

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15

Κοινωνικά Δίκτυα



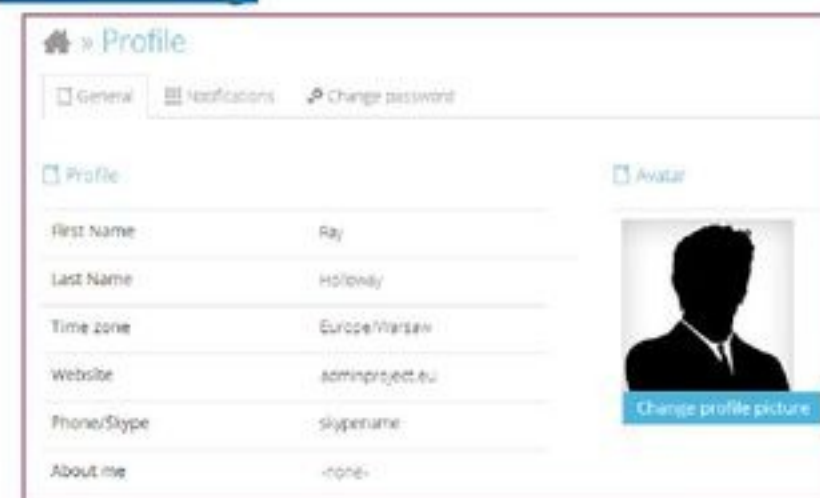
ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ

ηλεκτρονική πλατφόρμα
που παρέχει στα μέλη της δυνατότητες
διασύνδεσης και **αλληλεπίδρασης**
εικονικές κοινότητες
οι χρήστες δημιουργούν εικονικά προφίλ
και αναπτύσσουν ένα δίκτυο επαφών
με άλλους χρήστες



ΠΡΟΦΙΛ

- Οι χρήστες μίας πλατφόρμας χρειάζεται να **εγγραφούν** και να γίνουν μέλη
- Με την εγγραφή δημιουργείται αυτόματα το **προφίλ** του χρήστη
- Το προφίλ περιέχει **προσωπικά στοιχεία** (π.χ. ονοματεπώνυμο, ημ/νία γέννησης, ενδιαφέροντα, επαγγελματικά στοιχεία)
- Κάθε χρήστης συμπληρώνει τα στοιχεία του προφίλ του όσα ο ίδιος επιθυμεί, ενώ μπορεί αν θέλει να μην τα κοινοποιεί σε τρίτους



ΔΙΚΤΥΩΣΗ

- ◉ Σύνδεση των προφίλ των χρηστών
- ◉ Αναζήτηση άλλων χρηστών βάση κριτηρίων για να συνδεθούν μαζί του
- ◉ Κάθε χρήστης έχει το δικαίωμα να εγκρίνει ή να απορρίψει **αιτήματα σύνδεσης** από άλλους
- ◉ Δύο συνδεδεμένα προφίλ χρηστών παρέχουν **πρόσβαση στα στοιχεία των προφίλ**
- ◉ Μεγαλώνει ο κοινωνικός κύκλος συνδεδεμένων προφίλ



ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Παρέχουν τα κατάλληλα εργαλεία,
ώστε οι χρήστες να μπορούν
να συντηρούν και να επικαιροποιούν
το προφίλ τους,
«ανεβάζοντας» ανακοινώσεις, μηνύματα,
φωτογραφίες, βίντεο, καθώς και να σχολιάζουν τις
αναρτήσεις άλλων χρηστών



ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

- ◉ Το περιεχόμενο της πλατφόρμας δημιουργείται από τους χρήστες - **web 2.0 Κοινωνικός Ιστός**
- ◉ Η δημοφιλία της πλατφόρμας εξαρτάται από τον όγκο των αναρτήσεων των χρηστών
- ◉ Οι χρήστες διακρίνονται σε ενεργούς και ανενεργούς, ανάλογα με τον βαθμό χρήσης της πλατφόρμας
- ◉ Χρήστες με μεγάλο όγκο αναρτήσεων συνήθως έχουν και πολλούς συνδεδεμένους χρήστες και αποκαλούνται δημοφιλείς (ηθοποιοί, πολιτικοί, δημοσιογράφοι)

ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

- ⊙ Δημιουργία και συμμετοχή σε οργανωμένες **ομάδες χρηστών** (κοινά ενδιαφέροντα, χώρος εργασίας, σχολή αποφοίτησης κ.α.)
- ⊙ Τα Κοινωνικά Δίκτυα χρησιμοποιούνται από:
 - απλούς χρήστες
 - εταιρείες για εύκολη επικοινωνία με τους πελάτες
 - διάσημους που ενημερώνουν το κοινό τους

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Τα Κοινωνικά Δίκτυα χωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με:

- ⦿ το αντικείμενο τους
- ⦿ το είδος και το περιεχόμενο τους
- ⦿ τον τρόπο εγγραφής και συμμετοχής των μελών τους
- ⦿ τον τρόπο επικοινωνίας μεταξύ των μελών τους



ΜΕΣΑ Ή ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ (SOCIAL NETWORKS)

Οι Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης είναι το δημοφιλέστερο μέσο Κοινωνικών Δικτύων
Οι χρήστες εγγράφονται και αλληλεπιδρούν ως μια εικονική κοινότητα

- Facebook
- Google+
- VK
- Renren
- LinkedIn
- ResearchGate
- Edmodo
- Schoology



FACEBOOK

- Το πιο διαδεδομένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης με πάνω από ένα δισεκατομμύριο χρήστες
- Ξεκίνησε από τον ιδρυτή του το 2004 ως μέσο δικτύωσης των φοιτητών του Πανεπιστημίου Χάρβαρντ, αλλά γρήγορα επεκτάθηκε
- Σήμερα μπορεί να γίνει μέλος οποιοσδήποτε είναι άνω των 13 ετών



ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Άλλες δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι:

- η **Google+**



- η **VK** με 250 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες στη Ρωσία



- **renren** με 150 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες στην Κίνα



LINKEDIN

οι χρήστες είναι **επαγγελματίες**
που στο προφίλ τους ανεβάζουν
τα **προσόντα** τους και τη μέχρι τώρα
επαγγελματική τους **εμπειρία**,
καθώς και επιχειρήσεις ή οργανισμοί που
αναζητούν **προσωπικό**



RESEARCHGATE

οι χρήστες είναι **επιστήμονες** και **ερευνητές**
σε Πανεπιστήμια που διαμοιράζονται
εργασίες, πειραματικά αποτελέσματα και
συνεργασίες

The logo for ResearchGate, featuring the word "Research" in white and "Gate" in green, set against a dark grey rectangular background with a subtle drop shadow.

