

Σχέδιο Δράσης: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης



Σχολείο Δεύτερης Ευκαιρίας Ορεστιάδας

Σχολικό έτος 2018-2019

Περιεχόμενα	
Εισαγωγή.....	3
Οι Ομάδες	4
Κεφάλαιο 1. LinkedIn.....	5
1.1 Γενικά	5
1.2 Χαρακτηριστικά.....	6
1.3 Διακρίσεις	6
1.4 Δημιουργία λογαριασμού.....	6
1.5 Αναπτύσσοντας το επαγγελματικό μας δίκτυο	8
Κεφάλαιο 2. Pinterest.....	10
2.1 Ιστορία.....	10
2.2 Χαρακτηριστικά.....	10
2.3 Τρόποι σύνδεσης στο Pinterest	11
Κεφάλαιο 3. Twitter	14
3.1 Γενικά	14
3.2 Τι είναι το Twitter;.....	15
3.3 Δημιουργία Λογαριασμού	15
3.4 Λειτουργία.....	17
Κεφάλαιο 4. Youtube	19
4.1 Γενικά	19
4.2 Η ιστορία της εταιρείας	20
4.3 Δημιουργία λογαριασμού στο YouTube.....	20
4.4 Δημιουργία καναλιού	21
4.5 Ανέβασμα Βίντεο	21
Κεφάλαιο 5. Έρευνα.....	23
5.1 Στόχος της Έρευνας	23
5.3 Αποτελέσματα της Έρευνας	26
5.4 Συμπεράσματα.....	33
Επίλογος	34
Ηλεκτρονικές Πηγές.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.

Εισαγωγή

Η επιλογή του θέματος του φετινού διαθεματικού σχεδίου δράσης μας δυσκόλεψε, καθώς οι προτάσεις που ακούστηκαν ήταν πολλές και ενδιαφέρουσες. Υπερίσχυσε, όμως, η περιέργειά μας να διερευνήσουμε το θέμα που αφορά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Έτσι, μελετήσαμε το φαινόμενο της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το You Tube, το Pinterest, το LinkedIn και το twitter, το οποίο είναι πολύ διαδεδομένο στην εποχή μας, τον τρόπο λειτουργίας τους και τους κανόνες ασφαλούς χρήσης του διαδικτύου. Στο πλαίσιο του project διεξαγάγαμε μια έρευνα σχετική με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ο τίτλος του project «Μέσα κοινωνικής δικτύωσης». Στη συνέχεια χωριστήκαμε σε ομάδες και μετά την αναζήτηση και τη συγκέντρωση του υλικού που μας ενδιέφερε ασχοληθήκαμε με τη σύνταξη του τελικού κειμένου της εργασίας μας.

Οι υποενότητες της εργασίας μας είναι:

1. Το LinkedIn
2. Το Pinterest
3. Το Twitter
4. Το You tube

Κύριοι επιδιωκόμενοι στόχοι του project ήταν:

- Να αποκτήσουμε θεωρητικές γνώσεις για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Να αποκτήσουμε δεξιότητες χρήσης του Η\Υ
- Να χρησιμοποιούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Να τηρούμε τους κανόνες ορθής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Να μπορούμε να συντάσσουμε ένα κείμενο
- Να μάθουμε να εργαζόμαστε συλλογικά και με ομαδικό πνεύμα.

Η ενασχόληση με το θέμα αυτό φάνηκε ιδιαίτερα χρήσιμη σε όλους μας, καθώς όχι μόνο έδωσε τη δυνατότητα σε κάποιους που ασχολούνται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους, αλλά επίσης πρόσφερε νέες στους υπόλοιπους. Αυτό επιτεύχθηκε με τη συμμετοχή μας σε ποικίλες δραστηριότητες, όπως η αναζήτηση στο διαδίκτυο, η συγκέντρωση πληροφοριών, η σύνταξη κειμένου και η διεξαγωγή έρευνας.

Οι Ομάδες

Ομάδα 1 - HACKERS
Αλεξίου Ιωάννης
Βελήογλου Ερκιούλ
Μίντσε Νατζιέ
Χασάνογλου Ντιλέκ

Ομάδα 2 - LEADERS
Κουσιάν Μεχμέτ
Τοπάλογλου Μπουρχάν
Χασάνογλου Σευγκή
Χατζηγεωργακίδης Πέτρος

Ομάδα 3 - BLOGGERS
Βελήογλου Μπεϊνα
Ισμαήλογλου Γιαλτσίν
Καγιά Αρζέ
Ομέρογλου Τζενγκίς
Τιακούδης Νικόλαος

Ομάδα 4 - YOUTUBERS
Αργυράκη Θωμαή
Ιμπράμογλου Ορχάν
Κατήρη Ειρήνη-Χρυσοβαλλάντου
Κυπαρισσούδης Παύλος

Υπεύθυνοι καθηγητές
Κοτανίδου Βερονική
Κεραμιτσής Δημήτρης
Δολαπτή Χριστίνα
Ράλλη Δέσποινα

Κεφάλαιο 1. LinkedIn

1.1 Γενικά

Linkedin	
	
Τύπος	Διαδικτυακή πλατφόρμα
Κλάδος	Υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης
Ίδρυση	2003
Ιδρυτής	Ρέιντ Χόφμαν, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly, Jean-Luc Vaillant
Έδρα	2029 Stierlin Court Mountain View, CA 94043, <u>Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής</u> , <u>Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής</u>
Ιδιοκτήτης	<u>Microsoft</u> (από 2016)
Ιστότοπος	<u>www.linkedin.com</u>

Το **LinkedIn** είναι ιστοχώρος επαγγελματικής κοινωνικής δικτύωσης. Ιδρύθηκε τον Δεκέμβριο του 2002 από τον Ρέιντ Χόφμαν, αλλά η λειτουργία του ξεκίνησε επίσημα στις 5 Μαΐου του 2003. Η έδρα της εταιρείας είναι στη Σίλικον Βάλλεϋ και έχει γραφεία σε όλο τον κόσμο. Τα εγγεγραμμένα μέλη του έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν το προσωπικό επαγγελματικό τους προφίλ, να συνδεθούν με άλλους χρήστες, να αναζητήσουν εργασία, αλλά και να δημιουργήσουν πελατολόγιο.

Μέλη

Ο ιστοχώρος είναι διαθέσιμος σε 24 γλώσσες, αγγλικά, γαλλικά, γερμανικά, ιταλικά, ισπανικά, πορτογαλικά κλπ. Σήμερα θεωρείται ο πιο επιτυχημένος ιστοχώρος επαγγελματικής κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως, μετρώντας περισσότερους από 300 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες σε περισσότερες από 200 χώρες. Υπερτερεί σημαντικά έναντι των κύριων ανταγωνιστών του Viadeo (50 εκατομμύρια) and XING (12 εκατομμύρια).

Σύμφωνα με την Πανελλήνια ετήσια Έρευνα του 2012 για τη συμπεριφορά των χρηστών των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου- ELTRUN, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, πάνω από 511.291 χρήστες του LinkedIn βρίσκονται στην Ελλάδα.

1.2 Χαρακτηριστικά

Το LinkedIn χαρακτηρίζεται από ποικίλες λειτουργίες με κυριότερες:

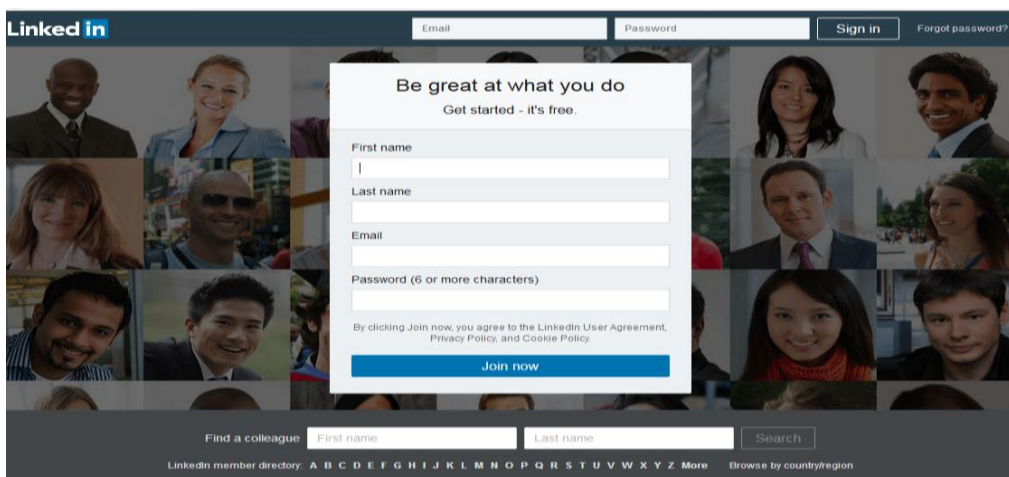
- τη δημιουργία και την παρουσίαση του προφίλ των μελών,
- τη δυνατότητα λεπτομερούς παρουσίασης της εργασιακής εμπειρίας και αναλυτικού του εκπαιδευτικού υπόβαθρου,
- τη δυνατότητα καταχώρησης προσωπικών πληροφοριών και ενδιαφερόντων,
- τη δικτύωση και την αλληλεπίδραση με τα συνδεδεμένα μέλη,
- τη δυνατότητα παροχής συστάσεων (endorsement) από συναδέλφους, συνεργάτες και γενικότερα μέλη του δικτύου με τα οποία είναι κανείς συνδεδεμένος,
- τη δημοσίευση και το διαμοιρασμό αναρτήσεων, παρουσιάσεων κλπ.

1.3 Διακρίσεις

Το 2007 κέρδισε δύο βραβεία στον ετήσιο θεσμό Webby Awards στις κατηγορίες Services (υπηρεσίες) και Social Networking (Κοινωνική Δικτύωση) <https://el.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>

1.4 Δημιουργία λογαριασμού

Για τη δημιουργία LinkedIn λογαριασμού αρκεί να επισκεφθούμε τη διεύθυνση <https://www.linkedin.com/>



Σε αντίθεση με το Facebook και το Google+, το LinkedIn για κάποιο λόγο δεν έχει έκδοση μεταφρασμένη στα Ελληνικά, ενώ υποστηρίζει γλώσσες όπως τα Τσέχικα (Čeština), παρ' όλο που η Τσεχία έχει παρόμοιο πληθυσμό με την Ελλάδα.

