBS)
- 1994: Πρώτες online κοινότητες με μορφή chatrooms. Όπως τα THE WELL(1985), Theglobe.com(1994), Geocities(1994) και Tripod(1995)
- 1995 YAHOO: εταιρία διαδικτυακών υπηρεσιών.(1994 ιδρύεται-1995 μπαίνει στο χρηματιστήριο)
- Classmates (1995) εστίαζε στην επικοινωνία μεταξύ παλιών συμμαθητών.
- 1997 Sixdegrees: έδινε τη δυνατότητα δημιουργίας προφίλ, αποστολής μηνυμάτων σε φίλους και την αναζήτηση ατόμων με συναφή ενδιαφέροντα. Το sixdegrees ήταν το πρώτο που τα συνδύαζε όλα.
- 1997: Η υπηρεσία AOL έδωσε για πρώτη φορά τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας μεταξύ χρηστών με γραπτά μηνύματα, δηλαδή αποστολή και παραλαβή σε πραγματικό χρόνο (1997), πρόσφατα συνεργάστηκε και με το Facebook.
- 1997: Asian Avene, ιστοσελίδα ασιατικής κοινωνικής δικτύωσης που απευθύνεται στην ασιατική αμερικανική κοινότητα
- 1999Q Εμφανίζονται τα πρώτα Blogστα blogs (1999-2003).
- 2001: Blackplanet μια αφρικανική αμερικανική υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης.
- 2003: LinkedIn, ένας ιστοχώρος επαγγελματικής κοινωνικής δικτύωσης (ίδρυση 2002 και έναρξη 2003)
- 2004: Ξεκίνησε τη λειτουργία του το πλέον δημοφιλές Facebook
- 2005: You tube (κοινοποίηση, αναπαραγωγή και διαμοιρασμός βίντεο)
- 2006: Twitter (κύριο χαρακτηριστικό η ενημέρωση)
-

Ένα τελικό συμπέρασμα είναι ότι τα κοινωνικά δίκτυα εξελίσσονται και αναβαθμίζονται μέρα με την μέρα για να καλύψουν τις απαιτήσεις των χρηστών. Πολλές φορές οδηγούνται σε συγχωνεύσεις προκειμένου να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν (π.χ το instagram εξαγοράστηκε από το facebook).



Τα πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα

Facebook

Πως ξεκίνησε

Το Facebook είναι ένας ιστότοπος που ξεκίνησε στις 5 Ιανουαρίου του 2005. Δημιουργήθηκε από το Μαρκ Ζούκερμπεργκ, ενώ ακόμη σπούδαζε στο πανεπιστήμιο του Harvard. Στις 23 Οκτώβρη του 2003 δημιούργησε μια πλατφόρμα που ο ίδιος ονόμασε Facemash. Όπως αναφέρθηκε στο περιοδικό του πανεπιστημίου ο ιστότοπος αρχικά χρησιμοποιούσε φωτογραφίες από τις ιστοσελίδες εννιά σπιτιών, τις οποίες τοποθετούσε δίπλα δίπλα και ζητούσε από τους χρήστες της να διαλέξουν ποια είναι η καλύτερη. Ο Ζούκερμπεργκ κατάφερε να εισχωρήσει στις προστατευμένες περιοχές του υπολογιστικού δικτύου του Harvard και να αντιγράψει τις προσωπικές φωτογραφίες ταυτοτήτων των φοιτητών. Το facemash κατάφερε να προσελκύσει 450 διαδικτυακούς επισκέπτες και να πετύχει 22,000 επισκέψεις στις φωτογραφίες που είχε καταχωρήσει μέσα στις τέσσερις πρώτες ώρες λειτουργίας του. Ο ιστότοπος έγινε πολύ γρήγορα γνωστός και σε άλλες σχολές του πανεπιστημίου, ώσπου μερικές μέρες αργότερα η διοίκηση του πανεπιστημίου έκλεισε τον ιστότοπο. Ο Ζούκερμπεργκ αποβλήθηκε και κατηγορήθηκε για παραβίαση της ασφάλειας, των πνευματικών δικαιωμάτων και των προσωπικών δεδομένων. Οι κατηγορίες αποσύρθηκαν και ο Ζούκερμπεργκ τον Ιανουάριο του 2004 ξεκίνησε να γράφει έναν αλγόριθμο για ένα καινούριο ιστότοπο. Ο ίδιος έχει δηλώσει πως εμπνεύστηκε από το πρώτο του ιστότοπο, το Facemash. Στις 4 Φλεβάρη του 2004, ο Ζούκερμπεργκ λάνσαρε την σελίδα "The Facebook". Το Μάρτιο της ίδιας χρονιάς το Facebook είχε επεκταθεί σε πολλά πανεπιστήμια της Αμερικής ενώ το 2006 το δικαίωμα πρόσβασης επεκτάθηκε σε κάθε άνθρωπο του πλανήτη που είναι άνω των 13 ετών

Το facebook σήμερα είναι το δημοφιλέστερο μέσο κοινωνικής δικτύωσης με πάνω από 829 εκατ. καθημερινούς χρήστες. Με το facebook μαθαίνουμε τα νέα φίλων και γνωστών, επικοινωνούμε με μηνύματα, ενημερωνόμαστε από επιχειρήσεις και σελίδες άλλων ενδιαφερόντων. Οι χρήστες που είναι άνω των 13 ετών μπορούν να φτιάξουν το δικό τους προφίλ το οποίο ενημερώνουν με προσωπικές πληροφορίες, φωτογραφίες, μουσική, βίντεο κλπ. Από τη στιγμή που έχει κάποιος προφίλ μπορεί να στέλνει αιτήματα φιλίας σε άλλους χρήστες και εκείνοι τον δέχονται ή τον απορρίπτουν. Αν γίνει "φίλος" με κάποιους χρήστες, έχει τη δυνατότητα να βλέπει δημοσιεύσεις και μερική από τη δραστηριότητά τους στην αρχική του σελίδα. Μπορεί να συμμετέχει σε ομάδες (groups) που έχουν οποιαδήποτε θεματολογία ανάλογα με τα ενδιαφέροντά του. Επίσης μπορεί κάνοντας "like" να ακολουθεί σελίδες οι οποίες αντιπροσωπεύουν κάποιο διάσημο πρόσωπο (τραγουδιστή, ηθοποιό, μοντέλο κλπ) ή και επιχειρήσεις. Σημαντική λειτουργία του facebook είναι και το "chat" όπου του δίνεται η δυνατότητα εισερχομένων μηνυμάτων. Οι πιο διαδεδομένες λειτουργίες του είναι το "like" (μου αρέσει), το "share" (κοινοποίηση) και τα "comments" (σχόλια). Φυσικά από το facebook δεν θα μπορούσαν να λείπουν τα παιχνίδια! Κάθε χρήστης μπορεί να αξιοποιήσει το συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο ανάλογα με τους δικούς του σκοπούς και για το πετύχει αυτό καλό είναι να ενημερώνεται συνεχώς για τα νέα και τους οδηγούς του facebook.

Σήμερα το Facebook, αποκαλείται ως «η τρίτη μεγαλύτερη χώρα του κόσμου» καθώς κατέχει πάνω από 1 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες, κατατάσσοντας το ως μια από τις δημοφιλέστερες ιστοσελίδες του πλανήτη (δεύτερο μετά το Google). Η σελίδα είναι προσβάσιμη σε πάνω από 70 γλώσσες. Το 55% των χρηστών του διαδικτύου παγκοσμίως αφιερώνει 1 από τα συνολικά 7 λεπτά που βρίσκονται συνολικά στο διαδίκτυο στην χρήση του, ενώ περίπου 3 εκατ. σχόλια και «likes» πραγματοποιούνται ημερησίως. Ο μέσος χρόνος που αφιερώνουν τα άτομα καθημερινά στο Facebook είναι κατά μέσο όρο 23:28 λεπτά. (Alexa.com), πράγμα που δικαιολογείται από το γεγονός πως οι υπηρεσίες του Facebook έχουν εξελιχθεί τόσο ώστε να κρατούν το ενδιαφέρον των χρηστών του. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι υπηρεσίες που προσφέρει η ιστοσελίδα όσο αφορά τη διασκέδαση. Μετά από έρευνα που πραγματοποιήθηκε, έγινε αντιληπτό πως οι χρήστες

αφιερώνουν τουλάχιστον το 1/3 του χρόνου τους σε διάφορες εφαρμογές του Facebook ενώ μεγαλύτερη απήχηση στο ευρύ κοινό έχουν τα παιχνίδια που προσφέρει η υπηρεσία.

Twitter

Το Twitter αποτελεί το επόμενο δημοφιλέστερο κοινωνικό δίκτυο από το Facebook . Δημιουργήθηκε το Μάρτιο του 2006 στο Σαν Φρανσίσκο της Καλιφόρνιας από τον Jack Dorsey. Έκανε την ανατροπή το 2011 , καθώς την συγκεκριμένη χρονιά 300 εκατομμύρια άνθρωποι παγκοσμίως έγιναν χρήστες της υπηρεσίας. Το Twitter ανήκει στα microblogs και επιτρέπει στους χρήστες να στέλνουν, να διαβάζουν κείμενα καθώς και να διαβάζουν μηνύματα άλλων χρηστών. Το περιεχόμενο των κειμένων πρέπει να αποτελείται από 140 χαρακτήρες και αποτελούν τα λεγόμενα « tweets ». Μέσω του Twitter κάθε χρήστης μπορεί να γράφει την κατάσταση στην οποία βρίσκεται κάποια συγκεκριμένη στιγμή ή ακόμα και τη διάθεση του και να συνομιλεί με τους άλλους χρήστες μέσω σύντομων μηνυμάτων. Δεν είναι τυχαίο ότι το Twitter είναι γνωστό ως « sms του διαδικτύου». Κατά τη διάρκεια του 2011 καταγράφηκαν διεθνώς πάνω από 300 εκατομμύρια tweets . Η χρήση του Twitter είναι πολύ απλή. Αρχικά θα πρέπει ο χρήστης να δημιουργήσει ένα λογαριασμό και να διαμορφώσει το προσωπικό του προφίλ. Στην ουσία κάθε μέλος δημιουργεί ένα δίκτυο ανθρώπων που μπορεί να είναι φίλοι, οικογένεια, συνάδελφοι κλπ και τους προσκαλεί να το ακολουθήσουν, το γνωστό « Follow», ώστε να μπορούν να επικοινωνούν. Γενικά ισχύει η λογική « Σ' ακολουθώ – Με ακολουθείς».

Το Twitter ωστόσο, έχει περισσότερο ενημερωτικό χαρακτήρα από τα άλλα κοινωνικά δίκτυα και έχει εξελιχθεί σε εργαλείο εναλλακτικής ενημέρωσης , καθώς από το 2007 παρέχει τη δυνατότητα της ζωντανής αναμετάδοσης ενός γεγονότος. Γ Για αυτό και αποτελεί το κύριο μέσο ανάπτυξης πολιτικής επικοινωνίας. Πλέον οι πολιτικοί έχουν δημιουργήσει δικά τους προφίλ επικοινωνώντας έτσι με το ευρύ κοινό, δημοσιεύοντας τις απόψεις τους, ενώ δεν είναι λίγες οι φορές που έρχονται σε αντιπαράθεση με άλλα πολιτικά πρόσωπα.