ResearchGate

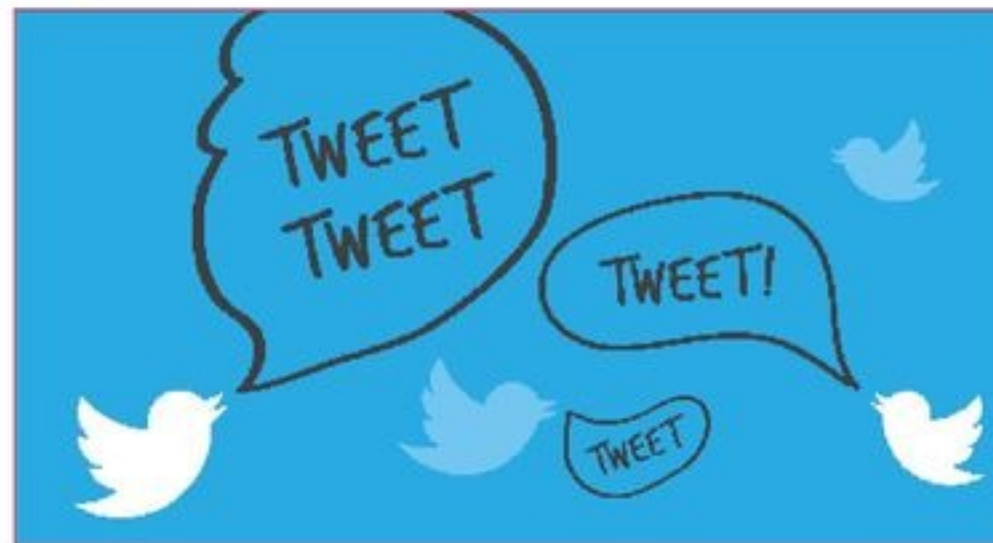
EDMODO ΚΑΙ SCHOOLLOGY

- ◉ Σχολική χρήση
- ◉ Καλύτερη συνεργασία μεταξύ μαθητών στα πλαίσια ενός σχολικού μαθήματος ή μιας σχολικής εργασίας
- ◉ Δυνατότητα διαμοιρασμού αρχείων



ΜΙΚΡΟ-ΙΣΤΟΛΟΓΙΑ (MICROBLOGS)

- ◉ **Twitter** ανάρτηση μικρών κειμένων (μέχρι 140 χαρακτήρες), τα οποία είναι διαθέσιμα σε όσους έχουν εγγραφεί ως «ακόλουθοι» σε έναν λογαριασμό
- ◉ **Αναμετάδοση** ενός μηνύματος άλλου χρήστη (retweet)
- ◉ Η υπηρεσία χρησιμοποιείται κυρίως για **γρήγορη και άμεση ενημέρωση**



ΙΣΤΟΛΟΓΙΑ (BLOGS - WEB LOG)

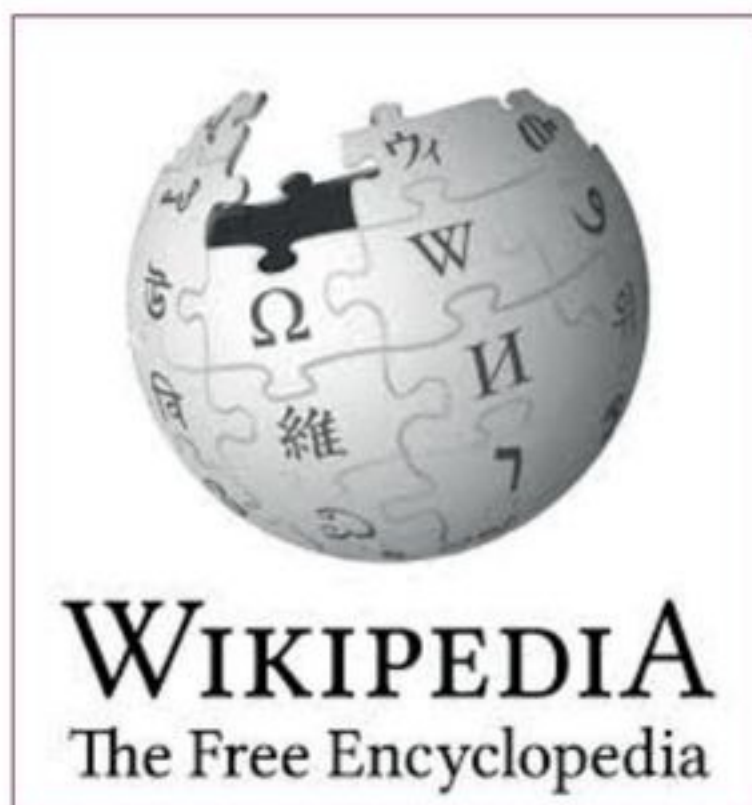
- ◉ **Διαδικτυακό ημερολόγιο**
- ◉ Οι καταχωρίσεις γίνονται αυστηρά χρονολογικά και εμφανίζονται με αντίστροφη χρονολογική σειρά (οι πιο πρόσφατες πρώτα)
- ◉ Ο χρήστης μπορεί να μεταβάλει ή να διαγράψει μία ήδη αναρτημένη καταχώριση
- ◉ Υπηρεσίες ιστολογίων παρέχουν πολλές εταιρείες και οργανισμοί
(blogger, wordpress, blogs.sch.gr του Πανελλήνιου Σχολικού Δικτύου)



