

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ



κέντρα
διά βίου
μάθησης



Ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media)

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ ΓΙΑ ΤΑ ΚΕΝΤΡΑ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Συγγραφέας
Αργύρης Τζικόπουλος

Υπεύθυνος διαμόρφωσης επιστημονικών προδιαγραφών του εκπαιδευτικού υλικού
Βασιλεία Καζούλλη (σε συνεργασία με τον Βασίλειο Δαγδιλέλη)

ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΑΠΟ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Επιστημονικός Υπεύθυνος για τις εκπαιδευτικές προδιαγραφές του υλικού
Αλέξης Κόκκος

Αναπληρωτής Επιστημονικός Υπεύθυνος
Μάνος Παυλάκης

Επιμέλεια Κειμένων
Έφη Κωσταρά

Το παρόν δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του υποέργου 8 με τίτλο «Συγγραφή και αξιολόγηση και αξιοποίηση υφιστάμενων εκπαιδευτικών υλικών προγραμμάτων εθνικής και τοπικής εμβέλειας» των πράξεων «Κέντρα Δια Βίου Μάθησης-Προγράμματα Εθνικής Εμβέλειας & Προγράμματα Τοπικής Εμβέλειας ΑΠ7» και «Κέντρα Δια Βίου Μάθησης-Προγράμματα Εθνικής Εμβέλειας & Προγράμματα Τοπικής Εμβέλειας ΑΠ8» οι οποίες έχουν ενταχθεί στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» (ΕΠΕΔΒΜ) του ΕΣΠΑ (2007-2013), Άξονας Προτεραιότητας 7: «Ενίσχυση της Δια Βίου Εκπαίδευσης Ενηλίκων στις 8 Περιφέρειες Σύγκλισης» με κωδικό MIS 375686 και Άξονας Προτεραιότητας 8: «Ενίσχυση της δια βίου εκπαίδευσης ενηλίκων στις 3 Περιφέρειες σταδιακής εξόδου» με κωδικό MIS 375687 και οι οποίες συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους, μέσω του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων (ΠΔΕ) του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Περιεχόμενα

Σκοπός.....	3
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα.....	3
Λέξεις – Κλειδιά.....	3
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	4
1 Τι είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.....	5
1.1. Προϋποθέσεις για την ασφαλή χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.....	7
2 Το Facebook.....	10
2.1 Λειτουργία και χαρακτηριστικά του Facebook.....	10
3 Το Twitter.....	26
3.1 Λειτουργία και χαρακτηριστικά του Twitter.....	27
4 Linkedin.....	37
4.1 Λειτουργία και χαρακτηριστικά του Linkedin.....	37
5 Wikipedia.....	47
5.1 Λειτουργία και χαρακτηριστικά του Wikipedia.....	48
6 Η αλόγιστη χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και οι συνέπειές της.....	54
7 Ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανήλικοι.....	56
8 Ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εργασία.....	59
Σύνοψη.....	61
Βιβλιογραφία.....	62

Σκοπός

Σκοπός αυτής της ενότητας είναι η εξοικείωση των εκπαιδευομένων με τα περιβάλλοντα (εργαλεία) και τις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης γενικότερα (social media). Οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να γνωρίσουν και να είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν τις σύγχρονες υπηρεσίες και τα περιβάλλοντα της κοινωνικής δικτύωσης, όπως και τις δυνατότητες που αυτά διανοίγουν. Επιπλέον, θα κατανοήσουν τις επιπτώσεις των ηλεκτρονικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην προσωπική ζωή, την καθημερινότητα και τις κοινωνικές πρακτικές, καθώς και στον κόσμο της οικονομίας και της εργασίας, ούτως ώστε να είναι σε θέση να διαφυλάττουν τα ευαίσθητα προσωπικά τους δεδομένα και γενικότερα να χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα με ασφάλεια.

Προσδοκώμενα Αποτελέσματα

Ολοκληρώνοντας τη μελέτη της ενότητας αυτής, θα είστε σε θέση να:

- αντιλαμβάνεστε τα βασικά χαρακτηριστικά σημαντικών εργαλείων, περιβαλλόντων και υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης και να έχετε μια ικανοποιητική και λειτουργική γνώση των δυνατοτήτων που διανοίγουν αυτές οι υπηρεσίες·
- γνωρίζετε τη θεμελιώδη ορολογία των εργαλείων, περιβαλλόντων, υπηρεσιών των ηλεκτρονικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης·
- αναγνωρίζετε τα γενικά λειτουργικά χαρακτηριστικά των εργαλείων, περιβαλλόντων, υπηρεσιών των ηλεκτρονικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία αναμένεται να υφίστανται με ένα γενικευμένο τρόπο (ενδεχομένως και στο εγγύς μέλλον) - όπως οι διαδικασίες έγγραφής, επεξεργασίας ενός προσωπικού προφίλ κλπ.

Λέξεις – Κλειδιά

- Κοινωνική Δικτύωση
- Αλληλεπίδραση
- Διαμοιρασμός
- Προφίλ
- Προσωπικά δεδομένα
- Όροι χρήσης και Πολιτική Απορρήτου

Εισαγωγικές Παρατηρήσεις

Τα ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης που στοχεύουν στη δημιουργία on-line κοινοτήτων από ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα και δραστηριότητες έχουν γίνει ιδιαίτερος δημοφιλή στις μέρες μας. Οι υπηρεσίες αυτές λειτουργούν κυρίως στο Διαδίκτυο και προσφέρουν πολλαπλούς τρόπους επικοινωνίας και διάδρασης στους εγγεγραμμένους χρήστες τους (συνήθως προϋποθέτουν τη δημιουργία προσωπικών προφίλ των χρηστών). Οι χρήστες των υπηρεσιών αυτών μπορούν να δημοσιοποιούν και να μοιράζονται προσωπικές πληροφορίες με άλλες ομάδες χρηστών, όπως π.χ. θέματα σχετικά με τα χόμπι τους, την εργασία τους, τις προτιμήσεις τους, τα αγαπημένα τους πρόσωπα, κ.ά. μέσα από το προσωπικό τους προφίλ, αλλά και υπό μορφή μηνυμάτων, φωτογραφιών, βίντεο, κ.ο.κ.

Στην ενότητα αυτή θα έχετε την ευκαιρία να εξοικειωθείτε με τα πιο γνωστά ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης που θα βρείτε διαθέσιμα στο Διαδίκτυο. Ο οδηγός αυτός έχει σαν στόχο να σας δώσει τις απαραίτητες πληροφορίες, ούτως ώστε να αποκτήσετε τις δεξιότητες για την υπεύθυνη χρήση των ψηφιακών αυτών τεχνολογιών. Επιπλέον, θα καλλιεργήσει τις επικοινωνιακές σας ικανότητες όσον αφορά στα ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Δεδομένης μάλιστα της πολύ σημαντικής απήχησης των ψηφιακών τεχνολογιών στη σύγχρονη κοινωνία, σε ένα διευρυνόμενο φάσμα ηλικιών και στη συντριπτική πλειονότητα των ανθρωπίνων δραστηριοτήτων, ο οδηγός αυτός έχει σαν στόχο την υποστήριξη και συστηματική προβολή αναστοχαστικών διαδικασιών και δραστηριοτήτων (ατομικού και συλλογικού χαρακτήρα) και μιας γενικά κριτικής στάσης των εκπαιδευομένων, ανεξαρτήτως του προσωπικού προφίλ και των κινήτρων τους.

1 Τι είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Πρόκειται για Διαδικτυακούς Τόπους 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 και επικοινωνούν, ανταλλάσσουν απόψεις και ψηφιακό περιεχόμενο κάθε μορφής (εικόνες, κείμενα, συνδέσμους, video κ.λπ.).

Όπως βέβαια ισχύει σε κάθε μορφή ηλεκτρονικής επικοινωνίας, έτσι και στους ιστοχώρους κοινωνικής δικτύωσης η γνώση βασικών κανόνων ασφάλειας και η ανάπτυξη κριτικής σκέψης είναι καθοριστικοί παράγοντες για την προστασία μας από κακόβουλους ανθρώπους και τη διαφύλαξη των προσωπικών μας δεδομένων, ώστε να μπορούμε να απολαύσουμε τις δυνατότητες ψυχαγωγίας, επικοινωνίας και διασκέδασης που μας παρέχονται.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα μπορούσαν να κατηγοριοποιηθούν στις παρακάτω ενότητες:

1. Βασισμένα στην κοινωνική δικτύωση
 - Κοινωνικά Δίκτυα (*Facebook, MySpace, LinkedIn*)
 - Ιστολόγια (Blogs) (*Blogger, WordPress*)
 - Microblogging (*Twitter, Tumblr*)
 - Wikis (*Wikipedia, Wikinews*)
2. Βασισμένα στο περιεχόμενο
 - Φωτογραφίες και εικόνες (*flickr, deviantArt, Photobucket*)
 - Βίντεο (*YouTube, Dailymotion, Vimeo*)
 - Μουσική (*Last.fm, MySpace Music, SoundCloud*)
 - Παρουσιάσεις και αρχεία κειμένων (*SlideShare, Scribd*)
3. Βασισμένα σε μία λειτουργία
 - Live broadcast (*Skype, Ustream, justin.tv*)
 - Bookmark Links (*Delicious, Diigo*)
 - Events (*Eventful*)

- Τοποθεσίες (*Foursquare*)
4. Βασισμένα στα ενδιαφέροντα
- Ειδήσεις (*Digg*)
 - Reviews (*flixter, goodreads, Yelp*)
 - Αγορές (*Blippy*)

Δραστηριότητα 1

Καλείστε να επισκεφτείτε τα παρακάτω Ηλεκτρονικά Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και στη συνέχεια να περιγράψετε τις υπηρεσίες που προσφέρουν σε 2-3 γραμμές:

Facebook (<https://www.facebook.com/>):

Linkedin (<https://www.linkedin.com/>):

Skype (<http://www.skype.com/>):

SlideShare (<http://www.slideshare.net/>):

Wikipedia (<http://en.wikipedia.org/>):

Flickr (<http://www.flickr.com/>):

Skype (<http://www.skype.com/>):

Google + (<https://plus.google.com/>):

1.1. Προϋποθέσεις για την ασφαλή χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Όπως είδατε ήδη στο προηγούμενο κεφάλαιο, οι δυνατότητες που παρέχουν τα ηλεκτρονικά Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι ποικίλες. Οι χρήστες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης δίνουν την εντύπωση ότι δεν ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων, καθώς πρώτοι οι ίδιοι τα εκθέτουν σε δημόσια θέα. Πρόσφατες έρευνες που έγιναν σε μαθητές και φοιτητές χρήστες του Facebook στις ΗΠΑ, έδειξαν ότι το 90% ποτέ δε διαβάζει τους όρους του Facebook για την προστασία της ιδιωτικότητας (privacy policy), ενώ το 60% δήλωσε ότι δεν ανησυχεί πολύ για το θέμα αυτό.

Για την ασφαλή τους χρήση όμως καλό θα ήταν (<http://www.eeke.gr>):

- Να λειτουργούμε με ορθολογική σκέψη αποφεύγοντας κοινοποιήσεις που θα μπορούσαν να εκμεταλλευτούν κακόβουλοι χρήστες.
- Να μελετάμε προσεκτικά τους όρους χρήσης και την πολιτική απορρήτου του κάθε δικτύου στο οποίο επιθυμούμε να ενταχθούμε ως χρήστες.
- Σε περίπτωση που κάτι από όσα διαβάζουμε στους όρους χρήσης και την πολιτική απορρήτου δεν γίνεται αντιληπτό, να μην συναινούμε και να ζητούμε περαιτέρω εξηγήσεις. Σε περιπτώσεις που οι όροι είναι γραμμένοι σε άγνωστη γλώσσα ζητούμε από κάποιον που γνωρίζει τη γλώσσα αυτή να μεταφράσει για εμάς.
- Με τη δημιουργία του προφίλ μας, δεν παραλείπουμε να ρυθμίζουμε και την προσβασιμότητα των άλλων χρηστών στις προσωπικές μας πληροφορίες.

- Πρέπει πάντα να είμαστε εμείς αυτοί που επιλέγουμε το ποιος θέλουμε να επισκέπτεται το προφίλ μας και τι μπορεί να αναγνώσει σε αυτό.
- Μεγάλη προσοχή οφείλουμε να δείξουμε στο περιεχόμενο των φωτογραφιών και των βίντεο που θα αναρτήσουμε.
- Επιλέγουμε φωτογραφίες που δεν είναι προσβλητικές, ενώ όσον αφορά στην ανάρτηση εικόνων που απεικονίζουν και άλλα πρόσωπα φροντίζουμε να παίρνουμε πάντα την έγκρισή τους.
- Προτιμούμε να κάνουμε φίλους και να συνομιλούμε μόνο με άτομα που ήδη γνωρίζουμε.
- Στην περίπτωση που επιλέξουμε να «κάνουμε φίλο» ένα νέο πρόσωπο, οφείλουμε να γνωρίζουμε πως αυτομάτως εκείνος αποκτά πρόσβαση στο προφίλ και τις πληροφορίες μας.
- Αποφεύγουμε κατ' ιδίαν συναντήσεις με ανθρώπους που δε γνωρίζουμε προσωπικά, ακόμα και αν θεωρούμε ότι η σχέση μας μέσω διαδικτύου είναι πολύ στενή.
- Δεν αγνοούμε το γεγονός πως όλοι αυτοί είναι εικονικοί φίλοι και όχι πραγματικοί.
- Καταγγέλλουμε προσβλητικές συνομιλίες και παράνομες προτάσεις. Ταυτόχρονα, ενημερώνουμε και τους διαχειριστές του Δικτύου στο οποίο συμμετέχουμε.
- Αποφεύγουμε να μοιραζόμαστε τους κωδικούς πρόσβασης του προφίλ μας, διότι μπορεί εύκολα κάποιος με τους κωδικούς να διαμορφώσει ένα νέο προφίλ το οποίο θα μπορούσε να περιέχει λανθασμένες πληροφορίες ή και προσβλητικό για εμάς περιεχόμενο και να δημοσιευθεί σε όλους τους χρήστες.
- Κάνουμε ορθολογική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αποφεύγοντας την πολύωρη απασχόληση.
- Θυμόμαστε πάντα ότι πρόκειται για εικονική πραγματικότητα και δε μοιραζόμαστε προσωπικές σκέψεις και απόψεις που θα μοιραζόμασταν με τους αληθινούς μας φίλους!

Δραστηριότητα 2

Προτείνεται να διαβάσετε τη **Δήλωση δικαιωμάτων και υποχρεώσεων** του Facebook (<https://www.facebook.com/legal/terms>) και την **Πολιτική χρήσης δεδομένων** → **Πληροφορίες που λαμβάνουμε για σας** (<https://www.facebook.com/about/privacy/your-info>) και να περιγράψετε παρακάτω τι σας αρέσει και τι σας προβληματίζει στους παραπάνω όρους.

Στη συνέχεια συγκρίνετέ τους με τους όρους χρήσης του YouTube (<https://www.youtube.com/t/terms>) και συζητήστε τις διαφορές τους με τους υπόλοιπους εκπαιδευόμενους.

2 Το Facebook

Το Facebook είναι ένα ιδιαίτερα ανεπτυγμένο κοινωνικό δίκτυο. Ιδρυτής του είναι ο Mark Zuckerberg. Αρχικά, το Facebook είχε ξεκινήσει τη λειτουργία του με σκοπό να κρατά σε επαφή τους φοιτητές στο πανεπιστήμιο του Harvard. Στη συνέχεια όμως, η δημοτικότητά του αυξήθηκε τόσο πολύ που πλέον είναι ανοικτό σε ολόκληρο τον κόσμο (επισκεφτείτε το site της ταινίας The Social Network - <http://www.thesocialnetwork-movie.com/>). Οι χρήστες του Facebook συνήθως το χρησιμοποιούν για να κρατάνε επαφή με τους φίλους και τους συνεργάτες τους είτε αυτοί ζουν στην ίδια χώρα είτε στο εξωτερικό. Δημιουργείται έτσι μια διαδικτυακή παρέα ανθρώπων που επικοινωνούν μεταξύ τους, μαθαίνει ο ένας τα νέα του άλλου, ανεβάζουν φωτογραφίες, ανακοινώνουν δραστηριότητες, κ.λπ.

2.1 Λειτουργία και χαρακτηριστικά του Facebook

Για να εγγραφεί κάποιος στο Facebook θα πρέπει να έχει έναν ενεργό λογαριασμό e-mail.

Σημείωση: Αν θέλετε να μάθετε περισσότερες λεπτομέρειες για τη δημιουργία λογαριασμού e-mail, μπορείτε να μελετήσετε το Κεφάλαιο 4: Επικοινωνία με ηλεκτρονική αλληλογραφία (e-mail) από τη Θεματική Ενότητα: Επεξεργασία Κειμένου – Διαδίκτυο (I), από το Εκπαιδευτικό Υλικό για τα Κέντρα Δια Βίου Μάθησης.

Στη συνέχεια πρέπει να μεταβείτε στη διεύθυνση <https://www.facebook.com/>.

The screenshot shows the Facebook registration page in Greek. At the top, there is a blue header with the Facebook logo and navigation links. Below the header, there is a promotional message on the left and a registration form on the right. The registration form is titled "Εγγραφή" (Registration) and includes the following fields and options:

- Όνομα (Name) and Επώνυμο (Surname) fields.
- Το email σας (Your email) field.
- Εισαγάγετε ξανά τη διεύθυνση email (Re-enter your email) field.
- Νέος κωδικός πρόσβασης (New password) field.
- Ημερομηνία γέννησης (Date of birth) section with dropdown menus for Ημέρα (Day), Μήνας (Month), and Έτος (Year), and a checkbox for "Γιατί χρειάζεται να δώσω την ημερομηνία γέννησής μου;" (Why do I need to give my date of birth?).
- Gender selection: Γυναίκα (Female) and Άνδρας (Male).
- A "Εγγραφή" (Sign Up) button.

Below the registration form, there is a link: "Δημιουργήστε Σελίδα για δημοσιότητα, συγκρότημα ή επιχείρηση." (Create Page for public page, group or business).

Στο δεξί μέρος της οθόνης συμπληρώνετε τα στοιχεία σας (όνομα, επώνυμο, e-mail, κωδικό πρόσβασης, ημερομηνία γέννησης και φύλο). Στη συνέχεια πατάτε το πλήκτρο Εγγραφή. Όταν

ολοκληρώσετε τη διαδικασία θα πρέπει να επισκεφτείτε το λογαριασμό e-mail που έχετε δηλώσει για να επιβεβαιώσετε τη διεύθυνση e-mail σας ως διεύθυνση επικοινωνίας.

Επιβεβαιώστε τη διεύθυνση email σας

Για να συνεχίσετε, ακολουθήστε το σύνδεσμο που στείλαμε στη διεύθυνση asdsd@gmail.com. Έτσι θα επιβεβαιώσετε τη διεύθυνση email σας ως διεύθυνση επικοινωνίας.

Χρειάζεστε βοήθεια;

Δεν έχετε πρόσβαση στη διεύθυνση asdsd@gmail.com;
Αλλάξτε τη διεύθυνση email επικοινωνίας.

Δεν μπορείτε να πατήσετε το σύνδεσμο στο email;
Εναλλακτικά, πληκτρολογήστε τον κωδικό επιβεβαίωσης που θα βρείτε στο email σας.

Να σταλεί ξανά το email επιβεβαίωσης [Πηγαίνετε στο email σας](#)

Χρήσιμες επισημάνσεις:

Το όνομα που καταγράφουμε στο σημείο «Όνομα-Επώνυμο» είναι και αυτό που θα βλέπουν οι υπόλοιποι χρήστες του Facebook. Προτιμήστε το πραγματικό σας επώνυμο για να μπορούν να σας βρίσκουν εύκολα οι φίλοι σας.