Όσον αφορά την ελληνική πραγματικότητα, το twitter είναι επίσης ένα από τα δημοφιλέστερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Χρησιμοποιείται κυρίως για ενημέρωση και στην Ελλάδα ακούγεται ως το μέσο της ατάκας. Η διαφορά του σε σχέση με τα άλλα μέσα είναι ότι οι δημοσιεύσεις έχουν όριο 140 χαρακτήρες. Και εδώ ο χρήστης φτιάχνει το δικό του προφίλ το οποίο αποτελείται από εικόνες και βασικές πληροφορίες όπως ένα μικρό βιογραφικό, το username κλπ. Το username χρησιμοποιείται περισσότερο και από το όνομα καθώς για να αναφέρει ένας χρήστης έναν άλλον πρέπει να χρησιμοποιήσει το ψευδώνυμο. Οι δημοσιεύσεις εδώ ονομάζονται "tweets" και εμφανίζονται όλες στην αρχική σελίδα σε αντίθεση με το facebook που δεν τις δείχνει όλες στην αρχική του σελίδα. Οι βασικές λειτουργίες του είναι το "retweet" με το οποίο κοινοποιεί ο χρήστης ένα tweet, το "favorite" που είναι σαν το like του facebook και το "reply" με το απαντάει σε ένα tweet. Τέλος εδώ δεν υπάρχουν "φίλοι" αλλά οι "followers" και για τους χρήστες δεν είναι απαραίτητο να ακολουθεί ο ένας τον άλλον. Βέβαια τα περισσότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνεχώς αναβαθμίζονται και αλλάζουν κάποια χαρακτηριστικά τους γι' αυτό καλό είναι για την καλύτερη χρήση τους να ενημερωνόμαστε για τα νέα και τους οδηγούς τους.

Google+

Ακόμα ένα κοινωνικό δίκτυο με πάρα πολλούς χρήστες. Πολλοί όμως το χαρακτηρίζουν ως πόλη φάντασμα καθώς πολλοί χρήστες κάποια στιγμή έφτιαξαν ένα προφίλ το παράτησαν όμως γρήγορα. Έχει πλειοψηφία σε άνδρες χρήστες και κάποιοι θεωρούν ότι σαν κοινωνικό δίκτυο έχει ποιοτικό περιεχόμενο. Για την Google θεωρείται σαν μια social πλατφόρμα πάνω στην οποία έχει συνδέσει όλες τις υπόλοιπες υπηρεσίες της, αφού το google+ χρησιμοποιείται για υπηρεσίες όπως το youtube, το Gmail κλπ. Και εδώ ο χρήστης δημιουργεί το δικό του προφίλ παρουσιάζοντας βασικές πληροφορίες όπως εκπαίδευση, εργασία κλπ. Λειτουργεί όπως και το twitter αφού και εδώ δεν υπάρχουν "φιλίες", εδώ λέμε ότι ένας χρήστης "κυκλώνει" κάποιον άλλον. Με τους κύκλους ο χρήστης κατηγοριοποιεί όσους ακολουθεί και μέσω της αρχικής του σελίδας ενημερώνεται για κάθε κύκλο χρηστών ή για όλους τους χρήστες. Στο google+ μπορεί κανείς να βρει πολλές σελίδες επιχειρήσεων και άλλων ειδών όμως ένα πολύ βασικό κομμάτι του είναι οι "κοινότητες" οι οποίες θυμίζουν τις ομάδες του facebook είναι όμως πιο εύχρηστες καθώς περιέχουν πολλές ενότητες θεμάτων. Βασική λειτουργία είναι το +1 το οποίο χρησιμοποιείται όπως το like, την κοινοποίηση και τα σχόλια. Αυτό που το διαφοροποιεί από τα άλλα δίκτυα είναι η υπηρεσία Hangouts για βίντεο κλήσεις έως 10 χρηστών. Τέλος ο τομέας των φωτογραφιών είναι ένα κομμάτι στο οποίο αξίζει να αναφερθούμε διότι αμέσως μετά το upload του χρήστη μπορεί να γίνει αυτόματη βελτίωση και επεξεργασία ειδικά στις κινητές συσκευές δημιουργούνται και διάφορα όμορφα εφέ στις φωτογραφίες των χρηστών.

Χαρακτηριστικά

Το Google + διαθέτει ποικίλα χαρακτηριστικά. Τα σημαντικότερα από αυτά είναι:

Το «ρεύμα », το οποίο καταλαμβάνει στο κέντρο του τρεις στήλες στις οποίες οι χρήστες βλέπουν τα μηνύματα από τους φίλους τους οποίους έχουν επιλέξει για να συνομιλούν. Υπάρχει ένα πλαίσιο εισαγωγής το οποίο επιτρέπει στους χρήστες να εισάγουν μία θέση. Μαζί με το πεδίο εισαγωγής κειμένου υπάρχουν εικονίδια προκειμένου να ανεβάσει κάποιος τις φωτογραφίες και τα βίντεο που θέλει να μοιραστεί. Τέλος, το «ρεύμα» έχει τη δυνατότητα να δείξει αναρτήσεις από συγκεκριμένους κύκλους.

Circles

Η έννοια της Circles είναι ένα σημαντικό μέρος του Google+. Σε αυτό μπορείτε να επιλέξετε ποιους θέλετε στις επαφές σας. Μπορείτε να έχετε ένα οικογενειακό κύκλο, έναν BFF Circle, συνεργάτες Circle, και ακόμη και ένα "Eric bros" Circle. Ένα από τα δυσκολότερα πράγματα για το Facebook που έγινε τόσο δημοφιλές είναι ότι ο καθένας είναι σε αυτό και όλοι είναι φίλοι με σας.

Οι περισσότεροι από εμάς είμαστε φίλοι με πολλά μέλη της οικογένειας και με συνεργάτες μας στο Facebook, και θα θέλαμε να μάθουμε για το τι σχεδιάζουν . Ωστόσο, δεν θέλουμε πάντα να μοιραζόμαστε τα πάντα μαζί τους. Η Google σας επιτρέπει να επιλέξετε ποια άτομα θέλετε σε ποιο Circle. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε στη συνέχεια αυτά τα Circles για όλες τις δραστηριότητά σας στο Google+, στο οποίο θα εμβαθύνουμε παρακάτω.

Οι κύκλοι, οι οποίοι επιτρέπουν στους χρήστες να οργανώσουν τους ανθρώπους σε ομάδες για την ανταλλαγή σε διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες της Google. Παρά το γεγονός ότι άλλοι χρήστες μπορεί να είναι σε θέση να δουν μία λίστα ανθρώπων στη συλλογή ενός χρήστη από κύκλους, δεν έχουν τη δυνατότητα να δουν τα ονόματα αυτών των κύκλων. Οι ρυθμίσεις απορρήτου, επιτρέπουν επίσης σε οποιοδήποτε χρήστη να κρύψει τα άτομα με τα οποία επιθυμεί να συνομιλεί στους κύκλους του. Η οργάνωση αυτής της διαδικασίας επιτυγχάνεται μέσα από το σύστημα drag and drop interface. Το σύστημα αυτό αντικαθιστά την τυπική λίστα φίλων η οποία χρησιμοποιείται σε άλλες ιστοσελίδες όπως στην ιστοσελίδα του Facebook.

Μια άλλη λειτουργία των circles, είναι να ελέγχει το περιεχόμενο της Stream κάποιου. Ένας χρήστης μπορεί να κάνει κλικ σε ένα κύκλο στην αριστερή πλευρά της σελίδας και το τμήμα ρεύμα της σελίδας (το κέντρο) θα περιέχει μόνο κοινές θέσεις από τους χρήστες σε αυτόν τον κύκλο.

Google Plus +Sparks

Η λειτουργία +Sparks είναι κάτι σαν μια μηχανή αναζήτησης ενδιαφερόντων μέσα στο Google Plus. Προσθέτοντας θέματα που μας ενδιαφέρουν στα Sparks θα δούμε μια λίστα με ιστοσελίδες και βίντεο η οποία ανανεώνεται ανά κάποιες ώρες.

Google+ Φωτογραφίες

Η κοινή χρήση φωτογραφιών είναι απαραίτητη για όλα τα κοινωνικά δίκτυα, έτσι και στο Google Plus υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να βλέπουμε και να μοιραζόμαστε φωτογραφίες με τους φίλους σας. Και πάλι μπορούμε να επιλέξουμε ποιοι +Κύκλοι φίλων θα βλέπουν κάθε άλμπουμ φωτογραφιών.

Google+ Hangouts

Συνομιλίες βίντεο και chat μέσω του Google+

Το Google Plus εκτός από το γνωστό το κλασικό chat επιτρέπει και βιντεοκλήσεις.

Ένα πρωτότυπο χαρακτηριστικό των Hangouts είναι πως όταν ξεκινάμε μια συνομιλία με κάποιον φίλο, οι υπόλοιποι φίλοι του ίδιου κύκλου (Google Plus Circles) ειδοποιούνται ώστε να μπορούν να συμμετάσχουν και αυτοί. Φυσικά υπάρχει η δυνατότητα να επιλέγουμε εμείς ποιοι και αν θέλουμε να ειδοποιούνται όταν ξεκινάει μια βιντεοκλήση.

Σε ένα Hangout On Air μπορούν να συμμετάσχουν ενεργά έως και 10 άτομα, αλλά η παρακολούθηση είναι ελεύθερη για απεριόριστο αριθμό θεατών. Επειδή όμως δεν έχουν όλοι κάμερα ή έστω δεν νιώθουν άνετα να τη χρησιμοποιούν, η Google δίνει τη δυνατότητα απευθείας τηλεφωνικών κλήσεων μέσα από το Hangouts, σε σχεδόν οποιαδήποτε χώρα.

Ένα ενδεικτικό της σημασίας που δίνει η Google στο Hangouts είναι το γεγονός ότι το έχει κάνει ακόμα πιο εμφανές στο γενικότερο περιβάλλον χρήσης του Google+, εμφανίζοντας στη δεξιά πλευρά έως και τρία ζωντανά Hangouts που μπορεί ο χρήστης να παρακολουθήσει επιτόπου. Επίσης, σε περίπτωση που λάβει πρόσκληση για να συμμετάσχει σε κάποιο Hangout, θα λάβει σχετική ηχητική ειδοποίηση ώστε να μην περάσει απαρατήρητη.

Στέκια. Είναι τα σημεία που χρησιμοποιούνται για να διευκολυνθεί η ομάδα των video chat. Μόνο οι χρήστες του Google+ μπορούν να ενταχθούν στο «Στέκι». Ωστόσο στις 18 Αυγούστου του 2011 η Google πρόσθεσε μια νέα προσθήκη στα « στέκια» και κάνοντας ένα κλικ στο κουμπί SHARE μοιραζόμαστε ένα video με τους φίλους του κύκλου μας.

Messenger

Είναι μια δυνατότητα που είναι διαθέσιμη για το Android, iPhone, και SMS, συσκευές για την επικοινωνία μέσω άμεσων μηνυμάτων μέσα σε κύκλους. Επιπλέον, οι χρήστες μπορούν να μοιράζονται φωτογραφίες τώρα στο Messenger Circles μεταξύ τους.

"Άμεση μεταφόρτωση"

Είναι ειδική για κινητές συσκευές. Αποθηκεύει φωτογραφίες ή βίντεο σε ένα ιδιωτικό άλμπουμ για την ανταλλαγή προϊόντων της Google αργότερα.

