



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΔΙΑΠΑΙΔΑΓΩΓΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ»



ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΖΑΝΚΟΒΙΤΣ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ ΣΩΤΗΡΙΟΣ

ΠΥΡΓΟΣ, 2018

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ

Πιστοποιείται ότι η πτυχιακή εργασία με θέμα:

«ΤΑ Μ.Μ.Ε ΚΑΙ Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΔΙΑΠΑΙΔΑΓΩΓΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ»

της φοιτήτριας του Τμήματος ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

ΖΑΝΚΟΒΙΤΣ ΚΑΛΛΙΟΠΗΣ

παρουσιάστηκε δημόσια και εξετάσθηκε στο Τμήμα ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ στις

_____ / _____ / _____

Ο ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

ΣΩΤΗΡΗΣ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΗΣ

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδιων ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε περιφρασμένες. Λόγω δηλώνω ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη αποχαρατή εργασία και ότι θα αναλάβω πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχθεί ότι δεν μου ανήκει.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 1

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Ζαχαρίας Κωνσταντίνος

2026



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 2

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

(σε περίπτωση που είναι απαραίτητη)

.....

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 3

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

(σε περίπτωση που είναι απαραίτητη)

.....

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Τα ΜΜΕ και η επιρροή τους στην διαπαιδαγώγηση των νέων» εκπονήθηκε στο Τμήμα Πληροφορικής και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Δυτικής Ελλάδας. Την εκπόνηση της παρούσας Πτυχιακής Εργασίας ανέλαβε η σπουδάστρια του τμήματος Πληροφορικής και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, Ζάνκοβιτς Καλλιόπη, έπειτα από συνεργασία με τον καθηγητή του Τμήματος, κύριο Τριανταφύλλου Σωτήρη.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με την πάροδο των χρόνων, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν εδραιώσει τη θέση τους στην σύγχρονη κοινωνία και αποτελούν ένα από τα κύρια ζητήματα συζήτησης και ανταλλαγής απόψεων.

Με την σύγχρονη μορφή και λειτουργία τους έχουν καθιερωθεί ως έναν από τους κυριότερους διαμορφωτές της προσωπικότητας των νέων, αφού ασκούν καταλυτικό ρόλο στη διαπαιδαγώγησή τους και συμβάλλουν τόσο στη γνωστική, όσο και στην κοινωνικοσυναισθηματική τους ανάπτυξη.

Στη σημερινή εποχή υφίστανται πολλές αντικρουόμενες απόψεις σχετικά με τον ρόλο που ασκούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή τον ρόλο που θα έπρεπε να ασκούν για να συμβάλλουν θετικά στην ανάπτυξη του παιδιού. Τα Μέσα Μαζικής ενημέρωσης αποτελούν ένα κέντρο διάδοσης πληροφοριών, γνώσης και ψυχαγωγίας. Καθένα από τα μέσα αυτά θέλγει εξίσου όλες τις ηλικίες, από τα μικρά παιδιά του παιδικού σταθμού και του νηπιαγωγείου μέχρι τα μεγαλύτερα παιδιά, δηλαδή τους εφήβους. Τα παιδιά έλκονται από τα μέσα αυτά, ανεξαρτήτως κοινωνικό-οικονομικής θέσης και μορφωτικού επιπέδου του οικογενειακού πλαισίου.

Είναι φυσικά αξιοσημείωτο ότι τα μέσα σήμερα ασκούν τεράστια επίδραση, διαπαιδαγωγούν, διαπλάθουν χαρακτήρες, ελέγχουν, διαμορφώνουν απόψεις, στάσεις και συμπεριφορές, τις οποίες οι γονείς και οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει να ελέγχουν και να αντιμετωπίσουν όλες τις αρνητικές επιδράσεις που δέχονται τα παιδιά.

Οι συνήθειες σχετικά με τη χρήση των μέσων αποκτώνται πολύ νωρίς από τη παιδική ηλικία. Οπότε, οι γονείς αρχικά και έπειτα οι εκπαιδευτικοί πρέπει να αναγνωρίσουν τη σπουδαιότητα της χρήσης των Μ.Μ.Ε. και να πράξουν τις απαραίτητες ενέργειες στο να εισάγουν και να αξιοποιήσουν τα Μ.Μ.Ε. στο τομέα της εκπαίδευσης τόσο στο σπίτι όσο και στο σχολικό περιβάλλον.

Το αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι η συνεισφορά των Μ.Μ.Ε. στην διαπαιδαγώγησή των παιδιών. Τα μέσα αυτά είναι η τηλεόραση, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής, τα βίντεο σύγχρονης τεχνολογίας, ο έντυπος τύπος και το ραδιόφωνο. Στόχος, λοιπόν, αυτής της εργασίας είναι η διαπίστωση και η παρουσίαση των θετικών και αρνητικών επιδράσεων του κάθε μέσου που επηρεάζει τόσο τη νοητική, όσο και τη συναισθηματική ανάπτυξη των νέων. Θα εξηγήσουμε τι περιλαμβάνει ο κάθε τομέας ανάπτυξης και θα παρουσιάσουμε τις λύσεις αντιμετώπισης που αφορούν τους γονείς και τους εκπαιδευτικούς.

ABSTRACT

Over the years, the media have consolidated their position in modern society and are one of the main issues of discussion and exchange of views.

With their modern form and function, they have established themselves as one of the main shapers of the personality of young people, as they play a catalytic role in their education and contribute to both their cognitive and their socio-emotional development.

At present, there are many conflicting views about the role of the media or the role they should play in contributing positively to child development. The media are a center of dissemination of information, knowledge and entertainment. Each of these means also applies to all ages, from the young children of the kindergarten and kindergarten to the older children, ie the teenagers. Children are attracted by these means, regardless of the socio-economic position and the educational level of the family context.

Of course, it is remarkable that today's media have a tremendous impact, educate, shape characters, control, shape opinions, attitudes and attitudes that parents and teachers should control and address all the negative effects children have.

Media usage habits are acquired very early in childhood. So, parents initially and then teachers need to recognize the importance of using the media and take the necessary steps to introduce and use the media in the field of education both at home and in the school environment.

The subject of this work is the contribution of the media to the education of children. These are TV, computer, modern technology, press, and radio. The aim of this work is therefore to identify and present the positive and negative effects of each instrument that affects both the mental and emotional development of young people. We will explain what each developmentsector includes and we will present the solutions that address parents and teachers.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
ABSTRACT.....	6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

1.1	Ορισμός των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.....	11
1.2	Τύπος.....	13
1.2.1	Η Ιστορία του Τύπου στην Ελλάδα.....	15
1.2.2	Η Θεώρηση της Λαϊκής Κουλτούρας.....	16
1.3	Ραδιόφωνο.....	17
1.3.1	Είδη Ραδιοφώνου.....	18
1.3.2	Η Ιστορία του ραδιοφώνου.....	19
1.3.3	Το Ραδιόφωνο στην Ελλάδα.....	20
1.4	Τηλεόραση.....	21
1.4.1	Η Ιστορία της τηλεόρασης στην Ελλάδα.....	23
1.4.2	Η έγχρωμη τηλεόραση.....	25
1.4.3	Ιδιωτική τηλεόραση στην Ελλάδα.....	26
1.4.4	Το Ζάπινγκ μπάινει στη ζωή μας!	29
1.5	Διαδίκτυο.....	30
1.5.1	Το Διαδίκτυο και η επικοινωνία.....	31
1.5.2	Η Τεχνολογία του Διαδικτύου.....	32
1.5.3	Η Ιστορία του Διαδικτύου.....	33

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : Νέοι και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.....35

2.1	Ο ορισμός της ανάπτυξης και τα είδη της.....	36
2.2	Οι ασχολίες των νέων πριν την ανάπτυξη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Χρονολογική Προσέγγιση).....	37
2.3	Σχέση των νέων με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και τα Social Media.....	40
2.4	Σύντομη παρουσίαση των δημοφιλέστερων Social Media.....	42
2.5	Τα υπέρ και τα κατά.....	46
2.6	Πως τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης επηρεάζουν την συμπεριφορά των νέων.....	48
2.6.1	Η επιρροή των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην ψυχική και σωματική υγεία των νέων.....	50
2.7	Ο ρόλος και η ενεργός εμπλοκή των γονέων	52
2.8	Προστασία προσωπικών δεδομένων.....	55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στην Εκπαίδευση.....56

3.1	Η Παιδαγωγική των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης	57
3.2	Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ως γνωστικό αντικείμενο.....	59
3.2.1	Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ως μέσο εκπαίδευσης.....	60
3.2.2	Το Web 2.0.....	62
3.2.3	Εκπαιδευτικά εργαλεία Web 2.0.....	64
3.3	Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και η χρήση τους στο σχολείο.....	72
3.3.1	Εσωτερική Υποδομή.....	74
3.3.2	Τα υπέρ και τα κατά των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην εκπαίδευση.....	75

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....78

4.1	Η έννοια της έρευνας.....	79
4.1.1	Είδη επιστημονικής έρευνας.....	79
4.2	Η έννοια των ερωτηματολογίων.....	80
4.2.1	Τύποι ερωτηματολογίων.....	81
4.2.2	Δημιουργία ερωτηματολογίου.....	81
4.2.3	Περιγραφή ερωτηματολογίου.....	83
4.3	Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος.....	83
4.3.1	Φύλο.....	84
4.3.2	Ηλικία.....	84
4.3.3	Μορφωτικό επίπεδο.....	85
4.3.4	Μόνιμη κατοικία.....	85
4.3.5	Η χρήση των Μ.Μ.Ε. στην καθημερινή ζωή.....	86
4.3.6	Σε τι βαθμό χρησιμοποιούνται τα Μ.Μ.Ε.....	86
4.3.7	Το μέσο που θεωρείται πιο αξιόπιστο για την ενημέρωση.....	87
4.3.8	Πόσες ώρες την ημέρα αφιερώνονται στα Μ.Μ.Ε.....	87
4.3.9	Η ωφελιμότητα των Μ.Μ.Ε.....	88
4.3.10	Η ωφελιμότητα των Μ.Μ.Ε στον τομέα της εκπαίδευσης.....	88
4.3.11	Η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) στην καθημερινή ζωή.....	89
4.3.12	Σε τι βαθμό χρησιμοποιούνται τα Social Media.....	89
4.3.13	Αξιοπιστία των Social Media.....	90
4.3.14	Τι προσφέρουν τα Social Media.....	91
4.3.15	Πόσες ώρες την ημέρα αφιερώνονται στα Social Media.....	91

4.3.16	Η ωφελιμότητα των Social Media.....	92
4.3.17	Αλλαγή στο περιεχόμενο και στον χρόνο που αφιερώνετε στα Social Media.....	92
4.3.18	Η ωφελιμότητα των Social Media στον τομέα της εκπαίδευσης.....	93
	Συμπεράσματα.....	94
	Ελληνική Βιβλιογραφία.....	96
	Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία.....	99
	Διαδικτυακή Βιβλιογραφία.....	101
	Παράρτημα.....	104

1.1 Ορισμός των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης

Μπορούμε σήμερα να κάνουμε λόγο για ορισμένα φαινόμενα του αιώνα μας τα οποία επιδρούν περισσότερο στη ζωή και την κουλτούρα του σύγχρονου ανθρώπου, από ότι μερικά άλλα. Κάποια από αυτά είναι τα Μ.Μ.Ε. στο σύνολό τους. Απασχολούν τον άνθρωπο σε όλα τα γεωγραφικά μήκη και πλάτη της γης περισσότερο από κάθε άλλα στον τομέα της ψυχαγωγίας και της ενημέρωσης. Μέσω αυτών ο άνθρωπος κατακλύζεται με πληροφορίες και γεγονότα, με αποτέλεσμα να τον υποχρεώνουν σε έναν διαφορετικό τρόπο ζωής.

Τα Μ.Μ.Ε. ως φαινόμενο, συζητούνται από παιδαγωγούς, ακαδημαϊκούς, δασκάλους, κοινωνιολόγους, ψυχολόγους και ερευνητές, οι οποίοι προσπαθούν να δώσουν μια εξήγηση του φαινομένου ώστε να εξυπηρετεί καλύτερα τον άνθρωπο και να μην έχει δυσμενείς επιπτώσεις στην προσωπικότητά του. Τα μέσα έχουν πλέον ένα ρόλο στην κοινωνία που δεν τον είχαν ποτέ πριν, πράγμα που εν μέρει οφείλεται και στη δύναμη της τεχνολογίας. Στον ανεπτυγμένο κόσμο τα μέσα είναι σχεδόν πανταχού παρόντα, διαπερνώντας κάθε κομμάτι της ύπαρξής μας. «Η παγκόσμια επέκταση των Μ.Μ.Ε. έχει αποκτήσει τεράστια δύναμη επιρροής και εξουσίας, με αποτέλεσμα να βιώνουμε περισσότερο ίσως από κάθε άλλη εποχή αυτό που ο Schneider αποκαλεί «Κοινωνία των Μ.Μ.Ε.». (Schneider, 2007)¹

Δεν θα ήταν ακραίο λοιπόν, να υποστηριχθεί ότι τα σύγχρονα Μ.Μ.Ε. συμβάλλουν ουσιαστικά στο εικοκοδόμημα της κοινωνίας μέσω των δραστηριοτήτων τους κατέχοντας σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωσή της. Ο Denis McQuail, καθηγητής της Μαζικής Επικοινωνίας στο Πανεπιστήμιο του Άμστερνταμ στο βιβλίο του «Εισαγωγή στη θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας» αναφέρει ότι τα Μ.Μ.Ε. αποτελούν: (McQuail, 2010)²

- Ø Πηγή εξουσίας, ένα εν δυνάμει μέσο άσκησης επιρροής, ελέγχου και πηγή νεοτερισμού στο πλαίσιο μιας κοινωνίας. Τα Μ.Μ.Ε. αποτελούν το πρωταρχικό μέσο μετάδοσης των ουσιωδών πληροφοριών για την λειτουργία των περισσότερων θεσμών μιας κοινωνίας.
- Ø Πεδίο ή αρένα, όπου βλέπουν το φως της δημοσιότητας πολλά θέματα που απασχολούν τη δημόσια ζωή, τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.
- Ø Κύρια πηγή, από την οποία ορίζεται και απεικονίζεται η κοινωνική πραγματικότητα. Τα Μ.Μ.Ε. είναι επίσης το πεδίο όπου καταγράφεται η εξέλιξη του πολιτισμού, καθώς κατασκευάζονται, αποθηκεύονται και κυρίως εκφράζονται οι αξίες των κοινωνιών και των ομάδων.
- Ø Βασική δίοδος, τόσο για τη φήμη και κοινωνική αναγνώριση, όσο και για ενεργό παρουσία στη δημόσια ζωή.
- Ø Πηγή από την οποία εκρέει ένα σύστημα που οριοθετεί και νοηματοδοτεί τη δημόσια ζωή, καθώς προσδιορίζει το τι είναι φυσιολογικό μέσα σε μια κοινωνία, τόσο στο επίπεδο της εμπειρίας, όσο και στο επίπεδο της αξιολόγησης. Τυχόν αποκλίσεις από τους ορισμούς αυτούς αποτελούν αντικείμενο σύγκρισης. Από τα παραπάνω γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι, η κεντρική δραστηριότητα των Μ.Μ.Ε. είναι αυτή της παραγωγής και διανομής της «γνώσης» (πληροφορίες, απόψεις, πολιτισμός) σε αυτούς που επιζητούν να επικοινωνήσουν σε ατομική και συλλογική βάση.