Για να κάνουμε την εγγραφή μας αρκεί να γράψουμε το όνομα, το επώνυμό μας, μια έγκυρη διεύθυνση email και έναν ισχυρό κωδικό.

Be great at what you do
Get started - it's free.

First name

Last name

Email

Password (6 or more characters)

By clicking Join now, you agree to the LinkedIn User Agreement, Privacy Policy, and Cookie Policy.

Join now

Σε λίγα λεπτά θα έρθει ένα email στη διεύθυνση που δηλώσαμε, και κάνουμε κλικ στο κουμπί για να την επιβεβαιώσουμε.

Αμέσως μετά τη δημιουργία LinkedIn λογαριασμού, η σελίδα μας καθοδηγεί για να δημιουργήσουμε το προσωπικό μας προφίλ.

Οι επιλογές που μας παρέχει είναι διαφορετικές ανάλογα με την επαγγελματική μας κατάσταση. Αν είμαστε εργαζόμενοι...

LinkedIn

Angelos, let's start creating your professional profile

* Country

Postal Code

I am currently: Employed Job Seeker Student

* Job title
 I am self-employed

* Company

Create my profile

* Indicates required field.

...θα μας ζητήσει να συμπληρώσουμε τον επαγγελματικό μας τίτλο, να τσεκάρουμε το κουτάκι αν είμαστε αυτοαπασχολούμενοι, είτε να γράψουμε το όνομα της εταιρείας που εργαζόμαστε είτε να επιλέξουμε τον τομέα που ανήκει η επιχείρησή μας.

Αν ψάχνουμε για δουλειά...

Angelos, let's start creating your professional profile

* Country

Postal Code

I am currently: Employed Job Seeker Student

* Most recent job title

I am self-employed

* Most recent company

* Time period to

[Create my profile](#)

* Indicates required field.

1.5 Αναπτύσσοντας το επαγγελματικό μας δίκτυο

Επαφές Webmail

Όποια από τις παραπάνω επιλογές κι αν ακολουθήσουμε στο επόμενο βήμα μας ζητάει τη διεύθυνση του webmail μας (Gmail, Yahoo, Outlook.com κλπ), προκειμένου να στείλουμε αίτημα σύνδεσης στο LinkedIn και να αναπτύξουμε το επαγγελματικό μας δίκτυο.







Αν δεν μας ενδιαφέρει κάτι τέτοιο, μπορούμε να προσπεράσουμε αυτό το βήμα, κάνοντας κλικ στο "Skip this step".

Έχοντας βάλει webmail θα ανοίξει ένα παράθυρο, για να συνδεθούμε στο email μας, ώστε να δώσουμε πρόσβαση στο LinkedIn στη λίστα των επαφών μας.

Άτομα που ίσως γνωρίζουμε

Στο επόμενο βήμα θα μας εμφανίσει ορισμένα άτομα που μπορεί να ξέρουμε, τους οποίους μπορούμε να προσθέσουμε σαν επαφές, ή απλώς να κάνουμε Skip this step.

Here are some people you may know ×
Connect with them to increase your access to people, jobs and news.

 Tao Turner Especialista comercial en Generali seguros Connect	 Georgios Stavrou Web Developer at EPSILON NET Veroniki Kotanidou Connect	 Zeólιθος Zeolife.gr Zeolite and zeolite products Veroniki Kotanidou Connect
 Niki Velona Dipl.-Ingenieurin/ Fachplaner für Versorgungstechnik bei Connect	 Stelios Pappis Account Manager at Hellenic Telecommunications Connect	 Sena Aydogan Strategic Initiatives Manager & Oracle Academy Program William McRae Connect

[Done](#)

Όπως και σε κάθε κοινωνικό δίκτυο, καλό είναι να μην προσθέτουμε μαζικά άτομα, αλλά να κάνουμε προσεκτικές επιλογές.

Ας μην ξεχνάμε πως η δημιουργία LinkedIn λογαριασμού δεν έχει στόχο απλώς να μαζέψουμε ψηφιακούς φίλους, αλλά το να βρούμε και να μας βρουν άτομα που θα έχουν ιδιαίτερη αξία όσον αφορά την επαγγελματική μας σταδιοδρομία.

Mobile εφαρμογή LinkedIn

Για να κατεβάσουμε την εφαρμογή του LinkedIn στο Smartphone μας, η σελίδα ζητάει το κινητό μας, για να μας στείλουν SMS με το σύνδεσμο. Ο αριθμός δεν θα είναι ορατός στο προφίλ μας.

Get the app for every device you carry.

Enter your number and we'll text you a link to download the app.

Country

Phone Number

Standard text messaging rates apply. We won't display your phone number on your profile or share it with anyone.

Κεφάλαιο 2. Pinterest

2.1 Ιστορία

Το pinterest αυτές τις ημέρες φτάνει τους 100 εκατομμύρια χρήστες. Δημιουργήθηκε το 2010 και το 2011 ήταν στα 50 καλύτερα site στο Times Magazine. Το 2012 είχε 11 εκατομμύρια χρήστες και το 2013 ήταν στα πρώτα τρία social media channels στην Αμερική, πίσω από το Facebook και το Twitter.

2.2 Χαρακτηριστικά

Οι χρήστες δημιουργούν φακέλους, οι οποίοι ονομάζονται πίνακες, και αποθηκεύουν σε αυτούς εικόνες και βίντεο, τα οποία ονομάζονται pins. Έχουμε δηλαδή pins μέσα σε πίνακες.

Οι χρήστες μπορούν να ακολουθήσουν άλλους χρήστες και όλους τους πίνακες τους, ή ακόμη και μεμονωμένους πίνακες, και να ενημερώνονται μέσω της αρχικής σελίδας για όλα τα pins που περιέχουν οι πίνακες που ακολουθούν.

Επίσης, οι ίδιοι οι χρήστες μπορούν να οργανώσουν τα δικά τους pins και πίνακες, συνδυάζοντας εικόνες και βίντεο που έχουν οι ίδιοι ανεβάσει και που έχουν βρει στο Pinterest ή στο ίντερνετ γενικότερα.

– Πίνακες

Πρόκειται όπως είπαμε για τους «φακέλους» που περιέχουν τις εικόνες και τα βίντεο. Υπάρχουν οι ατομικοί πίνακες που ανήκουν σε ένα προφίλ, οι ομαδικοί πίνακες στους οποίους μπορούν να προσθέτουν περιεχόμενο πάνω από ένας χρήστης, και τέλος οι μυστικοί πίνακες οι οποίοι είναι ατομικοί και κρυφοί στους υπόλοιπους χρήστες.

– Pins

Πρόκειται για κινούμενες ή μη εικόνες και βίντεο. Ένα pin μπορεί να προστεθεί σε έναν πίνακα, είτε ανεβάζοντας το ο χρήστης από τη συσκευή του στο Pinterest είτε αποθηκεύοντας το από τον πίνακα ενός άλλου χρήστη είτε τέλος αποθηκεύοντας το από ιστοσελίδα στο ίντερνετ.

– Pin it button

Αν και πολλές ιστοσελίδες έχουν πλέον πλήκτρο για κοινοποίηση στο Pinterest, το Pin it button είναι μια λύση για όσους θέλουν ένα πλήκτρο στον browser (Chrome, Firefox, κλπ) τους για γρήγορη κοινοποίηση.

– Προσωπικά και Εταιρικά προφίλ

Ένας χρήστης μπορεί να αποκτήσει είτε προσωπικό προφίλ είτε εταιρικό προφίλ. Η διαφορά τους είναι ότι το εταιρικό προφίλ έχει πρόσβαση σε στοιχεία analytics με αριθμούς επισκεψιμότητας, καθώς επίσης μπορεί να δημιουργεί διαφημίσεις.

– Αρχική σελίδα

Πρόκειται για το μέρος στο οποίο ο χρήστης βλέπει όλα τα pins από χρήστες και πίνακες που ακολουθεί.

-Εξερεύνηση

Πρόκειται για το μέρος στο οποίο ο χρήστης μπορεί να βρει δημοφιλή pins από όλες τις κατηγορίες ή από μεμονωμένες δημοφιλείς κατηγορίες.

- Προσωπικά μηνύματα

Το Pinterest διαθέτει υπηρεσία chat, για να μπορούν οι χρήστες να επικοινωνούν μέσω μηνυμάτων και φυσικά να ανταλλάσσουν προσωπικά pins.

-Hashtags

Οι χρήστες μπορούν μέσω της αναζήτησης να βρίσκουν pins με τη βοήθεια hashtags.

Οι χρήστες έρχονται στο Pinterest είτε για να βρουν προϊόντα, ιδέες ή περιεχόμενο είτε για να αποθηκεύσουν για μελλοντική χρήση. Συνήθως δεν προσπαθούν να μεταδώσουν ιδέες ή συστάσεις όπως σε άλλες πλατφόρμες. αυτό είναι μόνο για την αποθήκευση περιεχομένου για τη δική του χρήση.

Αυτό σημαίνει ότι οι Pinners χρησιμοποιούν το Pinterest για διάφορους λόγους. ίσως μόνο για συγκεκριμένες κατηγορίες που ενδιαφέρονται ή αναζητούν, όπως μια συνταγή ή ένα συγκεκριμένο προϊόν. Είτε έτσι είτε αλλιώς, αυτό είναι ένα site με βάση τον καταναλωτή, και οι άνθρωποι είναι εδώ και είναι έτοιμοι να ανακαλύψουν νέα πράγματα.

Το Pinterest είναι ένα Κοινωνικό Μέσο στο οποίο κυριαρχούν οι εικόνες, στατικές και κινούμενες (GIF), ενώ επίσης υποστηρίζεται το βίντεο περιεχόμενο. Τον τελευταίο καιρό και με νέες λειτουργίες όπως το Guided Search σε υπολογιστές και κινητές συσκευές, το Pinterest θεωρήθηκε από πολλούς πως εξελίσσεται περισσότερο σε μηχανή αναζήτησης εικόνων, παρά σε Κοινωνικό Δίκτυο.