Google+ Local :

Στις 30 Μαΐου 2012, το Google Places αντικαταστάθηκε από το Google+ Local, που πλέον ενσωματώνει άμεσα με το Google+, μια υπηρεσία που επιτρέπει στους χρήστες να δημοσιεύουν φωτογραφίες και σχόλια των τοποθεσιών απευθείας στη σελίδα που σχετίζεται με την υπηρεσία. Επιπλέον, τα Google+ Local και Maps, διαθέτουν πλέον λεπτομερή σχόλια και βαθμολογίες από Zagat, που εξαγοράστηκε από την Google το Σεπτέμβριο του 2011.

Google+ Κοινοτήτων

Κυκλοφόρησε στις 6 Δεκεμβρίου του 2012. Το Google+ Κοινοτήτων επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν εν εξελίξει συζητήσεις για συγκεκριμένα θέματα. Google+ Κοινοτήτων μπορεί επίσης να δημιουργεί και να διαχειρίζεται τους λογαριασμούς του κάθε χρήστη.

Google+ Εκδηλώσεις

Κυκλοφόρησε στο Google στις 27 Ιουνίου του 2012. Επιτρέπει στους χρήστες να προσθέσουν γεγονότα, να καλέσουν τους ανθρώπους που επιθυμούν, και στη συνέχεια, μοιραστούν τις φωτογραφίες και τα μέσα ενημέρωσης σε πραγματικό χρόνο από την εκδήλωση. Το πρόγραμμα ολοκληρώνεται με το Google Calendar, και τίθεται ως άμεσος ανταγωνιστής σε παρόμοιες δυνατότητες που προσφέρονται από το Facebook.

Youtube

Είναι ένα κοινωνικό μέσο με το οποίο κοινοποιούμε, αναπαράγουμε και διαμοιραζόμαστε βίντεο. Πάνω από 1 δις ενεργοί χρήστες το επισκέπτονται κάθε μήνα και κάθε λεπτό ανεβάζουν 100 ώρες βίντεο. Πολλοί χρήστες το χρησιμοποιούν για να περνούν ευχάριστα την ώρα τους αφού μπορούν να βρουν ότι βίντεο μπορείς να φανταστείς, όμως υπάρχουν και χρήστες που ανεβάζουν βίντεο για να κερδίσουν έσοδα από τις διαφημίσεις. Από το 2006 ανήκει στη Google. Οι χρήστες διαθέτουν το δικό τους προφίλ για να μπορούν να σχολιάσουν και να κάνουν εγγραφή σε άλλα κανάλια έτσι ώστε να ενημερώνονται για τα βίντεο που ανεβάζουν (πολλοί χρήστες χρησιμοποιούν το google+ προφίλ τους για τις παραπάνω ενέργειες). Επίσης οι χρήστες μπορούν να έχουν το δικό τους "κανάλι" το οποίο διαμορφώνεται ανάλογα με τις επιθυμίες κάθε χρήστη και ανεβάζει βίντεο τα οποία μπορούν να αναπαράγουν και άλλοι χρήστες. Για κάθε βίντεο υπάρχει η επιλογή <<μου αρέσει>> και <<δεν μου αρέσει>>, υπάρχει χώρος για σχόλια κάτω από το βίντεο αλλά και η επιλογή κοινοποίησής του σε άλλα κοινωνικά δίκτυα. Ο αλγόριθμος που χρησιμοποιεί προτείνει παρόμοια βίντεο μετά την προβολή ενός συγκεκριμένου βίντεο αλλά και βάσει του ιστορικού προβολής του κάθε χρήστη. Αξίζει να σημειώσουμε ότι το you tube δίνει τη δυνατότητα προβολής βίντεο χωρίς την απαίτηση δημιουργίας λογαριασμού.

Instagram

Το Instagram δημιουργήθηκε από τους Kevin Suystrom και Mike Krieger .Αποτελεί μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης που αφορά την μεταφόρτωση φωτογραφιών από τους χρήστες. Το Instagram είναι ένας διασκεδαστικός και γρήγορος τρόπος να μοιραστούν οι χρήστες στιγμές από τη ζωή τους με τους φίλους τους. Σκοπός τους είναι να επικοινωνήσει ο κόσμος μέσα από φωτογραφίες.. η λειτουργία του είναι απλή. Οποιοδήποτε μπορεί να δημιουργήσει ένα δικό του προφίλ και να ζητήσει να ακολουθήσει όσους από τους φίλους του έχουν λογαριασμό. Το Instagram δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να τραβήξουν μια

φωτογραφία και να τη διαμορφώσουν, μέσα από τα φίλτρα , τις επιλογές περιστροφής και θαμπώματος, όπως εκείνοι επιθυμούν

LinkedIn

Το LinkedIn θεωρείται ένα επαγγελματικό κοινωνικό δίκτυο το οποίο συνδέει όλους τους επαγγελματίες του κόσμου με σκοπό να γίνουν πιο παραγωγικοί και καλύτεροι στην εργασία τους. Αποτελείται από πάνω από 313 εκατομμύρια χρήστες. Οι χρήστες δημιουργούν το δικό τους προφίλ στο οποίο ανεβάζουν πληροφορίες (εκπαίδευση, τις δεξιότητές τους, γλώσσες τις οποίες γνωρίζουν κλπ) οι οποίες μπορούν να τους βοηθήσουν στην εύρεση εργασίας ή στη δημιουργία συνεργασιών και σχέσεων με άλλους επαγγελματίες. Κάθε προφίλ μπορεί να κάνει αίτημα σύνδεσης σε άλλα. Υπάρχουν και εδώ οι ενέργειες like, σχόλιο και κοινοποίηση αλλά οι χρήστες μπορούν να αφήνουν συστάσεις στα προφίλ του δικτύου τους ή να επιβεβαιώνουν δεξιότητες μέσω της λειτουργίας endorsements. Τα groups συναντώνται και εδώ καθώς και οι εταιρικές σελίδες. Γενικότερα το συγκεκριμένο κοινωνικό μέσο έχει πιο σοβαρό ύφος σε σχέση με τα υπόλοιπα αν σκεφτεί κανείς ότι χρησιμοποιείται από εταιρίες σαν online βιογραφικό με το οποίο οι χρήστες μπορούν να βρουν εργασία απαντώντας σε αγγελίες εργασίας μέσα σε αυτό. Τέλος το LinkedIn παρέχει premium πακέτα στους χρήστες με τα οποία αποκτούν πρόσβαση σε περισσότερα εργαλεία σε σχέση με τους απλούς χρήστες.

Edmodo

Το Edmodo (edmodo.com) είναι ένα παγκόσμιο, ασφαλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης και ηλεκτρονικής μάθησης για εκπαιδευτικούς και μαθητές. Παρέχει ένα προστατευμένο περιβάλλον, όπου επιτρέπεται η δημιουργία ηλεκτρονικών τάξεων, η διαχείριση ηλεκτρονικών φακέλων μαθητών, η διασύνδεση εκπαιδευτικών, καθώς και η συμμετοχή τους σε ηλεκτρονικές κοινότητες διαφορετικών εκπαιδευτικών αντικειμένων. Μέσω του Edmodo, οι μαθητές και οι εκπαιδευτικοί διαμοιράζονται ψηφιακό υλικό, ενώ ταυτόχρονα ενισχύεται η συμμετοχή, η αλληλεπίδραση και η επικοινωνία μεταξύ τους, (Θ. Γούτας, 2012, «Edmodo: Ασφαλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης και ηλεκτρονικής μάθησης», <http://users.sch.gr/goutas/index.php/edmodo>).

Χρησιμότητα των κοινωνικών δικτύων

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν κατακτήσει σημαντικό ρόλο στη ζωή των ανθρώπων. Ένας πολύ σημαντικός τους ρόλος είναι ότι αποτελούν δωρεάν μέσο επικοινωνίας, οπότε και χρησιμοποιείται από πολλά άτομα για να μιλούν με συγγενείς και φίλους. Στους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δίνεται η δυνατότητα να γνωρίσουν νέα άτομα, να μοιράζονται τα ίδια ενδιαφέροντα αλλά και να έχουν πρόσβαση σε διάφορες πληροφορίες αλλά και να συγκροτούν διάφορες ομάδες που έχουν κάποιο κοινό χόμπυ. Η δύναμη τους τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί σε τόσο μεγάλο βαθμό που πλέον μπορούν ακόμη και οι πιο απαθείς χρήστες να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα για να διαφημίσουν την δουλειά τους, να μοιράζονται τις ιδέες τους, να περνούν έμμεσα ή άμεσα τα μηνύματα που θέλουν και γενικότερα να εκφράζονται ελεύθερα με ότι αυτό συνεπάγεται φυσικά

Οφέλη των κοινωνικών δικτύων

Τα γενικά οφέλη της χρησιμοποίησης των κοινωνικών μέσων του διαδικτύου είναι:

- Αναζήτηση και ανεύρεση περιεχομένου (φωτογραφιών, βίντεο, κλπ).
- Εύκολη πρόσβαση σε ψυχαγωγικό περιεχόμενο (π.χ. παρακολούθηση βιντεοκλίπ ή ενασχόληση με παιχνίδια).
- Άμεση ενημέρωση 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).
- Δημιουργία δεσμών με άτομα από διαφορετικές χώρες, κοινωνίες, πολιτισμούς και διαφορετικές συνήθειες και χαρακτηριστικά, που μπορεί να βρίσκονται σε μεγάλη γεωγραφική απόσταση το ένα από το άλλο (το διαδίκτυο καταργεί τις αποστάσεις).
- Επαφές με πολλούς διαφορετικούς πολιτισμούς και δυνατότητα διεύρυνσης γνώσεων και πνευματικών οριζόντων του ατόμου.
- Δραστηριοποίηση και σύμπραξη για κοινούς σκοπούς με άτομα που μπορεί να βρίσκονται οπουδήποτε στη γη και επομένως η ενίσχυση του κοινού σκοπού με μεγάλο πλήθος συμμετεχόντων.

Χρησιμότητα στην εκπαίδευση

Η χρήση των κοινωνικών δικτύων σε εκπαιδευτικό και διδακτικό πλαίσιο μπορεί να θεωρηθεί ως μια καινοτόμος ιδέα διότι οι μαθητές αφιερώνουν αρκετό χρόνο στις δραστηριότητες δικτύωσης.

Σύμφωνα με μελέτες τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην αλληλεπίδραση, τη συνεργασία, την ενεργό συμμετοχή, επίσης οι μαθητές εκπαιδεύονται πολύ πιο εύκολα μέσα από δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με τη διασκέδαση και τη δημιουργική συμμετοχή. Γίνεται φανερή η επιτακτική ανάγκη ένταξης των κοινωνικών δικτύων στο τομέα της μάθησης.

Όμως για να γίνει αυτό και να είναι λειτουργικό πρέπει να δημιουργηθεί μια σωστή και υγιής συνεργασία μεταξύ των μέσων πληροφόρησης (βιβλιοθήκες, πανεπιστήμια, σχολεία, πνευματικά κέντρα, οργανισμοί εκπαίδευσης κλπ), κοινού και τεχνολογίας. Τα κοινωνικά δίκτυα καθ' αυτόν τον τρόπο θα ενισχύσουν το ρόλο τους ως χώροι απόκτησης εμπειριών, ανακάλυψης ιδεών και θα συμβάλουν στη λογική της δια βίου μάθησης. Η λογική αυτή αναδεικνύεται μέσα από τις υπηρεσίες του Web 2.0 και τα κοινωνικά δίκτυα.

Οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης ενσωματώνουν πλήθος δυνατοτήτων αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας των μαθητών. Παροτρύνουν την ανταλλαγή ιδεών, την ανάγκη συνεργασίας για παραγωγή έργου, την οικοδόμηση περιεχομένου, τη βελτίωση της έκφρασης μέσω κείμενων. Επίσης λειτουργούν σαν μια δεύτερη τάξη για το μαθητή. Το ωράριο μάθησης και εκπαίδευσής του εύκολα επεκτείνεται και στις ώρες εκτός σχολείου χάρη στο όμορφο και φιλικό περιβάλλον (αλλά ταυτόχρονα και εκπαιδευτικό), των υπηρεσιών αυτών. Τέλος οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης βρίσκουν εφαρμογή και στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Ηλεκτρονικές πλατφόρμες και ιστότοποι με χρήστες-μέλη τους αντίστοιχους φοιτητές είναι στη διάθεση των τελευταίων για άμεση ενημέρωση διαφόρων θεμάτων που τους αφορούν, όπως σημειώσεις, ύλη, ηλεκτρονικά βιβλία και άλλα πολλά, το αξιοσημείωτο σε αυτές τις περιπτώσεις είναι ότι μέλη δεν είναι μόνο φοιτητές αλλά και καθηγητές, σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί πως βελτιώνεται και η σχέση φοιτητή-καθηγητή και δίνεται η δυνατότητα σε φοιτητές που εργάζονται ταυτόχρονα με τις σπουδές τους να είναι ενήμεροι για αλλαγές στην

ύλη, σημειώσεις, ροή μαθήματος, εργαστήρια και άλλα. Επίσης βελτιώνει το μαθησιακό επίπεδο και πεδίο των ίδιων των φοιτητών. Πλέον υπάρχει μέσα κοινωνικής δικτύωσης στα οποία τα μέλη είναι φοιτητές από όλο τον κόσμο, αυτό έχει σαν αποτέλεσμα ανταλλάσσονται ιδέες σε παγκόσμιο επίπεδο, να αυξάνονται οι προκλήσεις και οι ορίζοντες για τον φοιτητή καθώς και η αγορά εργασίας για τη μεταφοιτητική του καριέρα.

Χρησιμότητα στις επιχειρήσεις

Χρήση στην επιχείρηση

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πλέον κομμάτι της καθημερινότητάς μας, θα ήταν παράλογο να μην το συναντάμε και στις επιχειρήσεις. Για την ακρίβεια οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης έχουν αποδειχθεί σημαντικό δώρο για τις επιχειρήσεις αφού η δυναμική τους είναι τόσο μεγάλη που καταφέρνει να ενισχύει τις επιχειρήσεις σε θέματα όπως την παραγωγικότητα, τη συνεργασία, τη διαχείριση γνώσης, την καινοτομία, την ευθυγράμμιση και δέσμευση των εργαζομένων, τις προσλήψεις, τις δημόσιες σχέσεις και την αντιμετώπιση καταστροφών. Συγκεκριμένα:

- Παραγωγικότητα: Το social networking μπορεί να δώσει πραγματική ώθηση στην παραγωγικότητα. Σύμφωνα με την εταιρεία δημοσίων σχέσεων Burson-Marsteller, πάνω από τις μισές εταιρείες της λίστας Fortune 100 διατηρούν λογαριασμό στο Twitter, κι από αυτές τα δύο τρίτα τον χρησιμοποιούν για λειτουργίες που ενισχύουν την παραγωγικότητα, όπως η εξυπηρέτηση πελατών.
- Συνεργασία: Περισσότερο από το 91% των εταιρειών που συμμετείχαν σε έρευνα της Palo Alto Networks, το 2009, χρησιμοποιούν κάποιο είδος εταιρικής πλατφόρμας συνεργασίας.
- Διαχείριση γνώσης: Πρόκειται για μία άντληση και μεταφορά γνώσεων και ιδεών ανάμεσα σε ομάδες ατόμων που είναι μέλη σε κάποιο κοινωνικό δίκτυο.
- Καινοτομία: Οι επιχειρήσεις μέσω των κοινωνικών δικτύων ανοίγουν κανάλια επικοινωνίας με πελάτες με ακαδημαϊκούς και ειδικούς, τους οποίους πριν δεν μπορούσαν να προσεγγίσουν και έτσι μεγαλώνει η προσπάθεια τους στην αναζήτηση νέων ιδεών και επωφελούνται μέσω προτάσεων π.χ για βελτίωση προϊόντων, που τους δίνονται μέσα στα κοινωνικά δίκτυα.
- Ευθυγράμμιση και δέσμευση των εργαζομένων: Οι εργαζόμενοι μιας επιχείρησης πρέπει να είναι συναισθηματικά και πνευματικά δεσμευμένοι με την εργασία τους. Τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να ενισχύσουν αυτήν την κατάσταση ως μέσα διαλόγου για παράδειγμα ανάμεσα στους εργαζόμενους και τη διοίκηση.
- Προσλήψεις: Το LinkedIn αποτελεί από μόνο του παράδειγμα πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συμβάλλουν στην εύρεση εργασίας.
- Δημόσιες σχέσεις: Τα κοινωνικά δίκτυα ενδιαφέρουν τον κόσμο του marketing αφού είναι εξαιρετικά δημοφιλή και αποτελούν εργαλείο επικοινωνίας αλλά και διαφήμισης.
- Αντιμετώπιση καταστροφών: Τα κοινωνικά δίκτυα καθότι αποτελούν μέσο επικοινωνίας, έχουν αποτελέσει πολλές φορές σωτήρια λύση σε περιπτώσεις όπου είναι απαραίτητη η ταυτόχρονη επικοινωνία με μεγάλο αριθμό ατόμων και οι συνηθισμένες μορφές επικοινωνίας δεν ήταν εφικτές.

Άνθρωπος και κοινωνικά δίκτυα



Τα τελευταία χρόνια, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει πολύ δημοφιλή. Θεωρούνται από τους ανθρώπους ως μέσα δημιουργίας σχέσεων και δεσμών. Οι χρήστες τους έχουν τη δυνατότητα να μοιράζονται δημόσια βίντεο και ό,τι άλλο τους εκφράζει. Με το πέρασμα του χρόνου, ο αριθμός των ιστοσελίδων των social media έχει αυξηθεί κατά πολύ, προσφέροντας κατά αυτό τον τρόπο, μεγάλο εύρος επιλογών με διαφορετική χρήση, σχεδίαση και διαφορετικές εφαρμογές. Οι ιστοσελίδες προσφέρουν στους χρήστες τους, την δυνατότητα να κοινωνικοποιηθούν, να ενημερωθούν, να ψυχαγωγηθούν και να ενταχθούν σε πολλές ομάδες και κοινότητες.

Ο βαθμός κοινωνικοποίησης των ατόμων μέσω τέτοιων σελίδων στηρίζεται κυρίως στο σχεδιασμό και τη δομή της κάθε ιστοσελίδας. Παρόλη τη δημοτικότητα των social media, υπάρχει και αρνητική όψη.

Υποστηρίζεται πως η συχνή χρήση τέτοιων ιστοσελίδων, μπορεί να έχει αρνητική επίδραση στη ψυχολογία των ανθρώπων και μάλιστα να συμβάλλουν στην δημιουργία καταθλιπτικών συμπτωμάτων.

Σύμφωνα με το άρθρο «Η χαμογελαστή κατάθλιψη των social media», οι άνθρωποι θέλουν μέσα από αυτές τις σελίδες να προβάλλουν μια καλύτερη εικόνα του εαυτού τους που πολλές φορές δεν είναι ρεαλιστική. Αυτό συνήθως συμβαίνει στην προσπάθεια τους να βελτιώσουν την ψυχολογία τους.

Ως απόρροια αυτού, τα άτομα καταναλώνουν αρκετό χρόνο σε τέτοιες ιστοσελίδες, με σκοπό να δημιουργήσουν μια διαφορετική εικόνα για αυτούς. Επομένως η ψυχολογία τους επηρεάζεται καθώς προβάλλουν μια εικόνα προς τα έξω, η οποία δεν αντικατοπτρίζει την πραγματικότητα. Έτσι αντί να κοινωνικοποιούνται πραγματικά, πιέζονται να ανταποκριθούν στην εικόνα που οι ίδιοι έχουν δημιουργήσει στα social media και σπαταλούν αρκετό χρόνο, όχι μόνο στη χρήση των σελίδων αυτών αλλά και στην συνεχή αναζήτηση και εύρεση διαφόρων τρόπων προβολής του εαυτού τους.

Όπως μπορεί να γίνει κατανοητό, η σύγκριση του αληθινού με το φαινομενικό μπορεί να οδηγήσει το άτομο στην εμφάνιση μελαγχολικών συμπτωμάτων και κατ' επέκταση στην κατάθλιψη. Ένα ακόμη πρόβλημα που

ενδέχεται να προκύψει από την υπερβολική χρήση των ιστοσελίδων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ο εθισμός. Τα συμπτώματα του παρουσιάζονται στις λεγόμενες «ευαίσθητες ομάδες» ανθρώπων. Σε αυτές ανήκουν κυρίως τα νεαρά παιδιά, οι έφηβοι αλλά και τα άτομα που περνούν πολύ χρόνο στο σπίτι τους.

Ποιοι είναι οι κίνδυνοι των κοινωνικών δικτύων

Η υπερβολική χρήση του Facebook μπορεί να μειώνει το αίσθημα ευτυχίας και την ικανοποίηση από τη ζωή. Το σίγουρο είναι ότι ο βαθμός χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και τα κίνητρα των χρηστών προδικάζει τις θετικές ή τις αρνητικές ψυχολογικές συνέπειές τους. Η λάθος χρήση τους μάλιστα αντί να αυξάνει την ευεξία, μπορεί να την υπονομεύει. Για παράδειγμα αν χρησιμοποιεί κάποιος τα κοινωνικά δίκτυα για να «κατασκοπεύει» τις ζωές των άλλων, τότε κινδυνεύει να πάθει κατάθλιψη.

Τα κοινωνικά δίκτυα μπορεί να είναι μια διασκεδαστική και υγιής δραστηριότητα, αν οι χρήστες τα αξιοποιούν για να μένουν συνδεδεμένοι με την οικογένεια και με τους παλιούς φίλους τους, ανταλλάσσοντας ενδιαφέρουσες και σημαντικές πλευρές της ζωής τους. Αν όμως, χρησιμοποιείται για να δει ένας χρήστης πώς είναι η οικονομική κατάσταση κάποιου γνωστού του ή πόσο ευτυχισμένος είναι κάποιος φίλος του με τον ή την σύντροφό του -πράγματα που προκαλούν ζήλεια- τότε η χρήση τους μπορεί να προκαλέσει κατάθλιψη.

Και το χειρότερο είναι ότι οι αρνητικές επιπτώσεις μπορεί να προκληθούν με...ψέματα. Όπως έχουν δείξει έρευνες, ένα σημαντικό ποσοστό από τους χρήστες των μέσων μαζικής δικτύωσης επινοούν πολλά από όσα αναρτούν στο Facebook και στο Twitter. Οι περισσότεροι από αυτούς πιστεύουν ότι η αληθινή τους ζωή είναι πολύ βαρετή και παραδέχονται ότι υπερβάλλουν και γράφουν ψέματα για να φαίνονται πιο ενδιαφέροντες και να προσελκύουν «φίλους» και «ακολούθους». Κλασικά παραδείγματα ανειλικρίνειας είναι να ισχυρίζονται ότι ακόμα δουλεύουν σκληρά πάνω σε ένα «σημαντικό project» τη στιγμή που βρίσκονται καθ' οδόν για το σπίτι τους, να παριστάνουν ότι επισκέπτονται γκαλερί ή μουσεία που δεν ξέρουν καν που βρίσκονται, να αναρτούν φωτογραφίες από ακριβά εστιατόρια στα οποία όμως δεν έχουν πάει ποτέ ή και ακόμα να αναρτούν φωτογραφίες ακριβών αυτοκινήτων που τα εμφανίζουν ως δικά τους.