Τα Μ.Μ.Ε. τοποθετούνται στη «δημόσια σφαίρα», δηλαδή ως θεσμός είναι ανοιχτός σε όλους τους αποστολείς-πομπούς των μηνυμάτων και τους αποδέκτες τους. Τα Μ.Μ.Ε. ασχολούνται με θέματα που απασχολούν την κοινή γνώμη, ιδιαίτερα με αυτά τα οποία η κοινή γνώμη ζητά να ενημερωθεί ώστε να διαμορφώσει την άποψή της. Τα Μ.Μ.Ε. είναι υπόλογα όσον αφορά στις δραστηριότητές τους στην ευρύτερη κοινωνία. Επειδή η βασική τους δραστηριότητα είναι η δημοσιοποίηση των απόψεων μιας κοινωνίας, τα Μ.Μ.Ε., ως

οικονομικοί, κοινωνικοί και πολιτιστικοί φορείς απολαμβάνουν από το θεσμικό πλαίσιο ένα μεγάλο βαθμό ελευθερίας. Είναι ένας θεσμός χωρίς τυπική εξουσία, η συμμετοχή στα Μ.Μ.Ε. είναι εθελοντική, χωρίς καμιά κοινωνική υποχρέωση.

Ο Harold Dwight Lasswell³, θεωρητικός της επικοινωνίας και πολιτικός επιστήμονας, επικεντρώνοντας στην επικοινωνία στο πλαίσιο λειτουργίας των Μ.Μ.Ε. εντοπίζει ως κύριες λειτουργίες: την εποπτεία του περιβάλλοντος, τη συσχέτιση των τμημάτων της κοινωνίας ανάλογα με το περιβάλλον της και τη μετάδοση της πολιτιστικής παράδοσης. Ο Charles R. Wright πρόσθεσε την ψυχαγωγία ως τέταρτη βασική λειτουργία των Μ.Μ.Ε. (Wright, 2008)⁴

Με την προσθήκη ενός πέμπτου στοιχείου, αυτό της παρότρυνσης, το οποίο έχει σχεδιαστεί για να αντικατοπτρίζει την ευρέως διαδεδομένη εφαρμογή της μαζικής επικοινωνία στην πολιτική και διαφημιστική προπαγάνδα, συγκροτούμε την ακόλουθη σειρά βασικών θεωρήσεων γύρω από τις λειτουργίες των Μ.Μ.Ε. στην κοινωνία:

- Ø Ενημέρωση: Εξασφάλιση πληροφοριών γύρω από τα γεγονότα και τις καταστάσεις μέσα στην κοινωνία και τον κόσμο
- Ø Συσχέτιση: Εξήγηση, ερμηνεία και σχολιασμός της σημασίας των γεγονότων και των πληροφοριών
- Ø Συνέχεια: Έκφραση του κυρίαρχου πολιτισμού, σφυρηλάτηση και συντήρηση κοινών αξιών
- Ø Ψυχαγωγία: Εξασφάλιση διασκέδασης, τέρψης και τρόπων χαλάρωσης
- Ø Κινητοποίηση/παρότρυνση: Εκστρατεία για κοινωνικά αντικείμενα (Φωτόπουλος, 2015)⁵

¹ Βλ. Schneider (2008), *Mediated Communication and Integration of Diasporic Communities: Toward a Theoretical Model*. A version of this article was presented at the International Association for Media and Communication Research annual conference, Stockholm, Sweden

² Βλ. McQuail D. (2010), «*McQuail's Mass Communication Theory*»,

³ Βλ. Durman J.P. & Simson P. (2004), «*Mass Communication and American Social Thought*» Key Text 1919-1968 (Critical Media Studies: Institutions, Politics, and Culture)

⁴ Βλ. Wright C.R. (2008), journal article «*Sociology of Mass Communications*», pages: 193- 217, Annual Review of Sociology, posted on Annual Review of of Sociology

⁵ Βλ. Φωτόπουλος Δ. (2015), «*Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης – Η περίπτωση της Πάτρας*», Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

1.2 Τύπος

Ετυμολογικά, η λέξη «τύπος» προέρχεται από το ρήμα τύπτω, κτυπό. Επομένως, γενικά, τύπος είναι το ίχνος, το αποτύπωμα που αφήνει κάποιο χτύπημα και κατ' επέκταση το αποτύπωμα κάποιας εικόνας, γράμματος ή παράστασης (Δημητρόπουλος, 2005)⁶. Το Σύνταγμα του 1975/1986/2001 (Βενιζέλος, 2001)⁷ δεν περιέχει ορισμό του Τύπου όπως και τα προηγούμενα Συντάγματα. Συνεπώς ο καθορισμός της έννοιας αυτής εναπόκειται είτε στο νομοθέτη είτε στη θεωρία.

Ένας εύστοχος ορισμός βρίσκεται διατυπωμένος στο άρθρο 1 εδ. α' α.ν 1092/38 «περί Τύπου», όπου: *«τύπος και έντυπο επί των οποίων εφαρμόζονται οι διατάξεις του νόμου τούτου είναι παν ότι εκ τυπογραφίας ή οιοδήποτε άλλου μηχανικού ή χημικού μέσου παράγεται εις όμοια αντίτυπα και χρησιμεύει εις πολλαπλασιασμόν ή διάδοσιν χειρογράφων, εικόνων, παραστάσεων, μετά άνευ σημειώσεων, ή μουσικών έργων μετά κειμένου ή επεξηγήσεων ή φωτογραφικών πλακών»* (Δαντόγλου, 2005)⁸. Ο νόμος αυτός είχε καταργηθεί κατά τη διάρκεια του στρατιωτικού καθεστώτος της 21ης Απριλίου του 1967 και είχε αντικατασταθεί από το ν.δ 346/1969 (Αβραάμ, 1974)⁹. Στις 10 Μαρτίου το 1975 επανήλθε σε ισχύ αν και αυτός καθιερώθηκε επί της δικτατορίας της 4ης Αυγούστου του 1936.

Βεβαίως, ένας ακριβέστερος και πληρέστερος σύγχρονος ορισμός θα ήταν αυτός κατά τον οποίον: *«Έντυπο είναι κάθε κείμενο, κάθε όχι απλώς εικαστική διακοσμητική παράσταση, κάθε εγγραφή μουσικού οργάνου με κείμενο ή επεξήγηση και κάθε ηχητικό αποτύπωμα απλού ή μεθοδικού λόγου, εφ' όσον έχει παραχθεί με μηχανική ή φυσικοχημική ή ηλεκτρονική διαδικασία κατάλληλη για παραγωγή σημαντικού αριθμού αντιτύπων και προορίζεται για διάδοση.»*

Στην Ελλάδα, ωστόσο, έχει γίνει δεκτό ότι δεν εμπίπτουν στην έννοια του Τύπου τα παραγόμενα με γραφομηχανή αντίτυπα, η φωνογραφία, η ραδιοφωνία, η τηλεόραση, τα δημόσια θεάματα, ο κινηματογράφος και τα άλλα παρεμφερή μέσα μεταδόσεως λόγου και παραστάσεως, όπως μάλιστα ρητά αναφέρει το άρθρο 15, παρ. 1Σ¹⁰.

Επιπλέον, ο τύπος, έτσι όπως απαντάται στο σύνταγμα (άρθρο 14), περιλαμβάνει αφενός όλα τα έντυπα που είναι προορισμένα και κατάλληλα για διάδοση και αφετέρου κάθε μέθοδο εκτύπωσης του λόγου, της γραφής ή της εικόνας ανεξάρτητα από το σκοπό της διάδοσης. Με άλλα λόγια, κάθε προϊόν που ενσωματώνει πληροφορίες και για το οποίο εξασφαλίζεται η διάδοση στο ευρύτερο κοινό.

Η παροχή παραγωγής εντύπων με την τυπογραφία υπήρξε ένα βασικό στοιχείο εξέλιξης της ανθρώπινης κοινωνίας. Ο Τύπος, το αρχαιότερο μέσο ενημέρωσης, σε σχέση με τα άλλα μέσα μμε διατηρεί ακόμη ακέραια την ισχύ του, παρά την εμφάνιση νέων μέσων –πιο ζωντανών- όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση.

Ως **εφημερίδα** χαρακτηρίζεται οποιαδήποτε έντυπη περιοδική έκδοση της οποίας η περιεχόμενη ύλη αφορά κατά πλειονότητα ειδησεογραφία τρεχόντων γεγονότων της περιόδου στην οποία εκδίδεται (ημερήσια, εβδομαδιαία κ.λπ.). Αυτή είναι και η ουσιώδης διαφορά από το έντυπο περιοδικό. Το σύνολο των εφημερίδων και περιοδικών ονομάζεται γενικότερα **Τύπος** διακρινόμενος ανάλογα σε «ημερήσιο τύπο», «εβδομαδιαίο τύπο» κ.λπ. ή «περιοδικό τύπο», ειδικότερα για τα περιοδικά. Οι εφημερίδες, όπως ομοίως και τα περιοδικά συγκαταλέγονται στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

Σήμερα με την ηλεκτρονική τεχνολογική εξέλιξη απαντάται και το είδος της «ηλεκτρονικής εφημερίδας». Οι εφημερίδες απευθύνονται σε μεγάλο αριθμό αναγνωστών είτε με ειδησεογραφία γενικού περιεχομένου είτε ειδικού, λαμβάνοντας ανάλογους χαρακτηρισμούς, π.χ. πολιτικές, οικονομικές, αθλητικές κ.λπ. Η εκτύπωσή της γίνεται συνήθως σε χαρτί χαμηλού κόστους. Η πρώτη τυπωμένη εφημερίδα κυκλοφόρησε στην Γερμανία το 1605.

⁶ Βλ. Δημητρόπουλος Α. Γ. (2005), «Συνταγματικά Δικαιώματα», παραδόσεις Συνταγματικού δικαίου, Τόμος Γ', Τεύχος IV, σελ 181

⁷ Βλ Βενιζέλος Ε. (2001), «*Το Σύνταγμα του 1975/1986/2001*», εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα

⁸ Βλ. Δαγτόγλου Π.Δ.(2005), «*Συνταγματικό δίκαιο, Ατομικά δικαιώματα*», εκδόσεις Αντ.Ν.Σάκκουλα, Αθήνα- Κομοτηνή σελ. 274

⁹ Βλ. Αβραάμ Κ. (1974), άρθρο, «*Το συνταγματικό δικαίωμα της ελευθεροτυπίας και ο ανελεύθερος περί τύπου νόμος 346/69*», ΕΕΝ 1974 σελ. 704

¹⁰ Βλ. άρ. 15, παρ. 1: Ατομικά και κοινωνικά δικαιώματα, άρθρο 15 (Κινηματογράφος, φωνογραφία, ραδιοφωνία, τηλεόραση) «*Οι προστατευτικές για τον τύπο διατάξεις του προηγούμενου άρθρου δεν εφαρμόζονται ...ή παράστασης.*»

1.2.1 Η Ιστορία του Τύπου στην Ελλάδα

Ο Ελληνικός Τύπος γεννήθηκε στα τέλη του 18ου αιώνα από εύρωστους Έλληνες της διασποράς, την εποχή της διάδοσης των ιδεών του Διαφωτισμού (Κουμαριανού, 1995)¹¹. Το 1784 στη Βιέννη που ήταν τότε σημαντικό κέντρο του ελληνικού εμπορίου εκδίδεται η πρώτη ελληνική εφημερίδα με τίτλο «Πρωία» που διέκοψε την έκδοσή της τον Ιούλιο του ίδιου έτους μετά από διπλωματικές πιέσεις των Τούρκων προς τις αυστριακές αρχές. Ακολουθεί η «Εφημερίς» (1790-1797) που δημοσιεύει ειδήσεις για τη Γαλλική Επανάσταση, την Τουρκία και τη Ρωσία και παρακολουθεί την πολιτική και κοινωνική ζωή σε διάφορες χώρες της Ευρώπης, παρέχοντας πληροφορίες για τον Ελληνισμό της εποχής. Λίγα χρόνια μετά, μεταξύ 1811 και 1821, εκδίδονται πολλά έντυπα: ο «Λόγιος Ερμής» (1811) του Ανθιμου Ραζή στη Βιέννη, οι εφημερίδες «Αθηνά», «Μέλισσα» και «Μουσείον» στο Παρίσι, η «Ιριδα» στο Λονδίνο (Λάιος, 1961)¹².