Από το ξεκίνημά του, το Pinterest προσέλκυσε περισσότερες γυναίκες παρά άντρες, αφού τα θέματα του είχαν να κάνουν κυρίως με μόδα, γάμο, μαγειρική κλπ. Πλέον, υπάρχουν όλων των ειδών τα θέματα και το Κοινωνικό Δίκτυο χρησιμοποιείται για αποθήκευση εικόνων σε πίνακες (boards), κάτι σαν φακέλους, με τους χρήστες να οργανώνουν τις εικόνες τους βασιζόμενοι σε events, στη μαγειρική κλπ.

2.3 Τρόποι σύνδεσης στο Pinterest

Στο Pinterest μπορεί κανείς να συνδεθεί μέσω του www.pinterest.com από υπολογιστή και κινητές συσκευές, καθώς επίσης και μέσω των Android, iOS και Windows Phone εφαρμογών.

Κάθε χρήστης δημιουργεί το προσωπικό του προφίλ, στο οποίο δημιουργεί πίνακες, τα λεγόμενα και ως boards, στα οποία μπορεί να αποθηκεύσει εικόνες και βίντεο, τα λεγόμενα και ως pins. Ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει όσα boards επιθυμεί, είτε φανερά προς τους υπόλοιπους χρήστες, είτε κρυφά μόνο για προσωπική χρήση.

Στη συνέχεια, ο χρήστης μπορεί να συλλέξει pins για τα boards του είτε μέσω άλλων χρηστών του Pinterest, είτε μέσω του ίντερνετ από (σχεδόν) οποιοδήποτε site, κάνοντας χρήση του Pin it Button στους σελιδοδείκτες του browser ή ως επέκταση του browser.

Κάθε χρήστης μπορεί να ακολουθήσει άλλους χρήστες, χωρίς απαραίτητα εκείνοι να τον ακολουθήσουν. Κάνοντας follow ένα χρήστη, τότε αυτόματα ο χρήστης ακολουθεί όλα τα boards του, ενώ έχει και τη δυνατότητα να ακολουθήσει μονάχα ένα ή περισσότερα boards και όχι όλα.

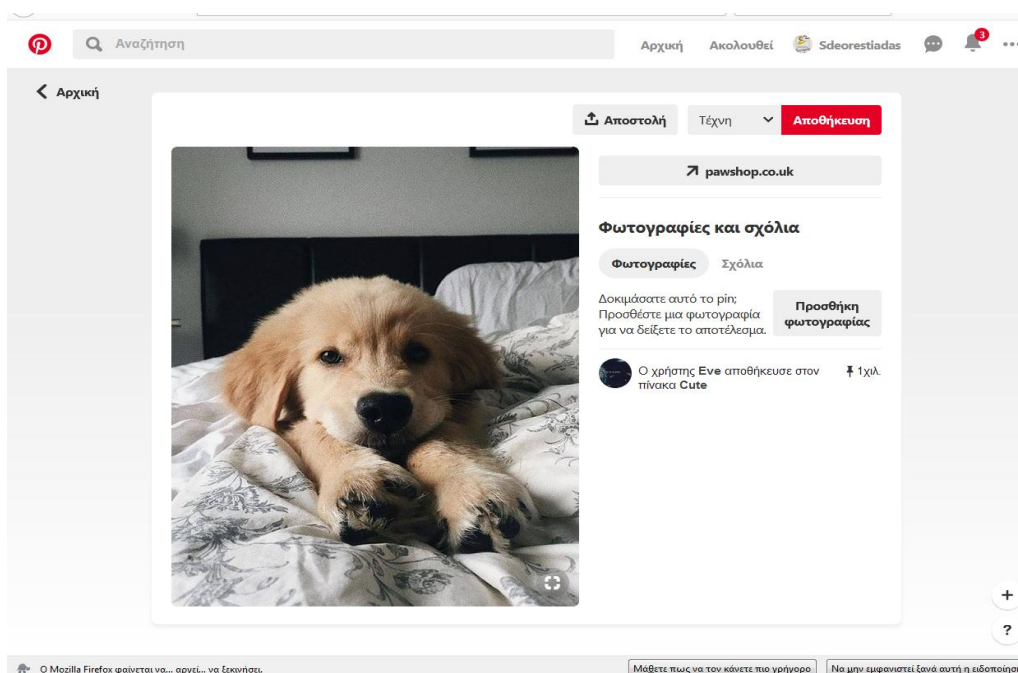
Το περιεχόμενο των boards των οποίων ακολουθεί ο χρήστης εμφανίζεται στην αρχική του σελίδα, ενώ επίσης υπάρχουν και επιλογές για αναζήτηση βάσει κατηγοριών ή δημοφιλών pins.

Το Pinterest θεωρείται απλό στη χρήση, αφού δεν περιέχει groups ή εταιρικές σελίδες, αλλά εταιρικούς λογαριασμούς οι οποίοι λειτουργούν σχεδόν όπως και οι υπόλοιποι χρήστες, έχοντας δηλαδή προφίλ και boards.

Κάθε pin μέσα στα boards μπορεί να δεχτεί την επιλογή «pin it», η οποία θεωρείται ως κοινοποίηση και το pin προστίθεται σε κάποιο από τα boards του χρήστη, την επιλογή «Like», η οποία προστίθεται σε μία λίστα στο προφίλ του χρήστη, την επιλογή «visit website», η οποία χρησιμοποιείται για επίσκεψη στο site από το οποίο προέρχεται το pin, αν δεν έχει ανέβει απευθείας στο Pinterest, την επιλογή «send», η οποία χρησιμοποιεί την πρόσφατη λειτουργία chat για να σταλεί το pin σε προσωπικό μήνυμα, και τέλος σχόλια.

Τέλος, στο Pinterest θα βρείτε διαφόρων ειδών pins, καθώς μερικά από αυτά μπορεί είτε να περιέχουν τιμή, αν προέρχονται από κάποιο eshop, είτε συστατικά, αν πρόκειται για συνταγή, είτε ακόμη και κάποια τοποθεσία στο χάρτη, αν πρόκειται για place pin.

Για να συνεχίσετε την ενημέρωσή σας, μπορείτε να διαβάζετε τα νέα και τις ειδήσεις του Pinterest, καθώς επίσης και διάφορους Pinterest οδηγούς, μέσα στο Social Media Life.





ΣΔΕ ΟΡΕΣΤΙΑΔΑΣ - Χριστουγεννιάτικο δέντρο ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ

1 Pin

Τα pin σας

Περισσότερες ιδέες



Χριστουγεννιάτικο δέντρο από κουκουάρια



Εγγραφείτε για να δείτε περισσότερα

Αποκτήστε πρόσβαση στις καλύτερες ιδέες του Pinterest με έναν δωρεάν λογαριασμό

sdeorestiadas@gmail.com

••••••••

Ηλικία

Συνέχεια

Η



Συνεχίστε με το Facebook



Συνέχεια μέσω Google

Εάν συνεχίσετε, αποδέχεστε τους Όρους χρήσης, την Πολιτική απορρήτου και τη χρήση Cookies από το Pinterest.

Είστε ήδη μέλος Σύνδεση

Δημιουργία εταιρικού λογαριασμού

Αναζήτηση Αρχική Ακολουθεί Sdeorestiadas

uncountab NOUN
Uncountable English Nouns | Fix Common Grammar...

How must think me #

Visit www.follmarket.com Email...

Jammin

Ο Mozilla Firefox φαίνεται να... αγριέ... να ξεκρίσει. Μιλάτε πως να τον κάνετε πιο γρήγορο. Να μην εμφανιστεί ξανά αυτή η ειδοποίηση.

Κεφάλαιο 3. Twitter

3.1 Γενικά

Twitter	
	
Ίδρυση	21 Μαρτίου 2006
Ίδρυτής	Jack Dorsey , Noah Glass , Biz Stone και Evan Williams
Έδρα	Σαν Φρανσίσκο , Καλιφόρνια , ΗΠΑ , Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Σημαντικά πρόσωπα	Jack Dorsey, Noah Glass, Evan Williams, Biz Stone
Προϊόντα/ Υπηρεσίες	Ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης
Καθαρά έσοδα	▲ \$ 456 εκατ. (2016)
Υπάλληλοι	3,898 (2016)
Ιστότοπος	www.twitter.com

Το **Twitter** (προφέρεται: [*'twitər*], Τουίτερ) είναι ένας **ιστοχώρος** κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα (μέχρι 280 χαρακτήρες), τα οποία ονομάζονται τουίτς (tweets). Τα μηνύματα μπορούν να αναγνωστούν και από μη συνδεδεμένους χρήστες, αλλά μόνο οι συνδεδεμένοι μπορούν να δημοσιεύσουν κείμενα. Δημιουργήθηκε στις 21 Μαρτίου του 2006 από τον Τζακ Ντόρσεϊ^[1] και δημοσιεύθηκε τον Ιούλιο του ίδιου χρόνου. Η υπηρεσία έγινε γρήγορα δημοφιλής και σήμερα έχει 305 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες (2015).^[2] Είναι ένας από τους δέκα πιο δημοφιλείς ιστοτόπους του διαδικτύου.^[3]

Από τις 23 Σεπτεμβρίου 2016 έχουν ξεκινήσει διαδικασίες εξαγοράς του Τουίτερ.^[4]

3.2 Τι είναι το Twitter;

Το **Twitter** είναι ένα **Κοινωνικό Δίκτυο** το οποίο ανήκει στην ευρύτερη κατηγορία των Social Media και θεωρείται το δεύτερο δημοφιλέστερο αυτή τη στιγμή πίσω από το **Facebook**. Σύμφωνα με τα **τελευταία οικονομικά αποτελέσματα**, το Twitter έχει **271 εκατ. ενεργούς μηνιαία χρήστες**.

Αυτό που χαρακτηρίζει το συγκεκριμένο Κοινωνικό Δίκτυο από τα υπόλοιπα, είναι οι δημοσιεύσεις με όριο τους **140 χαρακτήρες**, καθώς επίσης και η προώθηση του **δημόσιου διαλόγου**. Η χρήση του έχει να κάνει κυρίως με την **ενημέρωση** και στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται ως **το μέσο της ατάκας**.