Η επιλογή του κωδικού μας είναι μερικές φορές δύσκολη, καθώς πρέπει να είναι κάποιος που θα θυμόμαστε εύκολα. Ο κωδικός πρόσβασης πρέπει να αποτελείται από τουλάχιστον 6 χαρακτήρες, να είναι μοναδικός και να μην μπορούν οι άλλοι να τον μαντέψουν εύκολα.

Το επόμενο βήμα αφού επιβεβαιώσουμε το e-mail μας είναι να συνδεθούμε. Αφού ολοκληρωθεί η εγγραφή, ο χρήστης μπορεί πλέον να κάνει σύνδεση. Απλά χρειάζεται να βάλει το όνομα του λογαριασμού ηλεκτρονικού του ταχυδρομείου, τον κωδικό του και να πατήσει στο πλήκτρο «Σύνδεση».


Να παραμείνω συνδεδεμένος

Πώς μπορώ να δημιουργήσω νέο κωδικό πρόσβασης;

Αν δεν είστε συνδεδεμένοι στο λογαριασμό σας και δεν μπορείτε να θυμηθείτε τον κωδικό πρόσβασης:

Μπορείτε να ζητήσετε νέο κωδικό. Απλώς πατήστε το σύνδεσμο Ξεχάσατε τον κωδικό σας; στη σελίδα σύνδεσης του Facebook. Θα σας στείλουμε e-mail με ένα σύνδεσμο για τη δημιουργία νέου κωδικού πρόσβασης.

Αν είστε συνδεδεμένοι στο λογαριασμό σας:

1. Πατήστε  πάνω δεξιά σε οποιαδήποτε σελίδα του Facebook και επιλέξτε **Ρυθμίσεις λογαριασμού**.
2. Πατήστε την ενότητα **Κωδικός**.
3. Πληκτρολογήστε τον τωρινό και το νέο κωδικό. Έπειτα αποθηκεύστε τις αλλαγές.

Στη συνέχεια μπορούμε να στείλουμε αίτηση φιλίας σε επαφές του e-mail μας ή άλλους γνωστούς μας. Όταν εισάγετε επαφές από το λογαριασμό σας, βοηθάτε τους άλλους χρήστες να βρίσκουν τους γνωστούς τους και να συνδέονται μαζί τους, ενώ βοηθάτε και το Facebook να προτείνει φίλους τόσο σε εσάς όσο και στους άλλους.

Σημείωση: Όταν γίνεστε φίλος κάποιου στο Facebook, του κοινοποιείτε το Χρονολόγιό σας. Είναι σημαντικό να σκεφτείτε πρώτα σε ποιους θέλετε να εμφανίζονται οι πληροφορίες σας. Όταν αγνοείτε ένα αίτημα φιλίας, δεν ενημερώνεται ποτέ ο χρήστης που σας το έστειλε. Επομένως, δεν πρέπει να αισθάνεστε άβολα, όταν απορρίπτετε αιτήματα από αγνώστους.

Μπορείτε να εισάγετε τα στοιχεία επικοινωνίας από τη λίστα επαφών και από τους φακέλους μηνυμάτων σας. Μπορείτε, βέβαια, να εισάγετε και επαγγελματικές επαφές, αλλά καλύτερα να στείλετε προσκλήσεις μόνο σε προσωπικές επαφές. Στείλτε προσκλήσεις μόνο σε φίλους που θα χαρούν να τις λάβουν. Αν δεν σας ενδιαφέρει ακόμα, μπορείτε να παραλείψετε αυτό το βήμα.

Άτομα που ίσως γνωρίζετε

Τα Άτομα που ίσως γνωρίζετε είναι χρήστες του Facebook τους οποίους μπορεί να γνωρίζετε. Το Facebook σας δείχνει άτομα με βάση τους κοινούς φίλους σας, τη δουλειά σας, την εκπαίδευσή σας, τα δίκτυα στα οποία ανήκετε, τις επαφές που έχετε εισαγάγει, καθώς και πολλούς ακόμη παράγοντες.

Ο τρόπος που χρησιμοποιεί το Facebook είναι αυτόματος, οπότε μερικές φορές μπορεί να βλέπετε αγνώστους ή άτομα με τα οποία δεν θέλετε να γίνετε φίλοι. Για να αφαιρέσετε τα άτομα αυτά από τη λίστα, αρκεί να πατήσετε το X δίπλα στο όνομά τους. Να θυμάστε το εξής: Το Facebook δεν στέλνει ποτέ αιτήματα φιλίας εκ μέρους σας σε άτομα που εμφανίζονται σε αυτή τη λίστα.

Δραστηριότητα 3

Μπορείτε να μεταβείτε στη διεύθυνση <https://www.facebook.com/> και να δημιουργήσετε το δικό σας λογαριασμό. Στη συνέχεια στείλτε προσκλήσεις σε 2-3 συν-εκπαιδευόμενούς σας και αποδεχτείτε τις δικές τους αιτήσεις.

Έλαβα ένα e-mail που λέει ότι κάποιος άλλος χρήστης έχει γραφτεί με τη δική μου διεύθυνση e-mail.

Όταν κάποιος προσθέτει μια διεύθυνση e-mail στο λογαριασμό του, το Facebook στέλνει μια ειδοποίηση σε κάθε διεύθυνση e-mail που έχει δηλωθεί στο λογαριασμό. Αν κάποιος πρόσθεσε μια δική σας διεύθυνση e-mail στο λογαριασμό του, μπορείτε να την προσθέσετε στο δικό σας λογαριασμό. Αυτό γίνεται από τις Ρυθμίσεις λογαριασμού. Ίσως είναι καλό να αλλάξετε και τον κωδικό πρόσβασης της διεύθυνσης e-mail. Αν δεν σας ανήκει πια η διεύθυνση, δεν θα μπορέσετε να την προσθέσετε στο λογαριασμό σας.

Αφού γίνει η σύνδεση, θα αντικρίσετε την αρχική σελίδα.

Χρήστης και η φωτογραφία του

Φωτογραφίες – Φωτογραφίες που έχει ανεβάσει ο χρήστης

Ομάδες – Ομάδες στις οποίες συμμετέχει ο χρήστης

The screenshot shows a Facebook news feed. At the top, there is a search bar with the text "Τι σκέφτεστε;". Below it, there are several posts. The first post is from "autoone.gr" and features a photograph of a woman with a bicycle. The second post is from "rector | innovation advisors" and features a graphic with the text "Business Symbiosis". The third post is from "Papaodorou Autoparts" and features a photograph of a car part. The fourth post is from "Cisco Small Business Greece" and features the Cisco logo. Red arrows point from the text on the left to various elements in the screenshot: one points to the user profile picture of the first post, another points to the photo in the first post, a third points to the text of the second post, and a fourth points to the photo in the third post.

Ενημέρωση Κατάσταση – Μπορείς να προσθέσεις κάποια φωτογραφία/βίντεο ή προσωπική κατάσταση

Κατάσταση Φίλων- Εδώ εμφανίζονται οι δημοσιεύσεις των φίλων

Διαφημίσεις – Εδώ εμφανίζονται διαφημίσεις

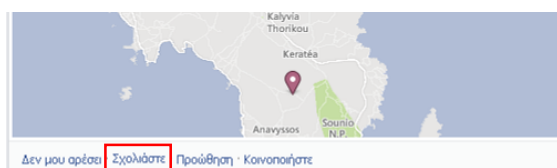
Τι είναι οι Ενημερώσεις;

Οι Ενημερώσεις (η κεντρική στήλη της αρχικής σας σελίδας) είναι μια λίστα ανακοινώσεων που ανανεώνεται συνεχώς, καθώς αφορά στους χρήστες και στις Σελίδες που παρακολουθείτε στο Facebook. Οι Ενημερώσεις περιλαμβάνουν ανακοινώσεις για ενημερώσεις κατάστασης, φωτογραφίες, βίντεο, συνδέσμους, δραστηριότητα εφαρμογών και αγαπημένα.

Πώς μπορώ να σχολιάσω κάτι που βλέπω στο Facebook;

Για να σχολιάσετε κάτι:

1. Πατήστε είτε το σύνδεσμο **Σχολιάστε** κάτω από τη δημοσίευση είτε το λευκό πλαίσιο που λέει **Γράψτε ένα σχόλιο...**
2. Πληκτρολογήστε το σχόλιό σας.
3. Πατήστε το πλήκτρο Enter ή Return για να δημοσιεύσετε το σχόλιο.



Πώς μπορώ να αλλάξω τις ρυθμίσεις της γλώσσας μου;

Για να ορίσετε τη γλώσσα σας, πηγαίνετε στο κάτω μέρος της σελίδας στην οποία βρίσκεστε και πατήστε την τρέχουσα γλώσσα (στην αριστερή γωνία). Επιλέξτε μια νέα γλώσσα από το μενού.

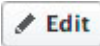


Μπορείτε, επίσης, να ενημερώσετε τη γλώσσα σας από τη σελίδα «Ρυθμίσεις λογαριασμού»:

- Πατήστε πάνω δεξιά στο Facebook και επιλέξτε Ρυθμίσεις λογαριασμού.
- Πατήστε Γενικά στην αριστερή στήλη.
- Δίπλα στην επιλογή Γλώσσα, πατήστε το σύνδεσμο Επεξεργασία και επιλέξτε τη βασική γλώσσα σας από το αναπτυσσόμενο μενού.

Πώς μπορώ να αλλάξω την ημερομηνία γέννησής μου και να επιλέξω σε ποιους θα την κοινοποιήσω;

Για να επεξεργαστείτε την ημερομηνία γέννησής σας:

1. Πηγαίνετε στο Χρονολόγιό σας και πατήστε Ενημέρωση πληροφοριών, κάτω από τη φωτογραφία του εξωφύλλου.
2. Πηγαίνετε στην ενότητα Βασικές πληροφορίες και πατήστε .
3. Στην ενότητα «Ημερομηνία γέννησης» αλλάξτε την ημέρα, το μήνα ή το έτος γέννησης (από τα αντίστοιχα αναπτυσσόμενα μενού).

4. Επιλέξτε, αν θέλετε, να εμφανίζεται η πλήρης ημερομηνία γέννησης ή μόνο ο μήνας και η μέρα. Από το σχετικό αναπτυσσόμενο μενού μπορείτε, επίσης, να επιλέξετε να μην εμφανίζεται καθόλου η ημερομηνία γέννησής σας.

5. Πατήστε Αποθήκευση.

Αν αλλάξατε πρόσφατα την ημερομηνία γέννησής σας και θέλετε να την αλλάξετε ξανά, ίσως χρειαστεί να περιμένετε μερικές ημέρες. Για να είναι οι χρήστες σίγουροι ότι χρησιμοποιείτε την πραγματική σας ταυτότητα στο Facebook, μπορείτε να αλλάξετε ημερομηνία γέννησης μόνο μερικές φορές. Για να αλλάξετε ποιος μπορεί να δει την ημερομηνία γέννησής σας, προσαρμόστε το αντίστοιχο κοινό ή κρύψτε την ημερομηνία γέννησης από το Χρονολόγιό σας.

Ποια είδη περιεχομένου δεν επιτρέπονται στο Facebook;


Τα παρακάτω είναι μερικά από τα είδη περιεχομένου που απαγορεύονται στο Facebook. Για να δείτε την πλήρη λίστα και να μάθετε περισσότερα σχετικά με τις πολιτικές του Facebook, διαβάστε τους Όρους της κοινότητας:

- Περιεχόμενο με γυμνό ή σεξουαλικά υπονοούμενα
- Ρητορική μίσους, βάσιμες απειλές ή ευθείες επιθέσεις σε άτομα ή ομάδες
- Περιεχόμενο με σκηνές αυτοτραυματισμού ή σκληρής βίας
- Ψεύτικα ή παραπλανητικά Χρονολόγια
- Ανεπιθύμητο περιεχόμενο (σπαμ)

Αν δείτε στο Facebook κάτι που παραβιάζει τους Όρους χρήσης του Facebook, συνδεθείτε στο λογαριασμό σας από υπολογιστή και χρησιμοποιήστε τους συνδέσμους αναφοράς που συνήθως εμφανίζονται δίπλα στο καταχρηστικό περιεχόμενο.

Πώς να ανεβάζετε και να δημοσιεύετε φωτογραφίες

Για να ανεβάσετε φωτογραφίες:

1. Πατήστε  **Προσθέστε φωτογραφία/βίντεο** στην κορυφή της αρχικής σελίδας σας.
2. Επιλέξτε **Δημιουργήστε άλμπουμ φωτογραφιών**.
3. Επιλέξτε τα αρχεία εικόνας που θέλετε να ανεβάσετε. Για να επιλέξετε ταυτόχρονα πολλές φωτογραφίες, επιλέξτε τα αρχεία εικόνας κρατώντας πατημένο το πλήκτρο Control (σε υπολογιστή) ή το πλήκτρο Command (σε Mac).

4. Όσο ανεβαίνουν τα αρχεία σας:


- Προσθέστε τίτλο και περιγραφή στο άλμπουμ.
- Χρησιμοποιήστε το εργαλείο επιλογής κοινού για να επιλέξετε ποιοι θα βλέπουν το άλμπουμ (Σημείωση: Αν προσθέσετε άλλους χρήστες με ετικέτα σε διάφορες φωτογραφίες, οι φίλοι τους θα μπορούν να δουν τις συγκεκριμένες φωτογραφίες).
- Μόλις ανεβαίνει κάθε φωτογραφία, προσθέστε της λεζάντες, ετικέτες και τοποθεσίες.

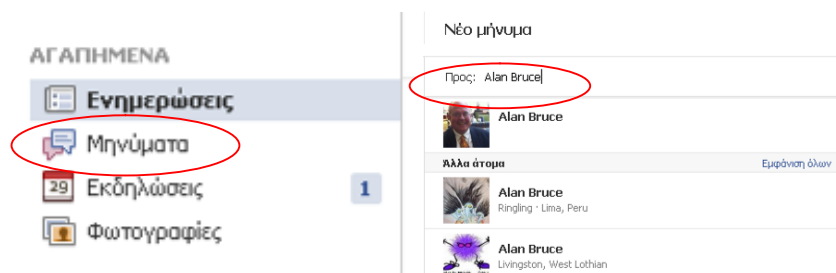
5. Ελέγξτε τη γραμμή προόδου, για να δείτε το χρόνο που απομένει (κατά προσέγγιση) μέχρι να ανέβει το άλμπουμ σας. Στο τέλος, πατήστε «Δημοσίευση φωτογραφιών».

Για να δημιουργήσετε διάφορα album με τις φωτογραφίες, πηγαίνετε στη σελίδα του προφίλ, πατάτε στην καρτέλα «Φωτογραφίες» στη μέση της σελίδας, και μετά κλικ στο «Δημιουργήστε ένα Άλμπουμ Φωτογραφιών».

Αποστολή μηνυμάτων

Για να στείλετε ιδιωτικό μήνυμα:

1. Πατήστε  **Μηνύματα** στην αριστερή στήλη της αρχικής σελίδας σας.
2. Επιλέξτε **+ Νέο μήνυμα**.
3. Αρχίστε να πληκτρολογείτε ένα όνομα ή μια διεύθυνση e-mail στο πεδίο **Προς**
 - Θα εμφανιστεί ένα αναπτυσσόμενο μενού με τα ονόματα φίλων σας ή άλλων ατόμων που γνωρίζετε.
4. Επιλέξτε το άτομο ή τα άτομα στα οποία θέλετε να στείλετε το μήνυμα.
5. Πληκτρολογήστε το μήνυμά σας και πατήστε **Αποστολή**.



Δραστηριότητα 4

Μπορείτε τώρα να ολοκληρώσετε το προφίλ σας συμπληρώνοντας στοιχεία σας και στη συνέχεια να ενημερώσετε την κατάστασή σας και να αποστείλετε ένα μήνυμα σε κάποιο φίλο σας. Συζητήστε με τους συν-εκπαιδευόμενούς σας και τον εκπαιδευτή σας τι θα θέλατε ακόμα να κάνετε και τι σας δυσκόλεψε μέχρι τώρα.

Σελίδες και Ομάδες

Οι **Σελίδες** επιτρέπουν σε οργανισμούς, επιχειρήσεις, διασημότητες και εμπορικές επωνυμίες να επικοινωνούν ευρέως με ενδιαφερόμενους χρήστες. Μόνο επίσημοι εκπρόσωποι μπορούν να δημιουργήσουν και να διαχειριστούν τις Σελίδες.

Οι **ομάδες** αποτελούν ένα κλειστό περιβάλλον επικοινωνίας για μικρές ομάδες ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα. Οποιοσδήποτε μπορεί να δημιουργήσει ομάδα.

Υπάρχουν όμως κι άλλες διαφορές:

Σελίδες

- **Απόρρητο:** Οι πληροφορίες και οι δημοσιεύσεις των Σελίδων είναι δημόσιες και γενικά διαθέσιμες σε οποιονδήποτε χρήστη του Facebook.
- **Κοινό:** Οποιοσδήποτε μπορεί να δηλώσει ότι του αρέσει μια Σελίδα και να λαμβάνει σχετικές ενημερώσεις στην αρχική σελίδα του. Μια Σελίδα μπορεί να αρέσει σε απεριόριστους χρήστες.
- **Επικοινωνία:** Οι διαχειριστές των Σελίδων μπορούν να κοινοποιούν δημοσιεύσεις με το όνομα της Σελίδας τους. Οι δημοσιεύσεις μιας Σελίδας εμφανίζονται στις Ενημερώσεις των χρηστών στους οποίους αρέσει η Σελίδα, καθώς και στις Ενημερώσεις των φίλων τους. Οι διαχειριστές μιας Σελίδας μπορούν επίσης να δημιουργούν προσαρμοσμένες εφαρμογές και να ελέγχουν τα στατιστικά στοιχεία της Σελίδας τους, για να παρακολουθούν την ανάπτυξη και τη δραστηριότητά της.

Ομάδες

- **Απόρρητο:** Εκτός από την επιλογή ανοιχτής ομάδας, υπάρχουν και άλλες ρυθμίσεις απορρήτου για τις ομάδες. Οι δημοσιεύσεις στις μυστικές και κλειστές ομάδες εμφανίζονται μόνο στα μέλη τους.
- **Κοινό:** Τα μέλη της ομάδας πρέπει να έχουν εγκριθεί ή προστεθεί από άλλα μέλη. Όταν μια ομάδα φτάσει ένα συγκεκριμένο μέγεθος, ορισμένες δυνατότητές της

περιορίζονται. Οι πιο χρήσιμες ομάδες είναι συνήθως αυτές που δημιουργείτε με μικρό αριθμό γνωστών σας.

- **Επικοινωνία:** Στις ομάδες, τα μέλη λαμβάνουν ειδοποιήσεις από προεπιλογή κάθε φορά που δημοσιεύεται κάτι. Τα μέλη των ομάδων μπορούν να συμμετέχουν σε συνομιλίες, να ανεβάζουν φωτογραφίες σε κοινόχρηστα άλμπουμ, να συνεργάζονται σε ομαδικά έγγραφα και να στέλνουν προσκλήσεις για εκδηλώσεις της ομάδας σε μέλη που είναι φίλοι τους.

Ανάλογα με τις ανάγκες σας, μπορείτε εύκολα να δημιουργήσετε Σελίδα ή ομάδα.