Εικόνα 1 : Εξώφυλλο του περιοδικού «Λόγιος Ερμής» Βιέννη 1817

Τα περιοδικά ποικίλης ύλης, ή πολυθεματικά, ή «για όλη την οικογένεια» όπως συστήνονταν στα χρόνια της ακμής τους, κατέχουν ένα σημαντικό μερίδιο στην ενημέρωση και την ψυχαγωγή του αναγνωστικού κοινού. Φυσικά εδώ δεν επιχειρείται μια πλήρης και εκτενής καταγραφή του περιοδικού Τύπου στην σύγχρονη Ελλάδα από την επανάσταση και μετά, ούτε η αναζήτηση των αιτιών που οδήγησαν στην εμφάνιση, τις εκάστοτε διακυμάνσεις και μετατοπίσεις της θεματολογίας του. Τα περιοδικά ευρείας κυκλοφορίας κατά γενική ομολογία κατατάσσονται σε δυο όχι και πολύ διακριτές μεταξύ τους κατηγορίες: σε «λαϊκά» και «ελίτ». Το σημαντικό στοιχείο της μεταξύ τους διαφοροποίησης είναι το είδος κοινού που απευθύνονται τα μεν και τα δε. Στα παλιά λαϊκά περιοδικά κυριαρχούσε το γυναικείο αναγνωστικό κοινό και το ύφος τους σε μεγάλο βαθμό είχε κουτσομπολίστικο χαρακτήρα, ενώ στα ελίτ περιοδικά (με εξαίρεση εκείνα που ασχολούνται με τη μόδα) κυριαρχεί το αντρικό κοινό. Κάτι τέτοιο δεν ίσχυε για τα περιοδικά των παλαιότερων γενεών που ήταν ποικίλης ύλης και πολυσυλλεκτικής φιλοσοφίας.

¹¹ Βλ. Κουμαριανού Α. (1995), «Οι απαρχές του ελληνικού Τύπου, Ο ελληνικός προεπαναστατικός Τύπος» Βιέννη-Παρίσι (1784- 1821), Αθήνα, Ίδρυμα Ελληνικού Πολιτισμού, Ιστορία του ελληνικού Τύπου (18ος - 19ος αι.), εκδόσεις Ερμής 2010

¹² Βλ. Λάιος Γ. (1961), «Ο ελληνικός Τύπος της Βιέννης», (Από του 1784 μέχρι του 1821), Αθήνα.

1.2.2 Η Θεώρηση της Λαϊκής Κουλτούρας

Η βασική θεωρία της λαϊκής κουλτούρας είναι ότι η απελευθέρωση των Μ.Μ.Ε. προς όλες τις κοινωνικές τάξεις δηλαδή η εκλαϊκευσή τους συντελεί στην εκδημοκρατίσή τους. Μέχρι και το πρώτο μισό του 20ου αιώνα επικρατούσε μια πολιτιστική ελίτ η οποία περιφρονούσε και καταδείκνυε τη μαζική κουλτούρα με αλαζονεία. Η λογική αυτή ήταν φανερή σε όλες τις μορφές πολιτισμού από τις βιβλιοθήκες (όπου έχει ληφθεί απόφαση για κατάργηση της ευτελούς λογοτεχνίας) μέχρι το ραδιόφωνο με χαρακτηριστικό παράδειγμα το κυριακάτικο ηθικοπλαστικό πρόγραμμα του BBC.

Καταλύτη της αλλαγής των Μέσων αποτέλεσε ο εμπορικός ανταγωνισμός. Νέα ιδιωτικά ραδιοφωνικά κανάλια και τηλεοπτικοί σταθμοί τα οποία κέρδιζαν ολοένα και περισσότερο την αγορά, διανέμοντας εκλαϊκευμένο προϊόν, ανάγκασαν και τα πιο συντηρητικά, «κλειστά» μέσα να προσαρμοστούν. Η νέα λογική λοιπόν ορίζει ως κύριο στόχο κάθε μέσου την ευχαρίστηση του κοινού έχοντας ως κύριο πλαίσιο δράσης τον κοινωνικό σεβασμό.

Τα Μ.Μ.Ε. συνδέονται πλέον με την προσωπική ζωή των ανθρώπων, ασχολούνται με ιστορίες ανθρώπινου ενδιαφέροντος και ακολουθούν τις λαϊκές προτιμήσεις χωρίς ταξικούς και ποιοτικούς διαχωρισμούς. (Wikipedia)¹³

¹³ Βλ. Wikipedia, «*Η θεώρηση της Λαϊκής Κουλτούρας*», online: https://el.wikipedia.org/wiki/Τέταρτη_εξουσία (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)

1.3 Ραδιόφωνο

Το **ραδιόφωνο** είναι ένα αρκετά παλιό μέσο μαζικής ενημέρωσης που όμως θεωρείται ως ένας ευχάριστος τρόπος ενημέρωσης και ψυχαγωγίας γιατί περνάει ειδήσεις με άποψη. Είναι αρκετά εύχρηστο καθώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί παντού, είναι ακίνδυνο (σε σχέση με την τηλεόραση που μπορεί να προκαλέσει προβλήματα) και προσφέρει α) πληροφορίες και β) άκουσμα μουσικής.

Το ραδιόφωνο παραμένει σημαντικό φορέας τόσο πληροφοριών όσο και μουσικής/ ακροαστικής διασκέδασης και η μόνη εναλλακτική λύση για τους ανθρώπους που θέλουν να ενημερώνονται, ή να διασκεδάζουν κάνοντας παράλληλα και κάποια άλλη εργασία όπως π.χ να οδηγούν, να διαβάζουν ή να γράφουν.

Είναι η συσκευή που λειτουργεί ως «ραδιοδέκτης - μετατροπέας» όπου λαμβάνοντας τις ραδιοφωνικές εκπομπές των ραδιοφωνικών σταθμών τις μετατρέπει σε ήχο. Τα ραδιοφωνικά κύματα εκπέμπονται από τον πομπό και φτάνουν στον δέκτη (δηλαδή το ραδιόφωνο). Τα κύματα αυτά αποκωδικοποιούνται από τη συσκευή και μετατρέπονται σε ηλεκτρικό ρεύμα και στην συνέχεια σε ήχο, που είναι και το τελικό αποτέλεσμα του ραδιοφώνου. Ραδιοφωνία, επίσης, θεωρείται και όλη η διαδικασία εκπομπής και λήψης ραδιοκυμάτων.



Εικόνα 2: Το πρώτο ραδιόφωνο ήταν ένα μεγάλο ξύλινο TELEFUNKEN¹⁴

¹⁴ Η **Telefunken** (Telefunken Gesellschaft für drahtlose Telegraphie m.b.H., εταιρεία για την ασύρματη τηλεγραφία) ήταν γερμανική εταιρεία παραγωγής ραδιοφωνικών συσκευών και τηλεοράσεων.

1.3.1 Τα Είδη του Ραδιοφώνου

Μπορούμε να διακρίνουμε τα ακόλουθα είδη ραδιοφώνου:

- ∅ Το αναλογικό ή συμβατικό ραδιόφωνο. Εδώ ο τρόπος διαμόρφωσης του σήματος έχει ως αποτέλεσμα το διαχωρισμό των συχνοτήτων για χρήση από τα AM και τα FM, ενώ ανάλογα με το σκοπό ορίζονται συγκεκριμένες περιοχές συχνοτήτων (π.χ. τα εμπορικά ραδιόφωνα στην Ευρώπη και την Αμερική εκπέμπουν στις συχνότητες FM 87.5-108). Άλλες περιοχές συχνοτήτων χρησιμοποιούνται για συγκεκριμένους σκοπούς όπως π.χ. από την Αστυνομία και την Πυροσβεστική.
- ∅ Το ψηφιακό ραδιόφωνο αποτελεί νεότερο τεχνολογικά επίτευγμα, με διάφορες τεχνολογίες που βρίσκονται ακόμη στο στάδιο της δοκιμής ή της αρχικής εφαρμογής. Μεταξύ αυτών των τεχνολογιών, το DAB, το οποίο λειτουργεί στην περιοχή πολύ υψηλών συχνοτήτων (VHF) και διαθέτει πολλών ειδών πρόσθετες διαδραστικές υπηρεσίες είναι αρκετά διαδεδομένο στην Βρετανία και την Ιρλανδία, αλλά αναπτύσσεται αργά λόγω του υψηλού κόστους των δεκτών. Παράλληλα υπάρχουν και άλλα πρότυπα, όπως το DRM, ένα ανοιχτό πρότυπο για τη διαμόρφωση κατά πλάτος (AM) και τις μπάντες μεσαίων και βραχέων.
- ∅ Το δορυφορικό ραδιόφωνο, το οποίο χρησιμοποιεί κανάλια στα πλαίσια του προτύπου της δορυφορικής ψηφιακής τηλεόρασης DVB, ούτως ώστε να μεταδίδεται μόνον ήχος.
- ∅ Το διαδικτυακό ραδιόφωνο (ραδιόφωνο του Διαδικτύου, που εκπέμπει αρχεία ροής (δηλαδή επιφορτώνεται το αρχείο σε πραγματικό χρόνο, ο ήχος φορτώνεται εκείνη την στιγμή που παίζει) και περιλαμβάνει και το Podcasting, που είναι η εμπορική ονομασία της μεταφόρτωσης ηχογραφημένων εκπομπών.

1.3.2 Η Ιστορία του Ραδιοφώνου

Το 1895, ο πατέρας του ραδιοφώνου Γουλιέλμος Μαρκόνι κατόρθωσε να μεταδώσει ηχητικά Σήματα Μόρς διαμέσου ερτζιανών κυμάτων. Οι επιτυχίες του Μαρκόνι και άλλων ερευνητών όπως του Ρέτζιναλντ Φέσεντεν και του Λη ντε Φόρεστ αποτελούν την απαρχή της ανάπτυξης της ραδιοφωνίας. Η ραδιοφωνία, η οποία συνίσταται στη μετάδοση ομιλιών, μουσικής και λόγου σε μεγάλες αποστάσεις χωρίς τη μεσολάβηση αγωγών, αλλά με ηλεκτρομαγνητικά κύματα, και στη λήψη τους από ειδικούς δέκτες, αποτελεί πρακτική εφαρμογή της εφεύρεσης των ηλεκτρονικών λυχνιών. Άρχισε να αναπτύσσεται τη δεκαετία του 1910 στις ΗΠΑ.

Γύρω στα 1873 ο Μάξγουελ πρότεινε την θεωρία του ηλεκτρομαγνητισμού, σύμφωνα με την οποία ένα ηλεκτρομαγνητικό κύμα μπορεί να μεταδοθεί χωρίς να μεσολαβεί κάποιο φυσικό μέσο. Το 1883 ο Χερτς επαλήθευσε τη θεωρία του Μάξγουελ για τον ηλεκτρομαγνητισμό και ανακάλυψε τα ραδιοκύματα. Γύρω στα 1897, ο Μαρκόνι επαληθεύει τα πειράματα του Χερτς και καταφέρνει να στείλει ασύρματο σήμα σε απόσταση 3 km. Με τη συσκευή αυτή ο Ιταλός Μαρκόνι πηγαίνει στην Αγγλία που ήταν η μεγαλύτερη ναυτική δύναμη της εποχής - και ιδρύει την εταιρεία 'Marconi Wireless telegraph', η οποία προσφέρει υπηρεσίες στη ναυσιπλοΐα. Τα ραδιοκύματά του δεν μετέδιδαν φωνή αλλά σήματα Μορς.

Ήταν παραμονές των Χριστουγέννων του 1906 στην Νέα Υόρκη όταν ο Φέσεντεν μετέδωσε για πρώτη φορά φωνή και μουσική μέσω ραδιοκυμάτων. Αργότερα ήρθε ο ντε Φορέ για να εφεύρει την ηλεκτρονική λυχνία, η οποία ήταν η μόνη «μορφή» ραδιοφώνου για τα επόμενα 50-60 χρόνια. Μέχρι τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο το ραδιόφωνο είναι ένα μέσο χρησιμοποιούμενο σε ερασιτεχνική βάση και δεν είναι καθόλου ανεπτυγμένο ούτε διαδεδομένο.



Εικόνα 3: Ο Γουλιέλμος Μαρκόνι διαβάζει σήματα σε ένα μαγνητόφωνο (αριστερά), με ένα πηνίο μήκους 30 εκ. που παράγει σπινθήρες και το οποίο χρησιμοποιούνταν στις δοκιμές ραδιοεκπομπών από τα πλοία προς τη στεριά.

Πηγή: Ζήκα Χ. (2002), «Γουλιέλμος Μαρκόνι», άρθρο στο Βήμα, online: <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=140514> (Τελευταία πρόσβαση, 19 Αυγούστου 2018)

Σταθμός στην ιστορία του ραδιοφώνου αποτελεί η έμπνευση ενός Αμερικανού, του Φρανκ Κόνραντ, ο οποίος εργαζόταν ως μηχανικός και ερασιτεχνικά ασχολείτο με το ραδιόφωνο και τον αθλητισμό. Ο Κόνραντ τυχαία «βγήκε στον αέρα» με το ραδιόφωνο για να μεταδώσει τα αποτελέσματα των αγώνων. Απέκτησε φανατικό κοινό. Ήταν τότε που μεταδόθηκε και η πρώτη ραδιοφωνική διαφήμιση, ενός καταστήματος στη γειτονιά του Κόνραντ. Την εκπομπή του Κόνραντ, που ουσιαστικά θεωρείται ο πατέρας του ραδιοφώνου, πήρε η εταιρεία Westinghouse, την υποστήριξε τεχνικά και την επαύξησε. Στις 20 Νοεμβρίου 1920 λειτούργησε ο πρώτος ραδιοφωνικός σταθμός, ο K.D.K.A., που λειτουργεί ακόμη και σήμερα.

Το 1926 εμφανίζεται στην αγορά ραδιοφωνικός δέκτης αρκετά εύχρηστος, ποιοτικός και φθηνός.

Από τότε το ραδιόφωνο κατακτά πολύ ευρύ κοινό. Στην πορεία εμφανίζεται και η σύσταση σχετικής νομοθεσίας για την οργάνωση τόσο των σταθμών όσο και των συχνοτήτων εκπομπής. Η εδραίωση, όμως, του ραδιοφώνου έρχεται μετά το 1930. Σε αυτή την περίοδο δημιουργείται το καλά οργανωμένο δίκτυο σταθμών (κρατικών και ιδιωτικών) τόσο στην Αμερική όσο και στην Ευρώπη.

Κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου το ραδιόφωνο και ο Τύπος γίνονται δύο μέσα ανταγωνιστικά μεταξύ τους, γιατί το ραδιόφωνο αποκτά μεγάλο ειδησεογραφικό περιεχόμενο. Η λήξη του Μεγάλου Πολέμου φέρνει το ραδιόφωνο στην αρχική του ιδιότητα και γίνεται ξανά ένα μέσο κυρίως ψυχαγωγικό. Στα τέλη της δεκαετίας του '40 με αρχές της δεκαετίας του '50 το ραδιόφωνο αποκτά ένα νέο ανταγωνιστή, την τηλεόραση η οποία έχει στα χέρια της ένα πολύ δυνατό όπλο έναντι του ραδιοφώνου, την εικόνα. Η ακροαματικότητα του ραδιοφώνου πέφτει κατακόρυφα και οι ραδιοφωνικοί σταθμοί ψάχνουν λύσεις. Η λύση έρχεται το '50-'60 και την εμφάνιση της δημοφιλέστατης μουσικής Rock 'n' Roll. Η κρίση ξεπερνιέται και το ραδιόφωνο καθιερώνεται ως αποκλειστικά ψυχαγωγικό-μουσικό μέσο.



Εικόνα 4: Ο Μαρκόνη παρακολουθεί τους συνεργάτες του να ανεβάζουν μία κεραία με χαρταετό, Δεκέμβριος 1901

Πηγή: Wikipedia, «Γουλιέλμο Μαρκόνη», online: https://el.wikipedia.org/wiki/Γουλιέλμο_Μαρκόνη, (Τελευταία πρόσβαση, 23 Αυγούστου 2018)

1.3.3 Το Ραδιόφωνο στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα ήδη από το 1923 άρχισε μια προσπάθεια εγκατάστασης ραδιοφωνικού πομπού. Οι πειραματισμοί κράτησαν αρκετά χρόνια. Ο πρώτος ραδιοφωνικός σταθμός εξέπεμψε στη Θεσσαλονίκη με ιδιωτική πρωτοβουλία από το ραδιοηλεκτρολόγο Χρήστο Τσιγγιρίδη την 25 Μαρτίου του 1928 και 20 ολόκληρα χρόνια λειτούργησε στην πόλη, μεταδίδοντας τακτικά εκπομπή-εκπομπές. Ο πρώτος εθνικός ραδιοφωνικός σταθμός ιδρύθηκε και λειτούργησε στην Αθήνα, αφού στις 25 Μαρτίου του 1938 εγκαινιάστηκε από τον τότε βασιλιά Γεώργιο Β΄, ενώ το 1945 ιδρύθηκε το Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας (Ε.Ι.Ρ.) που ανέλαβε την ευθύνη λειτουργίας του σταθμού. Αμέσως μετά την απελευθέρωση άρχισαν να ιδρύονται κι άλλοι σταθμοί σε διάφορες πόλεις της χώρας που υπάγονταν στη δικαιοδοσία του Ε.Ι.Ρ., καθώς και πολλοί στρατιωτικοί σταθμοί, υπό τη δικαιοδοσία των ενόπλων δυνάμεων (ΥΕΝΕΔ).

Από τα τέλη της δεκαετίας του '70, αρχικά η μπάντα των μεσαίων και στη συνέχεια η ζώνη των FM κατακλύζεται από εκατοντάδες ερασιτέχνες (οι επονομαζόμενοι και «πειρατές»), που εκπέμπουν πολυποίκιλα προγράμματα, αμφισβητώντας ανοιχτά το ραδιοφωνικό μονοπώλιο της κρατικής ραδιοφωνίας. Ραδιοσταθμό κατασκεύασαν, επίσης, οι φοιτητές του ΕΜΠ κατά τη διάρκεια της εξέγερσης του Πολυτεχνείου κατά της Χούντας το 1973.

Στα πλαίσια τη γενικής εκσυγχρονιστικής προσπάθειας και προσαρμογής των δομών στις προδιαγραφές της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, την τελευταία εικοσαετία μόλις, εκσυγχρονίστηκε και ο θεσμός της ραδιοφωνίας. Με το νόμο 1730/1987 ιδρύθηκε νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου για τη ραδιοφωνία και την τηλεόραση, που λειτουργεί με τη μορφή ανώνυμης εταιρίας με έδρα την Αθήνα. Με την Υπουργική απόφαση 14631/Ζ2/2691/29.5.87 καθορίστηκαν οι προϋποθέσεις και οι όροι ίδρυσης ραδιοσταθμών τοπικής ισχύος, από Δήμους και κοινότητες. Τέλος με το προεδρικό διάταγμα 25/1988 έχουμε την «απελευθέρωση» της ιδιωτικής ραδιοφωνίας, καθώς τέθηκαν οι όροι ίδρυσης τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών και από φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Σήμερα η κατανομή των ραδιοφωνικών συχνοτήτων γίνεται από το Εθνικό Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο(ΕΣΡ).



Εικόνα 5: Ο ραδιοφωνικός σταθμός του Πολυτεχνείου

Πηγή: Τσιτούνας Κ. & Πάνου Θ.Π. (2010) , «Εδώ Πολυτεχνείο...37 χρόνια μετά», online: <https://www.espressonews.gr/περιεχόμενα/45517/εδώ-πολυτεχνείο-37-χρόνια-μετά> (Τελευταία πρόσβαση, 23 Αυγούστου 2018)

1.4 Τηλεόραση

Προς τα μέσα του δέκατου όγδοου αιώνα, οι πρώτες ενδείξεις μιας νέας μεγάλης και διαχρονικής ανακάλυψης άρχισαν να διαφαίνονται. Μηχανικοί που πειραματίζονταν με διαφόρων ειδών ηλεκτρικές, οπτικές και μηχανικές τεχνολογίες επιχειρούσαν να απαθανατίσουν, να μεταφέρουν και να αναμεταδώσουν οπτικό υλικό, ή αλλιώς εικόνες.

Προς τα τέλη του δέκατου όγδοου αιώνα, και λίγο μετά την ανακάλυψη του τηλεφώνου, ξεκίνησε η ηλεκτρονική αναμετάδοση κινούμενων τηλεοπτικών εικόνων, γνωστή ως Τηλεφωνοσκόπιο.

Λίγο μετά, στις 25 Αυγούστου του 1900, αναφερόμενος στα έργα άλλων επιστημόνων, ο Ρώσος καθηγητής Constantin Perskyi χρησιμοποίησε για πρώτη φορά δημόσια τη λέξη «Television» στο πρώτο Διεθνές Συνέδριο Ηλεκτρισμού στο Παρίσι.

Έπειτα από 26 χρόνια, στις 23 Ιανουαρίου, ο Σκωτσέζος μηχανικός και εφευρέτης John Logie Baird προέβη στην πρώτη δημόσια παρουσίαση μιας μηχανικής τηλεοπτικής συσκευής, όπου εμφάνισε αληθινά πρόσωπα με ολοκληρωμένες διαβαθμίσεις φωτός και σκίασης και όχι απλά περιγράμματα ή φιγούρες.

Στην ουσία, η τηλεόραση είναι αποτέλεσμα σειράς θεωριών και ανακαλύψεων, όπως αυτών του ηλεκτρισμού, του φωτός, της λάμπας, της προβολής εικόνων, της κίνησης των εικόνων και πολλών άλλων.

Με το πέρασμα του χρόνου η τηλεόραση εξελίχθηκε, μπήκε για τα καλά στη ζωή μας και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας. Από τότε μέχρι τώρα η συσκευή έχει αλλάξει το σχήμα της, το μέγεθός της, την τεχνολογία της, και πλέον τις παροχές της. Είναι εντυπωσιακό το πόσο πολύ έχουν αλλάξει τα δεδομένα, πόσο διαφορετικά ξεκίνησε να λειτουργεί, με ασπρόμαυρο σήμα, στη συνέχεια με έγχρωμο και σήμερα με ψηφιακό. Η τηλεόραση ήταν, είναι και θα παραμένει η ιστορική ανακάλυψη που, όσα χρόνια κι αν περάσουν, θα είναι μέρος του προγράμματός μας.

1.4.1 Η Ιστορία της Τηλεόρασης στην Ελλάδα

Η **τηλεόραση στην Ελλάδα** ξεκίνησε για πρώτη φορά τη λειτουργία της το 1960 (Βαλούκος, 2008)¹⁵ με κάποιες πειραματικές εκπομπές που δεν μονιμοποιήθηκαν, ενώ ξεκίνησε να εκπέμπει τακτικά από τον Φεβρουάριο του 1966, από έναν δημόσιο τηλεοπτικό σταθμό και από δεύτερο σταθμό που λειτούργησε από τις Ένοπλες Δυνάμεις. Κατά τη διάρκεια της Χούντας των Συνταγματαρχών παγιώθηκε η δομή του προγράμματος με μείγμα ψυχαγωγίας και ενημέρωσης, η οποία ήταν τότε λογοκριμένη. Ο κρατικός έλεγχος στην τηλεόραση διατηρήθηκε και στη μεταπολίτευση, οπότε η ενημέρωση ήταν περισσότερο ελεύθερη, αλλά όχι πάντα αντικειμενική (Βώβου, 2006)¹⁶.

Το 1989, ενώ ήδη είχαν αρχίσει να εκπέμπουν ιδιωτικοί ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, επιτράπηκε η λειτουργία ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών, οι οποίοι σταδιακά επικράτησαν σε τηλεθέαση και επιρροή και επιδόθηκαν σε έντονο ανταγωνισμό στον ενημερωτικό και στον ψυχαγωγικό τομέα. Το τηλεοπτικό τοπίο, όπου κατά καιρούς λειτουργούσαν γύρω στα 150 κανάλια σε όλη τη χώρα, παρέμενε όμως άναρχο (Παναγιωτοπούλου, 2010)¹⁷ λόγω των καθυστερήσεων του κράτους να χορηγήσει μόνιμες άδειες.

Μέχρι και το καλοκαίρι του 2013 υπήρχαν τρία δημόσια κανάλια, η ET1 και η NET σαν εξέλιξη των δύο αρχικών, και η ET3 που εξέπεμπε από το 1988, και τα οποία σταμάτησαν να εκπέμπουν όταν έκλεισε η EPT για να δημιουργηθεί νέα εταιρεία, η Νέα Ελληνική Ραδιοφωνία, Ίντερνετ, Τηλεόραση (NEPIT)· μέχρι να ξεκινήσει το πρόγραμμα της η τελευταία, τον ρόλο του δημόσιου ραδιοτηλεοπτικού φορέα επιτελούσε η μεταβατική Δημόσια Τηλεόραση. Η EPT επανασυστάθηκε και λειτουργεί εκ νέου από τα μέσα του 2015. Υπάρχουν ακόμα δεκάδες ιδιωτικά κανάλια, πανελλαδικής και τα περισσότερα τοπικής και περιφερειακής εμβέλειας (Παναγιωτοπούλου, 2004)¹⁸. Λόγω της οικονομικής κρίσης πολλά κανάλια έκλεισαν ή περιόρισαν σημαντικά τις δραστηριότητές τους. Ακόμη υπάρχουν επίγεια συνδρομητικά δίκτυα, ενώ για ένα διάστημα αναμεταδίδονταν και κάποια ξένα δορυφορικά.

Στην Ελλάδα δεν υπάρχουν καλωδιακά δίκτυα (Παπαθανασόπουλος, 2007)¹⁹, όμως κάποια ιδιωτικά και η EPT εξέπεμπαν δορυφορικό πρόγραμμα, κυρίως για τους απόδημους Έλληνες. Περιορισμένες είναι οι προσπάθειες για αποκλειστικά ιντερνετικό περιεχόμενο ή για ιντερνετικά τηλεοπτικά κανάλια.

Στον τομέα του προγράμματος, τα ιδιωτικά δίκτυα ακολουθούν την καθιερωμένη διάκριση μεταξύ ενημέρωσης και ψυχαγωγίας, αν και η αναλογία μεταξύ των τομέων δεν είναι σταθερή, ενώ τα δημόσια δίκτυα δίνουν έμφαση στον πολιτισμό και στην εκπαίδευση. Στην ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης παρήχθησαν εκατοντάδες σίριαλ, τηλεταινίες και θεατρικά έργα όπως και πολλά ενημερωτικά και ψυχαγωγικά προγράμματα με σημαντική επίδραση στο κοινό. Πάντως, λόγω της οικονομικής κρίσης, η παραγωγή πρωτότυπου προγράμματος σημειώνει κάμψη και κυριαρχούν οι ξένες σειρές και οι επαναλήψεις παλαιών ελληνικών. (Βώβου, 2013)²⁰.

Η ελληνική τηλεόραση κατά καιρούς έχει κατηγορηθεί για έλλειψη αντικειμενικότητας στον ενημερωτικό τομέα εξαιτίας της χειραγώγησης των δημόσιων δικτύων από τις μεταπολιτευτικές κυβερνήσεις (Παπαθανασόπουλος, 1990)²¹ και εξαιτίας του ότι τα ιδιωτικά δίκτυα προβάλλουν τα επιχειρηματικά ή πολιτικά συμφέροντα των ιδιοκτητών τους. Τα ιδιωτικά κανάλια έχουν ακόμη επικριθεί για το χαμηλής ποιότητας πρόγραμμα στον ψυχαγωγικό και τον ενημερωτικό τομέα.

Σε ό,τι αφορά το νομικό πλαίσιο, αυτό είναι σαφέστερο για τα δημόσια τηλεοπτικά δίκτυα, αλλά τα ιδιωτικά (ιδίως τα επαρχιακά) εξακολουθούν να μην έχουν όλα άδειες εκπομπής όπως σε άλλες χώρες. Το κράτος ρυθμίζει τα ραδιοτηλεοπτικά ζητήματα μέσα από ανεξάρτητη, συνταγματικά κατοχυρωμένη αρχή, το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, που ιδρύθηκε το 1989.