3.3 Δημιουργία Λογαριασμού

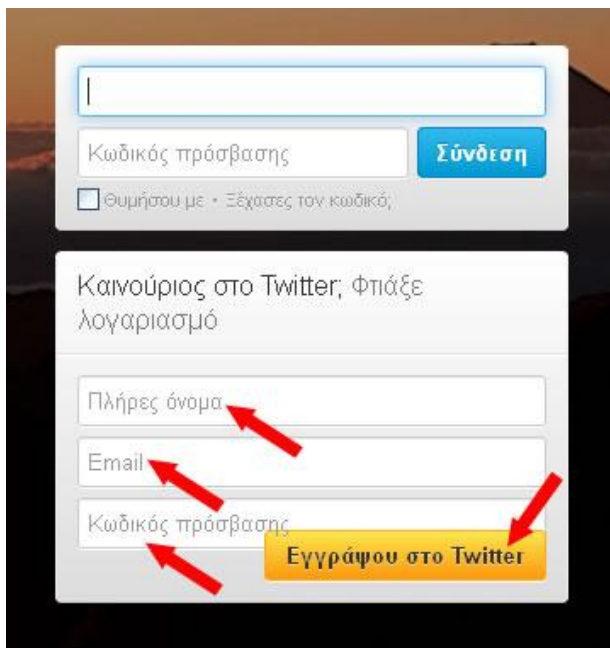
Επίσης όταν θέλουμε να πούμε κάτι για ένα συγκεκριμένο θέμα βάζουμε το σύμβολο # ακολουθούμενο με το θέμα και έπειτα γράφουμε το κείμενο που θέλουμε (πχ. **#deth2012** **Μόλις αυτήν την στιγμή κόπηκε η κυκλοφορία της Εγνατίας λόγω της πορείας των ΓΣΕΕ-ΑΔΕΔΥ στα πλαίσια των εγκαινίων της ΔΕΘ**).

Βήματα:

Εγγραφή στο Twitter

A. Επισκεφτείτε την ιστοσελίδα του **Twitter** <http://www.twitter.com>

B. Στο πλαίσιο **Καινούργιος στο Twitter; Φτιάξε λογαριασμό**, πληκτρολογήστε το **ονοματεπώνυμο σας**, το **email σας** και ένα **password**. Έπειτα πατήστε το κουμπί **Εγγράψου στο Twitter**.



The image shows a screenshot of the Twitter sign-up process. At the top, there is a search bar and a login section with a 'Σύνδεση' button. Below that is the 'Καινούργιος στο Twitter; Φτιάξε λογαριασμό' section. It contains three input fields: 'Πλήρες όνομα', 'Email', and 'Κωδικός πρόσβασης'. A yellow 'Εγγράψου στο Twitter' button is at the bottom right. Red arrows point to each of the three input fields and the sign-up button.

- C. Στην σελίδα που εμφανίζεται, το Twitter σας προτείνει ένα username (όνομα χρήστη) για τον λογαριασμό σας. Αν δεν σας αρέσει μπορείτε να το **αλλάξετε**, αρκεί αυτό να μην χρησιμοποιείται από άλλον χρήστη. Αν χρησιμοποιείται θα σας προτρέψει να επιλέξετε άλλο username.

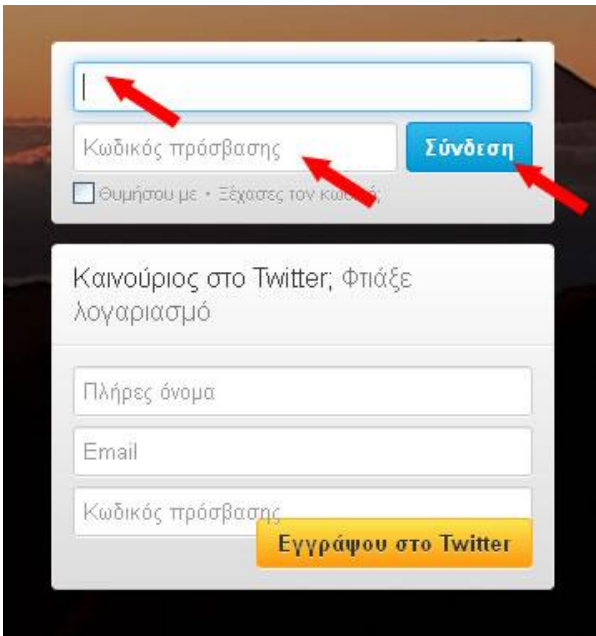
- D. Πατήστε το κουμπί **Δημιουργήστε τον λογαριασμό μου**.

- E. Το Twitter θα σας στείλει ένα email επιβεβαίωσης στον λογαριασμό email που πληκτρολογήσατε παραπάνω. **Μπείτε** στο mail box σας και στα εισερχόμενα θα βρείτε το

email το οποίο πρέπει να το **διαβάσετε** και να **πατήσετε το link** που περιέχει για να ολοκληρωθεί η διαδικασία εγγραφής.

F. Το link θα σας οδηγήσει στην κεντρική σελίδα του Twitter. Αν δεν σας συνδέσει το Twitter στον λογαριασμό σας αυτόματα, **συνδεθείτε** πληκτρολογώντας το username και το password

σας που επιλέξατε στο Βήμα 3 και πατήστε **Enter** ή το κουμπί **Σύνδεση**.



3.4 Λειτουργία

Τρόποι σύνδεσης στο Twitter

Το Twitter παρέχει διάφορους τρόπους σύνδεσης. Αν χρησιμοποιείτε υπολογιστή, τότε μπορείτε να το επισκεφθείτε μέσω του **www.twitter.com**, ή μέσω τρίτων εργαλείων, όπως το **TweetDeck**, το οποίο μάλιστα ανήκει στο Twitter. Από κινητές συσκευές μπορείτε να χρησιμοποιήσετε κάποια από τις εφαρμογές για **Android, iOS, Windows Phone**, καθώς και **άλλες εφαρμογές**. Επίσης, για κινητές συσκευές υπάρχει και το **mobile.twitter.com**.

Πώς λειτουργεί το Twitter;

Στο Twitter κάθε χρήστης δημιουργεί δωρεάν το δικό του **προφίλ**, το οποίο αποτελείται από εικόνες και διάφορες πληροφορίες, όπως μίνι βιογραφικό, περιοχή διαμονής, username κλπ.

Το **username**, ή αλλιώς ψευδώνυμο, έχει πολύ μεγάλη σημασία καθώς χρησιμοποιείται περισσότερο και από το όνομα του χρήστη. Οι περισσότεροι είναι γνωστοί από το ψευδώνυμο τους, καθώς ένας χρήστης για να αναφέρει έναν άλλον χρησιμοποιεί το username.

Κάθε προφίλ μπορεί να δημοσιεύσει μηνύματα με μέγιστο όριο τους **140 χαρακτήρες**, τα λεγόμενα και ως **tweets**. Από προεπιλογή, κάθε λογαριασμός δημοσιεύει **δημόσια**, με οποιονδήποτε χρήστη του ίντερνετ να μπορεί να προβάλλει τα μηνύματα του. Βέβαια, υπάρχει και επιλογή για ιδιωτικά tweets, αν και δε συνίσταται για την καλύτερη εμπειρία.

Στο Twitter δε συναντάει κανείς φιλίες, αλλά ακόλουθους, ή αλλιώς **followers**. Δεν είναι απαραίτητο για δύο χρήστες να ακολουθεί ο ένας τον άλλον. Κάθε χρήστης **ακολουθεί όποιους θέλει** και ακολουθείται από οποιονδήποτε. Αυτό σημαίνει πως ο καθένας διαμορφώνει την αρχική του σελίδα με περιεχόμενο το οποίο επιθυμεί, αν και το Twitter έκανε πρόσφατα **κάποιες αλλαγές**.

Σε σύγκριση με το Facebook το οποίο φιλτράρει και δείχνει στο χρήστη συγκεκριμένες δημοσιεύσεις στην αρχική σελίδα και όχι όλες, όποιες αυτό θεωρεί σημαντικότερες, στο Twitter **εμφανίζονται όλα τα tweets** των χρηστών που ακολουθεί κανείς.

Μία από τις σημαντικότερες λειτουργίες των Κοινωνικών Δικτύων, τα **hashtags**, καθιερώθηκαν από το Twitter και χρησιμοποιούνται σε μεγάλο βαθμό για συγκέντρωση όλων των tweets γύρω από μια συζήτηση, όπως για παράδειγμα με το **#wc14gr** για το φετινό Μουντιάλ από τους Έλληνες χρήστες.

Οι κυριότερες λειτουργίες του Twitter είναι το **retweet** το οποίο χρησιμοποιείται για κοινοποίηση ενός tweet, το **favorite** το οποίο χρησιμοποιείται περισσότερο ως το like του Facebook, και το **reply** το οποίο χρησιμοποιείται για απάντηση σε ένα tweet.

Το Twitter είναι ένα μέσο το οποίο ενισχύει το δημόσιο διάλογο, κάτι το οποίο είναι εφικτό αφού δε μπορεί κανείς να φλυαρήσει με το όριο των 140 χαρακτήρων. Τέλος, έχει πολλούς celebrities και τα περισσότερα έκτακτα νέα και ειδήσεις προέρχονται από αυτό. Στο Twitter είναι όλοι «δημοσιογράφοι».

Στο Social Media Life σας ενημερώνουμε για **όλα τα νέα και τις ειδήσεις του Twitter**, καθώς επίσης και για διάφορους **οδηγούς του Twitter** για να το αξιοποιήσετε στο έπακρο για τους δικούς σας σκοπούς.