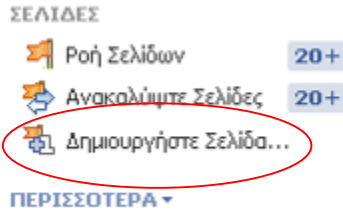
Σημείωση: Οι προσωπικοί λογαριασμοί είναι κατάλληλοι για ιδιώτες, αλλά όχι για επιχειρήσεις, εμπορικές επωνυμίες και οργανισμούς. Μέσω των Σελίδων Facebook, οι καλλιτέχνες, οι επιχειρήσεις και οι εμπορικές επωνυμίες μπορούν να παρουσιάζουν τη δουλειά τους και να αλληλεπιδρούν με τους θαυμαστές τους. Οι Σελίδες διαθέτουν προεγκατεστημένες προσαρμοσμένες δυνατότητες για κάθε κατηγορία. Επίσης, υπάρχουν διάφορες εφαρμογές άλλων κατασκευαστών, τις οποίες μπορούν να προσθέτουν οι διαχειριστές στις Σελίδες τους. Σε αντίθεση με ό,τι ισχύει για τους φίλους στους προσωπικούς λογαριασμούς, μια Σελίδα Facebook μπορεί να αρέσει σε απεριόριστους χρήστες.

Η δημιουργία μιας σελίδας στο Facebook είναι πολύ σημαντική για την προώθηση της επιχείρησής μας ή της σελίδας μας στο ευρύ κοινό. Ο λόγος είναι απλός. Όλο και περισσότεροι Έλληνες χρησιμοποιούν το Facebook (έχουμε από τα μεγαλύτερα ποσοστά τακτικής χρήσης σε σχέση με τους υπόλοιπους Ευρωπαίους) και η σελίδα Facebook είναι στημένη με τον ιδανικό τρόπο, ώστε να «φτάσουμε» αυτό το κοινό, συνδυάζοντας το κουμπί «Μου αρέσει» που βρίσκεται στη σελίδα κάποιας διαφημιστικής καμπάνιας στο Facebook.

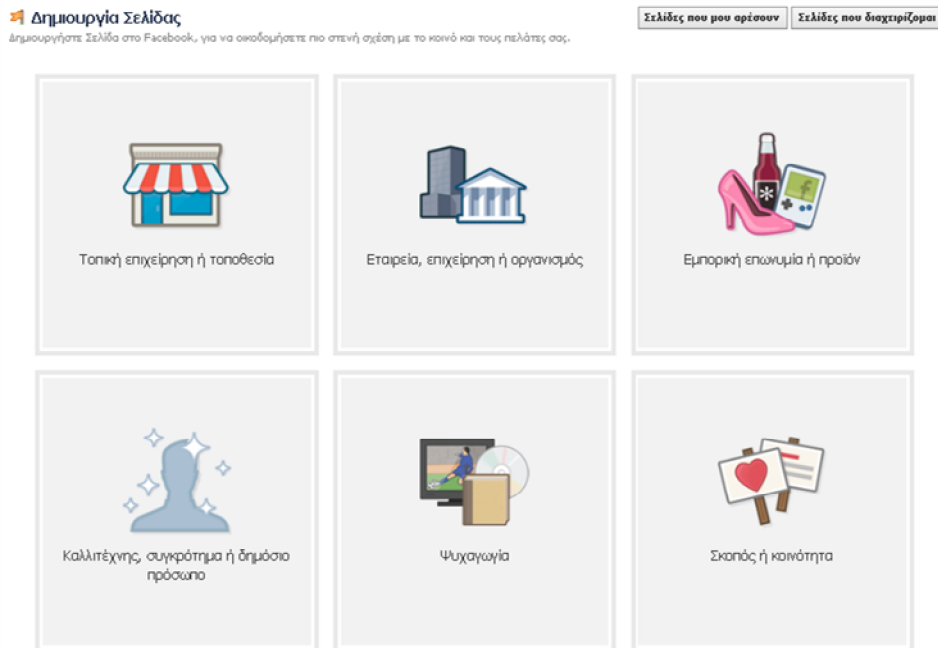
Επίσης, τον τελευταίο καιρό οι μηχανές αναζήτησης έχουν δώσει ιδιαίτερη σημασία στις «Facebook Σελίδες» και τις βγάζουν αρκετά ψηλά στα αποτελέσματα αναζήτησης των χρηστών.

Πάμε λοιπόν να δούμε βήμα βήμα πώς μπορούμε να φτιάξουμε μια σελίδα στο Facebook για το ιστολόγιό μας.

1) Πηγαίνετε στην αρχική σελίδα του Facebook και κάνετε κλικ κάτω αριστερά στην επιλογή «Δημιουργήστε Σελίδα».



2) Κατόπιν επιλέγετε κατηγορία Σελίδας και υποκατηγορία:



3) Στο επόμενο παράθυρο, στο αναδυόμενο μενού επιλέξτε το κουτάκι δίπλα στην πρόταση **Συμφωνώ με τους Όρους χρήσης των Σελίδων του Facebook** και πατήστε **Ξεκινήστε**.

4) Κάπου εδώ έχετε τελειώσει και αυτό που μένει τώρα είναι να προσθέσετε πληροφορίες και περιεχόμενο και να την προωθήσετε.

Δημιουργία σελίδας Qwerty

1 Πληροφορίες 2 Εικόνα προφίλ 3 Προσθήκη στα αγαπημένα

4 Προσελκύστε περισσότερα άτομα **Συμβουλή:** Προσθέστε περιγραφή και ιστότοπο, για να ανέβει η Σελίδα σας στην κατάταξη των αναζητήσεων. Το κείμενο με αστέρια (*) είναι υποχρεωτικό.

*Προσθέστε μια περιγραφή με βασικές πληροφορίες για τη Σελίδα Qwerty.

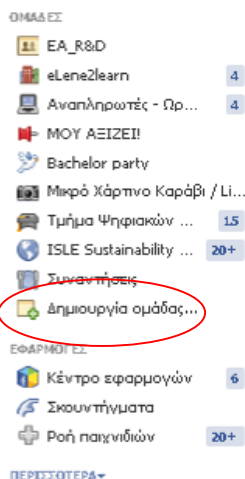
Ιστότοπος (π.χ. ο ιστότοπός σας ή η σελίδα σας στο Twitter ή στο Yelp) Προσθήκη άλλου ιστοτόπου

Επιλέξτε μια μοναδική διεύθυνση Facebook, ώστε οι άλλοι να βρίσκουν πιο εύκολα τη Σελίδα σας. Από τη στιγμή που θα επιλέξετε αυτή τη διεύθυνση, δεν μπορείτε να την αλλάξετε.
<http://www.facebook.com/> (Πληκτρολογήστε μια διεύθυνση για τη Σελίδα)

Αντιπροσωπεύει η Σελίδα Qwerty επιχείρηση, εμπορική επικοινωνία ή προϊόν που όντως υπάρχει Ναι Όχι

Είναι οι ώλοι θα μπράν να βράσαν πιο εύκολα αυτή τη επιχείρηση, αυτό το προϊόν ή αυτή τη εμπορική επικοινωνία στο Facebook.

Επισκεφτείτε το Κέντρο βοήθειας Αποθήκευση πληροφοριών



2. Θα εμφανιστεί ένα παράθυρο στο οποίο μπορείτε να προσθέσετε το όνομα και τα μέλη της ομάδας, καθώς και να προσαρμόσετε τη ρύθμιση απορρήτου της. Στο τέλος, πατήστε **Δημιουργία**.

Δημιουργία νέας ομάδας

Όνομα ομάδας:

Μέλη:

Απόρρητο: **Ανοικτή**
Όλοι μπορούν να βλέπουν την ομάδα, τα μέλη της και τις δημοσιεύσεις των μελών.

Κλειστή
Όλοι μπορούν να βλέπουν την ομάδα και τα μέλη της. Μόνο τα μέλη βλέπουν τις δημοσιεύσεις.

Μυστική
Μόνο τα μέλη βλέπουν την ομάδα, τα μέλη της και τις δημοσιεύσεις των μελών.

Μάθετε περισσότερα για το απόρρητο των ομάδων

3. Μόλις δημιουργηθεί η ομάδα, θα μεταφερθείτε στη σελίδα της. Για να ξεκινήσετε, πατήστε **⚙** πάνω δεξιά στη σελίδα και επιλέξτε **Επεξεργασία ρυθμίσεων ομάδας**. Εκεί μπορείτε να προσθέσετε περιγραφή, ετικέτες, διεύθυνση e-mail και εικόνα της ομάδας, καθώς και να διαχειριστείτε τα μέλη της.

Δραστηριότητα 6

Όλοι οι εκπαιδευόμενοι σε συνεργασία με τον εκπαιδευτή σας δημιουργήστε την ομάδα του τμήματός σας και προσπαθήστε να την διαχειριστείτε και να προσκαλέσετε και άλλα άτομα σε αυτήν σε μια προσπάθεια να τους ενημερώσετε για τη θεματική ενότητα που παρακολουθείτε αλλά και για τα Κέντρα Διά Βίου Μάθησης γενικότερα.

Σημείωση:

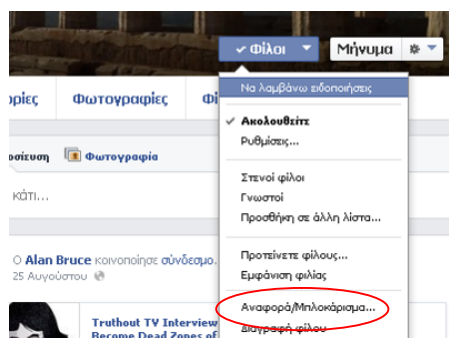
Στο Facebook αλλά και στα υπόλοιπα εργαλεία Κοινωνικής Δικτύωσης προσέχουμε πάντα:

- *Κακομεταχείριση άλλων: δημοσίευση υλικού που αφορά άλλους, αποστολή κακοπροαίρετων δημόσιων μηνυμάτων κτλ.*
- *Επικίνδυνες κοινότητες: δημιουργία συνδέσεων και διαμοιρασμός πληροφοριών που μπορούν να αξιοποιηθούν με επικίνδυνους τρόπους άμεσα ή έμμεσα στο μέλλον.*
- *Συναισθηματικές επιδράσεις: από όλα τα προηγούμενα.*
- *Το παράδοξο της online φιλίας: Πολλοί χρήστες υποβαθμίζουν τη διαπροσωπική τους επικοινωνία και την ποιότητα των σχέσεών τους μέσω έντονης χρήσης των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης.*

Πώς θα σταματήσετε να έχετε φίλο κάποιον που σας ενοχλεί στο Facebook

Εάν ένας φίλος μου με ενοχλεί (π.χ. Έχει κάποια ακατάλληλη φωτογραφία προφίλ, με προσβάλλει ή μου επιτίθεται ή αυτό το προφίλ είναι δικό μου αλλά μου το έχουν κλέψει) τότε μπορώ να το αναφέρω στο Facebook.

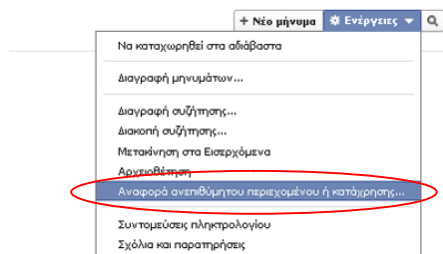
- **Αναφορά προφίλ:** πηγαίνετε στο προφίλ και κάντε κλικ στο σύνδεσμο «Αναφορά / Μπλοκάρισμα (Report/Block this Person)» που εμφανίζεται στο κάτω αριστερό μέρος, κάτω από την φωτογραφία του προφίλ.



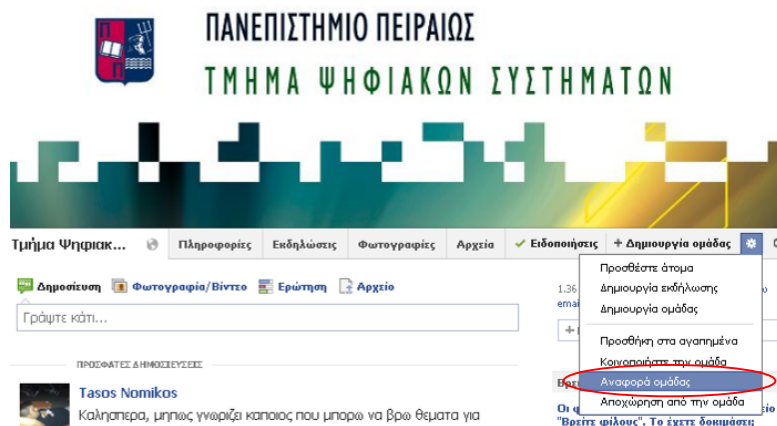
- **Αναφορά φωτογραφίας:** πηγαίνετε στη συγκεκριμένη φωτογραφία και κάντε κλικ στο σύνδεσμο «Αναφέρετε (Report This Photo)» που εμφανίζεται κάτω από τη φωτογραφία αυτή.



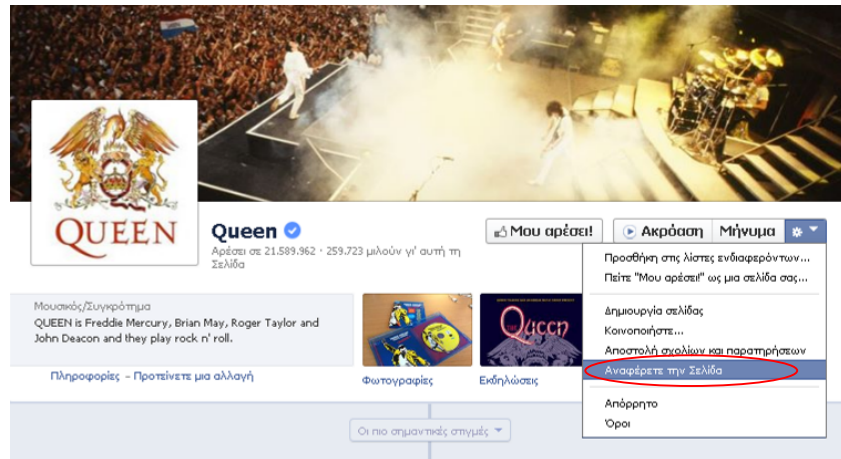
- **Αναφορά ενός εισερχόμενου μηνύματος:** ανοίξετε το μήνυμα και κάντε κλικ στο σύνδεσμο «Αναφορά ανεπιθύμητου περιεχομένου ή κατάχρησης (Report Message)» που εμφανίζεται κάτω από το όνομα του αποστολέα. Σημείωση: μπορείτε να αναφέρετε μηνύματα μόνο από αγνώστους και όχι από τους φίλους σας.



- **Αναφορά ομάδας (group) ή γεγονότος (event):** πηγαίνετε στην κύρια σελίδα της ομάδας / γεγονότος και κάνετε κλικ στο σύνδεσμο «Αναφορά ομάδας (Report Group)» ή «Αναφορά Γεγονότος (Report Event)» που θα βρείτε στις ρυθμίσεις της σελίδας.



- **Αναφορά μιας Σελίδας (Facebook Page):** πηγαίνετε στη σελίδα αυτή και επιλέξτε το σύνδεσμο «Αναφορά σελίδας (Report Page)» που εμφανίζεται αριστερά κάτω στην οθόνη.



3 To Twitter

Το Twitter είναι ένας τρόπος online κοινωνικής δικτύωσης και microblogging που ιδρύθηκε το Μάρτιο του 2006 από τον Jack Dorsey. Το Twitter αποτελεί μία υπηρεσία που σας παρέχει τη δυνατότητα να κρατάτε επαφή και να ενημερώνεστε για τις καθημερινές δραστηριότητες των φίλων, των συγγενών και των ανθρώπων που σας ενδιαφέρουν μέσω του Internet αλλά και να ενημερώνετε εσείς εκείνους. Οι χρήστες του μπορούν να στέλνουν «ενημερώσεις» (βασισμένες σε κείμενο θέσεων, μέχρι 140 χαρακτήρες). Το Twitter ανήκει στην κατηγορία των επονομαζόμενων υπηρεσιών web 2.0 (ή social 2.0) μαζί με τα blogs, το Myspace, το Facebook που δίνουν τη δυνατότητα σε ανθρώπους από κάθε σημείο του πλανήτη να γνωριστούν, να επικοινωνήσουν και να ανταλλάξουν ιδέες και απόψεις μέσω του Internet.

Μέσα από το Twitter έχετε τη δυνατότητα να στέλνετε σύντομα μηνύματα έως και 140 χαρακτήρων με τους προβληματισμούς, τις ιδέες, τις δραστηριότητες, τις απορίες σας ή απλά αυτό που σκέπτεστε, τα οποία παρακολουθούν όσοι έχουν επιλέξει να σας ακολουθούν μέσω της υπηρεσίας. Η διαδικασία αυτή ονομάζεται Twittering.

Αντίστοιχα, έχετε και εσείς τη δυνατότητα αν θέλετε να βλέπετε τα μηνύματα όσων έχετε επιλέξει να ακολουθείτε. Η όλη διαδικασία θυμίζει την επικοινωνία μέσω instant messenger ή την αποστολή SMS μηνυμάτων μέσω κινητού τηλεφώνου, επειδή το μέγεθος των μηνυμάτων είναι και εδώ περιορισμένο. Η διαφορά έγκειται στο ότι:

Τα μηνυματά σας δεν έχουν έναν μόνο παραλήπτη αλλά πολλούς.

Τα μήνυμα που στέλνετε μέσω του Twitter θα μπορούσαν να τα δουν όλοι οι χρήστες της υπηρεσίας σε αυτό που ονομάζεται Public Timeline (με ορισμένες εξαιρέσεις), επομένως αν επιθυμείτε να κρατήσετε κάποια σκέψη ή είδηση μόνο για τον εαυτό σας ή τους οικείους σας καλό θα ήταν να μην αναφερθεί ποτέ στο Twitter.

Αν το Twitter έχει ένα αδιαμφισβήτητο θετικό στοιχείο, αυτό είναι η άμεση, «ζωντανή» μετάδοση της είδησης. Το 2007 για πρώτη φορά κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου οι σύνεδροι αναμετέδιδαν μέσω του Twitter τις ανακοινώσεις του συνεδρίου. Όσοι δεν συμμετείχαν στο συνέδριο, αν ήθελαν, μπορούσαν να στέκονται μπροστά από μια μεγάλη οθόνη και να παρακολουθούν αυτές τις αναμεταδόσεις. Από τότε άρχισε η παγκόσμια πλέον δημοτικότητα του Twitter.

Ακόμα πιο εντυπωσιακό παράδειγμα είναι οι διαδηλώσεις του 2009 στο Ιράν. Οι Ιρανοί Twitterers μπορούσαν να αναμεταδίδουν όλες τις εξελίξεις στη χώρα τους παρά τις απαγορεύσεις και τη λογοκρισία. Μεγάλα κανάλια όπως το CNN και το BBC είχαν τη

δυνατότητα να ενημερώνονται από το Twitter, παρουσιάζοντας τα Tweets στην τηλεόραση, καθότι οι δημοσιογράφοι τους είχαν εξοριστεί από το καθεστώς του Ιράν.

Επιπλέον, το Twitter είναι ένας καλός τρόπος επικοινωνίας με τους οικείους μας, ανεξαρτήτως της χώρας στην οποία βρίσκονται. Επιπρόσθετα, αποτελεί μια ζωντανή μηχανή αναζήτησης συνεχώς ανανεωμένη και από πραγματικούς ανθρώπους, καθώς τα «τιτιβίσματα» είναι συνεχούς ροής.