Είναι σημαντικό για τους χρήστες να έχουν επίγνωση αυτών των κινδύνων, ώστε να μπορούν να αποφύγουν αυτό το είδος συμπεριφοράς, όταν τα χρησιμοποιούν.

Παιδιά και κοινωνικά δίκτυα

Η κοινωνική δικτύωση έχει διεισδύσει στο εφηβικό κοινωνικό προσκήνιο και έχει γίνει καθημερινή κοινωνική πρακτική. Στοιχεία του 2010 της έρευνας EU Kids Online αποκάλυψαν ότι στην Ευρώπη, το 59% των παιδιών 9-16 ετών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο έχουν το δικό τους προφίλ κοινωνικής δικτύωσης. Η δημοτικότητα των δικτύων είναι παρόμοια και την Ελλάδα, όπου η ίδια έρευνα έδειξε ότι 54% των παιδιών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, έχουν προφίλ κοινωνικής δικτύωσης

Χρήση ανά ηλικία και ηλικιακοί περιορισμοί.

Φαίνεται ότι η δημοτικότητα των κοινωνικών δικτύων αυξάνεται με την ηλικία αλλά η προσοχή της κοινής γνώμης έχει επικεντρωθεί στην προεφηβική χρήση των κοινωνικών δικτύων, και στους ηλικιακούς περιορισμούς για την εγγραφή σε αυτά. Κάποιες ιστοσελίδες απαγορεύουν τη χρήση σε παιδιά κάτω των 13

(Facebook, Hi5), ενώ άλλες επιβάλλουν τη γονική συναίνεση ή εφαρμόζουν και μηχανισμούς προστασίας σε χρήστες κάτω των 18. Φαίνεται ότι οι εν λόγω όροι συχνά παραβιάζονται αφού το ένα τέταρτο των παιδιών στην προεφηβική ηλικία 9-11 ετών στην Ευρώπη, και το ήμισυ των παιδιών ηλικίας 11-12 ετών, έχουν δικό τους προφίλ κοινωνικής δικτύωσης. Στην Ελλάδα, το ένα τρίτο των παιδιών 9-12 ετών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο έχουν προφίλ στο Facebook δηλώνοντας ψευδώς μεγαλύτερη ηλικία. Πιθανόν οι γονείς στην Ελλάδα δεν ελέγχουν επαρκώς τη χρήση του διαδικτύου ή δεν είναι αρκετά ενήμεροι για τους ηλικιακούς περιορισμούς που υπάρχουν.

Μόνο για κορίτσια; Η κοινωνική δικτύωση είναι εξίσου δημοφιλής μεταξύ αγοριών και κοριτσιών στην Ευρώπη – το 60% των κοριτσιών και το 58% των αγοριών ηλικίας 9-16 ετών έχουν προφίλ

Με τι ασχολούνται οι έφηβοι μέσα στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Η δημοτικότητα της κοινωνικής δικτύωσης συνδέεται με την πολλαπλότητα των λειτουργιών που προσφέρονται. Τα κοινωνικά δίκτυα παρέχουν πολλαπλά *επικοινωνιακά μέσα* στους χρήστες του, όπως η αποστολή προσωπικών μηνυμάτων, η άμεση συνομιλία, η δημοσίευση «προτιμήσεων», η ανάρτηση προσκλήσεων σε εκδηλώσεις και παρακολούθηση blogs φίλων. Όπως αναφέρεται και στην κεντρική σελίδα του δημοφιλούς δικτύου, «Το Facebook σας βοηθάει να συνδέεστε και να μοιράζεστε πράγματα με τους ανθρώπους στη ζωή σας». Οι βασικές δραστηριότητες στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι η *δημιουργία και επεξεργασία του προφίλ*, η διαχείριση λίστας «φίλων», ο *σχολιασμός* και η *επικοινωνία*.

Τι είναι το Προφίλ, και τι η Ορατότητα του.

Τα κοινωνικά δίκτυα αναφέρονται και ως *δίκτυα προφίλ*, επειδή οι χρήστες μπορούν να παρουσιάσουν τις πληροφορίες που θέλουν να μοιραστούν μέσα από το εξατομικευμένο προφίλ. Η επιλογή του περιεχομένου κάθε προφίλ σχετίζεται με τις ατομικές προτιμήσεις, τα ενδιαφέροντα και τις συνήθειες του χρήστη και αποτελεί την ψηφιακή αντιπροσώπευση του χρήστη- ένα «τρόπο να πεις την ιστορία σου» όπως αναφέρεται και στο Facebook. Η δημιουργία και διατήρηση του ατομικού προφίλ είναι αγαπημένη δραστηριότητα για τους έφηβους και πιθανόν αποτελεί ένα ασφαλές *πεδίο πειραματισμού*, καθώς η αναπροσαρμογή του προφίλ είναι συνεχής και βασίζεται σε ανατροφοδότηση μέσω σχολίων-προτιμήσεων των φίλων. Η φωτογραφία του προφίλ είναι ένα από τα πιο σημαντικά μέσα αυτοπαρουσίασης. Η **ορατότητα** του κάθε προφίλ αφορά στον καθορισμό του κοινού που «ανοίγει» ο χρήστης το προφίλ του. Ο κάθε χρήστης μπορεί να καθορίσει κάθε φορά το κοινό στο οποίο «ανοίγει» τις δημοσιεύσεις του, διαχειρίζονταν έτσι το απόρρητο των πληροφοριών που δημοσιεύει.. Υπάρχουν 4 επιλογές ορατότητας κοινού στο Facebook (βλέπε Πίνακα 1).

Στην Ελλάδα 37% των παιδιών 9-16 ετών που έχουν προφίλ σε κοινωνικό δίκτυο, το έχουν ρυθμίσει ως «δημόσιο» και το 12% εμφανίζουν τη διεύθυνση του σπιτιού τους ή το τηλέφωνο τους στο προφίλ τους. Σημαντικό είναι οι έφηβοι να διαφυλάσσουν τα προσωπικά τους δεδομένα, περιορίζοντας την ορατότητα του προφίλ τους σε φίλους και μόνο

ΕΠΙΠΕΔΟ ΟΡΑΤΟΤΗΤΑΣ	ΕΥΡΟΣ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΟΥ ΚΟΙΝΟΥ
Δημόσια	μέγιστος αριθμός κοινού για ενηλίκους
Φίλοι φίλων	μέγιστος αριθμός κοινού για ανηλίκους
Φίλοι	+ φίλους ατόμων που επισημαίνονται με ετικέτα
Προσαρμογή	περιλαμβάνει συγκεκριμένες ομάδες, λίστες φίλων ή άτομα που έχετε επιλέξει να συμπεριλάβετε ή να αποκλείσετε

Source: <http://www.facebook.com/about/privacy/your-info-on-fb#controlpost>

. Πίνακας 1

Πως γίνονται οι «Φίλοι» και πως γίνεται η Διαχείριση Λίστας;

Τα κοινωνικά δίκτυα συνδέουν τα μέλη τους μέσω δικτύων «φίλων». Ένας χρήστης μπορεί να δημιουργήσει τον κύκλο των «φίλων» του απευθύνοντας ή αποδεχόμενος «αιτήματα φιλίας» σε άλλους χρήστες, ενώ αυτοί με τη σειρά τους τις αποδέχονται ή τις απορρίπτουν. Η διαδικασία αυτή «προσθαφαίρεσης φίλων» ή «διαχείρισης της λίστας φίλων» και είναι μια συνεχής και αγαπημένη ενασχόληση των εφήβων. Το αποτέλεσμα είναι το δίκτυο φίλων, ο απόλυτος αριθμός του οποίου εμφανίζεται δημοσίως σε αντίστοιχο πεδίο του προφίλ. Στην εφηβεία, η απασχόληση με την διεύρυνση και την καταμέτρηση του κύκλου φίλων είναι συνήθης δραστηριότητα. Είναι γενική πεποίθηση ανάμεσα στους νέους ότι ο μεγάλος αριθμός «φίλων» σε ένα προφίλ δείχνει κοινωνική ελκυστικότητα και συνεπώς, είναι ένα δελεαστικό χαρακτηριστικό του προφίλ. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι ο πολύ μεγάλος αριθμός φίλων θέτει σε κίνδυνο την ασφάλεια των ανήλικων διότι κάνει τα προσωπικά τους δεδομένα ορατά σε μεγάλο αριθμό χρηστών και πιθανά και σε πλήθος αγνώστων. Δυστυχώς τα Ελληνόπουλα κατέλαβαν μία από τις «πρώτες θέσεις» στην Ευρώπη όσον αφορά στον αριθμό «φίλων» ανά χρήστη. Ιδιαίτερη ανησυχία προκαλεί το γεγονός ότι 20% των Ελλήνων 9-16 ετών δήλωσαν ότι έχουν περισσότερους από 300 «φίλους» και άλλο ένα 18% δήλωσε 100-300 «φίλους».

Είναι τα Κοινωνικά Δίκτυα ένα νέο Πλαίσιο για την Εφηβική Ανάπτυξη;

Πολλές από τις συμπεριφορές και τις ανησυχίες των σημερινών εφήβων είναι παρόμοιες με εκείνες των προηγούμενων γενεών, ο τρόπος όμως με τον οποίον εκφράζονται και επικοινωνούν οι σημερινοί έφηβοι έχει αλλάξει δραστικά. Η νεολαία πάντα είχε την ανάγκη να συναθροίζεται, να δημιουργεί παρέες και κλίκες. Αυτό που γινόταν στο παρελθόν στη γειτονιά ή αργότερα στο εμπορικό κέντρο, τώρα γίνεται διαδικτυακά στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Τα κοινωνικά δίκτυα συχνά συγκρίνονται με τα στέκια των προηγούμενων γενεών. Οι συγκρούσεις μεταξύ συνομήλικων και οι προβληματικές συμπεριφορές, αντίστοιχα, έχουν μετατοπισθεί στο διαδίκτυο. Κάποια από αυτά τα προβλήματα είναι παλιά – όπως οι περιπτώσεις του εκφοβισμού (bullying) - που απλά μεταφέρθηκαν στο διαδικτυακό περιβάλλον (cyber-bullying). Το διαδίκτυο έχει επανακαθορίσει τους τρόπους και τα μέσα με τα οποία οι έφηβοι εκφράζουν τις αναπτυξιακές ανησυχίες τους. Η αποδοχή από τους συνομήλικους, η αυτό-αξιολόγηση του εαυτού και η διαπραγμάτευση της ατομικής

ταυτότητας εκφράζονται σ' ένα νέο κοινωνικό περιβάλλον – τα κοινωνικά δίκτυα. Τα κοινωνικά δίκτυα έγιναν η νέα πραγματικότητα κοινωνικής αλληλεπίδρασης και το νέο πλαίσιο για την εφηβική ανάπτυξη.