Κεφάλαιο 4. Youtube

4.1 Γενικά

be LLC



Κλάδος	M.M.E.
Ίδρυση	14 Φεβρουαρίου 2005
Ιδρυτής	Στίβεν Τσεν , Jawed Karim και Chad Hurley
Έδρα	Σαν Μπούνο, Καλιφόρνια ΗΠΑ , Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
Σημαντικά πρόσωπα	Στηβ Τσεν Τσαντ Χάρλεϊ Τζουντ Καρίμ
Προϊόντα	video hosting service
Μητρική	Google
Σλόγκαν	Broadcast Yourself
Νομική μορφή	Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης

Το YouTube είναι η δημοφιλέστερη πλατφόρμα διαμοιρασμού βίντεο αφού κάθε μήνα την επισκέπτονται πάνω από 1 δισ. ενεργοί χρήστες, ενώ κάθε λεπτό ανεβαίνουν 100 ώρες βίντεο. Αν μέχρι σήμερα θέλατε πολύ, αλλά δεν τολμούσατε, να «ξεκινήσετε» το δικό σας κανάλι στο YouTube, ήρθε η στιγμή να το κάνετε καθώς είναι πολύ πιο εύκολο απ' ό,τι νομίζετε. Και με τον παρακάτω οδηγό μας θα έχετε το κανάλι σας σε λειτουργία μέσα σε λίγα λεπτά.

Το **YouTube** είναι ιστότοπος, ο οποίος επιτρέπει αποθήκευση, αναζήτηση και αναπαραγωγή ψηφιακών ταινιών.

Δημιουργήθηκε το Φεβρουάριο του [2005^{\[1\]}](#) και το Νοέμβριο του [2006](#) ονομάστηκε από το περιοδικό [Time](#) "Invention of the Year 2006" (*Η Εφεύρεση του 2006*). Τον Οκτώβριο του [2006](#), η εταιρεία αγοράστηκε από την [Google](#) με [ανταλλαγή μετοχών](#) αξίας 1,65 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ και σήμερα λειτουργεί ως θυγατρική της [Google](#). Η εταιρία εδρεύει στο Σαν Μπούνο της Καλιφόρνια, και χρησιμοποιεί την τεχνολογία Adobe Flash Video για να εμφανιστεί μια μεγάλη ποικιλία από το περιεχόμενο φτιαγμένο από χρήστες, συμπεριλαμβανομένων των κλιπ ταινιών, κλιπ τηλεόρασης, βίντεο και μουσικής, καθώς και ερασιτεχνικό περιεχόμενο, όπως το video blogging και σύντομα πρωτότυπα βίντεο. Μεγαλύτερο μέρος του περιεχομένου στο YouTube έχει φορτωθεί από τα άτομα,

αν και μέσα μαζικής ενημέρωσης και επιχειρήσεις συμπεριλαμβανομένων των [CBS](#), [BBC](#), [Vevo](#) και άλλες οργανώσεις παρέχουν ορισμένο από το υλικό τους μέσω του site, ως μέρος του προγράμματος εταιρικής σχέσης YouTube.

4.2 Η ιστορία της εταιρείας

Το YouTube ιδρύθηκε από τους Τσαντ Χάρλεϊ, Στηβ Τσεν και τον Τζουντ Καρίμ, οι οποίοι ήταν όλοι πρώην υπάλληλοι της PayPal. Ο Χάρλεϊ σπούδασε σχεδιασμό(Designers), και ο Τσεν με τον Καρίμ σπούδασαν πληροφορική μαζί στο Πανεπιστήμιο του Ιλλινόης της Ουρμπάνας.

Σύμφωνα με μια ιστορία που έχει συχνά επαναληφθεί στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ο Χάρλεϊ και ο Τσεν ανέπτυξαν την ιδέα για το YouTube κατά τη διάρκεια των πρώτων μηνών του 2005, αφού είχαν βιώσει δυσκολία στην κοινή χρήση ενός βίντεο, για έναν πυροβολισμό σε ένα πάρτι στο διαμέρισμα του Τσεν στο Σαν Φρανσίσκο. Ο Καρίμ ο οποίος είχε παρέστη το κόμμα αρνήθηκε ότι είχε συμβεί, αλλά ο Τσεν σχολίασε ότι η ιδέα για το YouTube ιδρύθηκε μετά από ένα πάρτι.

Αναπαραγωγή

Η προβολή βίντεο YouTube σε έναν προσωπικό υπολογιστή απαιτεί το [Adobe Flash Player](#) plug-in για να εγκατασταθεί στον [φωλλομετρητή](#). Το Adobe Flash Player plug-in είναι ένα από τα πιο κοινά κομμάτια του λογισμικού που εγκαθίσταται σε προσωπικούς υπολογιστές και αντιπροσωπεύει σχεδόν το 75% του υλικού βίντεο που είναι διαθέσιμο στο Διαδίκτυο.

Ανέβασμα

Βίντεο ανεβασμένα στο YouTube από τους δικαιούχους των λογαριασμών αυτών περιορίζονται σε δέκα λεπτά σε διάρκεια και το μέγεθος αρχείου των 2 [GB](#).

Όταν το YouTube ξεκίνησε το 2005 ήταν δυνατό να ανεβαστούν μεγαλύτερα βίντεο, αλλά δέκα-λεπτο όριο εισήχθη τον Μάρτιο του 2006 και μετά όταν το YouTube διαπίστωσε ότι η πλειονότητα των βίντεο που υπερβαίνουν το μήκος αυτό ήταν ανεπίτρεπτες προσθήκες από τηλεοπτικές εκπομπές και ταινίες. Οι εταιρικοί λογαριασμοί επιτρέπεται να ανεβάσουν τα βίντεο περισσότερο από δέκα λεπτά, με την επιφύλαξη της αποδοχής τους από το YouTube.

Το YouTube δέχεται βίντεο φορτωμένα στις περισσότερες μορφές, συμπεριλαμβανομένων των AVI, MKV, MOV, MP4, DivX, FLV, OGG και Ogv. Αυτά περιλαμβάνουν τύπους βίντεο όπως τα MPEG-4, MPEG, και WMV. Υποστηρίζει, επίσης, 3GP, επιτρέποντας τα βίντεο να φορτωθούν από κινητά τηλέφωνα.

4.3 Δημιουργία λογαριασμού στο YouTube

1. Μεταβείτε στη διεύθυνση youtube.com.
2. Πάνω δεξιά, κάντε κλικ στην επιλογή **Σύνδεση**.
3. Πατήστε **Περισσότερες επιλογές > Δημιουργία λογαριασμού**.



Δημιουργία του Λογαριασμού σας Google

Όνομα Επώνυμο

Όνομα Χρήστη

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε γράμματα, αριθμούς και τελείες
Χρήση της τρέχουσας διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου |

Κωδικός Πρόσβασης Επιβεβαίωση

Χρησιμοποιήστε 8 ή περισσότερους χαρακτήρες με έναν συνδυασμό γραμμάτων, αριθμών και συμβόλων

[Σύνδεση](#)

[Επόμενο](#)



Ένας λογαριασμός. Ολόκληρη η
Google εργάζεται για εσάς.

Ελληνικά ▾

[Βοήθεια](#) [Ιδιωτικό απόρρητο](#) [Όροι](#)

4.4 Δημιουργία καναλιού

Κατόπιν [πατάμε εδώ](#), και στην σελίδα που θα μας ανοίξει κάνουμε κλικ στο "Δημιουργήστε ένα κανάλι".

CREATOR STUDIO

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ ΒΙΝΤΕΟ

Βίντεο

Playlists

ΣΩΝΤΑΝΗ ΡΟΗ

ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ

ΚΑΝΑΛΙ

ANALYTICS

ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΓΡΑΦΕΣ

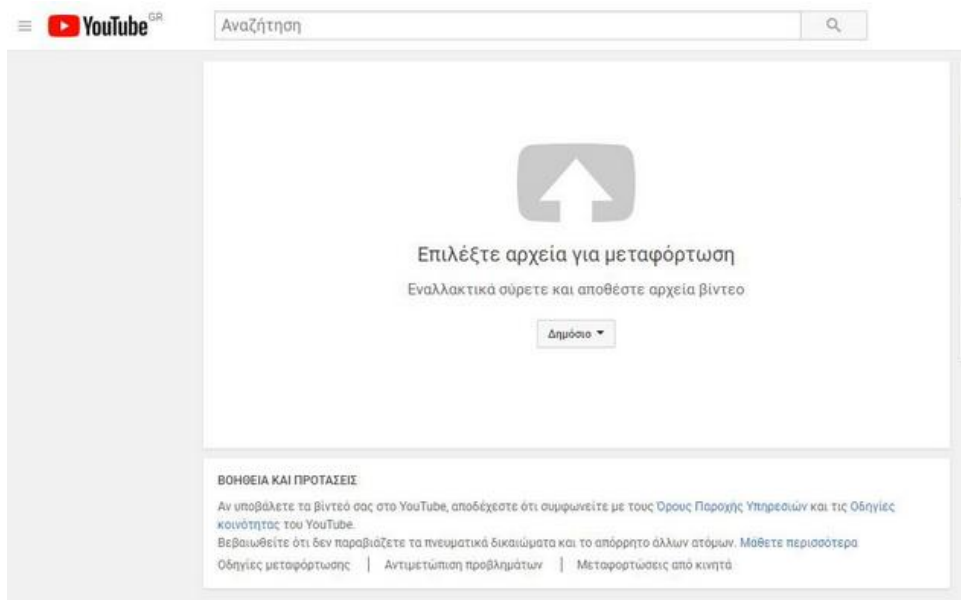
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ


ΟΙ ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΕΣ ΣΑΣ

Βοήθεια και σχόλια

Για να ανεβάσετε βίντεο, πρέπει να δημιουργήσετε κανάλι.
Δημιουργήστε ένα κανάλι

4.5 Ανέβασμα Βίντεο



- Συνδεθείτε στο YouTube.
- Στο επάνω μέρος της σελίδας, κάντε κλικ στην επιλογή **Μεταφόρτωση** .
- Επιλέξτε **Μεταφόρτωση βίντεο**.
- Προτού αρχίσετε να ανεβάζετε το βίντεο, μπορείτε να επιλέξετε τις [ρυθμίσεις απορρήτου του βίντεο](#).
- Επιλέξτε το βίντεο που θέλετε να ανεβάσετε από τον υπολογιστή σας. Επίσης, μπορείτε να εισαγάγετε ένα βίντεο από τις Φωτογραφίες Google.
- Ενώ το βίντεο ανεβαίνει, μπορείτε να επεξεργαστείτε τις βασικές πληροφορίες και τις σύνθετες ρυθμίσεις του, καθώς και να αποφασίσετε αν θέλετε να ενημερώσετε τους συνδρομητές (αν καταργήσετε αυτήν την επιλογή, οι συνδρομητές δεν θα λάβουν καμία ενημέρωση). Αν είστε συνεργάτης, μπορείτε επίσης να προσαρμόσετε τις [ρυθμίσεις δημιουργίας εσόδων](#). Μπορείτε να έχετε έναν τίτλο έως και 100 χαρακτήρες και μια περιγραφή έως 5.000 χαρακτήρες.
- Πατήστε **Δημοσίευση** για να ολοκληρωθεί η μεταφόρτωση του δημόσιου βιντεό σας στο YouTube. Αν έχετε ορίσει το βίντεο ως "Ιδιωτικό" ή "Εκτός λίστας" από τις ρυθμίσεις απορρήτου, απλώς κάντε κλικ στην επιλογή **Τέλος** για να ολοκληρώσετε τη μεταφόρτωση ή **Κοινή χρήση** για να μοιραστείτε ιδιωτικά το βιντεό σας.
- Αν δεν έχετε κάνει κλικ στη **Δημοσίευση**, το βιντεό σας δεν θα είναι ορατό από άλλα άτομα. Μπορείτε να δημοσιεύσετε το βιντεό σας αργότερα, μέσω του Διαχειριστή βίντεο.