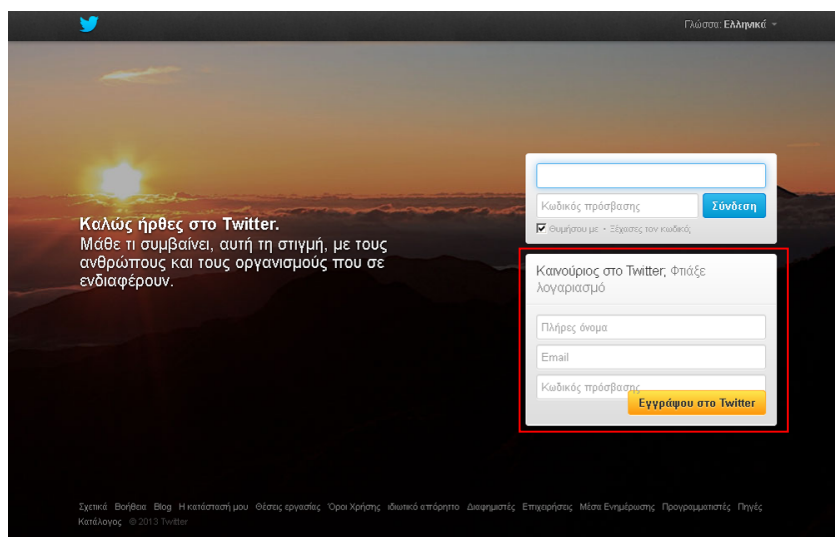
Επίσης, σημαντική είναι η δυνατότητα με τη χρήση του Twitter feed τα posts σου να μεταδίδονται αυτόματα σ' ένα Twitter feed. Οι άλλοι χρήστες του Twitter ενημερώνονται για τα posts στη «χρονική τους λίστα» κι έτσι μπορούν και να τα αναμεταδώσουν, αν το επιθυμούν.

Την εποχή της κρίσης είναι σημαντική η δυνατότητα εύκολης και γρήγορης αναζήτησης εργασίας. Υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός εργοδοτών οι οποίοι ψάχνουν πλέον εργαζόμενους μέσω του Twitter και πλέον αυτός που αναζητά εργασία προσλαμβάνεται άμεσα.

Παράλειψη θα αποτελούσε αν δεν αναφέραμε ότι ο χώρος του Twitter είναι αυτό που χρειάζεται κάποιος που αναζητά ή θέλει να δώσει κάτι σε κάποιον. Από ενοικιάσεις μέχρι αγοραπωλησίες ή ακόμα και προσφορές παλαιών αντικειμένων, όλα είναι πιο εύκολα χάρη στο Twitter.

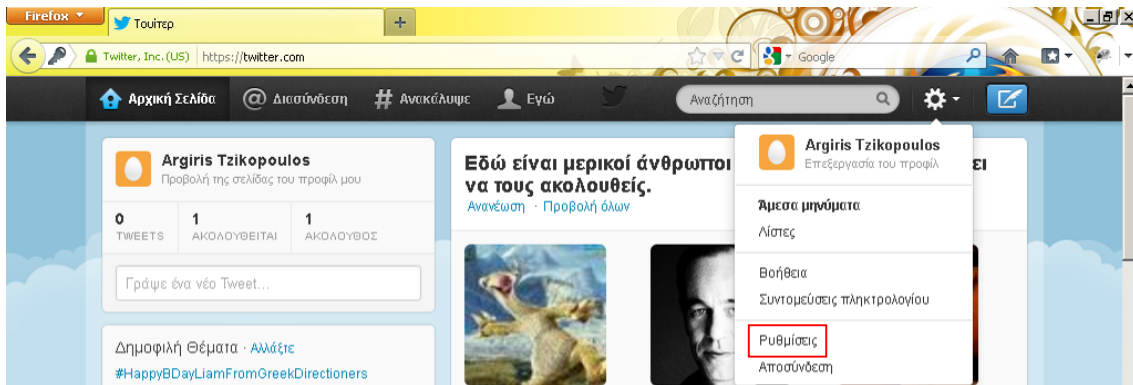
3.1 Λειτουργία και χαρακτηριστικά του Twitter

Κατ' αρχάς για να ξεκινήσετε στο Twitter πρέπει να δημιουργήσετε το λογαριασμό σας. Εάν είστε εγγεγραμμένοι σε κάποια άλλη υπηρεσία ή έχετε δικό σας blog, καλό θα ήταν να χρησιμοποιήσετε το ίδιο user name, καθώς με αυτόν τον τρόπο θα διευκολύνετε τους φίλους και τους γνωστούς σας, ώστε να σας εντοπίσουν και στο Twitter.



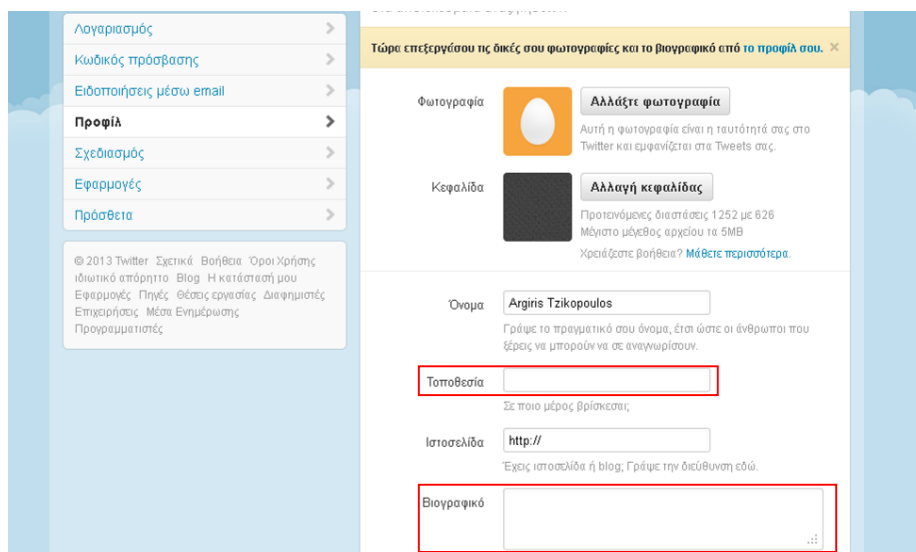
Στη συνέχεια το Twitter δημιουργεί τη σελίδα με το προφίλ σας μέσα από την οποία θα μπορείτε να στέλνετε και να παρακολουθείτε διάφορα μηνύματα. Πολλά από τα στοιχεία αυτά θα διατίθενται στους χρήστες στη διεύθυνση της μορφής: <http://twitter.com/username>.

Το επόμενο βήμα είναι να δώσετε κάποιες πληροφορίες για το άτομό σας. Αφού συνδεθείτε στο λογαριασμό σας, επιλέξτε την επιλογή «Ρυθμίσεις» η οποία βρίσκεται πάνω και δεξιά, όπως φαίνεται στο παράδειγμα:



Είναι προτιμότερο να χρησιμοποιήσετε το πραγματικό σας όνομα, ώστε να μπορούν να σας εντοπίζουν εύκολα οι φίλοι και γνωστοί σας. Προσπαθήστε να συμπληρώσετε όσο το δυνατόν περισσότερα στοιχεία μπορείτε.

Σημείωση: Στο πεδίο Βιογραφικό χρησιμοποιήστε τις πλέον χαρακτηριστικές λέξεις κλειδιά του κλάδου σας. Θυμηθείτε, επίσης, να συμπληρώσετε την πόλη και τη χώρα. Με αυτό τον τρόπο θα διευκολύνετε αυτούς που ψάχνουν για τις λέξεις αυτές στη μηχανή αναζήτησης του Twitter να βρίσκουν και το δικό σας προφίλ.



Όλα αυτά τα στοιχεία θα είναι χρήσιμα σε όσους θα βλέπουν το προφίλ σας, προκειμένου να αποφασίσουν για το εάν θα σας βάλουν στη λίστα με τους ανθρώπους που θα ακολουθούν ή όχι.

Μόλις εγγράφηκα και δεν μπορώ να επιβεβαιώσω τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μου.

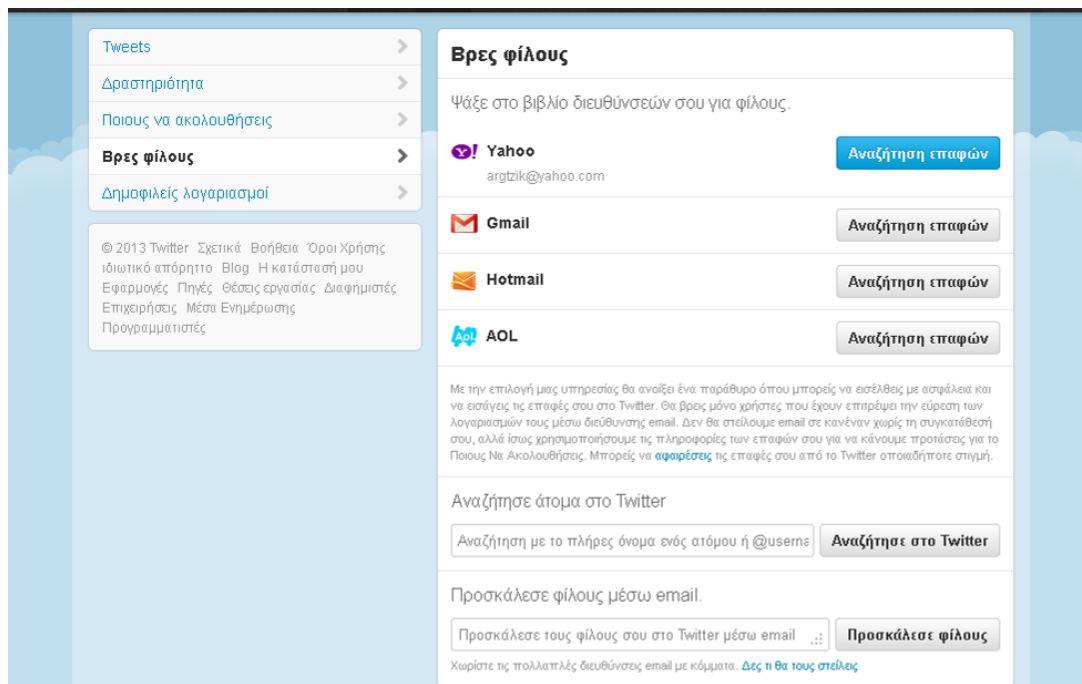
Είναι πολύ σημαντικό να επιβεβαιώσεις τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με την οποία εγγράφεσαι. Αν η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου δεν επιβεβαιωθεί, το Twitter δεν θα μπορεί να σου στέλνει ενημερώσεις μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, όπως τα στοιχεία επαναφοράς κωδικού πρόσβασης αν κάποια στιγμή δε θυμάσαι τα στοιχεία με τα οποία συνδέεσαι.

Εάν έχεις εγγραφεί και δεν έχεις λάβει μήνυμα επιβεβαίωσης μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, κάνε τα εξής:

- Έλεγξε το φάκελο ή το φίλτρο ανεπιθύμητης αλληλογραφίας.
- Βεβαιώσου ότι η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σου έχει εισαχθεί σωστά στις ρυθμίσεις λογαριασμού σου.
- Δοκίμασε να στείλεις ξανά το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, κάνοντας σύνδεση και κλικ στο σύνδεσμο **Νέα αποστολή επιβεβαίωσης**, που υπάρχει στο κίτρινο banner στο επάνω μέρος της αρχικής σελίδας σου στο Twitter.
- Δοκίμασε να συνδέσεις μια διαφορετική διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με το λογαριασμό σου στο Twitter. Η παράδοση των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε μεγάλους τομείς (όπως το Gmail, το Yahoo ή το Hotmail) γίνεται με μεγαλύτερη συνέπεια.

Πώς να βρείτε φίλους στο Twitter

Το επόμενο βήμα είναι να εντοπίσετε φίλους. Εκεί ακριβώς έγκειται και το κατά πόσο θα έχετε μια καλή συμμετοχή στο Twitter, όπως και στα άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αν το δίκτυο των φίλων σας είναι αυτό που θέλετε, η συμμετοχή στο Twitter θα είναι χρήσιμη και διασκεδαστική. Εντοπίστε λοιπόν αυτούς που θέλετε να ακολουθείτε πηγαίνοντας στο βρες φίλους.



Στη συνέχεια θα αρχίσετε να βλέπετε τα μηνύματά τους στο λογαριασμό σας. Να θυμάστε ότι για να βλέπουν και εκείνοι τα δικά σας μηνύματα θα πρέπει να σας κάνουν και εκείνοι φίλους, εφόσον το επιθυμούν.

Γενικά στο Twitter ισχύει ό,τι ισχύει και στις πραγματικές κοινωνικές εκδηλώσεις. Μας ενδιαφέρουν τα άτομα που συναναστρεφόμαστε και τα θέματα που συζητώνται.

Το Twitter σας επιτρέπει να επισημάνετε αυτά τα δύο στοιχεία μέσω της διασύνδεσής τους, με το **hashtag/ετικέτα (#)** και το σύμβολο **αναφοράς (@)**:

1. **#θέμα**
2. **@άτομα**

Τα hashtag αποτελούν έναν τρόπο να επισημαίνουμε και να βρίσκουμε θέματα που μας ενδιαφέρουν στο Twitter, ενώ αποτελούν και μια μορφή μεταπληροφορίας.

Όταν δημιουργούμε ένα **Tweet**, χρησιμοποιούμε ένα **hashtag (#)** πριν από το θέμα του tweet μας. Το σύμβολο **(@)** χρησιμοποιείται πριν από το όνομα χρηστών του twitter (άτομα, οργανώσεις, εταιρείες, κλπ). Το **@** χρησιμοποιείται μόνο πριν από ένα όνομα χρήστη Twitter. Ένα hashtag δεν πρέπει ποτέ να χρησιμοποιείται πριν από ένα όνομα χρήστη Twitter.

Όταν χρησιμοποιούμε το **#** ή το **@**, τότε μετατρέπουμε την αμέσως επόμενη λέξη σε ένα σύνδεσμο. Στην περίπτωση του hashtag, μπορούμε να κάνουμε κλικ πάνω στη λέξη μετά το hashtag για να δούμε τι σχολιάζουν για το θέμα αυτό οι άλλοι χρήστες του Twitter. Αν

κάνουμε κλικ πάνω στη λέξη μετά το @, μπορούμε να πάρουμε πληροφορίες σχετικά με το πρόσωπο, οργανισμό ή εταιρία αυτή.

Τύποι tweets

Κανονικό Tweet

Ένα απλό τιτίβισμα είναι μια απλή δήλωση χωρίς τη χρήση ενός ή # @. Συνήθως χρησιμοποιείται για να κοινοποιηθεί μια ενημέρωση, είδηση ή για μια δήλωση. Το μειονέκτημα είναι ότι χάνετε τη σύνδεση του tweet σας με σχετικά θέματα ή με τα άτομα που χρησιμοποιούν και # @.



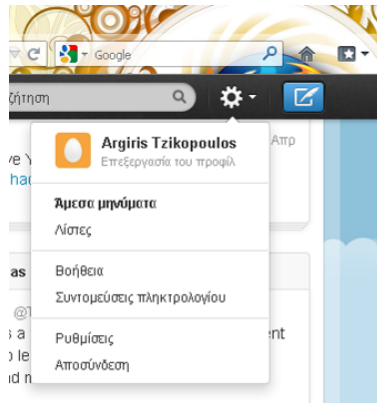
Απευθείας Μήνυμα

Το άμεσο μήνυμα είναι ένα ιδιωτικό μήνυμα με παραλήπτη μέσω του Twitter κάποιο από τα άτομα που σε ακολουθούν (ακόλουθοι). Αυτό σημαίνει ότι μπορείς να ανταλλάξεις άμεσο μήνυμα μόνο με άτομα που σε ακολουθούν και τα ακολουθείς. Μπορείς να βλέπεις τα προσωπικά σου μηνύματα από το αναπτυσσόμενο μενού, κάτω από το εικονίδιο του γранаζιού που βρίσκεται στην επάνω γραμμή περιήγησης, ή κάνοντας κλικ στο εικονίδιο του φακέλου στη σελίδα του προφίλ σου.

Για να διαγράψεις ένα άμεσο μήνυμα, πέρασε το δείκτη του ποντικιού πάνω από το μήνυμα που θέλεις να διαγράψεις και κάνε κλικ στο εικονίδιο του κάδου απορριμμάτων που εμφανίζεται.

Σημείωση: Εάν ο αποστολέας ή ο παραλήπτης διαγράψουν το άμεσο μήνυμα, τότε θα αφαιρεθεί από το ιστορικό μηνυμάτων και των δύο χρηστών. Εάν λείπει ένα ή περισσότερα από τα άμεσα μηνύματά σου, είναι πιθανόν το άτομο με το οποίο επικοινωνούσες να έχει διαγράψει το μήνυμα.

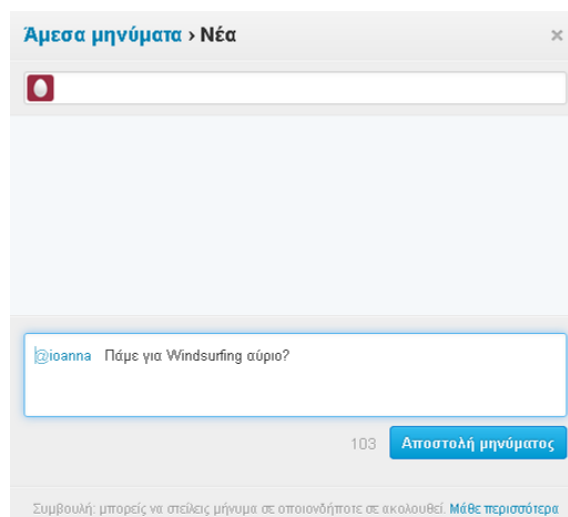
Για να στείλετε ένα άμεσο μήνυμα μπορείτε να κάνετε κλικ στο εικονίδιο Ρυθμίσεις στην επάνω δεξιά γωνία του Twitter. Ακριβώς κάτω από την κύρια περιοχή, θα δείτε μια επιλογή για τα άμεσα μηνύματα. Κάντε κλικ εκεί και θα οδηγηθείτε σε μια περιοχή για να στείλετε το άμεσο μήνυμά σας.



Ο χρήστης θα λάβει ένα e-mail, μόλις του στείλετε άμεσο μήνυμα. Το μήνυμά σας θα είναι περιορισμένο σε χαρακτήρες (140) και η απάντησή του θα είναι επίσης περιορισμένη.

Απάντηση ή Απευθυνόμενο μήνυμα

Αν θέλετε να απαντήσετε ή να απευθύνετε ένα tweet σε κάποιο πρόσωπο, το Twitter παρέχει μια λειτουργία για αυτόν τον τρόπο επικοινωνίας. Αν για παράδειγμα ο Φώτης θέλει να απευθύνει μήνυμα προς την Ιωάννα και θέλει μόνο μια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων να δει αυτό το μήνυμα, μπορεί να στείλει ένα μήνυμα που απευθύνεται στη Ιωάννα. Ομοίως, η Ιωάννα θα μπορούσε να απαντήσει στο αρχικό μήνυμα του Φώτη. Αν ο Φώτης και η Ιωάννα αρχίσουν τα tweets με το «@όνομα,» τότε τα tweets τους θα μπορούν να τα δουν μόνο αυτοί οι δύο και όποιος χρήστης ακολουθεί ταυτόχρονα αυτούς τους δυο.



Αν θέλετε να απαντήσετε σε ένα tweet που κάποιος έχει απευθύνει σε σας, κάντε κλικ στο «Απάντηση» κάτω το tweet αυτό. Η διαδικασία tweet με το @username προς το χρήστη στον οποίο θέλετε να απαντήσετε θα ξεκινήσει αυτόματα.