WIKI

Διαδικτυακή εφαρμογή που επιτρέπει τη **συνεργασία** πολλών χρηστών

- ◉ **Wikipedia**: διαδικτυακή εγκυκλοπαίδεια ελεύθερης πρόσβασης και ελεύθερης χρήσης με πάνω από 30.000.000 άρθρα σε 287 γλώσσες



ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΑΓΑΠΗΜΕΝΑ (SOCIAL BOOKMARKING)

- ◉ Τρόπος αποθήκευσης των αγαπημένων μας ιστοσελίδων διαδικτυακά
- ◉ Αποθήκευση στο λογαριασμό διευθύνσεις ιστοσελίδων που μας ενδιαφέρουν
- ◉ Με την είσοδο στον λογαριασμό, οι διευθύνσεις αυτές είναι διαθέσιμες από όλες τις συσκευές που χρησιμοποιούμε
- ◉ Διαμοιρασμός αγαπημένων διευθύνσεων με συνδεδεμένους στο προφίλ μας χρήστες, και αντιστρόφως



ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΠΡΟΤΡΟΠΕΣ (SOCIAL RECOMMENDATIONS)

- Στις σελίδες αυτές ο χρήστης δημιουργεί ένα προφίλ και αναφέρει τα ενδιαφέροντά του, την απασχόλησή του, τα χόμπι του και τα θέματα που τον ενδιαφέρουν
- Με βάση τις προτιμήσεις που έχει δηλώσει ο χρήστης, το Δίκτυο Κοινωνικών Προτροπών του προτείνει ιστότοπους που πιθανώς να τον ενδιαφέρουν



StumbleUpon

ΘΕΜΑΤΙΚΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

- ◉ Το περιεχόμενό τους είναι κυρίως μιας συγκεκριμένης κατηγορίας
- ◉ Οι παρεχόμενες υπηρεσίες προσθήκης περιεχομένου, αναζήτησης και ομαδοποίησης είναι επίσης εστιασμένες σε αυτή τη συγκεκριμένη κατηγορία
- ◉ Youtube για βίντεο
- ◉ Pinterest και Flickr για φωτογραφίες
- ◉ Myspace για μουσική



myspace



ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- ◉ Η επικοινωνία με άτομα από όλο τον κόσμο
- ◉ Η άμεση αναζήτηση και ανεύρεσης πληροφοριών
- ◉ Η συνεργασία για ανταλλαγή υλικού και απόψεων άμεσο και πραγματικό χρόνο
- ◉ Ψυχαγωγία
- ◉ Άμεση επικοινωνία εταιριών με πελάτες, προσέγγιση μεγαλύτερου αριθμού πελατών



ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- ⊙ Η υπερβολική ενασχόληση - Εθισμός
- ⊙ Ο διαμοιρασμός Προσωπικών Δεδομένων
- ⊙ Η Εξαπάτηση και Κλοπή Ταυτότητας
- ⊙ Ο Ηλεκτρονικός Εκφοβισμός



ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

Σημαντική είναι η **άμεση αναφορά** του προβλήματος πριν πάρει διαστάσεις για την έγκαιρη αντιμετώπιση του

Ακόμα και ένα αθώο, κατά τη γνώμη κάποιων, αστείο μπορεί να πάρει γρήγορα εκρηκτικές διαστάσεις και να διαδοθεί με μεγάλη ταχύτητα στον κόσμο του Διαδικτύου

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ

Γενικά, η διασύνδεση με αγνώστους στον ψηφιακό κόσμο έχει περισσότερους κινδύνους από ό,τι στον πραγματικό, καθώς δεν υπάρχει η δυνατότητα άμεσης αντίληψης

Μια γενική συμβουλή είναι να συμπεριφερόμαστε όπως και όταν βρισκόμαστε σε έναν δημόσιο χώρο π.χ. στην πλατεία του χωριού, αφού ο διασυνδεμένος κόσμος είναι πλέον ένα «παγκόσμιο χωριό»



Στον ιστότοπο

<http://www.saferinternet.gr>

μπορείτε να βρείτε χρήσιμες συμβουλές για την αντιμετώπιση φαινομένων ηλεκτρονικής παρενόχλησης.

Social MEdia