Τι Ελκύει στα Κοινωνικά Δίκτυα;

Η έμφυτη *ανάγκη επικοινωνίας* του ατόμου με τους ομοίους του, εκπληρώνεται μέσω της χρήσης των κοινωνικών δικτύων. Τα δίκτυα αυτά μειώνουν τα πρακτικά εμπόδια (κόστος, απόσταση) και τις διαπροσωπικές δυσκολίες (εσωστρέφεια, συστολή, σωματικές δυσμορφίες) διευκολύνοντας έτσι την εκπλήρωση της ανάγκης επικοινωνίας. Η εύκολη πρόσβαση στην επικοινωνία διευκολύνει την εκπλήρωση της ανάγκης αυτής και ενισχύει τη χρήση των δικτύων. Όπως προαναφέρθηκε, ένα άλλο ελκυστικό για τους εφήβους, χαρακτηριστικό των κοινωνικών δικτύων, είναι η δημιουργία προσωπικού προφίλ. Αυτή η, αγαπημένη για τους εφήβους δραστηριότητα, πιθανόν σχετίζεται με την εφηβική *ανάγκη διερεύνησης της προσωπικής ταυτότητας*. Με την ψηφιακή τους αυτό-παρουσίαση στο προφίλ, οι έφηβοι βρίσκουν μέσο να πειραματιστούν και να εκφράσουν διάφορες πτυχές της ταυτότητας τους. Στα κοινωνικά δίκτυα αυτό γίνεται με τρόπο ευέλικτο και τροποποιήσιμο - βάσει ανατροφοδότησης-σχολιασμού των «φίλων». Τέλος, η απουσία εξουσίας και η έλλειψη γονικού ελέγχου αποτελεί ένα άλλο πολύ ελκυστικό για τους εφήβους χαρακτηριστικό των κοινωνικών δικτύων, και μια ευκαιρία να εξασκηθούν και να εκπληρώσουν την *ανάγκη για ανεξαρτησία*.

Τι επιπτώσεις έχει η χρήση στη ζωή των εφήβων;

Οι επιπτώσεις της χρήσης του διαδικτύου, και ιδιαίτερα των κοινωνικών δικτύων, στις κοινωνικές σχέσεις, εξακολουθεί να είναι θέμα διαμάχης. Τα δίκτυα διευκολύνουν την κοινωνικότητα και την κοινωνική προσαρμογή ή την δυσκολεύουν; Κάποιοι υποστηρίζουν ότι ο χρόνος που διατίθεται στη διαδικτυακή κοινωνική δικτύωση αποσπάται από τον χρόνο της «δια ζώσης» επικοινωνίας (με φίλους και οικογένεια). Η αντίθετη, και περισσότερο θετική άποψη- υποστηρίζει ότι οι διαδικτυακές επικοινωνίες χρησιμοποιούνται κατά βάση για τη διατήρηση των υφιστάμενων φιλικών σχέσεων, ενισχύοντας έτσι την κοινωνικότητα και την κοινωνική προσαρμογή των χρηστών κοινωνικών δικτύων. Στη βιβλιογραφία υποστηρίζεται ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων διευκολύνει τη σύνδεση με παλιούς φίλους και τη δημιουργία νέων. Με τη χρήση κοινωνικών δικτύων ο χρόνος με τους φίλους (offline) αλλά και η ποιότητα των σχέσεων ενισχύεται. Επίσης, έχει προταθεί ότι η θετική ανατροφοδότηση από άλλους χρήστες ενισχύει την αυτοεκτίμηση των εφήβων ενώ η αρνητική αντίδραση τη μειώνει. Πολλά επιστημονικά ευρήματα υποδηλώνουν ότι είναι αβάσιμες οι ανησυχίες ότι οι χρήστες κοινωνικών δικτύων έχουν λιγότερα πραγματικά (εκτός διαδικτύου) κοινωνικά δίκτυα, ή ότι εκτίθενται σε λιγότερο ποικίλες εμπειρίες, και προτείνουν ότι η χρήση του Facebook υποστηρίζει την οικειότητα, αντί να την υποσκάπτει.

Συμπεράσματα.

Τα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής των σημερινών εφήβων και έχει επαναπροσδιορίσει τις κοινωνικές πρακτικές, τον τρόπο επικοινωνίας και τη δημιουργία σχέσεων. Είναι ένα νέο πλαίσιο μέσα στο οποίο διαδραματίζεται η επικοινωνία τους και η αναπτυξιακή τους πορεία. Υπάρχουν σαφείς ενδείξεις ότι τα κοινωνικά δίκτυα παρέχουν πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη της προσωπικής ταυτότητας των εφήβων αλλά και πεδίο εξάσκησης των κοινωνικών δεξιοτήτων – διευκολύνοντας έτσι δύο θεμελιώδεις στόχους της εφηβικής ανάπτυξης. Η επικοινωνία μέσω διαδικτύου προσφέρει ευκαιρίες στους εφήβους χρηστές του, ενώ συγχρόνως επιφέρει και κάποιους κινδύνους. Στόχος είναι να ελαχιστοποιήσουμε τους κινδύνους διαφυλάσσοντας και μεγιστοποιώντας τα οφέλη. Πρώτη προτεραιότητα θα πρέπει να είναι η σωστή (τεχνικά) χρήση των κοινωνικών δικτύων, με επίγνωση των δικλίδων ασφαλείας και διαφύλαξης του απορρήτου προσωπικών στοιχείων και των διαδικασιών καταγγελίας, Τέλος, η γονική διαμεσολάβηση είναι σημαντική και θα πρέπει να οριοθετεί τον τρόπο χρήσης των δικτύων, ανάλογα με την κάθε αναπτυξιακή φάση, και τις ατομικές ανάγκες κάθε εφήβου.

Επιπτώσεις των κοινωνικών δικτύων

Ατομικές επιπτώσεις των κοινωνικών δικτύων

ΤΥΠΟΙ ΕΘΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Υπάρχουν πολλοί τύποι εθισμού που μπορεί να μην είναι μόνο επιβλαβείς για τη φυσική κατάσταση του ατόμου, αλλά μπορούν να οδηγήσουν σε αλλαγές στη συμπεριφορά του ατόμου. Αυτό με τη σειρά του μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την κοινωνική ζωή του ατόμου και τη φυσιολογική του λειτουργία. Τύποι εθισμού στο Internet είναι οι παρακάτω:

- Net Gaming: Αφιέρωση πολύτιμου χρόνου σε κάθε είδους παιχνίδι στο Internet, σε e- καζίνο, ηλεκτρονικό shopping, κάθε λογής δημοπρασίες και αγοραπωλησίες μετοχών.
- Cyber-Relational Addiction: Συνεχής σύναψη φιλικών και άλλων σχέσεων μέσω των διαφόρων chatrooms.
- Cybersexual Addiction: Εθισμός σε παρακολούθηση, download, αγορά πορνογραφικού υλικού από το Διαδίκτυο. Φανταστικοί ρόλοι σε αντίστοιχα chatrooms.
- Information Overload: Τύπος καταναγκασμού που προκύπτει ακριβώς από τον πλούτο και την εξαιρετική ποικιλία πληροφόρησης που διατίθεται στο Διαδίκτυο. Ο χρήστης καταναλώνει υπερβολικό χρόνο στην αναζήτηση, συλλογή και οργάνωση της πληροφορίας.

Το φαινόμενο είναι συχνότερο στα αγόρια, σε μονογονεϊκές ή δυσλειτουργικές οικογένειες, σε παιδιά με καταθλιπτικό συναίσθημα ή υπερκινητικότητα. Οι νέες κοινωνικές δομές (αύξηση της επίπτωσης του διαζυγίου), μικρές οικογένειες σε μεγάλες κοινωνίες, μοναξιά, απουσία επίβλεψης από τους γονείς λόγω εργασίας έξω από το σπίτι φαίνεται να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του φαινομένου (Οι νέες κοινωνικές συνθήκες (αύξηση της επίπτωσης του διαζυγίου, έλλειψη επικοινωνίας, απουσία επίβλεψης από τους γονείς λόγω εργασίας έξω από το σπίτι) παίζουν το ρόλο τους στην ανάπτυξη του φαινομένου (Nicholas κ.α. 2010).

Ενδείξεις εθισμού στο διαδίκτυο

Τα τυπικά συμπτώματα του εθισμού στο Διαδίκτυο είναι καταρχήν ψυχολογικά, με βασικά την ευφορία μπροστά στο pc και την ανικανότητα από το χρήστη να περιορίσει ή να διακόψει τη δραστηριότητα αλλά και σωματικά όπως ημικρανίες, διαταραχές ύπνου, μυοσκελετικές παθήσεις, ξηρά μάτια, μυωπία κ.α.

Συμπεριφορές όπως οι ακόλουθες υποδηλώνουν υπερβολική χρήση του διαδικτύου και θα πρέπει να επιστήσουν την προσοχή:

- Το άτομο ξεχνιέται στον υπολογιστή και δεν έχει συναίσθηση του χρόνου που αναλώνει σ' αυτόν.
- Ασχολείται συνεχώς με το internet ή με δραστηριότητες σχετικές με αυτό.
- Προτιμά την ενασχόληση με το διαδίκτυο, από το να συναντά φίλους, με αποτέλεσμα να απόμονώνεται.
- Πέφτει η σχολική απόδοση ή η απόδοση στο χώρο εργασίας.
- Λειτουργεί αμυντικά και εχθρικά όταν κάποιος φέρνει τη συζήτηση στο θέμα του διαδικτύου.
- Το διαδίκτυο, τον / την απασχολεί ακόμα και την ώρα του φαγητού ή την ώρα του διαβάσματος ή όταν βρίσκεται στον κινηματογράφο.
- Συχνά ξενυχτά προκειμένου να μένει συνδεδεμένος / ή στο διαδίκτυο
- Λέει συχνά «καλά, θα παραμείνω στον υπολογιστή μόνο ένα λεπτό ακόμη».

- Κρύβει από γονείς και φίλους πόσες ώρες περνά στο διαδίκτυο και συχνά δεν το ομολογεί ούτε στον εαυτό του.
- Δείχνει άγχος , ανησυχία , εξάρσεις θυμού ή βίας ή καταθλιπτική συμπεριφορά όταν δε βρίσκεται στο διαδίκτυο.
- Αδιαφορεί για πράγματα που παλιά τον / την ευχαριστούσαν .
- Έχει διαπιστωθεί ότι οι εξαρτημένοι παραμελούν την οικογένεια και τους φίλους τους, διακατέχονται από άσχημα συναισθήματα όταν απέχουν από τον υπολογιστή τους , ψεύδονται σε συγγενείς και φίλους για τις δραστηριότητες και αντιμετωπίζουν προβλήματα στο σχολείο ή το χώρο εργασίας .

Το προφίλ του εθισμένου εφήβου στην Ελλάδα αφορά στο 100% των περιπτώσεων αγόρια , που παίζουν διαδικτυακά παιχνίδια , με μέσο όρο καθημερινής χρήσης 5.5 ώρες (min=3, max=10) και μ.ο. ηλικίας τα 15 χρόνια , ενώ είναι συχνές και οι επισκέψεις τους σε Ιντερνέτ καφέ.

Όλοι διαθέτουν ηλεκτρονικό υπολογιστή , ενώ υπάρχει σε όλες τις περιπτώσεις ευρυζωνική σύνδεση Ιντερνέτ στο σπίτι.

Επιπτώσεις στις διαπροσωπικές σχέσεις

Τα τελευταία χρόνια , οι επιπτώσεις στην υγεία από τη χρήση του διαδικτύου έχουν αναλυθεί διεξοδικά. Υπάρχει βέβαια και η άποψη ότι δεν υπάρχουν κίνδυνοι υγείας από μια δραστηριότητα που δεν απαιτεί φυσική προσπάθεια . Εξαιτίας της αυξημένης χρήσης και εξάρτησης από το διαδίκτυο , πολλοί άνθρωποι αγνοούν σημαντικές ευθύνες που σχετίζονται με την προσωπική τους ζωή.