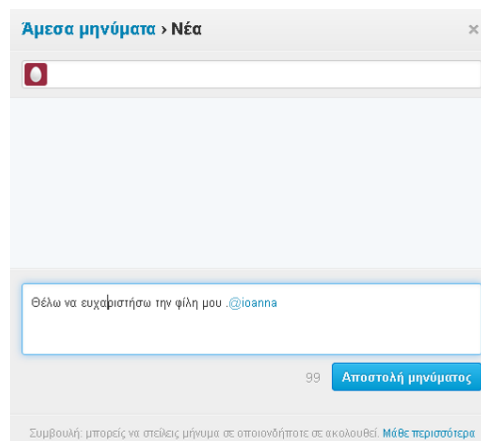
Αναφορές ή Μνείες (Mentions)

Αν ο Φώτης θέλει να παρουσιαστεί σε όλους τους χρήστες ένα μήνυμά του προς την Ιωάννα, κάνει ένα tweet το οποίο το βλέπουν όλοι οι ακόλουθοί του και ταυτόχρονα η Ιωάννα λαμβάνει ένα e-mail για αυτό το tweet. Αν θέλει η Ιωάννα να δουν αυτό το tweet και οι δικό της ακόλουθοι, τότε μπορεί να το κάνει retweet. Με τις αναφορές μπορούμε να αναδείξουμε ή να συγχαρούμε κάποιον δημοσίως. Επίσης, να κοινοποιήσουμε μια πληροφορία που εικάζουμε ότι ενδιαφέρει ιδιαίτερος κάποιο άτομο, αλλά και το σύνολο των ακολούθων μας.



Για να στείλετε μια αναφορά μπορείτε να ξεκινήσετε το tweet με το @όνομα-χρήστη ή να το τοποθετήσετε σε όποιο άλλο σημείο του μηνύματος θέλετε και στη συνέχεια να γράψετε το κείμενο που θέλετε.

Αν θέλετε να απευθύνετε ένα tweet σε ένα @χρήστη αλλά θέλετε να είναι ορατό σε κάθε άλλο χρήστη του twitter, απλά βάλτε μια τελεία (.) πριν το @username.



Retweets

Αν ο Φώτης κάνει ένα ωραίο ή σημαντικό tweet και η Ιωάννα θέλει να το δουν και οι δικό της followers απλώς κάνει retweet, δηλαδή το αναπαράγει. Ο Φώτης θα ενημερωθεί με e-mail ότι το tweet του το έκανε retweet η Ιωάννα. Θα του δείξει ότι η Ιωάννα παρακολουθεί και θεωρεί σημαντικό αυτό που είπε. Επίσης, οι followers της Ιωάννας θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν και να ακολουθήσουν και εκείνοι τον Φώτη.



Συντομεύσεις

whois: Για να δείτε το σύντομο προφίλ ενός χρήστη, γράψτε «whois username» και θα εμφανιστεί σε ένα pop-up στην κορυφή της σελίδας.

follow: Μπορείτε να ακολουθήσετε (follow) ένα χρήστη γράφοντας *follow username* και πατώντας enter.

leave: Για να σταματήσετε να ακολουθείτε κάποιον γράφετε *leave username* και πατήστε enter.

fan: Για να επισημάνετε σαν αγαπημένο το πιο πρόσφατο tweet ενός χρήστη, απλά γράψτε *fan username* και enter.

get: Έτσι θα δείτε το τελευταίο tweet οποιουδήποτε χρήστη. Γράψτε *get username* και πατήστε enter.

nudge: Είναι κάτι ανάλογο με το σκούνημα του facebook. Αν γράψετε *nudge username* και enter, θα σκουντήξετε το χρήστη που θέλετε.

Πώς μπορώ να έχω πρόσβαση στο Twitter από την κινητή συσκευή μου

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους μπορείς να χρησιμοποιείς το Twitter στην κινητή συσκευή σου:

- **Εάν χρησιμοποιείς smartphone ή tablet**, μπορείς να κατεβάσεις μία από τις επίσημες εφαρμογές του Twitter από την τοποθεσία <https://twitter.com/download>.
- **Εάν δε χρησιμοποιείς smartphone**, απλώς ρύθμισε το πρόγραμμα περιήγησης του τηλεφώνου σου στην τοποθεσία mobile.twitter.com.
- **Μπορείς επίσης να χρησιμοποιείς το Twitter μέσω SMS**. Προς το παρόν υποστηρίζει τα αμφίδρομα Tweet (αποστολή και λήψη) μέσω SMS και σύντομων κωδικών που αναφέρονται στη σελίδα υποστηριζόμενων παρόχων. Για να ξεκινήσεις, πληκτρολόγησε τη λέξη **ENAPΞΗ** ή **ΕΓΓΡΑΦΗ** στο σύντομο κωδικό Twitter του παρόχου του κινητού σου (ή συνδέσου στην τοποθεσία twitter.com στο Διαδίκτυο και πρόσθεσε τον αριθμό κινητού σου στο λογαριασμό σου, στις ρυθμίσεις κινητού).

Πώς συνδέω το λογαριασμό μου στο Twitter με το λογαριασμό μου στο Facebook;

Για να συνδέσεις το λογαριασμό σου στο Twitter με το λογαριασμό σου στο Facebook:

1. Συνδέσου στο λογαριασμό Twitter που θέλεις να συνδέσεις με το προφίλ σου στο Facebook.
2. Πήγαινε στην καρτέλα Προφίλ στο μενού **Ρυθμίσεις**.
3. Πραγματοποίησε κύλιση προς τα κάτω και κάνε κλικ στο **Σύνδεση στο Facebook για να συνδέσεις τους λογαριασμούς σου**.
4. Όταν σου ζητηθεί, επίλεξε τις ρυθμίσεις απορρήτου για να ορίσεις ποιος θα βλέπει τα Tweet που δημοσιεύονται στο λογαριασμό σου στο Facebook. Από προεπιλογή είναι ρυθμισμένα στο «δημόσια».
5. Κάνε κλικ στο **Σύνδεση στο Facebook** και πληκτρολόγησε τα διαπιστευτήρια σύνδεσής σου στο Facebook.
6. Κάνε κλικ στο **Επιτρέπεται για αποδοχή των αδειών**.
7. Τα Tweet σου θα δημοσιεύονται πλέον στο χρονολόγιο του προφίλ σου στο Facebook, ενώ εκεί θα εμφανίζεται και το όνομα χρήστη που χρησιμοποιείς. Έχε υπ' όψιν σου ότι: οι απαντήσεις δεν θα δημοσιεύονται.

8. Εάν θέλεις να συνδέσεις τον λογαριασμό σου στο Twitter με μια σελίδα του Facebook της οποίας είσαι διαχειριστής, επίλεξε τη σελίδα που θέλεις να συνδέσεις.
9. Όταν σου ζητηθεί, κάνε κλικ στο **επιτρέπεται** για να δημοσιεύσεις στην επιλεγμένη σελίδα του Facebook.

Δραστηριότητα 7

Προτείνεται να δημιουργήσετε το δικό σας λογαριασμό Twitter και να συμπληρώσετε όλα τα στοιχεία σας στο profile σας. Αρχίστε να παρακολουθείτε τα tweets των φίλων και γνωστών σας αλλά και να δημιουργείτε τα δικά σας. Στη συνέχεια συνδέστε το λογαριασμό σας με το λογαριασμό του Facebook που έχετε δημιουργήσει.

4 LinkedIn

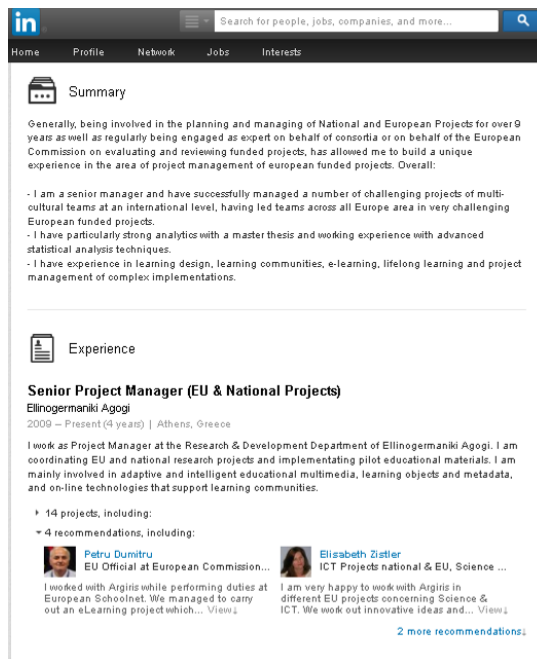
Το LinkedIn αποτελεί το μεγαλύτερο επαγγελματικό κοινωνικό δίκτυο στο Ίντερνετ. Είναι ένα δίκτυο, που επικεντρώνει στη διασύνδεση επαγγελματιών που θέλουν να διευρύνουν τον επαγγελματικό τους κύκλο, να δημιουργήσουν νέες ευκαιρίες για πώληση (leads), να ανταλλάξουν γνώσεις, απόψεις και ιδέες και να αξιοποιήσουν νέες ευκαιρίες καριέρας. Κανένα άλλο δίκτυο δεν μπορεί να αξιοποιήσει καλύτερα τις επαγγελματικές σας γνωριμίες.

Σκοπός σας είναι να στήσετε το επαγγελματικό σας δίκτυο, ούτως ώστε να μπορείτε να προωθηθείτε επαγγελματικά. Πρώτο σας μέλημα λοιπόν είναι να δημιουργήσετε ένα προφίλ με σαφώς επαγγελματικό προσανατολισμό. Οι σπουδές, προϋπηρεσία, επαγγελματικές δεξιότητες τίθενται σε πρώτο πλάνο. Στη συνέχεια προστίθενται οι απαραίτητες συνδέσεις και μπορείτε να δείτε κατόπιν με ποιους συνδέονται οι δικοί σας γνωστοί στο LinkedIn.

4.1 Λειτουργία και χαρακτηριστικά του LinkedIn

Οι χρήστες του LinkedIn επιθυμούν κυρίως να βρουν δουλειά, να έρθουν σε επαφή με επαγγελματίες ή να ενημερωθούν σχετικά με τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα τους. Προς το παρόν κάποιοι όροι παραμένουν στα αγγλικά, καθώς το LinkedIn δεν έχει μεταφραστεί ακόμη στα Ελληνικά.

Profile



The screenshot shows a LinkedIn profile page. At the top, there is a search bar and navigation tabs for Home, Profile, Network, Jobs, and Interests. The main content is divided into sections: Summary, Experience, and Recommendations. The Summary section contains a paragraph about project management experience and a bulleted list of skills. The Experience section lists a job as Senior Project Manager at Ellinogermaniki Agogi, with a description of responsibilities and a list of projects and recommendations.

Summary

Generally, being involved in the planning and managing of National and European Projects for over 9 years as well as regularly being engaged as expert on behalf of consortia or on behalf of the European Commission on evaluating and reviewing funded projects, has allowed me to build a unique experience in the area of project management of european funded projects. Overall:

- I am a senior manager and have successfully managed a number of challenging projects of multi-cultural teams at an international level, having led teams across all Europe area in very challenging European funded projects.
- I have particularly strong analytics with a master thesis and working experience with advanced statistical analysis techniques.
- I have experience in learning design, learning communities, e-learning, lifelong learning and project management of complex implementations.

Experience

Senior Project Manager (EU & National Projects)
Ellinogermaniki Agogi
2009 – Present (4 years) | Athens, Greece

I work as Project Manager at the Research & Development Department of Ellinogermaniki Agogi. I am coordinating EU and national research projects and implementing pilot educational materials. I am mainly involved in adaptive and intelligent educational multimedia, learning objects and metadata, and on-line technologies that support learning communities.

▶ 14 projects, including:
▶ 4 recommendations, including:

Petru Dumitru
EU Official at European Commission...
I worked with Argiris while performing duties at European Schoolnet. We managed to carry out an eLearning project which... [View](#)

Elisabeth Zietler
ICT Projects national & EU, Science ...
I am very happy to work with Argiris in different EU projects concerning Science & ICT. We work out innovative ideas and... [View](#)

[2 more recommendations](#)

Αν στα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα ίσως χρειάζεται να κρατήσετε κάποια ατομικά σας στοιχεία και πληροφορίες μυστικά, αυτό δεν είναι καθόλου επιθυμητό όσον αφορά στο LinkedIn. Το προφίλ σας λοιπόν θα πρέπει να περιέχει λεπτομερώς και με πληρότητα όλες τις πληροφορίες που αφορούν στην επαγγελματική σας ιδιότητα, όπως προϋπηρεσία, σπουδές, ικανότητες. Αν αναζητάτε εργασία, κάτι τέτοιο θα σας διευκολύνει να πετύχετε το στόχο σας.

Το LinkedIn σας βαθμολογεί από 0-100% ανάλογα με το πόσες πληροφορίες έχετε συμπληρώσει στο προφίλ σας. Όσο πιο κοντά στο 100% βρίσκεστε, τόσο πιο πιθανό είναι να βγείτε στα αποτελέσματα από μηχανές αναζήτησης.

Για να αγγίξετε το 100% χρειάζεται να συμπληρώσετε τις παρακάτω πληροφορίες:

- Τομέας δουλειάς και ταχυδρομικός κώδικας της περιοχής εργασίας σας,
- Τωρινή δουλειά με περιγραφή του αντικειμένου και επαγγελματικών δραστηριοτήτων σας,
- Δύο ακόμη θέσεις δουλειάς στις οποίες έχετε ασχοληθεί,
- Εκπαίδευση,
- Τουλάχιστον 5 skills,
- Φωτογραφία προφίλ,
- Τουλάχιστον 50 connections,
- Περιγραφή (A summary).

Connection

Εξάλλου, για να συγκεντρώσετε τα 50 connections που αναφέρθηκαν πιο πάνω, θα πρέπει να διευρύνετε το δίκτυό σας στο LinkedIn. Δε θα δυσκολευτείτε ιδιαίτερω, καθώς στο ίδιο το LinkedIn υπάρχουν αλγόριθμοι που το κάνουν σχεδόν αυτόματα.

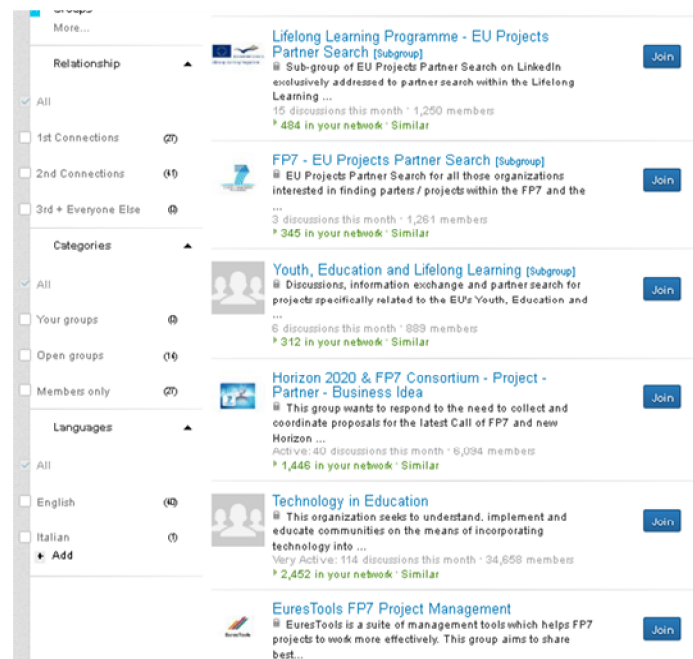
Στην κορυφή κάθε σελίδας υπάρχει μια μπάρα αναζήτησης, οπότε αναζητήστε τους γνωστούς σας βάσει ονόματος. Αν θέλετε να προσθέσετε κάποιον στο δίκτυό σας, πατήστε «connect» δίπλα από το όνομα των χρηστών που εμφανίζονται. Μπορείτε να στείλετε και ένα προσωπικό μήνυμα μαζί με το αίτημα φιλίας σας.

Όταν αποκτήσετε αρκετά Connections, πηγαίνετε στο «People You May Know». Εκεί ο αλγόριθμος θα εμφανίσει χρήστες που ενδεχομένως γνωρίζετε ή με τους οποίους έχετε κοινούς φίλους και κοινά ενδιαφέροντα. Αυτοί οι χρήστες έχουν ένα βαθμό δίπλα τους.

Άτομα που έχετε ήδη ως connection είναι «1st degree». Χρήστες που ακόμη δεν έχετε βρει αλλά συνδέονται με χρήστες που έχετε ως «1st degree», αναφέρονται ως «2nd degree». Με τον ίδιο τρόπο πηγαίνει μέχρι «3rd degree».

Έχετε τη δυνατότητα επίσης, να προσθέσετε και τις επαφές σας από το e-mail σας. Μπορείτε να πάτε στο «Import Contacts» και έτσι δίνετε πρόσβαση σε διάφορες υπηρεσίες e-mail όπως το Gmail για να αναζητήσει το LinkedIn γνωστούς σας.

Groups



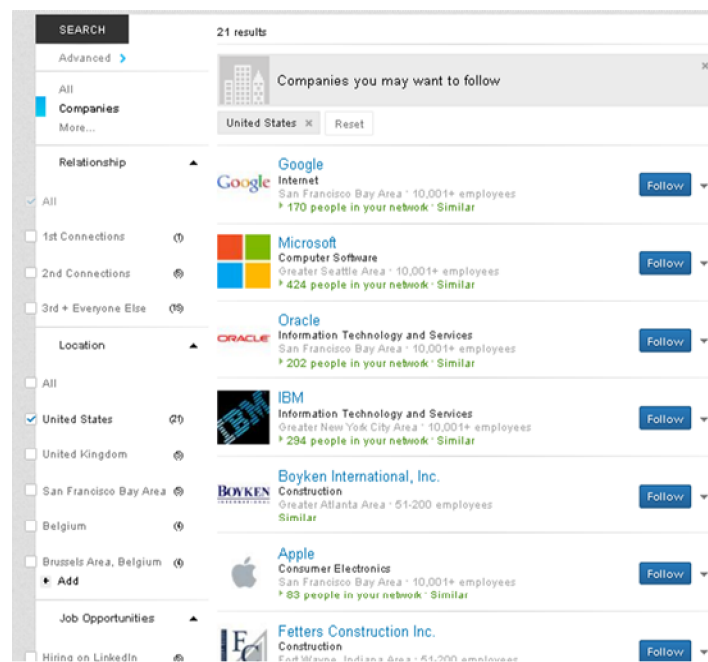
Τα LinkedIn Groups είναι χώροι όπου πολλοί επαγγελματίες έχουν την ευκαιρία να κοινοποιούν υλικό, να ζητούν συμβουλές, να αναζητούν ή να προσφέρουν θέσεις εργασίας αλλά και να δικτυώνονται με άλλους χρήστες. Τα Groups μπορεί κυρίως να αφορούν εταιρείες, οργανισμούς ή κοινότητες.

Προσοχή. Τα LinkedIn «Groups» δεν σχετίζονται με τα «Companies». Για παράδειγμα η Coca-Cola έχει Group με όνομα «Coca-Cola Current & Former Employees», αλλά η εταιρεία της βρίσκεται στο «The Coca-Cola Company» ως Company page.

Τα Groups είναι σε αριθμό πάνω από 1.3 εκατομμύρια και επομένως καλύπτουν κάθε ανάγκη των χρηστών. Το 1/3 εξ αυτών είναι ανοιχτό προς όλους, αλλά κάποια group απαιτούν να εγκριθεί η πρόσβασή σας σε αυτά πρώτα από τον υπεύθυνο.