Κεφάλαιο 5. Έρευνα

5.1 Στόχος της Έρευνας

Η έρευνα για τη χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης ολοκληρώθηκε με τη δημιουργία ερωτηματολογίου που είχε ως σκοπό τη διερεύνηση του ρόλου των μέσων αυτών και της επίδρασής τους στην καθημερινότητά μας, προκειμένου να οδηγηθούμε σε χρήσιμα συμπεράσματα. Έτσι, προχωρήσαμε στη διανομή του ερωτηματολογίου σε συμπολίτες μας οι οποίοι το συμπλήρωσαν με προθυμία.

Πιο αναλυτικά, στόχος της έρευνας ήταν να διερευνήσουμε τι ποσοστό από τους ερωτώμενους, κατοίκους της Ορεστιάδας, χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και, συγκεκριμένα, το instagram, το facebook, το youtube, το linkedin, το twitter και το pinterest, πόσο συχνά και με ποιο τρόπο, καθώς και πιο είναι το πιο δημοφιλές μέσο. Επίσης, κρίθηκε απαραίτητο να εξετάσουμε χαρακτηριστικά του ποσοστού αυτού των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή και εργασιακή κατάσταση. Επιπλέον, στόχος της έρευνας ήταν να διαπιστώσουμε εάν οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης γνωρίζουν τους φίλους που έχουν σε αυτά, εάν αισθάνονται ασφαλείς, όταν τα χρησιμοποιούν, εάν χρησιμοποιούν τις ρυθμίσεις απορρήτου και, τέλος, εάν τα θεωρούν χρήσιμα.

5.2 Το ερωτηματολόγιο της Έρευνας

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

- Σημειώστε X δίπλα στην απάντησή σας.

1. Φύλο

Γυναίκα Άνδρας

2. Ηλικία

Μικρότερη των 25 26-35 36-50 Μεγαλύτερη των 50

3. Οικογενειακή κατάσταση

Έγγαμος Άγαμος

4. Εργασιακή κατάσταση

φοιτητής/ σπουδαστής	<input type="checkbox"/>
εργαζόμενος	<input type="checkbox"/>
Άλλο	<input type="checkbox"/>

άνεργος	<input type="checkbox"/>
συνταξιούχος	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

5. Χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Ναι Όχι

6. Πόσο συχνά συνδέεστε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Μία φορά την ημέρα	<input type="checkbox"/>	περισσότερες από 5	<input type="checkbox"/>
2- 5 φορές την ημέρα	<input type="checkbox"/>	άλλο	<input type="checkbox"/>

7. Πόση ώρα είστε συνδεδεμένοι σε αυτά συνολικά την ημέρα;

Μικρότερο της 1 ώρας

1-2ώρες

περισσότερες από 2 ώρες;

8. Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε;

Instagram	<input type="checkbox"/>
Linkedin	<input type="checkbox"/>

Facebook	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>

Youtube	<input type="checkbox"/>
Pinterest	<input type="checkbox"/>

9 . Ποιο από τα παραπάνω είναι το αγαπημένο σας;

10 . Γιατί χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Επικοινωνία		Ψυχαγωγία	
Ενημέρωση		Αξιοποίηση ελεύθερου χρόνου	
Αναζήτηση φίλων		Αναζήτηση εργασίας	
Άλλο			

11. Κάνετε δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Καθόλου Σπάνια Συχνά Πολύ συχνά

12. Γνωρίζετε τους φίλους που έχετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Κανέναν Κάποιους Τους περισσότερους όλους

13. Νιώθετε ασφαλείς, όταν χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ

14. Χρησιμοποιείτε τις ρυθμίσεις απορρήτου;

Ναι Όχι

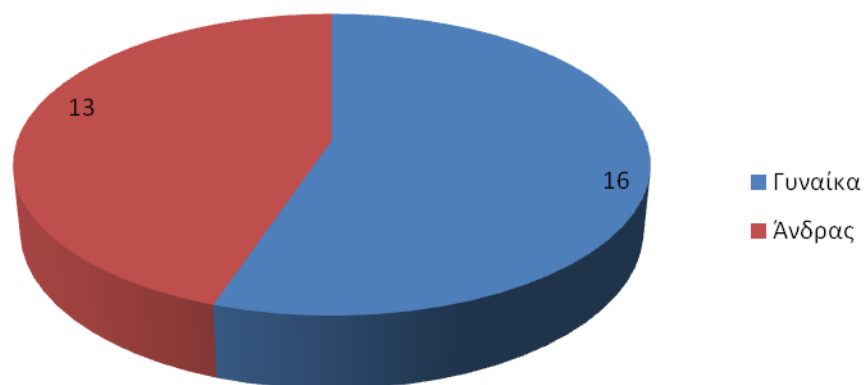
15. Θεωρείτε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι χρήσιμα;

Καθόλου Λίγο Αρκετά Πολύ

5.3 Αποτελέσματα της Έρευνας

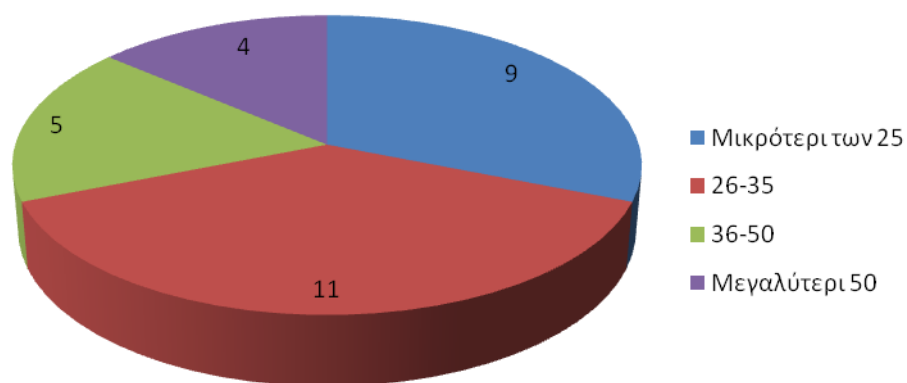
1. Φύλο

Γυναίκα	16
Άνδρας	13



2. Ηλικία

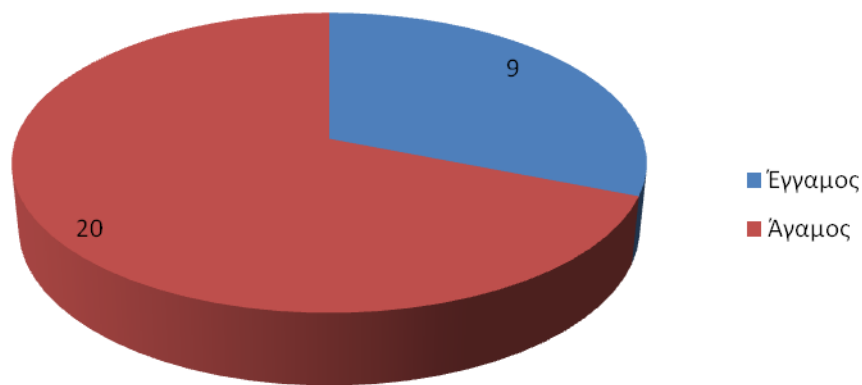
Μικρότερι των 25	9
26-35	11
36-50	5
Μεγαλύτερι 50	4