-
- ¹⁵ Βλ. Βαλούκος Στ. (2008), «*Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης*». Αθήνα, εκδόσεις Αιγόκερως, σελ 25-26
- ¹⁶ Βλ. Νονου Ι. (2006), «*Histoire politique de la télévision en Grèce*», Le Temps des médias (Printemps), page 261
- ¹⁷ Βλ. Παναγιωτοπούλου Ρ. (2010), «*20 χρόνια ελληνικής ιδιωτικής τηλεόρασης (1989-2009): Ένας απολογισμός*», *Ζητήματα Επικοινωνίας*, σελ 12-13
- ¹⁸ Βλ. Παναγιωτοπούλου Ρ. (2004), «*Η τηλεόραση εκτός των τειχών*», Αθήνα, εκδόσεις Καστανιώτη.
- ¹⁹ Βλ. Papathanassopoulos S. (2007), «*The Development of Digital Television in Greece*», *Javnost-The Public* 93-98
- ²⁰ Βλ. Βώβου Ι. (2013), «*Κρίση και στα ΜΜΕ: Η τηλεοπτική κουλτούρα της κρίσης*», συλλογικό έργο, 1^η έκδοση, Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση
- ²¹ Βλ. Papathanassopoulos S. (1990), «*Broadcasting, Politics and the State of Socialist Greece*», *Media, Culture & Society* 12 (3), pages 387-397

1.4.2 Έγχρωμη Τηλεόραση

Η τηλεόραση δεν εφευρέθηκε από έναν άνθρωπο. Η σειρά των γεγονότων τα οποία οδήγησαν στην τηλεόραση άρχισαν το 1817. Αρχικά, το τηλεοπτικό σήμα ήταν ασπρόμαυρο. Αργότερα επιχειρήθηκε η μετάδοση έγχρωμου σήματος. Τέθηκε ως απαραίτητη προϋπόθεση η συμβατότητα μεταξύ ασπρόμαυρων και έγχρωμων εκπομπών. Το 1956 ένα μικρό δίκτυο στο Σικάγο πέτυχε την πρώτη έγχρωμη πειραματική αναμετάδοση όπου καθιερώθηκε οριστικά στις ΗΠΑ το 1962 και στην υπόλοιπη Ευρώπη το 1967.

Η έγχρωμη τηλεόραση βασίζοταν σε μέθοδο που πρώτος πρότεινε ο Τζον Μπερντ, τη μέθοδο της κλασική αρχή της τριχρωμίας, δηλαδή στην ανάλυση της εικόνας στα τρία βασικά χρώματα (κόκκινο, πράσινο και γαλάζιο) και έπειτα στην υπέρθεση των τριών εικόνων που προκύπτουν απ' αυτή. Σήμερα χρησιμοποιούνται σωλήνες που περιέχουν οθόνες οι οποίες αποτελούνται από πολυάριθμα στοιχεία, που το καθένα τους μπορεί να δώσει ένα από τα τρία χρώματα που προαναφέρθηκαν, όταν διεγερθεί σε φθορισμό. Ένας τέτοιος σωλήνας αποτελείται από τρία ηλεκτρονικά πυροβόλα, που το καθένα απ' αυτά μπορεί να διεγείρει στοιχεία μόνο του ενός από τα βασικά χρώματα.

Στις 6 Ιανουαρίου του 1979 εισέρχεται η έγχρωμη μετάδοση στην ελληνική τηλεόραση με το σύστημα SECAM και αρχίζουν να μεταδίδονται οι πρώτες έγχρωμες εκπομπές. Πρόκειται για μια δωρεά από τη γαλλική τηλεόραση που έμελλε να αλλάξει μια για πάντα τον τρόπο που θα βλέπαμε τηλεόραση. Το πρώτο ελληνικό σήριαλ που θα μεταδιδόταν με χρώμα ήταν η «Εκάτη», μια διασκευή του μυθιστορήματος του Κ.Πολίτη, πρόκειται για μια κοινωνική σειρά η οποία αποτελούνταν από 13 επεισόδια των 45 λεπτών.

1.4.3 Ιδιωτική τηλεόραση στην Ελλάδα

Δέκα χρόνια μετά το 1980, ξεκίνησε η μεγάλη περιπέτεια της ιδιωτικής τηλεόρασης, που σάρωσε κυριολεκτικά το κατεστημένο της ΕΡΤ, αφού η δημόσια τηλεόραση έχασε την αξιοπιστία της, τους τηλεθεατές της και έπεσε στην αφάνεια.

Το καλοκαίρι του 1989, κι ενώ επικρατούσε χάος στις ερτζιανές συχνότητες, η κυβέρνηση Τζανετάκη με τον νομο 1866/1989 προχώρησε στην νομιμοποίηση της λειτουργίας της «μη κρατικής ραδιοφωνίας και τηλεόρασης», δίνοντας προσωρινή άδεια λειτουργίας σε δυο ιδιωτικά κανάλια, στο Mega, και στη Νέα Τηλεόραση.

Το Mega ξεκίνησε στις 20 Νοεμβρίου 1989 και ήταν ο πρώτος τηλεοπτικός σταθμός που λειτούργησε στην Ελλάδα, εγκαινιάζοντας την εποχή της ιδιωτικής τηλεόρασης στη χώρα μας. Το πρώτο αξιόλογο σήριαλ που παρουσιάστηκε στο Mega ήταν ο πολύ ατμοσφαιρικός «Επισκέπτης της ομίχλης» του Αντώνη Τέμπου, ενώ πρώτη κωμική σειρά ήταν «Οι Αυθαίρετοι» του Βασίλη Νεμέα (1989) σε σκηνοθεσία του Νίκου Κουτελιδάκη. Λίγες εβδομάδες αργότερα, πάλι στο Mega, εμφανίστηκαν «Οι Τρεις Χάριτες» (1990-1992) της συγγραφικής дуάδας Μιχάλη Ρέππα και Θανάση Παπαθανασίου, σειρά που δημιούργησε με την επιτυχία της έναν μικρό θρύλο.

Την επόμενη σεζόν (1991), ήταν η σειρά των «Απαράδεκτων», μιας ακόμα σειράς του Mega που άφησε «εποχή». Η επιτυχία αυτών των τριών πρώτων κωμικών σειρών συγκατοίκησης δημιούργησε «μόδα» και μια προσπάθεια μίμησης στην οποία θυσίασαν πολλοί σεναριογράφοι.

Άλλες σειρές που πέρασαν στην ιστορία της τηλεόρασης ήταν και οι «Δις Εξαμαρτείν» και «Ντόλτσε Βίτα». Ξεχωριστή περίπτωση οι «Δέκα Μικροί Μήτσοι» του Λάκη Λαζόπουλου που προβλήθηκαν επί 8 χρόνια-ένα σπάνιο τηλεοπτικό γεγονός.

Κι ενώ η Νέα Τηλεόραση ουδέποτε εμφανίστηκε με πρόγραμμα στις συχνότητες, την Παραμονή Πρωτοχρονιάς 1989 έκανε την είσοδο του στο τηλεοπτικό τοπίο το δεύτερο μεγάλο ιδιωτικό κανάλι, ο ANT1. Την παρουσίαση του κεντρικού δελτίου ειδήσεων ανέλαβε ο γνωστός δημοσιογράφος Τέρενς Κουίκ, που παραιτήθηκε για τον σκοπό αυτό από την ET1.

Τρία χρόνια μετά, το 1993, ο ANT1 βγήκε από τα σύνορα της Ελλάδας και με τη δημιουργία δυο συνδρομητικών καναλιών, του ANT1 Satellite το 1993 και του ANT1 Pacific το 1997, έγινε ζωντανή γέφυρα επικοινωνίας της πατρίδας με τους απόδημους Έλληνες στην Αυστραλία και την Αμερική. Την ίδια χρονιά δημιουργήθηκε και ο ANT1 TV Κύπρου. Μια από τις πρωτιές του ήταν η πρωινή ζώνη ενημέρωσης και ψυχαγωγίας, που ξεκίνησε το 1991 με το «Καλημέρα Ελλάδα» και τον «Πρωινό Καφέ», εκπομπές που συνεχίζονται μέχρι σήμερα.

Το 1993 βγήκε για πρώτη φορά στον αέρα το ιδιωτικό κανάλι ΣΚΑΪ. Ένα κανάλι με καθαρά ενημερωτικό προφίλ, αφού μετέδιδε μόνο ειδήσεις και ενημερωτικές εκπομπές της τρέχουσας επικαιρότητας. Το 1997 το ΣΚΑΪ άλλαξε ιδιοκτησιακό καθεστώς και μετονομάστηκε αρχικά σε Alpha-skai και στη συνέχεια σε Alpha. Το κανάλι με την νέα του ονομασία ξεκίνησε μια πορεία μετάβασης σε μια νέα εποχή.

Στις 4 Δεκεμβρίου το 1993 έστειλε το σήμα του στον τηλεοπτικό αέρα της Ελλάδας άλλο ένα ιδιωτικό κανάλι, το Star Channel. Με περισσότερα από 100 ιδιόκτητα κέντρα εκπομπής,

καλύπτοντας το 95% του πληθυσμού της χώρας, έχει περάσει στη συνείδηση των τηλεθεατών ως το κανάλι με τις καλύτερες ξένες ταινίες και σειρές, γεγονός για το οποίο έχει βραβευτεί δυο φορές από τα τηλεοπτικά βραβεία «Πρόσωπα» του περιοδικού «TV Έθνος».

Από το 1999 το Star περιλήφθηκε στο δορυφορικό ψηφιακό πακέτο της Nova. Επίσης το πρόγραμμα του μεταδίδεται μέσω του δορυφόρου Hotbird της Eutelsat, το οποίο παρακολουθούν συνδρομητές από τα Βαλκάνια, τις χώρες της Δτικής Ευρώπης, της Μεσογείου και της Μ.Ανατολής.

Στις 29 Οκτωβρίου του 2000 βγήκε στον αέρα το Alter Channel με παρουσιαστή στο κεντρικό δελτίο ειδήσεων τον Νίκο Αλιάγα. Στο πρόγραμμα ακολούθησε ο Θανάσης Λάλας με την εκπομπή «Ένας κι Ένας». Βασικοί συνεργάτες του σταθμού και παρουσιαστές των δελτίων ήταν η Αλεξάνδρα Καπελεντζή και ο Άκης Παυλόπουλος. Πριν δημιουργηθεί το Alter η ανώνυμη εταιρία, Ελεύθερη Τηλεόραση, που ιδρύθηκε το 1990, με το Κανάλι 29 ήταν ο πρώτος ιδιωτικός σταθμός ο οποίος είχε εκπέμψει τον Οκτώβριο του 1989.

Το παλιό New Channel μετονομάστηκε σε Τεμπο, ενώ το τηλεοπτικό τοπίο συμπλήρωναν και πολλά άλλα μικρότερα κανάλια.

Ένα ακόμη στοιχείο της νέας τηλεοπτικής πραγματικότητας ήταν η επιδίωξη δημιουργίας νέων «σταρ» στον τομέα της ψυχαγωγίας. Ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του '90 είχαμε την παρουσίαση του φαινομένου της Ρούλας Κορομηλά, της πρώτης «Σταχτοπούτας» της ελληνικής τηλεόρασης.

Δημοσιογράφοι όπως η Λιάνα Κανέλλη, Άννα Παναγιωταρέα, Πάνος Παναγιωτόπουλος, Γιάννης Πρετεντέρης, Παύλος Τσίμας, Στέλιος Κούλογλου, Νίκος Χατζηνικολάου, Τέρενς Κουίκ, Παντελής Καψής διέπρεψαν αυτή την περίοδο, διατηρώντας ο καθένας το προσωπικό του στυλ, ενώ αξιοσημείωτος είναι ο τρόπος παρουσίασης του δελτίου ειδήσεων από τον Νίκο Ευαγγελάτο.

Στο ίδιο χρονικό διάστημα οι διοικήσεις στα δυο κρατικά κανάλια άλλαζαν με τόσο γρήγορους ρυθμούς που δεν μπορούσε να παρακολουθήσει κανείς και να συγκρατήσει ονόματα: Ροδόλφος Μορώνης, Μιχάλης Δημητρίου, Θανάσης Βαλτινός, Δημήτρης Γιανναράκος, Δημήτρης Κατσίμης, Τάσος Αλεξίου, Γιώργος Σταματελόπουλος, Ευτύχιος Γιαννακόπουλος, Παναγιώτης Παναγιώτου και άλλοι, έκατσαν κατά καιρούς στην «ηλεκτική» καρέκλα των κρατικών καναλιών.

Την περίοδο μάλιστα 1993-94 η ανυποληψία των κρατικών καναλιών άγγιξε το ναδίρ. Αντιμετώπισαν ακόμα και απεργίες, πικετοφορίες και πορείες διαμαρτυρίας των σκηνοθετών και των παραγωγών, οι οποίοι κατασκήνωσαν στο κρατικό ραδιομέγαρο της Αγίας Παρασκευής απαιτώντας «εδώ και τώρα» την εξόφληση των οφειλομένων. Επακόλουθο αυτών των γεγονότων ήταν τα κρατικά κανάλια να χαρακτηριστούν ως «γίγαντες σε λήθαργο» και να βυθιστούν σε χειμερία νάρκη, από την οποία δεν έχουν συνέλθει ακόμα, παρά τις διάφορες κατά καιρούς σπασμωδικές ενέργειες.

Το 1994 ήταν σταθμός στην ιστορία της ΕΡΤ3, καθώς με νομοθετική ρύθμιση απέκτησε διοικητική, οικονομική και προγραμματική αυτοτέλεια. Μια νέα εποχή άρχισε. Με όραμα και σταθερά βήματα, διοίκηση και εργαζόμενοι προχώρησαν στην δημιουργία μιας σύγχρονης και δυναμικής περιφερειακής τηλεόρασης. Η διοικητική αυτοτέλεια της ΕΡΤ3 εξασφαλίστηκε με τη σύσταση Διοικούσας Επιτροπής και την οικονομική αυτοδυναμία.

Κατά τη διάρκεια αυτής της ιστορικής περιόδου η ΕΡΤ αγωνίστηκε να ανακτήσει το χαμένο έδαφος που της «άρπαξαν» τα ιδιωτικά κανάλια με την δυναμική παρουσία τους.