Μπορείτε να δημιουργήσετε και δικό σας Group του οποίου θα είστε ο ιδιοκτήτης, αλλά μπορείτε επίσης να προσθέσετε και group manager και moderator ως υπεύθυνους για τη σωστή λειτουργία του.

Companies



Πολλές εταιρείες επιλέγουν να παρουσιάσουν τον εαυτό τους στο κοινωνικό δίκτυο. Μπορείτε να ακολουθείτε και να μαθαίνετε νέα από τις εταιρείες αυτές, όπως συμβαίνει και με τα Facebook Fan pages.

Στις σελίδες των εταιρειών αυτών θα βρείτε γενικές πληροφορίες, λίστα με τους εργαζόμενους και ανακοινώσεις. Το ευχάριστο είναι ότι πολλές εταιρείες ανακοινώνουν το άνοιγμα θέσεων εργασίας και δέχονται αιτήσεις γι' αυτές μέσω LinkedIn.

Όταν ακολουθήσετε μία εταιρεία, θα παρακολουθείτε τις ανακοινώσεις της στην αρχική σας σελίδα, μαζί με αυτές των Connections. Το spam στις ανακοινώσεις απαγορεύεται και το LinkedIn έχει προβλέψει ως κύρωση το σβήσιμο της σελίδας μιας εταιρείας που δε θα σεβαστεί τον κανονισμό αυτόν.

Αν έχετε μια εταιρία και ενδιαφέρεστε να την βάλετε στο LinkedIn, το ίδιο το κοινωνικό δίκτυο σας προτείνει να προσθέσετε τις παρακάτω πληροφορίες:

- Θα πρέπει να υπάρχει στο προσωπικό σας προφίλ η θέση στην εταιρεία αυτή.
- Το εταιρικό e-mail θα πρέπει να προστεθεί και στο προσωπικό σας προφίλ και να έχει εγκριθεί.

- Θα πρέπει να ενώσετε το προφίλ σας με τη σελίδα της εταιρείας. Αφού την δημιουργήσετε, στο σημείο όπου προσθέτετε την επαγγελματική σας εμπειρία, θα σας δίνεται η δυνατότητα επιλογής αυτής της εταιρείας.
- Θα πρέπει να έχετε φτάσει το προφίλ σας στο 50%.
- Να έχετε αρκετά Connections.

Jobs

The screenshot displays the LinkedIn Jobs interface. At the top, there is a search bar with the placeholder text "Job title, keywords, or company name" and a "Search" button. Below the search bar, there is an "Advanced search" dropdown menu. The main content area is titled "Jobs you may be interested in" and includes a notification bell icon for "Get email alerts" and a privacy icon for "Your job activity is private." Below this, there are six job recommendations from various companies: Business Development Manager at Roche (Greece), CEE Partner Skills Development Manager at Roche (Athens, GR), Medical Science Liaison at Roche (Athens), Clinical Study Manager at Roche (Athens), Senior Professional in Valuation and Business Modelling at EY (Athens- Greece), and a "See all" link. At the bottom of the main area, there is a section for "Discover jobs in your network" with a subtext "Reach out to your connections for a referral" and logos for Penn, a blue bird icon, and Flaxmedia. On the right sidebar, there are sections for "Saved jobs (0)", "Saved searches (0)", "Applied jobs" (with a "See all applied jobs" link), "Move to the top of the list" (with a "Learn more" link), and "Job Seeker Toolkit" (showing "100% Your profile is 100% complete").

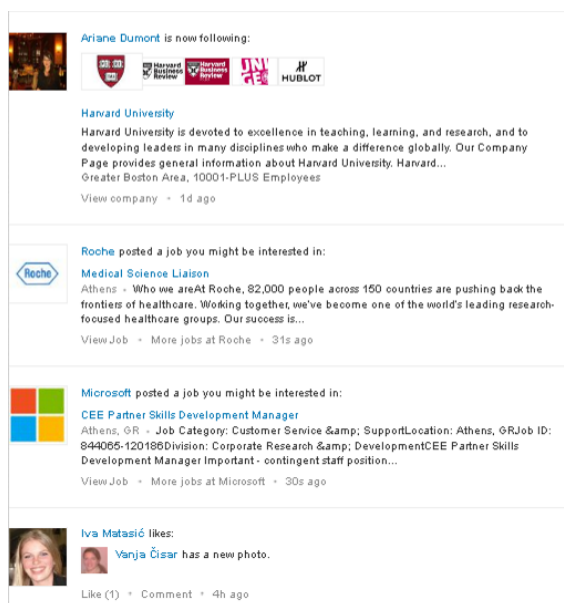
Διαρκώς μεγαλύτερος γίνεται ο αριθμός των εταιρειών που ενθαρρύνουν την αποστολή αιτήσεων εργασίας μέσω LinkedIn. Μια εταιρεία διευκολύνεται να δεχτεί αιτήσεις σε μια θέση εργασίας αν αυτές γίνονται μέσω LinkedIn, πράγμα που σημαίνει ότι και εσείς ως χρήστες του LinkedIn έχετε το πλεονέκτημα της πληροφόρησης για το άνοιγμα νέων θέσεων εργασίας.

Κατ' αρχάς πηγαίνετε στην καρτέλα «Jobs», όπου θα βρείτε όλες τις δυνατές επιλογές. Υπάρχει η δυνατότητα να κάνετε σύνθετη αναζήτηση για πιθανές δουλειές με λέξεις κλειδιά, τίτλο, περιοχή, εταιρεία και μισθό. Μπορείτε να σώσετε τα αποτελέσματα για να τα δείτε αργότερα ή ακόμη και τα στοιχεία που βάλατε στην αναζήτηση για μελλοντική αναζήτηση εργασίας.

Αν είστε εργοδότης και ψάχνετε υπάλληλο, μπορείτε να προσθέσετε θέση εργασίας. Από τη στιγμή που θα την δημοσιεύσετε, δε θα φαίνεται μόνο στα αποτελέσματα της αναζήτησης, αλλά και στην καρτέλα «Careers» στη σελίδα της εταιρείας σας.

Τέλος, άτομα που ψάχνουν υποψήφιους εργαζόμενους, μπορούν να χρησιμοποιήσουν το «find a talent» στο LinkedIn, αλλά θα πρέπει να αναβαθμίσουν το προφίλ τους σε premium έκδοση.

Updates



The screenshot shows a LinkedIn activity feed with the following updates:

- Ariane Dumont is now following:** A row of logos for Harvard University, Harvard Business School, Harvard Medical School, Harvard Law School, and HUBLOT.
- Harvard University**
Harvard University is devoted to excellence in teaching, learning, and research, and to developing leaders in many disciplines who make a difference globally. Our Company Page provides general information about Harvard University. Harvard...
Greater Boston Area, 10001-PLUS Employees
View company · 1d ago
- Roche posted a job you might be interested in:**
Medical Science Liaison
Athens · Who we are: At Roche, 82,000 people across 150 countries are pushing back the frontiers of healthcare. Working together, we've become one of the world's leading research-focused healthcare groups. Our success is...
View Job · More jobs at Roche · 31s ago
- Microsoft posted a job you might be interested in:**
CEE Partner Skills Development Manager
Athens, GR · Job Category: Customer Service & Support Location: Athens, GR Job ID: 844065-120186 Division: Corporate Research & Development CEE Partner Skills Development Manager Important - contingent staff position...
View Job · More jobs at Microsoft · 30s ago
- Iva Matasić likes:**
Vanja Čisar has a new photo.
Like (1) · Comment · 4h ago

Αντίθετα από τα υπόλοιπα κοινωνικά δίκτυα στα οποία το υλικό που δημοσιεύει κανείς ποικίλλει, το υλικό που δημοσιεύεται στο LinkedIn συνηθίζεται να είναι σχετικό αποκλειστικά με διάφορους επαγγελματικούς τομείς. Αν επιθυμείτε να μοιράζεστε υλικό με άλλους, πρέπει να αποφεύγετε τις δημοσιεύσεις που σχετίζονται π.χ. με την κοινωνική ή οικογενειακή σας δραστηριότητα.

Μπορείτε να μοιράζεστε υλικό από διαφορετικά σημεία. Είτε από το LinkedIn.com είτε από εξωτερικά site. Αν δημοσιεύσετε ένα status update, θα εμφανιστεί στην αρχική σελίδα, αλλά και στο προφίλ σας κάτω από το «activity feed». Επίσης, αν συμμετέχετε σε συζητήσεις σε LinkedIn Groups, μετράνε ως updates.

Σε site όπως το The New York Times, μπορείτε να δημοσιεύετε άρθρα στο προφίλ σας απλώς πατώντας το κουμπί με το σήμα του LinkedIn.

Τέλος, υπάρχει δυνατότητα σύνδεσης του LinkedIn με το προφίλ σας στο Twitter. Αυτό όχι μόνο μπορεί να διευρύνει το κοινωνικό σας δίκτυο, αλλά θα σας παρέχει την ευκαιρία να

δημοσιεύετε τα tweets σας στο LinkedIn σαν να ήταν status updates. Μετά τη δημοσίευσή τους στο LinkedIn, οι χρήστες θα μπορούν να αλληλεπιδράσουν με αυτά, να τα σχολιάσουν, να κάνουν retweet ή like. Όπως και τα απλά updates, έτσι και τα tweet εμφανίζονται στην αρχική σελίδα αλλά και στο activity feed του προφίλ σας.

Αν πιστεύετε ότι τα updates κάποιου χρήστη δεν εμπίπτουν στα ενδιαφέροντά σας μπορείτε να τον «φιμώσετε». Αφήστε απλά το δείκτη του ποντικιού πάνω από ένα update στην αρχική σελίδα, πατήστε το κουμπί «hide» και θα σταματήσετε να λαμβάνετε νέα από αυτόν τον χρήστη. Γι' αυτό πρέπει να είστε προσεκτικοί με τις δημοσιεύσεις που αναρτάτε, αν δεν θέλετε να «φιμώσουν» και εσάς οι υπόλοιποι χρήστες.

Applications

Εφαρμογές επιτρέπουν στους χρήστες του LinkedIn να διαμορφώσουν το προσωπικό τους προφίλ. Αν έχετε blog, για παράδειγμα, μπορείτε να προσθέσετε την εφαρμογή Wordpress, έτσι ώστε κάθε φορά που θα δημοσιεύετε ένα άρθρο στο blog σας, να εμφανίζεται και στο προφίλ σας στο LinkedIn. Το ίδιο ισχύει και με το SlideShare με τις παρουσιάσεις σας.

Εξάλλου θα πρέπει να θυμάστε πως όλες οι εφαρμογές ζητούν πρόσβαση σε κάποια από τα προσωπικά σας δεδομένα, όπως το όνομά σας ή τη θέση που εργάζεστε. Παρόλα αυτά, όλες οι εφαρμογές υπόκεινται στους κανόνες προσωπικού απορρήτου του LinkedIn.

Τα οφέλη του LinkedIn για τις επιχειρήσεις

Στο <http://www.startupgreece.gov.gr> παρουσιάζονται 14 τρόποι που δείχνουν συνοπτικά τη χρησιμότητα του LinkedIn για την επιχείρησή σας. Τα 14 tips του LinkedIn μπορούν να γίνουν στρατηγικά εργαλεία για την επιχείρησή σας.

1. Χτίσιμο brand name

Νέες εποχές, νέα μέσα επικοινωνίας αλλάζουν τους κανόνες για το χτίσιμο (brand building) και ορατότητα (brand visibility) της μάρκας σας.

2. Απόκτηση νέων πελατών

Τα νέα media προσφέρουν εξελιγμένα εργαλεία εξεύρεσης νέων πελατών, π.χ. followers. Το LinkedIn είναι το κοινωνικό δίκτυο με το υψηλότερο μέσο εισόδημα χρήστη από τους περίπου το 45% είναι decision makers.

3. Σύσφιξη σχέσεων με πελάτες

Μπορείτε να ενημερώνετε τους followers της σελίδας σας και να τους απαντάτε σε ερωτήσεις ή παράπονα για το προϊόν σας. Οι ενημερώσεις στη σελίδα της επιχείρησής σας θα φαίνονται άμεσα ως updates στους followers.

4. Επέκταση δικτύου συνεργατών

Η αναζήτηση νέων προμηθευτών και συνεργατών μπορεί να γίνει μέσα από groups και companies στο LinkedIn. Τα groups αποτελούν σημαντική ευκαιρία για επέκταση του δικτύου σας.

5. Σύνδεση με κλαδικά όργανα, συνδέσμους, συνεργαζόμενες εταιρίες του κλάδου, πηγές ενημέρωσης

Κάντε follow σε σελίδες και γίνετε μέλη σε ομάδες που σας ενδιαφέρουν. Έτσι αποκτάτε πρόσβαση σε ανεκτίμητες πηγές γνώσης και ενημέρωσης.

6. Έρευνα ανταγωνισμού

Βρείτε ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, παρακολουθήστε επιχειρήσεις της περιοχής σας, δείτε προσλήψεις, αποχωρήσεις, events, νέα προϊόντα και υπηρεσίες.

7. Επιλογή ταλέντων

Το LinkedIn είναι το απόλυτο επαγγελματικό κοινωνικό δίκτυο. Έχει ως μέλη στελέχη διαφορετικών επιπέδων, γνώσεων και background. Βρείτε το ταλέντο που σας ταιριάζει και δείτε το βιογραφικό του και συστάσεις.

8. Απαντήσεις από τους ειδικούς

Στο LinkedIn Answers θα βρείτε απαντήσεις από ειδικούς, όπως συμβούλους επιχειρήσεων, λογιστές, δικηγόρους, ειδικούς πληροφορικής και όποια άλλη ειδικότητα φανταστείτε. Ρωτήστε ό,τι θέλετε και σίγουρα θα μάθετε κάτι καινούργιο.

9. Ενίσχυση επαγγελματικού κύρους

Γίνετε μέλος σε επαγγελματικά group και απαντήστε σε ερωτήσεις εμπεριστατωμένα, έτσι ώστε να αυξήσετε το επαγγελματικό σας κύρος και να καθιερωθείτε ως expert στο πεδίο σας. Επίσης, απαντήστε σε ερωτήσεις στο LinkedIn Answers.

10. Αύξηση επισκεψιμότητας

Συνδέστε το λογαριασμό σας στο LinkedIn με το twitter account, το blog σας και άλλα social media, συγχρονίστε τα update σας, ανεβάστε περιεχόμενο, όπως slideshows, και αυξήστε με τον τρόπο αυτό την επισκεψιμότητα της σελίδας της επιχείρησής σας στο LinkedIn.

11. Συνεργασία online

Δημιουργήστε το δικό σας κλειστό group για online collaboration με τους συνεργάτες σας.

12. Αποτελεσματική διαφήμιση

Δημιουργία διαφημιστικής καμπάνιας, προώθηση προσφορών και πρόσκληση χρηστών του LinkedIn για να παραστούν σε εκδήλωσή σας. Με ένα click μπορείτε να εξάγετε τις επαφές σας σε mailing list για τα newsletter σας.

13. Αναζήτηση χρηματοδότησης

Το LinkedIn είναι δημοφιλές σε venture capitals και επενδυτές που αναζητούν επιχειρηματικές ευκαιρίες σε δυναμικά startups.

14. Υψηλότερα στα αποτελέσματα αναζήτησης - SEO

Αναζητώντας στο Google μια μάρκα προϊόντος, μια εταιρία και ιδιαίτερα έναν επαγγελματία με το όνομά του, το προφίλ του στο LinkedIn εμφανίζεται στο top 5 των αποτελεσμάτων. Το ίδιο βεβαίως συμβαίνει και με τη σελίδα μιας επιχείρησης στο Facebook.

Συνδέστε το Twitter σας με το LinkedIn

Η Κοινωνική Δικτύωση δεν εξυπακούεται μόνο στη δημιουργία ενός προφίλ αλλά και σε μια δυναμική και δραστήρια παρουσία. Το Twitter είναι ένα μέσο το οποίο σας συνδέει με άτομα που ενδιαφέρονται για τις δραστηριότητές σας και το αντίθετο. Μπορείτε να μοιράζεστε ανά πάσα στιγμή την άποψή σας και το τι συμβαίνει στον επιχειρηματικό σας χώρο, με τους γύρω σας.

Το LinkedIn σας προσφέρει τη δυνατότητα να συνδέσετε το Twitter στο προφίλ σας, έτσι ώστε ότι αναρτάτε στο Twitter να εμφανίζεται και στο Wall σας στο LinkedIn. Αυτό αναπτύσσει μια εξαιρετική ευκαιρία επικοινωνίας με τους επαγγελματίες γύρω σας, κρατώντας σας συνδεδεμένους μαζί τους. Επίσης, δημιουργεί μια δυναμική αίσθηση ότι σαν επαγγελματίας είστε δραστήριος και ενεργός.

Δραστηριότητα 8

Μπορείτε τώρα να δημιουργήσετε το δικό σας λογαριασμό LinkedIn και να συμπληρώσετε όλα τα επαγγελματικά σας στοιχεία στο profile σας. Στη συνέχεια συνδέστε τον με το λογαριασμό του Twitter που έχετε δημιουργήσει. Έπειτα, προσπαθήστε να βρείτε επιχειρήσεις, συνεργάτες και φίλους για να συνδεθείτε.

5 Wikipedia

Τι είναι το wiki

Το wiki είναι ένα εργαλείο που ενθαρρύνει τη διαδικτυακή ομαδική συνεργασία και την ασύγχρονη επικοινωνία.

Είναι μία ιστοσελίδα της οποίας οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να προσθέτουν, να τροποποιούν ή να διαγράφουν το περιεχόμενό της μέσω ενός υπολογιστή με σύνδεση στο διαδίκτυο, χρησιμοποιώντας μία απλουστευμένη γλώσσα σήμανσης ή ένα rich-text editor. Υποστηρίζει υπερσυνδέσεις και διαθέτει απλή σύνταξη κειμένου για τη δημιουργία νέων σελίδων και αλληλοσυνδεδεμένα αρχεία ανάμεσα στις εσωτερικές σελίδες, επιτρέποντας την εμφάνιση ενός μη-γραμματικού, εξελισσόμενου, σύνθετου και δικτυωμένου περιβάλλοντος.

Τα wikis διαθέτουν μετά-χαρακτηριστικά...

... όπως το ιστορικό σελίδας (συμπεριλαμβανομένων των συγκρίσεων των εκδόσεων και της επιστροφής σε παλιότερες), ειδοποιήσεις επανέκδοσης και χώρους συζητήσεων που παραχωρούνται σε συγκεκριμένες σελίδες. Μ' αυτόν τον τρόπο, η παραγωγή περιεχομένου και δομής στα wikis συνοδεύεται από σχόλια, συζητήσεις και επεξηγήσεις. Αυτό το πλαίσιο αναδεικνύει τον αλληλεξαρτώμενο και συλλογικό προσανατολισμό των wikis. Αυτό που διαφοροποιεί τα wikis από άλλα online, διαμοιρασμένα περιβάλλοντα είναι η ανοικτή αρχιτεκτονική τους. Η δομή δεν επιβάλλεται ούτε προκαθορίζεται (όπως συμβαίνει σε ένα LMS), αλλά είναι απόρροια της συμμετοχής. Επιτρέπει στους χρήστες να επεξεργάζονται την οργάνωση της συνεισφοράς τους όπως και το ίδιο το περιεχόμενο.

Τα wikis λειτουργούν με το λογισμικό wiki...

... και συχνά δημιουργούνται από τη συνεργασία πολλαπλών χρηστών.