3. Οικογενειακή

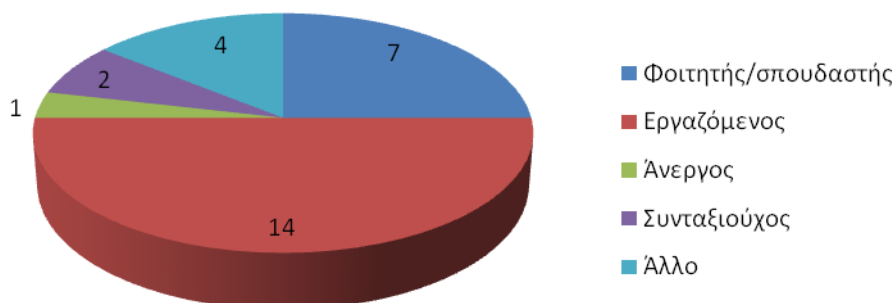
κατάσταση

Έγγαμος	9
Άγαμος	20



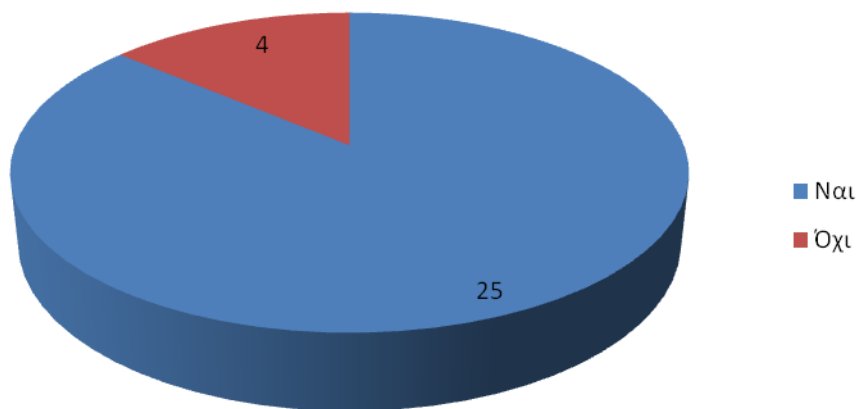
4. Εργασιακή κατάσταση

Φοιτητής/σπουδαστής	7
Εργαζόμενος	14
Άνεργος	1
Συνταξιούχος	2
Άλλο	4



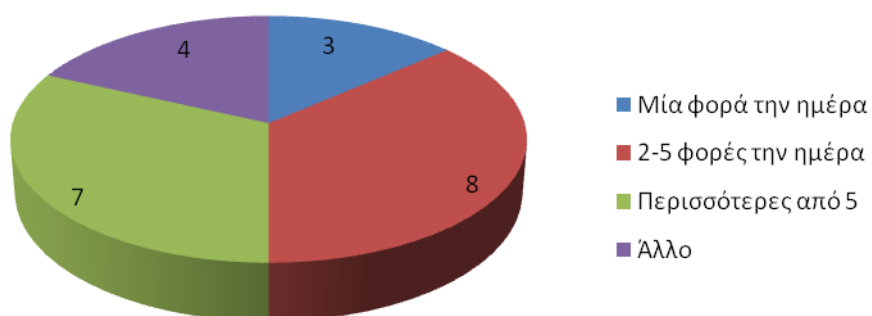
5. Χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Ναι	25
Όχι	4



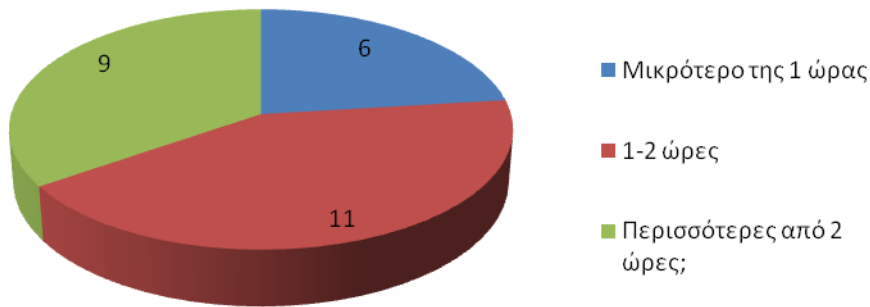
6. Πόσο συχνά συνδέεστε;

Μία φορά την ημέρα	3
2-5 φορές την ημέρα	8
Περισσότερες από 5	7
Άλλο	4



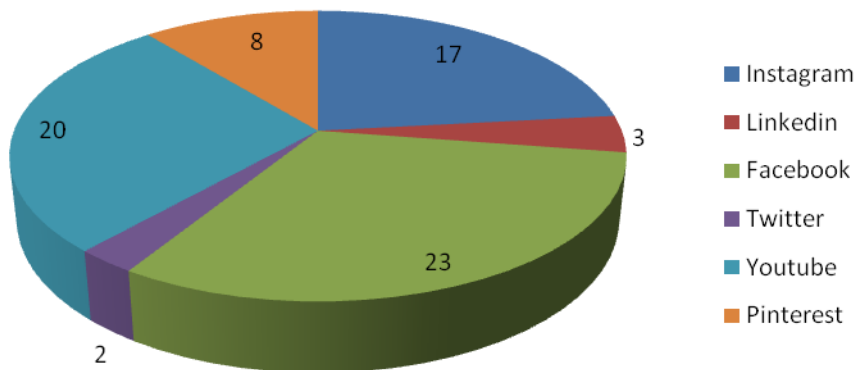
7. Πόση ώρα είστε συνδεδεμένοι συνολικά την ημέρα;

Μικρότερο της 1 ώρας	6
1-2 ώρες	11
Περισσότερες από 2 ώρες;	9



8. Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε;

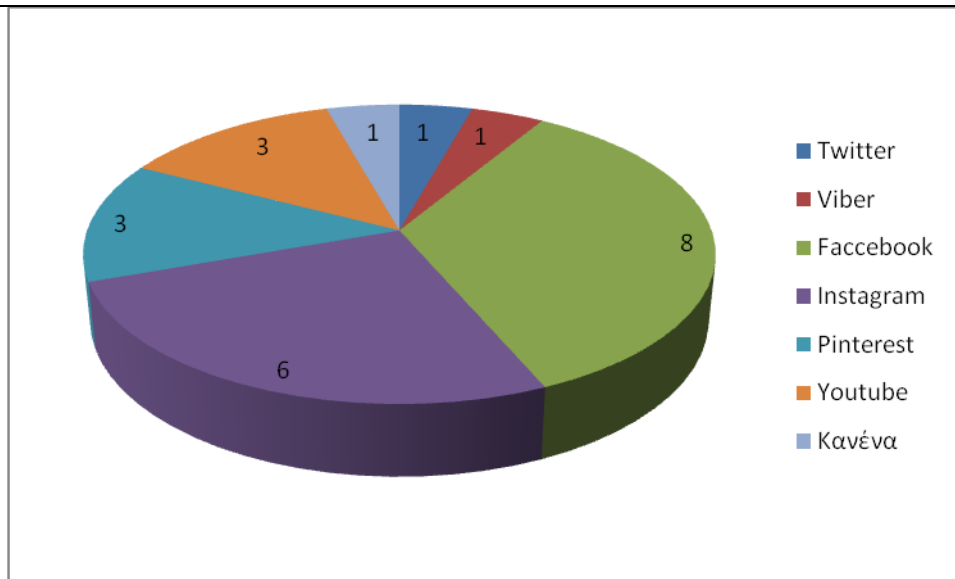
Instagram	17
Linkedin	3
Facebook	23
Twitter	2
Youtube	20
Pinterest	8



9. Ποια από τα παραπάνω είναι το αγαπημένο σας;

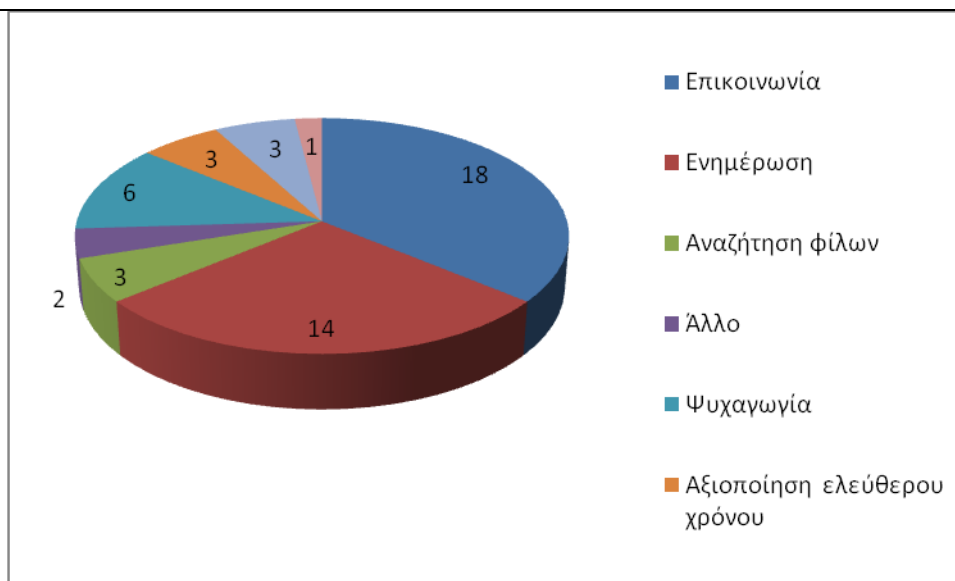
Twitter	1
Viber	1
Facebook	8
Instagram	6
Pinterest	3

Youtube	3
Κανένα	1



10. Γιατί χρησιμοποιείτε τα μέσα;

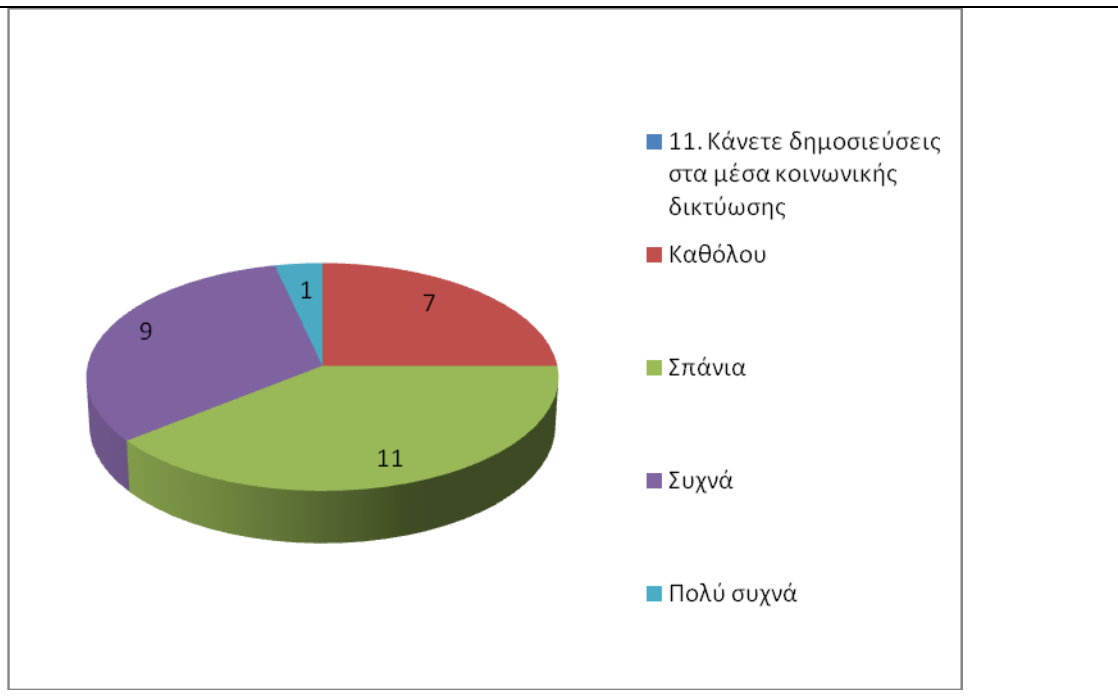
Επικοινωνία	18
Ενημέρωση	14
Αναζήτηση φίλων	3
Άλλο	2
Ψυχαγωγία	6
Αξιοποίηση ελεύθερου χρόνου	3
Αναζήτηση εργασίας	3
Εργασία	1