Το 1996 «βγήκε στον αέρα» και το Teletext της ΕΤ3, μια νέα τότε υπηρεσία για την ενημέρωση του πολίτη. Το πρώτο περιφερειακό τηλεοπτικό στούντιο της ΕΤ3 δημιουργήθηκε στη Φλώρινα και ακολούθησαν το 1998 η Μυτιλήνη και η Κομοτηνή. Το τρίτο κανάλι της δημόσιας τηλεόρασης, ήταν παντού, όπου χτυπούσε ο σφυγμός της Βόρειας Ελλάδας.

Δημιουργήθηκε το δορυφορικό πρόγραμμα μετά από διακρατική συμφωνία των κυβερνήσεων Ελλάδας-Κύπρου σαν προσπάθεια προσέγγισης της ομογένειας και του διεθνούς κοινού. Το σήμα της δορυφορικής ΕΡΤ λαμβάνεται σε Ευρώπη και Βόρεια Αφρική, στις χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης και στη Μέση Ανατολή.

Το 1997 επιτεύχθηκε με νομοθετική ρύθμιση η διαφοροποίηση της φυσιογνωμίας των τηλεοπτικών καναλιών της ΕΡΤ. Η ΕΤ1 έγινε πλέον το πρώτο πολυσυλλεκτικό ψυχαγωγικό κανάλι της δημόσιας τηλεόρασης ενώ η ΕΤ2 μετονομάστηκε σε ΝΕΤ (Νέα Ελληνική Τηλεόραση) και καθιερώθηκε ως ενημερωτικό και δημοσιογραφικό κανάλι. Οι πρώτες επιφυλάξεις για την «αποτυχία» του εγχειρήματος ξεπεράστηκαν και η ΝΕΤ έγινε αποδεκτή από τους τηλεθεατές, καθώς βελτιώθηκε η φυσιογνωμία της.

Το 1997 η ΕΡΤ επιχείρησε άλλο ένα μεγάλο άλμα: το πρόγραμμα άρχισε να εκπέμπεται προς Αμερική και Καναδά. Ένα χρόνο αργότερα το κοινό διευρύνθηκε σημαντικά: το πρόγραμμα εντάχθηκε στα καλωδιακά δίκτυα της Γερμανίας και του Βελγίου. (Tempo.gr, 2009)²²

²² Βλ. Tempo.gr (2009), «*Η ιδιωτική Τηλεόραση 1989-2000*», online: <http://www.tempo.gr/forum/viewtopic.php?f=29&t=228>, (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)

1.4.4 Το Ζάπινγκ μπαίνει στη ζωή μας!

Το 1988, η πίεση του κόσμου που ζητά κάτι νέο στις τηλεοπτικές συνήθειες, αναγκάζει την κρατική τηλεόραση να «συμφωνήσει» με 6 δορυφορικά κανάλια για την επίγεια αναμετάδοσή τους στην Αθήνα και άλλες μεγάλες πόλεις, συμπεριλαμβανομένης και της Θεσσαλονίκης.

Την Δευτέρα, 24 Οκτωβρίου 1988, ξεκινά ανεπίσημα στην Αθήνα, η αναμετάδοση των πρώτων δορυφορικών καναλιών που ολοκληρώνεται 2 μέρες μετά, όταν πλέον στον αέρα βρίσκονται 6 συνολικά προγράμματα. Η επιλογή της ΕΡΤ πάντως όσον αφορά το ποια κανάλια θα μετέδιδε κρίθηκε εκ του αποτελέσματος ως πετυχημένη. Τα πρώτα έξι δορυφορικά κανάλια στην Αθήνα ήταν τα εξής:

1. **Super Channel (Μ. Βρετανία):** Πρόγραμμα ποικίλης ύλης, με πολλή μουσική και παιδικά προγράμματα τα πρωινά, τηλεπαιχνίδια, πανευρωπαϊκά δελτία καιρού και διάφορα σήριαλ τα μεσημέρια, ενώ τα βράδια μεταδίδονταν ταινίες, σόου κλπ.

2. **TV5 Europe (Γαλλία):** Είναι το μοναδικό (μαζί με το CNN) κανάλι που επιβιώνει ακόμα στον αθηναϊκό τηλεοπτικό χάρτη από εκείνα τα 6 πρώτα. Στα συν του η γαλλική γλώσσα που ομιλείται από αρκετούς στην Ελλάδα, πολλά τηλεπαιχνίδια, εκπομπές μαγειρικής από Γάλλους σεφ, ταινίες και ειδήσεις από γαλλόφωνες περιοχές του πλανήτη.

3. **SAT1 (Γερμανία):** Ένα πολύ καλό γερμανικό κανάλι ποικίλης ύλης, με πρωινά μαγκαζίνο και παιδικά τα Σαββατοκύριακα, ταινίες, σόου, μουσική και σήριαλ.

4. **RAIDUE (Ιταλία):** Το δεύτερο κρατικό κανάλι της Ιταλίας συμπλήρωνε μαζί με τα προαναφερόμενα, μια τετράδα προγραμμάτων από τις μεγαλύτερες χώρες της Ευρώπης. Πλεονεκτήματα του καναλιού η μετάδοση του ιταλικού πρωταθλήματος ποδοσφαίρου, φαντασμαγορικών σόου τύπου Ciao Ant1 και Μπράβο και άλλων εκπομπών από τους μετρ του είδους Ιταλούς, πολύ πριν έρθουν στην ελληνική τηλεόραση.

5. **CNN International (Η.Π.Α):** Το πασίγνωστο ενημερωτικό κανάλι την εποχή που δεν είχε γίνει ακόμα τόσο διάσημο όσο είναι σήμερα, καθώς δεν είχε μεσολαβήσει ο Πόλεμος του Κόλπου.

6. **Horizon (ΕΣΣΔ):** Ίσως το πιο αδιάφορο από τα 6 κανάλια, κατά πολλούς επιλέχθηκε ως το κομμουνιστικό αντίβαρο στα καπιταλογενή δυτικοευρωπαϊκά κανάλια. Σε γλώσσα που ελάχιστοι μιλούσαν στην Αθήνα, και μάλλον αδιάφορα προγράμματα που θύμιζαν ελληνική τηλεόραση του 70, ήταν ο πρόγονος του καναλιού ORTi που μεταδίδεται σήμερα στον Hot Bird. (Gazzetta.gr)²³.

²³ Βλ. Gazzetta.gr, επιμέλεια Γεωργόπουλος Γ., «Τα δορυφορικά κανάλια των παιδικών μας χρόνων», online: <http://www.gazzetta.gr/weekend-journal/article/1148338/ta-doryforika-kanalia-ton-paidikon-mas-hronon> (Τελευταία πρόσβαση, 28 Ιουλίου 2018)

1.5 Διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο (Internet) αποτελείται από εκατομμύρια υπολογιστές, που βρίσκονται διασκορπισμένοι σε όλον τον πλανήτη και επικοινωνούν μεταξύ τους, ανταλλάσσοντας δεδομένα.

Το όνομα Διαδίκτυο είναι μία σύνθετη λέξη που παράγεται από τις λέξεις Διασύνδεση Δικτύων. Στα αγγλικά ο όρος Internet γεννήθηκε από τη συνένωση των λέξεων International Network (Διεθνές Δίκτυο Υπολογιστών).

Το Διαδίκτυο παρομοιάζεται με υπερλεωφόρο των πληροφοριών (super-highway). Καθημερινά διακινούνται πλήθος δεδομένων, με οποιαδήποτε μορφή, φέρνοντας μας κοντά σε ένα τεράστιο αριθμό πηγών πληροφόρησης. Κείμενα, εικόνες, ήχοι, μουσικές και βίντεο συνυπάρχουν σε μια εκπληκτικά μεγάλη συλλογή από ψηφιακά έγγραφα. Τα ψηφιακά αυτά έγγραφα ονομάζονται ιστοσελίδες και βρίσκονται αποθηκευμένα σε διάφορους υπολογιστές ανά τον κόσμο. Όλες οι ιστοσελίδες μαζί συγκροτούν μία από τις πιο σημαντικές υπηρεσίες του Διαδικτύου: τον Παγκόσμιο Ιστό (World Wide Web – WWW).

Ένας υπολογιστής του Διαδικτύου δεν είναι μόνο μία υπολογιστική μηχανή, αλλά και ένα μέσο που μας δίνει τη δυνατότητα να επικοινωνούμε με την παγκόσμια κοινότητα. Το Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (email), η Συνομιλία (chat), η Τηλεδιάσκεψη (Teleconference) και οι Ομάδες Συζητήσεων (Newsgroups) είναι μερικές από τις βασικότερες υπηρεσίες που μας παρέχει το Διαδίκτυο, ώστε να επικοινωνούμε με ανθρώπους από διάφορα μέρη του πλανήτη.

1.5.1 Το Διαδίκτυο και η επικοινωνία

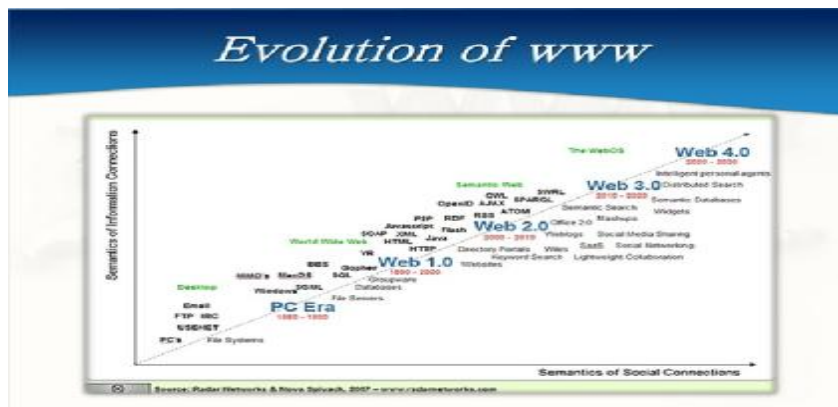
Με την εμφάνιση οποιουδήποτε νέου μέσου, ο τομέας της επικοινωνίας αναμφισβήτητα επηρεάζεται. Η επίδραση αυτή πηγάζει κυρίως από την τεχνολογία του νέου μέσου. Σε τι επίπεδο μπορεί η τεχνολογία του διαδικτύου να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν και πληροφορούνται μαζικά οι άνθρωποι; Υπάρχουν διαφορετικές και αντικρουόμενες προσεγγίσεις πάνω στο θέμα.

Σύμφωνα με την προσέγγιση της «ιντερνετοφιλίας» (ένα μείγμα κλασικής «πλουραλιστικής» προσέγγισης και τεχνολογικού «ντετερμινισμού»), το Διαδίκτυο, αλλά και η ψηφιακή τεχνολογία γενικότερα, έχουν την ικανότητα να δημιουργούν «εικονικούς χώρους», «εικονικές κοινότητες», όπου παύουν να υφίστανται οι κοινωνικές και πολιτιστικές διαχωριστικές γραμμές που υπάρχουν στον πραγματικό κόσμο και που τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας αδυνατούν να ξεπεράσουν εύκολα. Η επικοινωνία μέσω του διαδικτύου καθίσταται άμεση και αμφίδρομη. Δίνεται η δυνατότητα σε κάθε χρήστη ηλεκτρονικού υπολογιστή συνδεδεμένου στο Διαδίκτυο, να πληροφορηθεί αλλά και να πληροφορήσει ανταλλάσσοντας απόψεις μέσω ενός πιο συμμετοχικού και λιγότερο ελεγχόμενου διαύλου επικοινωνίας.

Οι χρήστες αποκτούν ολοένα και περισσότερο την ιδιότητα του παγκοσμίου πολίτη. Υπάρχει έντονη τάση, ήδη από την αρχή της εμφάνισής του διαδικτύου, να θεωρείται ένα άκρως δημοκρατικό μέσο μαζικής επικοινωνίας, το οποίο αποδιαμεσολαβεί την επικοινωνία και καθιστά ισχυρότερο τον μέσο άνθρωπο, καθώς δίνει στον τελευταίο τη δυνατότητα πρόσβασης σε μεγάλο όγκο πληροφοριών συγκεντρωμένων σε ένα «χώρο» και την δυνατότητα της προσωπικής επιλογής των πληροφοριών αυτών. Συνεπώς, η βασική θέση της προσέγγισης αυτής είναι ότι το Διαδίκτυο θα εκδημοκρατίσει την κοινωνία με το να βελτιώσει την επικοινωνία καταργώντας την ανάγκη για διαμεσολάβηση.

1.5.2 Η Τεχνολογία του Διαδικτύου

Το Διαδίκτυο είναι επικοινωνιακό δίκτυο που επιτρέπει την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ οποιουδήποτε διασυνδεδεμένου υπολογιστή. Η τεχνολογία του είναι κυρίως βασισμένη στην διασύνδεση επιμέρους δικτύων ανά τον κόσμο και σε πολυάριθμα πρωτόκολλα επικοινωνίας. Στην πιο εξειδικευμένη και περισσότερο χρησιμοποιούμενη μορφή του, με τον όρο Διαδίκτυο περιγράφεται το παγκόσμιο πλέγμα διασυνδεδεμένων υπολογιστών και των υπηρεσιών και πληροφοριών που παρέχει στους χρήστες του. Το Διαδίκτυο χρησιμοποιεί (μεταγωγή πακέτων) και τη (στοίβα πρωτοκόλλων) Σήμερα, ο όρος διαδίκτυο κατέληξε στο να αναφέρεται στο παγκόσμιο αυτό δίκτυο. Για να ξεχωρίζει, το παγκόσμιο αυτό δίκτυο γράφεται με κεφαλαίο το αρχικό «Δ». Η τεχνική της διασύνδεσης δικτύων μέσω μεταγωγής πακέτων και της στοίβας πρωτοκόλλων ονομάζεται «Διαδικτύωση».