Η ουσία των wikis περιγράφεται παρακάτω:

- Τα wikis προσκαλούν όλους τους χρήστες να επεξεργαστούν οποιαδήποτε σελίδα ή να δημιουργήσουν νέες σελίδες στην ιστοσελίδα του wiki, χρησιμοποιώντας ένα web browser.
- Τα wikis προάγουν συνδέσμους θεμάτων μεταξύ διαφορετικών σελίδων, καθιστώντας τη δημιουργία συνδέσεων ευκολονόητη και δείχνοντας εάν είναι η σελίδα στόχος ή όχι.
- Τα wikis δεν είναι ένας ιστοχώρος προσεκτικά σχεδιασμένος για περιστασιακούς επισκέπτες. Αντίθετα, επιδιώκουν την εμπλοκή του επισκέπτη σε μία διαρκή

διαδικασία δημιουργίας και συνεργασίας, η οποία συνεχώς αλλάζει το τοπίο της ιστοσελίδας.

Τα wikis εξυπηρετούν πολλούς και διαφορετικούς σκοπούς.

Παραδείγματα περιλαμβάνουν κοινότητες ιστοχώρων, εταιρικά ενδοδίκτυα, συστήματα διαχείρισης της γνώσης και καταγραφής σημειώσεων. Ακολουθούν μερικά παραδείγματα της χρήσης τους:

- Συλλογή ιστορικών δεδομένων και οικοδόμηση εγκυκλοπαιδικού περιεχομένου: ο στόχος αυτός αντλεί την έμπνευσή του από τη Wikipedia και χρησιμοποιείται τακτικά στις εταιρείες.
- Σύνταξη και επανεξέταση του υλικού: σχεδιασμός από κοινού δημόσιων εγγράφων, αναφορών, βιβλίων, τεκμηρίωσης, βιβλιογραφίας, πρακτικών συνόδων, γραπτές εργασίες, κτλ.
- Ενημέρωση ευρετηρίου: ενημέρωση προσωπικών ή συλλογικών πληροφοριών μέσω εύκολης διαχείρισης. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η Diplopedia, το wiki της Διπλωματικής Υπηρεσίας των ΗΠΑ.
- Διαχείριση προγράμματος γνώσης: συνεργατικές δραστηριότητες, όπως ο καταγισμός ιδεών (brainstorming), ο διαμοιρασμός ιδεών, ο συντονισμός των δραστηριοτήτων, κτλ.
- Ενημέρωση για εκδηλώσεις: παρέχει πληροφορίες για ένα πρόγραμμα συνεδρίου, για τους ομιλητές, τη λίστα των θεμάτων, κτλ. Η ενημέρωση των πληροφοριών γίνεται από τους συντάκτες.

5.1 Λειτουργία και χαρακτηριστικά του Wikipedia

Ένα καθοριστικό γνώρισμα των wikis είναι η ευκολία με την οποία οι σελίδες μπορούν να δημιουργηθούν αλλά και να ενημερωθούν.

Σε γενικές γραμμές, υπάρχει έλλειψη επανεξέτασης πριν την αποδοχή των τροποποιήσεων. Πολλά wikis είναι ανοικτά στο κοινό, ενώ έχει γίνει μία σημαντική προσπάθεια να αρθούν τα εμπόδια ως προς τη συμμετοχή όσο το δυνατόν περισσότερο και σε τεχνικό επίπεδο και σε κοινωνικό.

Η **Wikipedia** ή **Βικιπαίδεια** (<http://el.wikipedia.org>) είναι μια δωρεάν και ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια που γράφεται σε συνεργασία από τους αναγνώστες της σε όλο τον κόσμο. Η Βικιπαίδεια είναι ένα συλλογικό εγκυκλοπαιδικό εγχείρημα που έχει συσταθεί στο Διαδίκτυο,

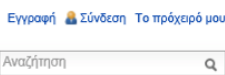
παγκόσμιο, πολύγλωσσο, που λειτουργεί με την αρχή του [wiki](#). Η Βικιπαίδεια έχει ως στόχο να παρέχει ελεύθερα επαναχρησιμοποιήσιμο περιεχόμενο, με αντικειμενικά και επαληθεύσιμα στοιχεία, που ο καθένας μπορεί να τροποποιήσει και να βελτιώσει.



The screenshot shows the Greek Wikipedia homepage. At the top, there is a navigation bar with links for 'Εγγραφή', 'Σύνδεση', and 'Το πρόχειρό μου'. Below this is a search bar with the text 'Αναζήτηση'. The main content area features a large heading 'Καλώς ήλθατε στη Βικιπαίδεια' and a sub-heading 'την ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια που γράφουμε συμμετοχικά.' To the right of this heading, it says '91.407 λήμματα στα ελληνικά' and 'Έκδοση για κινητές συσκευές'. Below the heading, there are links for 'Τέχνη — Ιστορία — Επιστήμη — Τεχνολογία — Γεωγραφία — Κοινωνία' and 'Κατάλογος θεματικών πυλών'. The main content is divided into three sections: 'Επιλεγμένο λήμμα', 'Παρουσίαση', and 'Συμμετοχή'. The 'Επιλεγμένο λήμμα' section features a gold coin and text about commemorative coins. The 'Παρουσίαση' section explains the purpose of Wikipedia. The 'Συμμετοχή' section encourages users to contribute.

Οι ακόλουθες σελίδες περιλαμβάνουν καθοδήγηση και πληροφορίες για την ανάγνωση, τη δημιουργία λημμάτων και τη συμμετοχή σε αυτόν τον ιστοχώρο.

Εγγραφή, δηλαδή η δημιουργία λογαριασμού χρήστη, είναι προαιρετική αλλά συνιστάται, καθώς παρέχει αρκετά οφέλη. Σε κάθε περίπτωση πάντως, οποιοσδήποτε μπορεί να επεξεργαστεί το περιεχόμενο της Βικιπαίδειας, ακόμα και χωρίς να έχει δημιουργήσει λογαριασμό. Για να δημιουργήσετε ένα λογαριασμό μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το σύνδεσμο Εγγραφή/Σύνδεση που βρίσκεται στην πάνω δεξιά άκρη της ιστοσελίδας. Η δημιουργία λογαριασμού δεν απαιτεί την αποκάλυψη της ταυτότητάς σας.



A search bar with the text 'Αναζήτηση' and a magnifying glass icon.

Πλεονεκτήματα εγγραφής

Ο λογαριασμός στη Βικιπαίδεια σας προσφέρει αρκετά πλεονεκτήματα, μεταξύ των οποίων περισσότερες δυνατότητες κατά την επεξεργασία μίας σελίδας και ρύθμιση προσωπικών επιλογών σχετικά με την εμφάνιση της Βικιπαίδειας. Ένας εγγεγραμμένος χρήστης αποκτά

δυνατότητα μετονομασίας μιας σελίδας, καθώς και δυνατότητα δημιουργίας μιας λίστας παρακολούθησης συγκεκριμένων λημμάτων της αρεσκείας του. Επιπλέον, μέσα από την σελίδα συζήτησης ενός εγγεγραμμένου χρήστη, διευκολύνεται η επικοινωνία με άλλα μέλη της κοινότητας, γεγονός που δεν ισχύει πάντα για ανώνυμους χρήστες, οι οποίοι αναγράφονται με την διεύθυνση IP του υπολογιστή τους.

Μόνο εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν επίσης να γίνουν διαχειριστές (*sysops*).

Η **επεξεργασία** λημμάτων είναι η σημαντικότερη λειτουργία στη Βικιπαίδεια. Με εξαίρεση ελάχιστες σελίδες που είναι «κλειδωμένες», κάθε σελίδα διαθέτει στο επάνω μέρος της την επιλογή **επεξεργασία**. Ο σύνδεσμος αυτός σας επιτρέπει να επεξεργαστείτε το περιεχόμενο της συγκεκριμένης σελίδας.

Προεπισκόπηση

[Σύνοψη επεξεργασίας](#) (Με συντομία περιγράψτε τις αλλαγές που κάνετε)

Μικρή τροποποίηση Παρακολούθηση του άρθρου

Αποθήκευση της σελίδας

Προεπισκόπηση

Εμφάνιση αλλαγών

[Ακύρωση](#) | [Βοήθεια επεξεργασίας](#) (άνοιγμα σε νέο παράθυρο)

Το πλήκτρο «προεπισκόπηση» βρίσκεται δεξιά από αυτό της αποθήκευσης και κάτω από το πλαίσιο σύνοψης της επεξεργασίας.

Μία σημαντική λειτουργία είναι η **προεπισκόπηση**.

Πατώντας το πλήκτρο **προεπισκόπηση** μεταφέρεστε σε μια σελίδα που περιέχει τη *διαμορφωμένη σελίδα* (όπως θα εμφανιστεί αν την καταχωρίσετε) και από κάτω *εξακολουθεί* να υπάρχει ο χώρος για τη δική σας επεξεργασία. Μπορείτε να **συνεχίσετε** τις αλλαγές (ή τις προσθήκες) από εκεί, **δεν** χρειάζεται να πάτε στην προηγούμενη σελίδα.

Αν και δεν είναι απαραίτητο, αυτό σας επιτρέπει να δείτε τη διαμορφωμένη σελίδα, χωρίς ωστόσο να έχει ακόμα αποθηκευτεί το περιεχόμενο. Επειδή είναι σύνηθες και φυσιολογικό να γίνονται συντακτικά ή άλλα λάθη, με την προεπισκόπηση μπορείτε να ελέγξετε τις τροποποιήσεις σας. Επιπλέον, με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να δοκιμάζετε διαφορετικούς τρόπους μορφοποίησης μιας σελίδας πριν τελικά οριστικοποιήσετε τη μορφή στην οποία θα την αποθηκεύσετε και η οποία θα είναι διαθέσιμη σε όλους τους χρήστες.

Σύνοψη

Πριν την αποθήκευση της σελίδας, είναι καλή πρακτική να γράφετε μία σύνοψη της επεξεργασίας σας στο πλαίσιο **Σύνοψη επεξεργασίας** (πάνω από την επιλογή της

αποθήκευσης). Αυτό θα βοηθήσει και τους άλλους χρήστες να καταλάβουν με μια ματιά τι αλλαγές κάνατε, αλλά και εσάς τους ίδιους να θυμηθείτε τι κάνατε σε ένα λήμμα και πότε. Η σύνοψη που γράφετε μπορεί να είναι αναφορά σε διόρθωση ορθογραφικού λάθους, προσθήκη μιας κατηγορίας ή εικόνας κ.ο.κ.

Βοήθεια

Στη διάθεσή σας υπάρχει πάντα η **βοήθεια**. Επίσης, μη ξεχνάτε πως η εμπειρία των παλιότερων χρηστών είναι πολύτιμη. Αν το λήμμα υπάρχει ήδη, διαβάστε τη σελίδα συζήτησής του και δείτε αν οι αλλαγές που προτίθεστε να κάνετε έχουν ξανασυζητηθεί. Σε κάθε περίπτωση, μπορείτε να ξεκινήσετε ένα θέμα συζήτησης, π.χ. αφήνοντας αρχικά (ενυπόγραφο) σχόλιο στη σελίδα συζήτησης του λήμματος ή στην Αγορά, στη συνέχεια μπορείτε να κάνετε το ίδιο στις σελίδες συζήτησης χρηστών που σας απάντησαν.

Ευγένεια

Η Βικιπαίδεια δεν είναι χώρος αντιπαραθέσεων και, παρά τις διαφωνίες που είναι λογικό να δημιουργούνται, οι χρήστες πρέπει να διατηρούν ένα πολιτισμένο επίπεδο καλής διάθεσης. Η ευγένεια είναι βασικό συστατικό για την ομαλή διεξαγωγή μιας συζήτησης σχετικά με ένα λήμμα. Σε κάθε περίπτωση, μείνετε ψύχραιμοι και αποφύγετε προσβλητικούς χαρακτηρισμούς.

Εγκυκλοπαιδικότητα

Η Βικιπαίδεια είναι μία εγκυκλοπαίδεια. Κατά συνέπεια περιλαμβάνει λήμματα που χαρακτηρίζονται από μία ιδιαίτερη βαρύτητα και **εγκυκλοπαιδική αξία**. Πριν ξεκινήσετε ένα νέο λήμμα, είναι σημαντικό να αξιολογήσετε κατά πόσο το θέμα του αξίζει πραγματικά να παρουσιαστεί στα πλαίσια μιας εγκυκλοπαίδειας. Σε καμία περίπτωση δεν θα μπορούσε να υπάρχει (σύμφωνα με τους κανόνες της Βικιπαίδειας) ένα λήμμα για κάθε άνθρωπο στον πλανήτη ή για κάθε εταιρία που πουλάει κάτι ή για κάθε δρόμο σε κάθε πόλη του κόσμου. Ωστόσο, υπάρχουν αδελφικά εγχειρήματα για ορισμένες μορφές μη-εγκυκλοπαιδικού περιεχομένου.

Τα εγκυκλοπαιδικά λήμματα είναι κυρίως σχετικά με το θέμα και όχι με τις λέξεις τους. Επομένως, οποιοδήποτε λήμμα απλώς ορίζει και εξηγεί τις χρήσεις μιας λέξης ή μιας μικρής φράσης, όπως θα το βρίσκατε σε ένα τυπικό λεξικό, θα πρέπει να καταχωρηθεί στο αδελφικό Βικιλεξικό.

Αυθεντικό πηγαίο κείμενο, όπως ένα βιβλίο χωρίς πνευματικά δικαιώματα που θα θέλατε να δημοσιεύσετε για να είναι περισσότερο διαθέσιμο, θα πρέπει να καταχωρηθεί σε ένα άλλο αδελφικό εγχείρημα, τη Βικιθήκη.

Επιπλέον, η Βικιπαίδεια δεν περιλαμβάνει λήμματα που αποτελούν πρωτότυπη έρευνα - θεωρίες και συμπεράσματα τα οποία δεν έχουν δημοσιευτεί σε ελεγχόμενες αξιόπιστες πηγές. Για περισσότερες πληροφορίες, δείτε τι δεν είναι η Βικιπαίδεια.

Επίσης, αποθαρρύνουμε τους συντάκτες να γράφουν για τους εαυτούς τους ή για τα δικά τους επιτεύγματα, καθώς αυτό αποτελεί σύγκρουση κινήτρων. Αν έχετε κάνει σημαντικά επιτεύγματα εγκυκλοπαιδικού ενδιαφέροντος, κάποιος άλλος αργά ή γρήγορα θα γράψει ένα λήμμα για εσάς.

Ουδετερότητα

Η πολιτική της Βικιπαίδειας είναι να γράφονται όλα τα λήμματα από μια **ουδέτερη οπτική γωνία** (NPOV - **N**eutral **P**oint **O**f **V**iew) που, σύμφωνα με τον ιδρυτή της Βικιπαίδειας Τζίμι Γουέλς, είναι «*απόλυτη και μη διαπραγματεύσιμη*» αρχή.

Η **ουδετερότητα** ταυτίζεται με τη **δίκαιη** παρουσίαση όλων των πλευρών ενός θέματος, χωρίς την επιβεβαίωση της ορθότητας κάποιας συγκεκριμένης πλευράς. Είναι επιβεβλημένο να παρουσιάζονται όλες οι απόψεις, με τρόπο όμως που να διαφαίνεται πως κάθε μία από αυτές αποτελεί στην πραγματικότητα *άποψη* και όχι μία αποδεδειγμένη και απόλυτη αλήθεια. Σκοπός των λημμάτων ΔΕΝ είναι η απόδειξη μιας θέσης αλλά η παρουσίασή της.

Ένα λήμμα που δεν τηρεί την πολιτική της ουδετερότητας χαρακτηρίζεται συνήθως με τον όρο **POV** (**P**oint **O**f **V**iew). Σε αυτή την κατηγορία μπορεί να εντάσσεται και ένα λήμμα που αφιερώνει δυσανάλογα μεγάλη έκταση στην παρουσίαση μιας συγκεκριμένης θέσης σε σχέση με τον πραγματικό της αντίκτυπο και την αποδοχή της σε σχέση με τις υπόλοιπες.

Πηγές

Το όριο για να συμπεριληφθεί κάτι στην Βικιπαίδεια είναι η Εγκυκλοπαιδικότητα με αναφορά σε αξιόπιστες, δημοσιευμένες πηγές. Τα λήμματα πρέπει να περιέχουν μόνο πληροφορίες που επαληθεύονται από αξιόπιστες πηγές. Οι συντάκτες που προσθέτουν το νέο υλικό σε ένα λήμμα πρέπει να παραπέμπουν σε μια αξιόπιστη πηγή, ειδικά αν πρόκειται για μη τετριμμένες πληροφορίες και αξιολόγηση. Σε διαφορετική περίπτωση, μπορεί να αφαιρεθεί από οποιονδήποτε συντάκτη. Η υποχρέωση να παρέχουν μια αξιόπιστη πηγή εναπόκειται στους συντάκτες που επιθυμούν να συμπεριλάβουν το υλικό, όχι σε εκείνους που επιδιώκουν να το αφαιρέσουν. Η καταχώρηση των παραπομπών και της βιβλιογραφίας μπορεί να γίνει

κάτω από μία ξεχωριστή ενότητα του λήμματος (π.χ με τον τίτλο «Βιβλιογραφία» ή «Πηγές»). Αν μία ιστοσελίδα αξίζει να αναφερθεί ως πηγή, μπορείτε να την καταχωρήσετε στην ενότητα των Εξωτερικών συνδέσμων.

Πνευματικά δικαιώματα

Απαγορεύεται ρητά η καταχώρηση υλικού που προστατεύεται από πνευματικά δικαιώματα. Δεκτές μπορούν να γίνουν τέτοιου είδους συνεισφορές μόνο κατόπιν σχετικής άδειας του κατόχου των πνευματικών δικαιωμάτων για δημοσίευση σύμφωνα με τους όρους της Creative Commons Attribution/Share-Alike License 3.0. Σε κάθε περίπτωση, ωστόσο, τα καλύτερα λήμματα είναι συνήθως προϊόν αυτενέργειας των χρηστών και προσωπικής εργασίας.

Αν δεν βρίσκετε απάντηση στα ερωτήματά σας στις παρακάτω σελίδες, μη διστάζετε να ρωτήσετε άλλους βικιπαιδιστές στην Αγορά.

Δραστηριότητα 9

Σε συνεργασία με όλους τους συν-εκπαιδευόμενούς σας εντοπίστε αν υπάρχει σελίδα στη Βικιπαίδεια για τα Κέντρα Διά Βίου Μάθησης και για το Δήμο σας. Αν όχι, δημιουργήστε μια και αν υπάρχει, προσπαθήστε να την ανανεώσετε/εμπλουτίσετε.

6 Η αλόγιστη χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και οι συνέπειές της

Σύγχρονες μελέτες των κοινωνικών επιστημών καταδεικνύουν ότι η πολύωρη ενασχόληση με τα ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να προκαλέσει εθισμό, να ενισχύσει την εσωστρέφεια και, συνεπώς, να οδηγήσει στην απομόνωση του ατόμου και στην υποβάθμιση των διαπροσωπικών του σχέσεων, με αποτέλεσμα τη μοναξιά και την αλλοτρίωσή του. Είναι μια θλιβερή διαπίστωση ότι χιλιάδες άνθρωποι προτιμούν να ζουν με την ψευδαίσθηση της ηλεκτρονικής επαφής, αποφεύγοντας τη συναναστροφή με τους πραγματικούς τους φίλους. Δημιουργείται, λοιπόν, ένας φαύλος κύκλος, καθώς όσο απομονώνεται ο άνθρωπος από τους συνανθρώπους του, τόσο υποβαθμίζεται και η ποιότητα της μεταξύ τους σχέσης.