Η αύξηση της χρήσης του διαδικτύου έχει ως αποτέλεσμα μια σταδιακή μείωση των προσωπικών συναισθημάτων . Οι φυσικοί παράγοντες κινδύνου που εμπλέκονται στην εξάρτηση από το διαδίκτυο είναι συγκριτικά ελάχιστοι , αλλά αξιοσημείωτοι . Γενικά , οι εξαρτημένοι χρήστες συνηθίζουν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο οπουδήποτε από 40 έως 80 ώρες κάθε εβδομάδα , με μεμονωμένες συνδέσεις που μπορεί να διαρκέσουν μέχρι 20 ώρες . Για να μπορεί να υπάρξει μια τόσο υπερβολική σε χρόνο χρήση , οι συνήθειες ύπνου θα πρέπει να διαταραχθούν .

Επιπρόσθετα , οι παρατεταμένες ώρες καθιστικής ζωής που προκαλεί η υπερβολική χρήση του διαδικτύου μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη φυσικής άσκησης . Ακόμη μπορεί να οδηγήσει σε υψηλό κίνδυνο για εμφάνιση συνδρόμου κόπωσης του καρπού , πόνους στη μέση , ή πόνους στα μάτια.

Κοινωνικές επιπτώσεις των κοινωνικών δικτύων

Τα πλεονεκτήματα που παρέχονται από το διαδίκτυο , συνοδεύονται με αρκετούς κινδύνους που έχουν σχέση με την κοινωνική δικτύωση . Μερικά από τα αρνητικά επηρεάζουν την κοινωνική δικτύωση στην πραγματικότητα . Κάποια από τα αρνητικά που παρουσιάζονται στο διαδίκτυο είναι:

Αρκετές είναι οι φορές που η ανάπτυξη της επικοινωνίας με άλλους άγνωστους χρήστες μπορεί να επιφέρει προβλήματα στην πνευματική υγεία των ατόμων , αφού μέσω των κοινωνικών δικτύων οι χρήστες επικοινωνούν και με άτομα που δεν γνωρίζουν .

Η προβολή της προσωπικής ζωής καθώς και στοιχεία σχετικά με την ταυτότητά τους αποτελούν κίνδυνο για την παραβίασή της , από άγνωστα άτομα , τα οποία τους δίνεται ελεύθερα η πρόσβαση στα προσωπικά δεδομένα του καθενός.

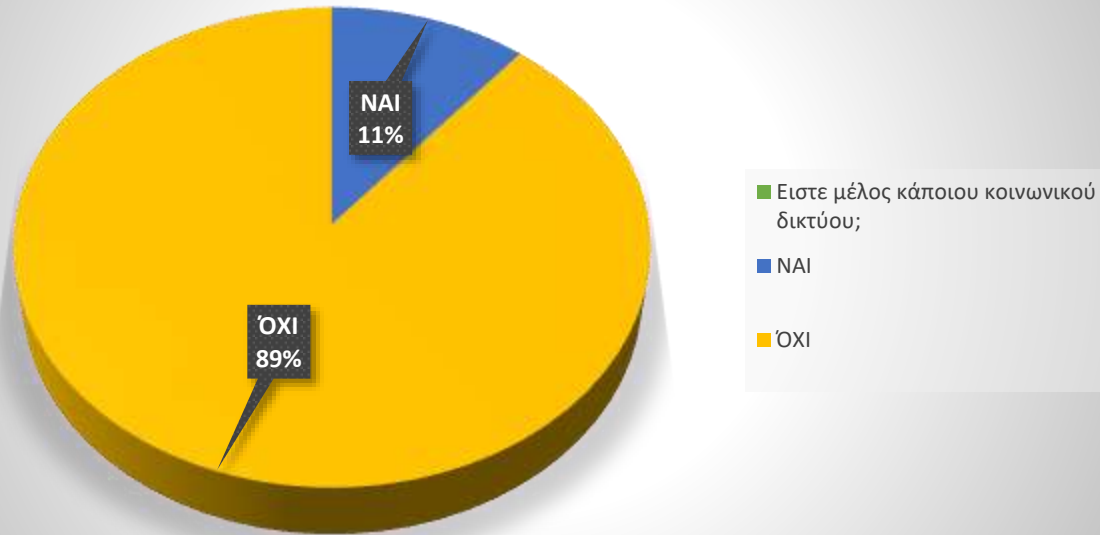
- Η πιθανότητα να παραπλανηθεί κάποιος εξαιτίας ψευδών στοιχείων από άλλον χρήστη είναι πολύ μεγάλη . Στο Διαδίκτυο είναι εύκολο να δοθούν ψευδή στοιχεία από τους χρήστες με σκοπό την παραπλάνηση των υπολοίπων . Η επικοινωνία με χρήστες του Διαδικτύου που δεν γνωρίζονται μεταξύ τους μπορεί να φέρει σοβαρούς κινδύνους από ότι θα έφερνε στον πραγματικό κόσμο , διότι στο διαδίκτυο δεν υπάρχει άμεση επαφή και δυσκολεύεται να αντιδράσει.
- Αρκετοί χρήστες ενοχλούνται καθημερινώς από άγνωστα άτομα που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο και αυτό γίνεται επειδή το Διαδίκτυο δεν παρέχει την αρμόδια προστασία για τέτοιες καταστάσεις .
- Επίσης συχνό φαινόμενο που παρατηρείται στο Διαδίκτυο , είναι ο κίνδυνος κλοπής και απώλειας των προσωπικών δεδομένων των ατόμων που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο .
- Η ανάμειξη και η χρήση προσωπικών στοιχείων των ατόμων που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο σε sites που οι χρήστες δεν ξέρουν την ασφάλειά τους , είναι εύκολο να διαρρεύσουν τα στοιχεία τους χωρίς την συγκατάθεσή τους.
- Επιπλέον η λανθασμένη επιρροή λόγω συνεχούς προβολής σε υλικό που δεν είναι αξιόπιστο , όπως εφαρμογές που βλάπτουν τον υπολογιστή , sites πορνογραφικού περιεχομένου , ή sites προσέγγισης των χρηστών σε διάφορες ομάδες με ιδιαίτερες απόψεις και ιδεολογίες, sites με ρατσιστικές απόψεις κ . ά..
- Εξίσου σημαντικός κίνδυνος είναι και ο καταγισμός από διαφημίσεις σε διάφορα sites με σκοπό την αύξηση των κερδών του συγκεκριμένου ιστότοπου που προβάλλονται . Από έρευνες που πρόβαλε η εφημερίδα « Ελευθεροτυπία » το ποσοστό των Ελλήνων χρηστών που έχουν δημιουργήσει λογαριασμό σε ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης , ξεπερνούν το 60%, εν συγκρίσει με τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο που φτάνει το ποσοστό του 45%. Η Ελλάδα έχει τοποθετηθεί Τρίτη σε όλη την Ευρώπη , ενώ τις πρώτες θέσεις κατέχουν η Δανία και η Νορβηγία.

Οι συνήθειες και η χρήση των κοινωνικών δικτύων από τους έφηβους

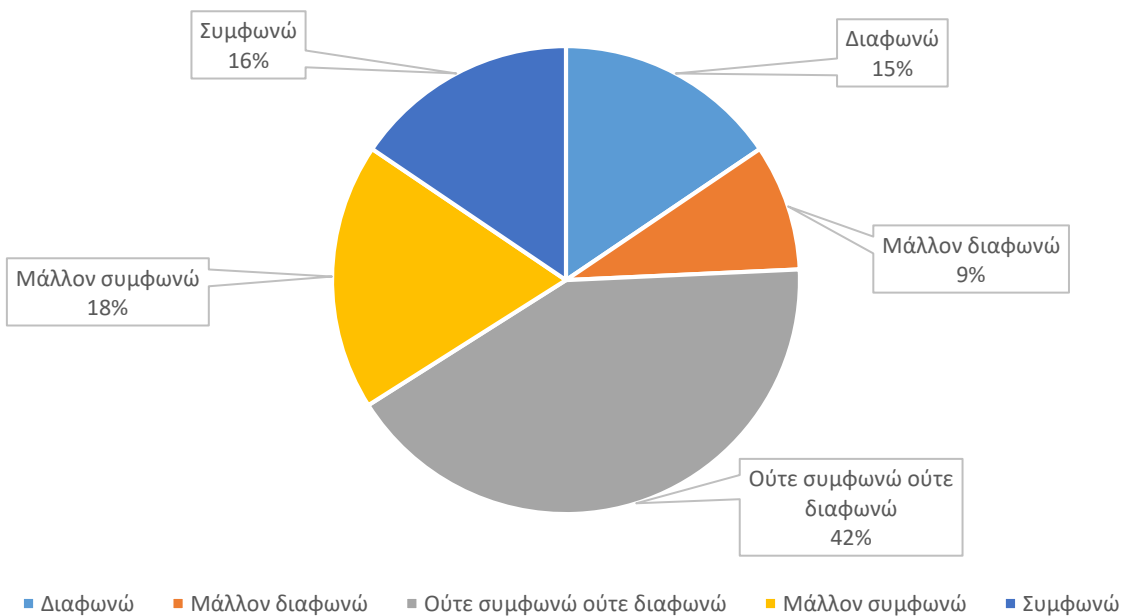
Για να διαπιστώσουμε τις συνήθειες των εφήβων μαθητών του σχολείου μας δημιουργήσαμε και μοιράσαμε ένα ερωτηματολόγιο.

Στη συνέχεια μετρήσαμε και αναλύσαμε τις απαντήσεις των συμμαθητών μας, και επεξεργαστήκαμε τα αποτελέσματα σε ένα αρχείο excel δημιουργώντας γραφικές παραστάσεις τύπου «πίτας» για τις απαντήσεις των συμμαθητών μας.