Εικόνα 6 : Η ιστορική εξέλιξη του Παγκόσμιου Ιστού

Πηγή : Titan ThinkTank (2016), «Web 3.0: The Third Generation Web is Coming», online: <https://plus.google.com/103946072733536767958/posts/iXgTea7LmCA> (Τελευταία πρόσβαση, 23 Αυγούστου 2018)

1.5.3 Η Ιστορία του Διαδικτύου

Οι πρώτες απόπειρες για την δημιουργία ενός διαδικτύου ξεκίνησαν στις ΗΠΑ κατά την διάρκεια του ψυχρού πολέμου. Η Σοβιετική Ένωση είχε ήδη στείλει στο διάστημα τον δορυφόρο Σπυτνικ 1 κάνοντας τους Αμερικανούς να φοβούνται όλο και περισσότερο για την ασφάλεια της χώρας τους. Θέλοντας λοιπόν να προστατευτούν από μια πιθανή πυρηνική επίθεση των Ρώσων δημιούργησαν την υπηρεσία προηγμένων αμυντικών ερευνών *ARPA* (Advanced Research Project Agency) γνωστή ως *DARPA* (Defense Advanced Research Projects Agency) στις μέρες μας. Αποστολή της συγκεκριμένης υπηρεσίας ήταν να βοηθήσει τις στρατιωτικές δυνάμεις των ΗΠΑ να αναπτυχθούν τεχνολογικά και να δημιουργηθεί ένα δίκτυο επικοινωνίας το οποίο θα μπορούσε να επιβιώσει σε μια ενδεχόμενη πυρηνική επίθεση.

Το αρχικό θεωρητικό υπόβαθρο δόθηκε από τον Τζ. Λικλάιντερ που ανέφερε σε συγγράμματά του το «γαλαξιακό δίκτυο». Η θεωρία αυτή υποστήριζε την ύπαρξη ενός δικτύου υπολογιστών που θα ήταν συνδεδεμένοι μεταξύ τους και θα μπορούσαν να ανταλλάσσουν γρήγορα πληροφορίες και προγράμματα. Το επόμενο θέμα που προέκυπτε ήταν ότι το δίκτυο αυτό θα έπρεπε να ήταν αποκεντρωμένο έτσι ώστε ακόμα κι αν κάποιος κόμβος του δεχόταν επίθεση να υπήρχε δίοδος επικοινωνίας για τους υπόλοιπους υπολογιστές. Τη λύση σε αυτό έδωσε ο Πολ Μπάραν με τον σχεδιασμό ενός κατακεντρωμένου δικτύου επικοινωνίας που χρησιμοποιούσε την ψηφιακή τεχνολογία. Πολύ σημαντικό ρόλο έπαιξε και η θεωρία ανταλλαγής πακέτων του Λέοναρντ Κλάινροκ, που υποστήριζε ότι πακέτα πληροφοριών που θα περιείχαν την προέλευση και τον προορισμό τους μπορούσαν να σταλούν από έναν υπολογιστή σε έναν άλλο.

Στηριζόμενο λοιπόν σε αυτές τις τρεις θεωρίες δημιουργήθηκε το πρώτο είδος διαδικτύου γνωστό ως *ARPANET*. Εγκαταστάθηκε και λειτούργησε για πρώτη φορά το 1969 με 4 κόμβους μέσω των οποίων συνδέονται 4 μίνι υπολογιστές (mini computers 12k): του πανεπιστημίου της Καλιφόρνια στην Σάντα Μάρμπαρα του πανεπιστημίου της Καλιφόρνια στο Λος Άντζελες, το *SRI* στο Στάνφορντ και το πανεπιστήμιο της Γιούτα. Η ταχύτητα του δικτύου έφθανε τα 50 kbps και έτσι επιτεύχθηκε η πρώτη dial up σύνδεση μέσω γραμμών τηλεφώνου. Μέχρι το 1972 οι συνδεδεμένοι στο *ARPANET* υπολογιστές έχουν φτάσει τους 23, οπότε και εφαρμόζεται για πρώτη φορά το σύστημα διαχείρισης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail)

Παράλληλα δημιουργήθηκαν και άλλα δίκτυα, τα οποία χρησιμοποιούσαν διαφορετικά πρωτόκολλα (όπως το x.25 και το *UUCP*) τα οποία συνδέονταν με το *ARPANET*. Το πρωτόκολλο που χρησιμοποιούσε το *ARPANET* ήταν το *NCP* (Network Control Protocol), το οποίο, όμως, είχε το μειονέκτημα ότι λειτουργούσε μόνο με συγκεκριμένους τύπους υπολογιστών. Το 1974 λοιπόν, δημοσιεύεται η μελέτη των Βιντ Σερφ και Μπομπ Κάαν από την οποία προέκυψε το πρωτόκολλο *TCP* (Transmission Control Protocol) που αργότερα το 1978 έγινε *TCP/IP*, προσετέθη δηλαδή το *Internet Protocol* (*IP*), ώσπου το 1983 έγινε το μοναδικό πρωτόκολλο που ακολουθούσε το *ARPANET*

Το 1984 υλοποιείται το πρώτο *DNS* (Domain Name System) (σύστημα στο οποίο καταγράφονται 1000 κεντρικοί κόμβοι και οι υπολογιστές του διαδικτύου πλέον αναγνωρίζονται από διευθύνσεις κωδικοποιημένων αριθμών. Ένα ακόμα σημαντικό βήμα στην ανάπτυξη του Διαδικτύου έκανε το Εθνικό Ίδρυμα Επιστημών (National Science Foundation, *NSF*) των ΗΠΑ, το οποίο δημιούργησε την πρώτη διαδικτυακή πανεπιστημιακή ραχοκοκαλιά (backbone), το *NSFNet*, το 1986. Ακολούθησε η ενσωμάτωση άλλων σημαντικών δικτύων, όπως το *Usenet*, το *Fidonet* και το *Bitnet*.

Ο όρος Διαδίκτυο/Ίντερνετ ξεκίνησε να χρησιμοποιείται ευρέως την εποχή που συνδέθηκε το ARPANET με το NSFNet και Internet σήμαινε οποιοδήποτε δίκτυο χρησιμοποιούσε TCP/IP. Η μεγάλη άνθιση του Διαδικτύου όμως, ξεκίνησε με την εφαρμογή της υπηρεσίας του Παγκόσμιου Ιστού από τον Τιμ Μπέρνερς-Λι στο ερευνητικό ίδρυμα CERN το 1989, ο οποίος είναι στην ουσία, η «πλατφόρμα», η οποία κάνει εύκολη την πρόσβαση στο Ίντερνετ, ακόμα και στη μορφή που είναι γνωστό σήμερα.

Κεφάλαιο 2^ο Οι νέοι και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Τα παιδιά σήμερα γεννιούνται σ' έναν κόσμο, όπου τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και ενημέρωσης εμπλέκονται στενά με την καθημερινή ζωή και διαμεσολαβούν τις σχέσεις και τις εμπειρίες τους. Τηλεόραση, κινηματογράφος, διαδίκτυο, ηλεκτρονικά παιχνίδια, κινητά τηλέφωνα, φωτογραφίες, κόμικς, βίντεο, αφίσες αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της καθημερινής τους ζωής. Εκπαιδεύονται σε πολυπληροφοριακά περιβάλλοντα και τον ελάχιστο ελεύθερο χρόνο τους τον περνούν μπροστά σε μία οθόνη (της τηλεόρασης, του υπολογιστή, του κινητού τηλεφώνου ή του ηλεκτρονικού παιχνιδιού).

Ως προς την κοινωνική τους ανάπτυξη, οι έφηβοι καλούνται να εκπληρώσουν τους εξής στόχους: α) να δημιουργήσουν σχέσεις αγάπης και στοργής με άλλα άτομα, β) να γνωρίσουν αποδοχή και να βιώσουν το αίσθημα του «ανήκειν» σε μία ομάδα και γ) να δημιουργήσουν οικείες διαπροσωπικές σχέσεις. Οι συνομήλικοι διαδραματίζουν ένα κρίσιμο ρόλο σε αυτή τη διαδικασία, καθώς η θετική σχέση με τους συνομηλίκους είναι σημαντική για την ψυχοκοινωνική τους προσαρμογή. Αρκετές μελέτες σχετικά με την επίδραση των αλληλεπιδράσεων, που λαμβάνουν χώρα στο διαδίκτυο, κατά την ανάπτυξη των εφήβων, υποδεικνύουν ότι η συστηματική και πολύωρη χρήση του διαδικτύου μπορεί να παρεμποδίσει την υγιή κοινωνική ανάπτυξη, οδηγώντας σε κοινωνική απομόνωση και κατάθλιψη (Hackett & Zhao, 2004)²⁴.

Ωστόσο, νεότερες έρευνες υποστηρίζουν ότι η χρήση του διαδικτύου μειώνει την κοινωνική απομόνωση, διότι βοηθά τους εφήβους να συνδεθούν με άλλα άτομα και συμβάλλει στη διερεύνηση της ταυτότητάς τους (Suzuki & Calzo, 2004)²⁵. Ιδιαίτερα όταν οι έφηβοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να αποκτήσουν κοινωνικές συναλλαγές με άλλα άτομα σε πραγματικές συνθήκες, τείνουν να έχουν περισσότερους φίλους, περισσότερες κοινωνικές δεξιότητες και καλύτερη κοινωνική προσαρμογή από τους συνομηλίκους τους που είναι περισσότερο εσωστρεφείς και αποσυρμένοι και οι οποίοι καταναλώνουν τον περισσότερο χρόνο τους στο διαδίκτυο σε μοναχικού τύπου δραστηριότητες.

²⁴ Hackett A.R. & Yuezhi Zhao (2004), «*Democratizing Global Media, One World, Many Struggles*», Publisher Rowman & Littlefield

²⁵ Suzuki L.K. & Calzo J.P. (2004), «*The search for peer advice in cyberspace: An examination of online teen bulletin boards about health and sexuality*», Applied Developmental Psychology, pages 685- 698.

2.1 Ο ορισμός της ανάπτυξης και τα είδη της

Η ανάπτυξη αναφέρεται στις μεταβολές οι οποίες συντελούνται στο σώμα και στη συμπεριφορά με την πάροδο του χρόνου εξαιτίας της βιολογίας και της εμπειρίας (Craig & Baucum,2007)²⁶. Η ανάπτυξη αρχίζει με την σύλληψη και συνεχίζεται καθόλη τη διάρκεια της ζωής, αν και η αναπτυξιακή μεταβολή είναι συνήθως πιο εμφανής και πιο ραγδαία στα πρώτα χρόνια της ζωής.

Η ανάπτυξη ορίζεται ως οι μεταβολές που συντελούνται στις φυσικές και νευρολογικές δομές, τη συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά ενός ανθρώπου. Πρόκειται για τις αλλαγές διάρκειας που γίνονται προοδευτικά, με τρόπο συστηματικό και καθορισμένο και τείνουν προς έναν ορισμένο σκοπό. Στα πρώτα είκοσι χρόνια της ζωής οι αλλαγές αυτές έχουν ως αποτέλεσμα καινούργιους, πιο προχωρημένους τρόπους αντίδρασης, συμπεριφορά που είναι καλύτερα οργανωμένη, πιο πολύ πολύπλοκη, σταθερότερη, επαρκέστερη και αποδοτικότερη.

Είναι κοινώς αποδεκτό, ότι οι αλλαγές που συντελούνται στα πρώτα πέντε χρόνια της ζωής του ανθρώπου είναι όχι μόνο εντυπωσιακές αλλά και βαρυσήμαντες. Για το λόγο αυτό υπάρχει μια λεπτομερής ασχολία με την πρώτη φάση της εξέλιξης, την ανάπτυξη και ειδικότερα την πορεία ανάπτυξης του ανθρώπου στα έξι πρώτα χρόνια της ζωής του. Η ανθρώπινη ανάπτυξη μπορεί να χωριστεί σε τρεις τομείς: α) το βιοσωματικό/ψυχοκινητικό, β) το γνωστικό και γ) τον ψυχοκοινωνικό-συναισθηματικό τομέα.

Ο **σωματικός-κινητικός τομέας** ασχολείται με την φυσική ή βιολογική ανάπτυξη. Μελετά από την μια πλευρά τις μεταβολές στο σώμα και τα όργανα του (τον εγκέφαλο, το νευρικό σύστημα, το μυϊκό σύστημα και τα λοιπά) και από την άλλη τους τρόπους με τους οποίους ο αναπτυσσόμενος άνθρωπος χρησιμοποιεί το σώμα του (παραδείγματος χάρη κινητικές δεξιότητες).

Ο **γνωστικός τομέας** περιλαμβάνει τις μεταβολές στη λογική και την σκέψη, την απόκτηση της γλώσσας και τους τρόπους με τους οποίους επέρχεται η μάθηση. Μελετά πως οι άνθρωποι απορροφούν και επεξεργάζονται πληροφορίες από το περιβάλλον τους, τη δημιουργικότητα, την ευφυΐα και την απόκτηση της γλώσσας.

Ο **ψυχοκοινωνικός-συναισθηματικός τομέας** επικεντρώνει το ενδιαφέρον του στις αλλαγές, στα συναισθήματα και στους τρόπους, με τους οποίους το παιδί αποκτά σχέσεις με άλλους ανθρώπους, την κοινωνική του ανάπτυξη και περιλαμβάνει θέματα όπως οι σχέσεις με την οικογένεια, τους συνομηλίκους, η ανάπτυξη της ταυτότητας και τα λοιπά. Καθένας από τους τομείς αυτούς έχει έμμεση σχέση με τους άλλους και υπάρχει μια συνεχής αλληλεπίδραση μεταξύ όλων των τομέων.