Επιπλέον, καλό είναι να θυμόμαστε ότι η επαφή με το φυσικό περιβάλλον είναι βαρύνουσα σημασίας για τη σωματική υγεία, την ψυχική ευφορία, τη συναισθηματική γαλήνη και την πνευματική διαύγεια, στοιχεία απαραίτητα για την επιτυχία ενός ανθρώπου σε επαγγελματικό αλλά και προσωπικό επίπεδο. Μένοντας κλεισμένοι μέσα σε έναν κλειστό χώρο με τα μάτια διαρκώς στραμμένα στην οθόνη του υπολογιστή και τη σκέψη μας προσκολλημένη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούμε, απομακρυνόμαστε ολοένα και περισσότερο από τη φύση.

Εξάλλου, η σχέση μας με τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειάς μας δε θα πρέπει να υπονομευτεί από την ενασχόλησή μας με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι απαιτήσεις στο σύγχρονο χώρο εργασίας μας, ιδιαίτερα στην εποχή της οικονομικής κρίσης και της επαγγελματικής αστάθειας, είναι ιδιαίτερος αυξημένες. Όταν ο εργαζόμενος επιστρέφει στο σπίτι, έχει ανάγκη να αποφορτιστεί ψυχικά και να αναπαυτεί σωματικά. Συχνά, καταφεύγει στη λύση του ηλεκτρονικού υπολογιστή και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, της απρόσωπης επαφής, που είναι κατά πολύ 'ευκολότερη' από την ανθρώπινη επαφή. Την επίλυση των ενδεχόμενων οικογενειακών του προβλημάτων, που απαιτεί συναισθηματική εμπλοκή, την μεταθέτει για την επαύριο, με αποτέλεσμα να προστίθενται ακόμα περισσότερα οικογενειακά προβλήματα στα ήδη υπάρχοντα. Ως αποτέλεσμα, τα μέλη της οικογένειας αποξενώνονται και η σχέση μεταξύ τους καταλήγει αδιάφορη ή αντιπαραθετική. Επομένως, καλό θα ήταν να θυμόμαστε ότι η συζυγική σχέση, καθώς και η σχέση γονέων-παιδιών απαιτεί ποιοτικό χρόνο και αφοσίωση.

Καταλήγει, λοιπόν, κανείς στο συμπέρασμα ότι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης απαιτεί την τήρηση του μέτρου, καθώς και τη δημιουργική αξιοποίηση των πρωτόγνωρων δυνατοτήτων τους. Αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο, που όμως αχρηστεύεται αν δεν το προσεγγίσει κανείς με κριτικό πνεύμα και ματιά διερευνητική. Εξάλλου, τα οφέλη τους είναι

αναμφίβολα σημαντικά για τη ζωή μας, όμως σε καμία περίπτωση δεν μπορούν τα μέσα να χρησιμοποιηθούν ως υποκατάστατο της ανθρώπινης επαφής ή οποιασδήποτε κοινωνικής δραστηριότητας.

Δραστηριότητα 10

Σε συνεργασία με 3-4 συν-εκπαιδευόμενούς σας εντοπίστε παραδείγματα αλόγιστης χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Στη συνέχεια περιγράψτε τα παρακάτω.

Παρουσιάστε τα παραδείγματά σας και εντοπίστε κοινά/διαφορές με τα παραδείγματα των υπόλοιπων ομάδων.

7 Ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανήλικοι

Όταν πρόκειται κανείς να αναφερθεί στους κινδύνους των ηλεκτρονικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τους ανηλίκους, καλό θα ήταν πρώτα να αναφερθεί στο χαρακτήρα των νέων. Γράφει λοιπόν ο Αριστοτέλης, πάντοτε επίκαιρος : Ο χαρακτήρας τους είναι τέτοιος που να μη βλέπουν την κακή όψη των πραγμάτων, αλλά την καλή· ο λόγος είναι ότι τα μάτια τους δεν έχουν ακόμη δει πολλές κακίες. Είναι, επίσης, ευκολόπιστοι, γιατί δεν ήταν πολλές ως τώρα οι φορές που έπεσαν θύματα απάτης. Αντιμετωπίζουν, επίσης, τη ζωή με αισιοδοξία· γιατί όπως αυτοί που έχουν πει πολύ κρασί έτσι ακριβώς και οι νέοι έχουν μέσα τους, από την ίδια τους τη φύση, μια θέρμη — την ίδια, βέβαια, στιγμή και γιατί δεν έχουν ακόμη γνωρίσει πολλές αποτυχίες. **(ΑΡΙΣΤ Ρητ 1388b31–1390b13: Τα ἤθη που προσιδιάζουν στους ανθρώπους κάθε ηλικιακής ομάδας: Ο χαρακτήρας των νέων)** Και επίσης:

Όλα τους τα σφάλματα έχουν την αρχή τους στην υπερβολή και στη σφοδρότητά τους — κατά παράβαση, βέβαια, του λόγου του Χίλωνα· πραγματικά, ό.τι κάνουν το κάνουν σε υπερβολικό βαθμό: αγαπούν σε υπερβολικό βαθμό, μισούν σε υπερβολικό βαθμό, το ίδιο και όλα τα άλλα. Πιστεύουν ότι τα ξέρουν όλα και είναι βέβαιοι για όλα πεισματικά. Αυτό είναι και η αιτία που ό.τι κάνουν το κάνουν σε βαθμό υπερβολικό. **(ΑΡΙΣΤ Ρητ 1388b31–1390b13: Τα ἤθη που προσιδιάζουν στους ανθρώπους κάθε ηλικιακής ομάδας: Ο χαρακτήρας των νέων)** (Λυπουρλής, 2002)

Το διαδίκτυο, θα μπορούσε να παρομοιαστεί με μια μεγάλη, κεντρική λεωφόρο κάποιας σύγχρονης μεγαλούπολης. Κάθε είδους χαρακτήρας θα κυκλοφορεί εκεί. Άνθρωποι ακίνδυνοι, ευγενείς και φιλικοί και κοντά σε αυτούς άλλοι άνθρωποι κακόβουλοι, μοχθηροί, επιθετικοί. Το πιο λαμπρό πνεύμα και η πιο σκοτεινή μορφή συνυπάρχουν στον παγκόσμιο ιστό. Και αν στην πραγματική ζωή είναι εύκολο για κάποιον εγκληματία να ξεγελάσει και να εκμεταλλευτεί ή να βλάψει με κάθε τρόπο ένα αθώο, ευαίσθητο και άπειρο νεαρό άτομο, πόσο μάλλον ευκολότερα γίνονται για αυτόν τα πράγματα, όταν μπορεί να κρύψει τις κακές του προθέσεις πίσω από την ανωνυμία του διαδικτύου.

Όπως και στην πραγματική ζωή έτσι και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα ανήλικα παιδιά δεν πρέπει ποτέ να αφήνονται χωρίς την απαραίτητη γονική επίβλεψη και προστασία. Ο υπολογιστής που χρησιμοποιούν τα παιδιά καλό θα είναι να βρίσκεται σε ένα σημείο του σπιτιού όπου κινούνται συχνά οι γονείς και ποτέ στο παιδικό δωμάτιο, ούτως ώστε τα παιδιά να μην απομονώνονται. Ελέγχουμε συχνά το ιστορικό του υπολογιστή, για να έχουμε επίγνωση των σελίδων που επισκέπτονται τα ανήλικα παιδιά μας.

Ασφαλώς κανένα μέτρο προστασίας δεν είναι από μόνο του επαρκές, αν δεν υπάρχει σωστή καθοδήγηση και ενημέρωση από τους γονείς στα παιδιά, καθώς η πρόσβαση στο διαδίκτυο είναι δυνατή και από άλλους χώρους εκτός σπιτιού. Οι νεαροί χρήστες είναι απαραίτητο να γνωρίζουν ότι δεν θα πρέπει να αποκαλύπτουν ποτέ στο διαδίκτυο τα ονόματά τους ή των γονέων τους, διευθύνσεις και τηλέφωνα του σπιτιού τους, του σχολείου ή της εργασίας των γονέων, όπως επίσης απαγορεύεται να ανακοινώνουν τα μέρη όπου συχνάζουν, όπως π.χ. την παιδική χαρά ή το φροντιστήριο ξένων γλωσσών. Ποτέ δεν πρέπει τα παιδιά να συναντούν χωρίς τους γονείς τους κάποιον που γνώρισαν μέσω διαδικτύου. Η συνάντηση, πάντα με συνοδεία των γονέων, θα πρέπει να γίνεται αποκλειστικά σε δημόσιους χώρους. Μεγάλη προσοχή χρειάζεται επίσης όταν αναρτούμε εμείς ή τα παιδιά μας φωτογραφίες όπου αυτά απεικονίζονται.

Εξάλλου, τίποτα δεν υποκαθιστά την πραγματική, ουσιώδη σχέση με τα παιδιά μας. Θα πρέπει εκείνα να αισθάνονται την άνεση να μας μιλήσουν για ό, τι τα απασχολεί ή τα προβληματίζει τόσο στην πραγματική κοινωνική τους ζωή όσο και στην ηλεκτρονική. Και βέβαια, να έχουμε την ικανότητα να διαβάζουμε πίσω από τις γραμμές, να καταλαβαίνουμε τη διάθεση των παιδιών μας, πριν αυτά καν μας μιλήσουν, μόνο και μόνο από τις αλλαγές στη συμπεριφορά τους ή ακόμα στο βλέμμα τους και στις συνήθειές τους. Αν οτιδήποτε μας κινήσει την υποψία, καλό θα ήταν να δράσουμε άμεσα και ασφαλώς να επικοινωνήσουμε και με το σχολείο του παιδιού (ας μην ξεχνάμε ότι τα παιδιά περνούν πολλές ώρες τις ημέρας εκεί και ότι η συνεργασία γονέων-εκπαιδευτικών είναι απαραίτητη).

Συνοπτικά, μπορούμε να πούμε ότι τα παιδιά αποτελούν την πιο ευαίσθητη κοινωνική ομάδα, καθώς ο χαρακτήρας τους είναι ακόμα υπό διαμόρφωση. Οποιαδήποτε τραυματική εμπειρία κατά την παιδική ηλικία είναι καθοριστικής σημασίας για τη μετέπειτα εξέλιξη του ανθρώπου. Για το λόγο αυτό, πρέπει τα παιδιά να προστατεύονται με κάθε τρόπο από κακόβουλους χρήστες του διαδικτύου. Προς αυτήν την κατεύθυνση, η πολιτεία μεριμνά για τα παιδιά με τη νομοθεσία, η εκπαίδευση και η οικογένεια τα θωρακίζει με σωστή ενημέρωση και άγρυπνη επίβλεψη.

Δραστηριότητα 11

Μπορείτε να επισκεφτείτε με 2-3 συν-εκπαιδευόμενούς σας τους όρους χρήσης των εργαλείων που γνωρίσαμε ήδη (Facebook, Twitter, LinkedIn, Wikipedia) της ιστοσελίδα του **Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου** (<http://www.saferinternet.gr/>) καθώς και την ιστοσελίδα της **Ελληνικής Αστυνομίας** (http://www.astynomia.gr/index.php?option=ozo_content&perform=view&id=135&Itemid=12)

[8&lang](#)). Στη συνέχεια περιγράψτε παρακάτω τους αποτελεσματικότερους τρόπους για την ασφαλή χρήση των Ηλεκτρονικών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τους ανήλικους.

Τέλος, παρουσιάστε τα παραδείγματά σας και εντοπίστε κοινά/διαφορές με τα παραδείγματα των υπόλοιπων ομάδων. Σε συνεργασία με τις υπόλοιπες ομάδες καταλήξτε σε ένα δεκάλογο ασφαλούς χρήσης για τους ανήλικους.

8 Ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εργασία

Αν κάποτε ίσχυε το γνωμικό «τα εν οίκω μη εν δήμω», σήμερα το να παραθέτει κανείς προσωπικές πληροφορίες στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης αποτελεί ενδεχομένως αναπόφευκτη πραγματικότητα. Οι χρήστες του Facebook ανέρχονται σε πάνω από 1 δισεκατομμύριο, του Twitter σε 500 εκατομμύρια, ενώ γίνονται πάνω από 3 εκατομμύρια κοινοποιήσεις παρουσίας μέσω του Foursquare! Κατά συνέπεια αν κάποιος δε δείξει τη δέουσα προσοχή, είναι αυτομάτως εκτεθειμένος και μπορεί εύκολα ένας τρίτος να έχει πρόσβαση στα δημοσιοποιημένα προσωπικά του δεδομένα. Ο τομέας της εργασίας, λοιπόν, δύσκολα θα παρέμενε ανεπηρέαστος υπό τέτοιες συνθήκες.

Σύμφωνα με διεξαχθείσες έρευνες:

- Το 77% των εργοδοτών αναζητούν πληροφορίες στα κοινωνικά δίκτυα πριν προσλάβουν κάποιον υποψήφιο εργαζόμενο και το 35% αυτών έχουν απορρίψει υποψηφίους λόγω των δημοσιεύσεών τους.
- 1 στους 5 εργοδότες ψάχνει υποψήφιους εργαζομένους μέσα από τα sites κοινωνικής δικτύωσης καθώς και παρατηρεί τον τρόπο με τον οποίο αυτοί προβάλλουν την εικόνα και την προσωπικότητά τους σε αυτά. Τα 2/3 αυτών παραδέχονται ότι δεν μένουν ανεπηρέαστοι από το προφίλ κάποιου, ενώ το 25% δηλώνει ότι η γνώμη για κάποιον υποψήφιο μεταβλήθηκε αφού επισκέφθηκε την σελίδα του με αποτέλεσμα ο υποψήφιος υπάλληλος να μην προσληφθεί τελικά.
- Τα ανωτέρω αφορούν κυρίως στους νέους με φάσμα ηλικιών 16-34 ετών. Ένας στους δέκα νέους υπαλλήλους χάνει τη δουλειά του λόγω των δημοσιεύσεων που αναρτά στο μέσο που χρησιμοποιεί.

Πώς πρέπει κάποιος να διαμορφώσει την ψηφιακή του εικόνα, ούτως ώστε να προωθήσει ένα ελκυστικό για τον πιθανό εργοδότη επαγγελματικό προφίλ;

1. Φροντίζουμε το προφίλ μας και διαγράφουμε οτιδήποτε αμφισβητήσιμο. Αρχικά, ρυθμίζουμε τις λειτουργίες απορρήτου και τις ρυθμίσεις του λογαριασμού, ούτως ώστε να διασφαλίσουμε ότι δεν υπάρχουν κενά ασφαλείας από όπου κάποιος μπορεί να εκμαιεύσει τις προσωπικές μας πληροφορίες.
2. Ψάχνουμε το όνομά μας σε διάφορες μηχανές αναζήτησης όπως το Google και με διαφορετικούς τρόπους, για να ελέγξουμε τι μπορεί να δει ο εργοδότης μας εάν μας ψάξει στο Διαδίκτυο. Πληκτρολογούμε το όνομά μας, την ηλεκτρονική μας διεύθυνση

ή και το τηλέφωνό μας. Σε περίπτωση που ανακαλύψουμε κάτι ακατάλληλο, προσπαθούμε να το σβήσουμε.

3. Αν οι «φίλοι» μας έχουν δημοσιεύσει οτιδήποτε για το άτομό μας που μπορεί να φαίνεται αντιεπαγγελματικό, φροντίζουμε να το διαγράψουμε. Βασικός στόχος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η συνεχής αλληλεπίδραση με τους «φίλους» που δημιουργεί κανείς στα συγκεκριμένα sites. Η αλληλεπίδραση αυτή κάνει τον οποιοδήποτε χρήστη να αναφέρεται με ή χωρίς τη θέλησή του σε δημοσιεύσεις φίλων. Φωτογραφίες, βίντεο και posts στα οποία αναφερόμαστε και θεωρούνται αποκαλυπτικά υπάρχει δυνατότητα είτε να σβηστούν είτε να αφαιρεθεί το όνομά μας από αυτά, για να μην εμφανίζονται στο προφίλ μας.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι μπορεί ο αρχικός στόχος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης να ήταν η ψυχαγωγία και η κοινωνικοποίηση των μελών τους όμως η δυναμική τους είναι τέτοια, ούτως ώστε να επηρεάζονται από αυτά όλοι οι τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας και όχι λιγότερο η επαγγελματική δραστηριότητα των ατόμων. Κατά συνέπεια, υπενθυμίζεται εδώ ότι χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή όσον αφορά στη δημοσίευση στα κοινωνικά δίκτυα πληροφοριών, φωτογραφιών, απόψεων, ιδεολογιών που δυνητικά θα τεθούν εμπόδιο στη μελλοντική επαγγελματική εξέλιξη ενός ατόμου.

Σύνοψη

Στην Ενότητα αυτή προσπαθήσαμε να παρουσιάσουμε τις βασικές αρχές και λειτουργίες των εργαλείων Κοινωνικής Δικτύωσης. Ξεκινήσαμε με μια αναλυτική παρουσίαση, στα αρχικά στάδια, ώστε να εξοικειωθούμε με τα βασικά εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης και στη συνέχεια είδαμε, πιο συνοπτικά, μερικές βασικές λειτουργίες που ίσως χρειαστεί να αξιοποιήσουμε κατά την αρχική χρήση των εργαλείων αυτών.

Στο σύντομο αυτό εγχειρίδιο δεν είναι εφικτό να παρουσιάσουμε όλα τα εργαλεία ούτε να αναλύσουμε πλήρως τις λειτουργίες τους. Με την ευκαιρία αυτή μη διστάσετε να πειραματιστείτε, να δοκιμάσετε και άλλες επιλογές, να ψάξετε με περισσότερη λεπτομέρεια – και αυτονομία – τις δυνατότητές τους.

Όπως ήδη αναφέρθηκε αρκετές φορές στο κείμενο, σε κάθε μας βήμα, σε κάθε μας γνωριμία με μια ιστοσελίδα ή ένα εργαλείο κοινωνικής δικτύωσης αξίζει να παραμένουμε κριτικοί και προσεκτικοί σε σχέση με το περιεχόμενο, την ακρίβεια και την ορθότητα της πληροφορίας αλλά και την ασφάλεια του δικτυακού τόπου. Περισσότερα σε σχέση με τα θέματα αυτά θα μπορείτε να εξετάσετε και στην ενότητα 3.4: Διαδικτυακά εργαλεία και υπηρεσίες στην καθημερινή ζωή.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Leving Young, M. et al. (2001), *Πλήρες Εγχειρίδιο του Internet – Millennium Edition*, απόδοση: Παναγιώτης Μαυρόπουλος, Αθήνα: Εκδόσεις Γκιούρδας.
- Λυπουρλής, Δ. (2002). *Αριστοτέλης. Ρητορική Βιβλίο Πρώτο. Εισαγωγή, μετάφραση, σχόλια*. Θεσσαλονίκη: Ζήτρος.
- 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.

Ξενόγλωσση

- Adamic, L. A. and Adar, E. (2003). Friends and neighbors on the web. *Social Network* 25, 3, 211–230.
- Elad, J. (2011). *Linkedin For Dummies*, Wiley Publishing Inc, ISBN-13: 978-0470948545.
- Kerpen, D. (2012). *Likeable Social Media*, McGraw-Hill Education – Europe, ISBN13: 9780071813723.
- Kietzmann, H. J. and Kristopher, H. (2011). "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media". *Business Horizons* 54: 241–251.
- Lardi, K. and Fuchs, R. (2013). *Social Media Strategy - A step-by-step guide to building your social business (1st ed.)*. Zurich: vdf. ISBN 978-3-7281-3557-5.
- Tapscott, D. and Williams, Anthony D. (2006). *Wikinomics*. New York: Portfolio. ISBN 1-59184-138-0. OCLC 318389282.