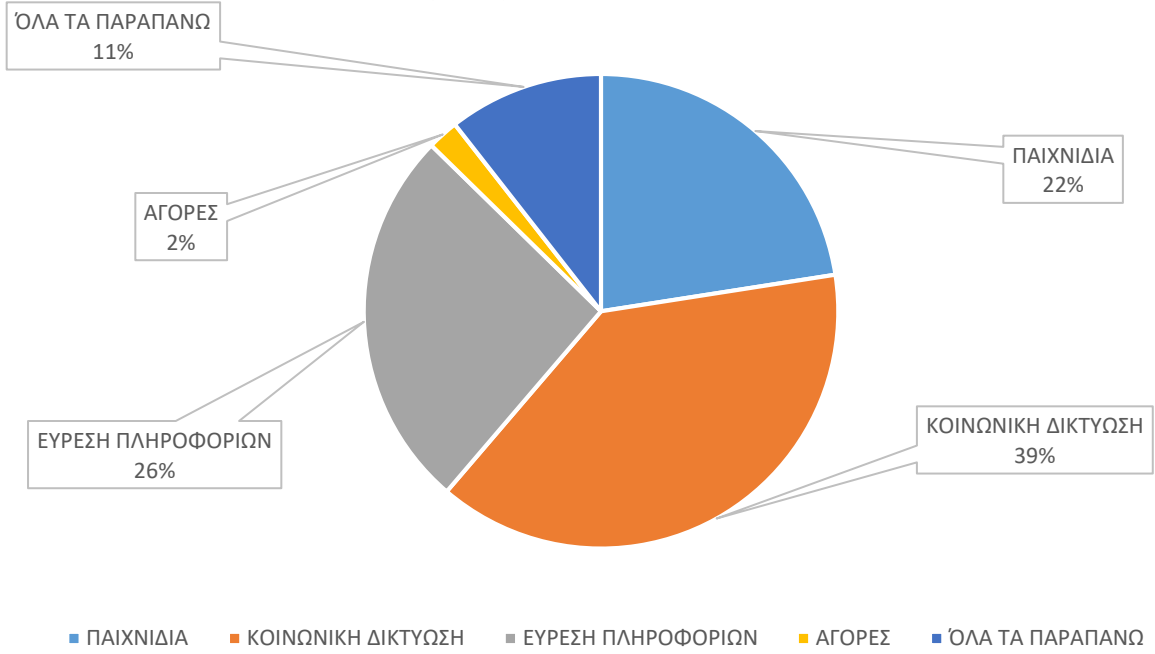
Είστε μέλος κάποιου κοινωνικού δικτύου;



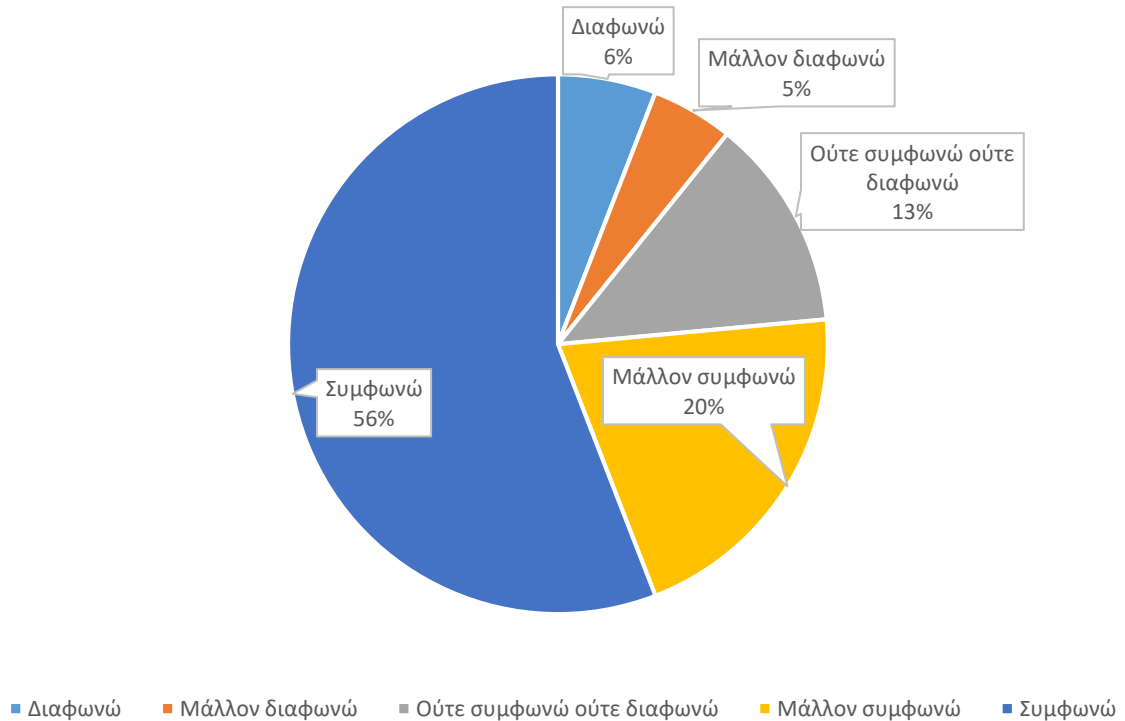
Πιστεύετε ότι τα κοινωνικά δίκτυα ενισχύουν την προσωπική μου εικόνα;



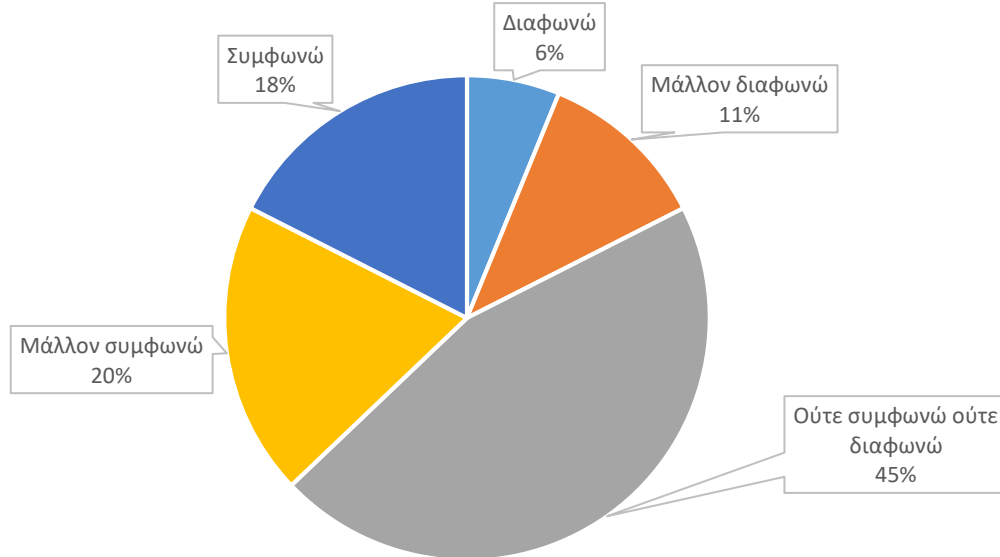
Πως χρησιμοποιείτε το Διαδίκτυο;



Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με καλύπτουν στις κοινωνικές μου ανάγκες

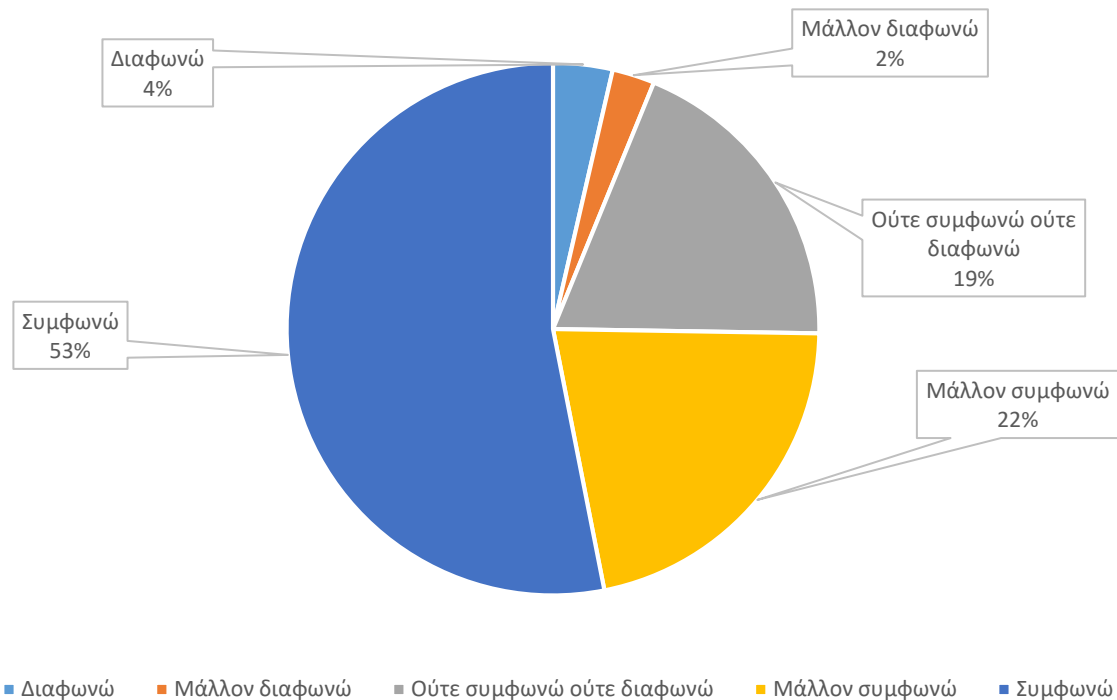


Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες. Συμφωνείτε με αυτό;



■ Διαφωνώ ■ Μάλλον διαφωνώ ■ Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ ■ Μάλλον συμφωνώ ■ Συμφωνώ

Η προβολή της προσωπικής ζωής στα κοινωνικά δίκτυα βλάπτει. Συμφωνείτε με αυτό;



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αφότου παρατηρηθούν οι πίνακες και τα γραφήματα καθίστανται ορισμένα συμπεράσματα.

- Το συντριπτικό ποσοστό των μαθητών χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα
- Η πλειοψηφία του δείγματος χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για να συνδέονται σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ενώ δεύτερη σε αριθμό απάντηση είναι η αναζήτηση πληροφοριών .
- Στην ερώτηση αν προβάλλουν την εικόνα τους, οι συμμαθητές μας, ήταν μοιρασμένοι. Κάποιοι απάντησαν ναι, κάποιοι όχι, οι περισσότεροι δεν μπορούν ούτε να συμφωνήσουν ούτε να διαφωνήσουν.
- Οι 3 στους 4 συμφωνούν με την άποψη ότι η επικοινωνία του καλύπτεται μέσω κοινωνικών δικτύων.
- Για την αξιοπιστία όσων βλέπουν και ενημερώνονται μέσω κοινωνικών δικτύων, οι μισοί απάντησαν ότι δεν μπορούν να βγάλουν συμπέρασμα, ενώ οι υπόλοιποι ήταν μοιρασμένοι μεταξύ του ναι και του όχι.
- Τέλος η πλειοψηφία του δείγματος συμφώνησε με το ότι η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι επιβλαβής για αυτούς με τους περισσότερους αναλογικά από αυτούς που διαφώνησαν.

Βιβλιογραφία-Δικτυογραφία

1) Τι είναι τα κοινωνικά δίκτυα, Μονάδα εφηβικής υγείας, Ε. Τζαβέλα, Άρτεμις Κ. Τσίτσικα

<http://youth-health.gr/thematikes-enotites/genika-gia-tin-efibeia/koinonika-diktua-stin-efibeia/>

2) Κοινωνική δικτύωση, <https://sites.google.com/site/koinonikidiktyosi/home>, Χριστίνα Χρήστου, Τμήμα επιχειρηματικού σχεδιασμού και πληροφοριακών συστημάτων του ΤΕΙ Πάτρας

3) Οδηγίες για τη χρήση του εκπαιδευτικού κοινωνικού δικτύου Edmodo, Χαρπαντίδου Ζαχαρούλα
Επιμορφώτρια Β' επιπέδου ΠΕ 19 – 20 Υπεύθυνη ΚΕ.ΠΛΗ.ΝΕ.Τ. Δράμας
http://dide.dra.sch.gr/plinet/images/yliko/Odigies_Edmodo.pdf

4) Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Σύγχρονα Επικοινωνιακά εργαλεία και η εφαρμογή τους στην πολιτική.
Κούζιου Σοφία, Πτυχιακή εργασία ΤΕΙ Διοίκησης Επιχειρήσεων ΤΕΙ Πειραιά, 2014,
http://oceanis.lib.puas.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2606/de_000245.pdf?sequence=1

5) Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Ερευνητική εργασία μαθητών της Β Λυκείου, Εκπαιδευτήρια Μπακογιάννη,
Λάρισα, 2013

6) Ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνική, προσωπική και επαγγελματική ζωή των νέων
στην εποχή της κρίσης, Πτυχιακή εργασία, Μπαράκου Παναγιώτα, Νάστου Φωτεινή, Τριανταφύλλη Δήμητρα,
Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, 2016