11. Κάνετε δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

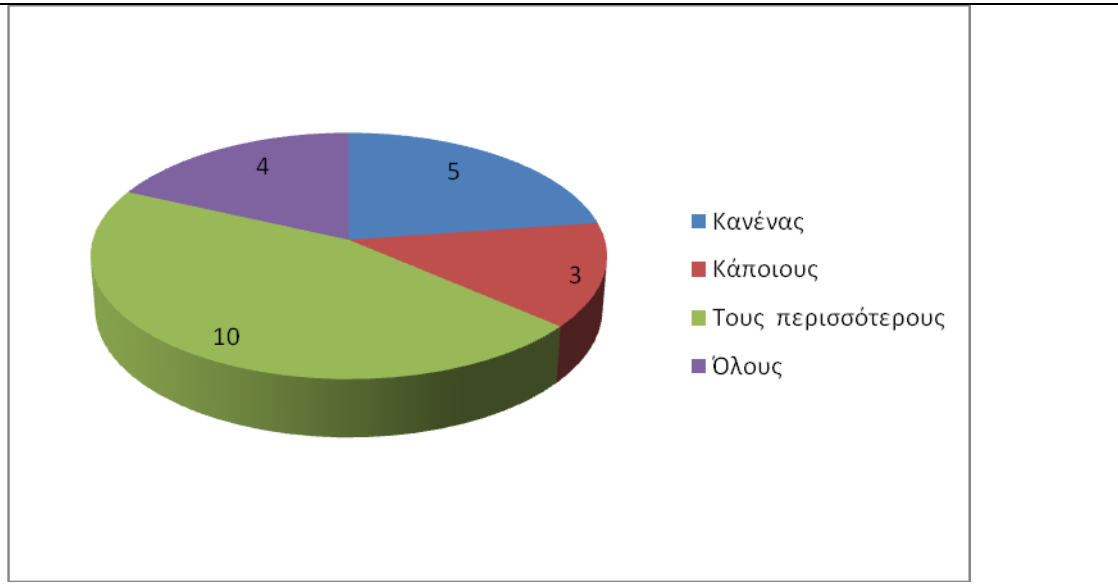
Καθόλου	7
---------	---

Σπάνια	11
Συχνά	9
Πολύ συχνά	1



12. Γνωρίζετε τους φίλους που έχετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Κανένας	5
Κάποιους	3
Τους περισσότερους	10
Όλους	4



13. Νιώθετε ασφαλείς, όταν χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Καθόλου	4
Λίγο	7

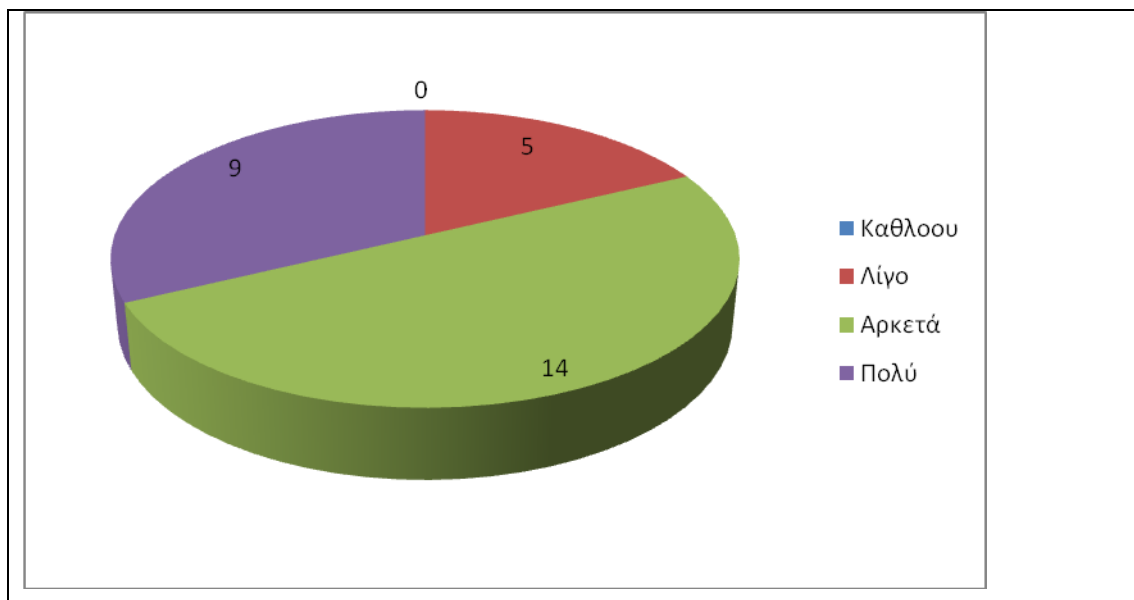
Αρκετά	14
Πολύ	2

Καθόλου	4
Λίγο	7
Αρκετά	14
Πολύ	2

14. Χρησιμοποιείτε τις ρυθμίσεις απορρήτου;	
Ναι	24
Όχι	3

Ναι	24
Όχι	3

15. Θεωρείτε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι χρήσιμα;	
Καθόλου	0
Λίγο	5
Αρκετά	14
Πολύ	9



5.4 Συμπεράσματα

Στην έρευνα συμμετείχαν δεκατρείς άνδρες και δεκαέξι γυναίκες άνω των δεκαοχτώ ετών. Η ηλικία των περισσότερων συμμετεχόντων ήταν από 26 έως 35 ετών, ακολουθούσε η ηλικιακή ομάδα μικρότερη των 25 ετών και τέλος οι ηλικιακές ομάδες από 36 έως 50 και άνω των 50 ετών. Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων, η πλειονότητα ήταν άγαμοι και η εργασιακή κατάστασή τους ήταν εργαζόμενοι δεκατέσσερις, επτά φοιτητές και λίγοι άνεργοι και συνταξιούχοι.

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συνδέονται συχνά σε αυτά. Πιο συγκεκριμένα, η πλειοψηφία συνδέεται δύο με πέντε φορές την ημέρα, πολλοί από τους συμμετέχοντες συνδέονται περισσότερες από πέντε φορές την ημέρα και λίγοι μία φορά την ημέρα. Η συνολική διάρκεια της σύνδεσής των έντεκα συμμετεχόντων στην έρευνα είναι περίπου μία με δύο ώρες την ημέρα, ακολουθούν εννέα συμμετέχοντες που συνδέονται περισσότερο από δύο ώρες την ημέρα και τέλος, έξι συμμετέχοντες που συνδέονται λιγότερο από μία ώρα.

Το δημοφιλέστερο μέσο είναι, σύμφωνα με την έρευνά μας, το facebook με είκοσι τρεις απαντήσεις, ακολουθεί το Youtube με είκοσι απαντήσεις, το Instagram με δεκαεπτά απαντήσεις και το Pinterest με οκτώ απαντήσεις. Λιγότερο δημοφιλή είναι το LinkedIn με τρεις απαντήσεις και το Twitter με δύο απαντήσεις. Το αγαπημένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης είναι το Facebook με οκτώ απαντήσεις, έπειτα το Instagram με 6, Pinterest και Youtube με 3 απαντήσεις. Τα υπόλοιπα ΜΚΔ αναφέρθηκαν από μία φορά.

Αναφορικά με τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αυτοί είναι κυρίως η ψυχαγωγία με δεκαεννέα απαντήσεις, η επικοινωνία με δεκαοκτώ, η ενημέρωση με δεκατέσσερις, αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου με έξι και τέλος, με λιγότερες αναφορές είναι η αναζήτηση φίλων και εργασίας.

Η πλειονότητα των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι κάνουν δημοσιεύσεις στα ΜΚΔ σπάνια, ακολουθεί η απάντηση συχνά και καθόλου και ελάχιστοι πολύ συχνά. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι πέντε ερωτηθέντες δεν γνωρίζουν κανέναν φίλο από αυτούς που έχουν στα ΜΚΔ, οι τρεις γνωρίζουν κάποιους, οι τέσσερις απάντησαν ότι τους γνωρίζουν όλους και δέκα γνωρίζουν τους

περισσότερους διαδικτυακούς φίλους. Συναισθήματα ασφάλειας στα ΜΚΔ νιώθουν σε πολύ μεγάλο βαθμό μόνο δύο συμμετέχοντες, καθόλου τέσσερις, λίγο επτά και αρκετά δεκατέσσερις.

Σχετικά με τις ρυθμίσεις απορρήτου οι είκοσι τέσσερις συμμετέχοντες δήλωσαν ότι τις χρησιμοποιούν σε αντίθεση με τους τρεις που δεν το κάνουν. Στην ερώτηση αν θεωρούν χρήσιμα τα ΜΚΔ ανέφεραν ότι είναι για αυτούς αρκετά χρήσιμα οι δεκατέσσερις, πολύ χρήσιμα οι εννέα, λίγο οι πέντε και κανείς δεν απάντησε ότι δεν είναι χρήσιμα.

Επίλογος

Πολλές είναι οι έρευνες που διεξάγονται τα τελευταία χρόνια με αντικείμενο τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και απασχολεί έντονα ειδικούς και απλούς χρήστες. Είναι κοινώς αποδεκτό ότι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ευρέως διαδεδομένη, ότι αποτελεί πια μέρος της καθημερινότητάς μας, όπως και το γεγονός ότι η χρήση τους συνεπάγεται πολλά οφέλη αλλά και κινδύνους, ιδιαίτερα για τους χρήστες των νεαρών ηλικιών. Παρόλ' αυτά οι κίνδυνοι αυτοί δε θα πρέπει να μας αποτρέπουν από τη χρήση τους, καθώς μπορούν αυτοί να αποφευχθούν με συνετή συμπεριφορά.