²⁶ Βλ. Grace J. Craig & Baucum D. (2007), «*Η Ανάπτυξη του Ανθρώπου*», Αθήνα, Τόμος Α', ένατη αμερικανική έκδοση, εκδόσεις Παπαζήση, σελ. 3-12

2.2 Ασχολίες των νέων πριν την ανάπτυξη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Χρονολογική Προσέγγιση)

“ Όποτε είμαι ελεύθερος εργάζομαι σε καφέ φιλικής οικογενείας η όποια γεμίζει με νέους, έφηβους και κάποια στιγμή σήκωσα το κεφάλι μου και κοίταξα το μαγαζί το οποίο ήταν κατάμεστο και εκτός από την μουσική επικρατούσε πλήρης ησυχία και ήταν όλοι μα όλοι κολλημένοι στην οθόνη του κινητού, χωρίς να δίνουν καμία σημασία στους γύρω τους, χωρίς να αλληλεπιδρούν χωρίς καμία έκφραση στο πρόσωπο. Και εκείνη την στιγμή σοκαρίστηκα με την εικόνα, ήταν σαν ένα χαστούκι σαν μία ζωντανή εικόνα του σήμερα μιας και η παραπάνω εικόνα είναι κάθε φορά η ίδια... ” (Sfirixtra.gr, 2017) ²⁷

Από πολύ μικρή ηλικία βομβαρδίζονται με εικόνες και «πρέπει», μαθαίνουν να παίζουν την τεχνολογία στα δάχτυλα και πολλές φορές μαθαίνουν μόνο αυτό απορρίπτοντας κάθε άλλη μορφή παιχνιδιού και διασκέδασης, τα όποια θα το βοηθούσαν να αναπτύξουν χρήσιμες ικανότητες και το πνεύμα της ομαδικότητας. Την εποχή των πολυμέσων και της εύκολης και κυρίως της ελεύθερης πρόσβασης στα πάντα, δεν χρειάζεται να προσπαθήσεις και πολύ για πολλά πράγματα τα όποια έχουν αντικατασταθεί από τα νέα μέσα.

Πριν



Μετά



Εικόνα 7: Η ανάγνωση τότε και τώρα

Το ομαδικό παιχνίδι στον δημόσιο ελεύθερο χώρο έχει αντικατασταθεί από τα παιχνίδια στο κινητό, στο tablet, στις παιχνιδομηχανές και τους υπολογιστές, «κρυμμένοι» πίσω από οθόνες και τους 4 τοίχους του σπιτιού σου. Οι σημερινοί νέοι έχουν περισσότερη ελευθερία κίνησης από μικρή ηλικία και η έξοδος τους μπορεί να γίνεται σε καθημερινή βάση. Δυστυχώς την τελευταία δεκαετία η εγκληματικότητα και η παραβατικότητα έχουν αυξηθεί κατακόρυφα σε παγκόσμιο επίπεδο, η βία σε κάθε μορφή της και δυστυχώς πολλά από τα θύματα άλλα και θύτες είναι άτομα νεαρής ηλικίας.

Πριν



Μετά



Εικόνα 8: Οι δραστηριότητες τότε και τώρα

Παλαιότερα, οι γονείς είχαν τη δυνατότητα επικοινωνίας κυρίως μέσω τηλεφώνου. Στον αντίποδα σήμερα, υπάρχει πληθώρα συσκευών (smartphones, tablets), τα οποία διαθέτουν εφαρμογές ανίχνευσης και εντοπισμού μέσω δορυφορικών σημάτων – gps. Να σημειωθεί, ότι η δυνατότητα αυτή έχει συμβάλει σημαντικά στον εντοπισμό ατόμων οι οποίοι βρίσκονταν σε κίνδυνο.

Πριν



Μετά



Εικόνα 9: Η επίβλεψη των γονέων τότε και τώρα

Παλαιότερα το παιχνίδι συνδεόταν περισσότερο με τη δημιουργικότητα και την εφευρετικότητα, μιας και ήταν πιο άμεση η φυσική επαφή του παιδιού μαζί του. Σε αντιδιαστολή, με τη σημερινή εποχή που η Τεχνολογία έχει κατακλύσει πολλούς τομείς της καθημερινότητας μας, έτσι και στο παιχνίδι που έχει γίνει σε μεγάλο βαθμό διαδικτυακό και λόγω των έντονων γραφικών και των γρήγορων εναλλαγών εικόνας και ήχου, φαντάζει «ιδανικό» στα παιδικά μάτια.

Πριν



Μετά



Εικόνα 10: Το παιχνίδι τότε και τώρα

Παλαιότερα, η επικοινωνία των παιδιών μεταξύ τους βασιζόταν στην φυσική επαφή, συνδυάζοντας μάλιστα αρκετά συχνά το παιχνίδι με τη δημιουργικότητα. Τα παιχνίδια πολλές φορές ήταν αυτοσχέδιες δημιουργίες τους και όχι μόνο εμπορικά κατασκευάσματα. Σε αντίθεση, σήμερα που η επικοινωνία κατά κύριο λόγο πραγματοποιείται μέσω των social media (chat rooms). Η εν λόγω επαφή σαφώς μπορεί να γίνεται χωρίς χρονικούς περιορισμούς, στερείται όμως αμεσότητας και δεν είναι λίγες οι φορές που δεν οριοθετείται αφού το παιδί μπορεί να βρεθεί εκτεθειμένο σε οποιονδήποτε θελήσει να το προσεγγίσει. (Διαμαντάκη & Παπαδήμα, 2018)²⁸

Πριν



Μετά



Εικόνα 11: Η επικοινωνία τότε και τώρα

²⁷ Βλ. Sfirixtra.gr (2017), «Οι νέοι του σήμερα και του χτες, και πως έχει επηρεαστεί η ζωή τους από την τεχνολογία», online: <https://www.sfirixtra.gr/oi-neoi-tou-shmera-kai-tou-xthes/>, (Τελευταία πρόσβαση, 16 Ιουλίου 2018)

²⁸ Βλ. Διαμαντάκη Ε. & Παπαδήμα Σ. (2018) «Η επίδραση των Social Media στην παιδική ηλικία», Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Πληροφορικής και Μ.Μ.Ε, ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας

2.3 Σχέση των νέων με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και τα Social Media

Πολλοί έφηβοι προτιμούν το διαδίκτυο από άλλα Μέσα, όπως το τηλέφωνο, την τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Όταν είναι συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο, ασχολούνται με μία ευρεία γκάμα δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένων των μαθημάτων τους, των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, της αγοράς αγαθών μέσα από το διαδίκτυο και της φόρτωσης μουσικής. Οι έρευνες δείχνουν ότι οι έφηβοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για τους εξής κυρίως λόγους: α) για να επικοινωνήσουν με άλλους εφήβους, β) ως ένα νέο πολιτισμικό εργαλείο, μέσα από το οποίο αναπτύσσονται νόρμες που μεταδίδονται σε νέες γενιές χρηστών, αποτελώντας μία απεριόριστη σειρά επιλογών, γ) ως μία νέα πηγή γνώσης, ένα τεράστιο εικονικό πολύπλοκο δίκτυο δικτύων, που συμβάλλει δραστικά στη γνωστική τους ανάπτυξη (Hayman, 2016)²⁹.

Σε σύγκριση με την τηλεόραση που διακρίνεται από τεράστια κοινωνική πολυπλοκότητα και με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή που χαρακτηρίζεται από τεράστια τεχνική πολυπλοκότητα, το διαδίκτυο διακατέχεται και από τα δυο. Η τεχνική του πολυπλοκότητα συνίσταται στο ότι αποτελεί ένα γιγάντιο σχεδόν αόρατο σύμπαν που περιλαμβάνει χιλιάδες δικτύων, εκατομμύρια υπολογιστών και δισεκατομμύρια χρηστών σε όλο τον κόσμο. Επιπλέον, το διαδίκτυο χρειάζεται να αντιμετωπιστεί ως πηγή νέων μεθόδων για την έρευνα, καθώς και ως ένα νέο ερευνητικό περιβάλλον που απαιτεί την ανάπτυξη νέας μεθοδολογίας. Μέσα από αυτό, μπορούμε να παρατηρήσουμε την αλληλεπίδραση μεταξύ συνομηλίκων της οποίας συνήθως οι ενήλικες γενικότερα και οι ερευνητές ειδικότερα δε γίνονται μάρτυρες (Greenfield & Yan, 2006)³⁰.

Ωστόσο, οι έρευνες δείχνουν ότι οι έφηβοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο κυρίως για κοινωνικούς λόγους (Roberts, Foehr & Rideout, 2005)³¹. Τα τελευταία χρόνια η λειτουργία του διαδικτύου έχει διαφοροποιηθεί σημαντικά για τους εφήβους. Ενώ τη δεκαετία του 1990 χρησιμοποιούσαν το διαδίκτυο κυρίως για ψυχαγωγία, σήμερα το χρησιμοποιούν πρωταρχικά για διαπροσωπική επικοινωνία (Valkenburg & Peter, 2007)³². Το διαδίκτυο είναι ένα νέο κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο τίθενται καθολικά θέματα των εφήβων όπως η ταυτότητα, η σεξουαλικότητα, η αυτοαξία, όπως και στον πραγματικό κόσμο και μάλιστα σε ένα πολύ διευρυμένο και πολυδιάστατο κοινωνικό περιβάλλον. Επιπροσθέτως, προτείνει έναν άλλο τρόπο επικοινωνίας (ίσως πιο συχνό και προσφιλή) με τους οικείους τους.

Παρ' όλα αυτά, είναι σημαντικό να μην αντιμετωπίσουμε το διαδίκτυο ως ένα εξωτερικό περιβάλλον που επιδρά στον έφηβο. Οι έφηβοι συμβάλλουν και οι ίδιοι στη δόμηση αυτού του κοινωνικού περιβάλλοντος. Το διαδίκτυο αποτελεί έναν εικονικό τόπο συνάντησης όπου επικοινωνούν με τους φίλους τους, ή όπου συναντούν άλλους εφήβους που δε γνωρίζουν μέσα από e-mail, blogs, chat rooms κλπ. Η χρήση του διαδικτύου μπορεί να διευκολύνει την κοινωνική αλληλεπίδραση, καθιστώντας το πιο εύκολο για τους εφήβους να συναναστραφούν άτομα που δε γνωρίζουν. Τα συνήθη θέματα για τα οποία συζητούν οι έφηβοι είναι η σχέση τους με το άλλο φύλο, οι ρόλοι των φύλων, η φιλία και η ψυχαγωγία. Επίσης, το διαδίκτυο αποτελεί μία ισχυρή πηγή ενημέρωσης σχετικά με πληροφορίες που επιθυμούν να αποκτήσουν οι έφηβοι για κοινωνικά ευαίσθητα ζητήματα, όπως η σεξουαλικότητα και οι διαπροσωπικές σχέσεις, ιδιαίτερα για τους ντροπαλούς, εσωστρεφείς εφήβους, που το διαδίκτυο τους βοηθά να εξασκήσουν τις κοινωνικές τους δεξιότητες, χωρίς να εκτεθούν σε μία «κατά πρόσωπο» επικοινωνία.

Επίσης, η επικοινωνία μέσω διαδικτύου μπορεί να ενθαρρύνει πιο ειλικρινείς συναλλαγές. Πολλοί άνθρωποι αναφέρουν ότι είναι πολύ πιο πρόθυμοι να μοιραστούν σκέψεις και συναισθήματα μέσα από το διαδίκτυο από ό, τι σε μία «κατά πρόσωπο» επικοινωνία. Σαφώς, το διαδίκτυο τροποποιεί έντονα τον κοινωνικό κόσμο των εφήβων επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν, συνάπτουν και διατηρούν μία σχέση και βρίσκουν κοινωνική υποστήριξη.

-
- ²⁹ Βλ. Hayman S. (2016), «Μεγαλώνοντας χαρούμενους εφήβους» (Μτφρ.-επιστ. Επιμ.: Β. Παππά), Αθήνα, εκδόσεις BHTA Medarts.
- ³⁰ Βλ. Greenfield P. & Yan Z. (2006), «*Children, Adolescents, and the Internet*»: A New Field of Inquiry in Developmental Psychology, *Developmental Psychology*, 42(3), pages 391-394.
- ³¹ Βλ. Roberts D. F., Foehr U. G. & Rideout V. (2005), «*Generation M: Media in the lives of 8-18 year-olds*» Washington, DC: Henry J. Kaiser Family Foundation.
- ³² Βλ. Valkenburg P. M. & Peter J. (2007), «*Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis*» *Journal of Computer-Mediated Communication*, article 2, online: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/valkenburg.html> (Τελευταία πρόσβαση, 16 Ιουλίου 2018)

2.4 Σύντομη παρουσίαση των δημοφιλέστερων Social Media

Ορισμένα από τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών δικτύων είναι ότι απλοποιούν, βελτιώνουν την ταχύτητα και το εύρος της διάδοσης των πληροφοριών, καθώς γίνεται εφικτή η επικοινωνία από σημείο προς σημείο (Shannon & Weaver, 1948)³³, αλλά και από σημείο προς πολυσημείο, δηλαδή παρατηρείται μεγάλη εμβέλεια και μαζικότητα. (Wiener, 1970)³⁴. Ακόμη, υπάρχει πρόσβαση σε αυτά από πληθώρα ηλεκτρονικών συσκευών, παραδειγματικά από κινητά (smartphones), tablets, ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

Τα online κοινωνικά δίκτυα ορίζονται ως web-based (διαδικτυακές) υπηρεσίες που επιτρέπουν τα άτομα (1) να δημιουργήσουν ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα οριοθετημένο σύστημα, (2) να επικοινωνήσουν με μια λίστα από άλλους χρήστες με τους οποίους μοιράζονται μια μορφή σύνδεσης και (3) να δουν και να διανείμουν την δικιά τους λίστα των συνδέσεων και αυτών που φτιάχτηκαν από άλλους μέσα στο σύστημα (Boyd & Ellison, 2008)³⁵. Τα κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά: Υποστηρίζουν ποικιλία των μορφών περιεχομένου, όπως κείμενο, βίντεο, φωτογραφίες, ήχο, κ.τ.λ. Πολλά από αυτά κάνουν χρήση περισσότερων του ενός από αυτές τις επιλογές ως προς το περιεχόμενο.

Χαρακτηρίζονται από διαφορετικά επίπεδα εμπλοκής του χρήστη οι οποίοι μπορούν να δημιουργήσουν, να σχολιάσουν ή να παρακολουθούν σε δίκτυα Social Media. Επιτρέπουν την επικοινωνία αυτή να πραγματοποιείται είτε σε πραγματικό χρόνο ή ασύγχρονη με την πάροδο του χρόνου.

Αφετέρου, τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελούν εξαιρετικό σύμμαχο στην προώθηση συγκεκριμένων ιδεών, αξιών, ακόμη και προϊόντων. Οι πιο δημοφιλείς ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης σήμερα και τα χαρακτηριστικά που τους διαφοροποιούν είναι οι εξής:



LinkedIn

Ανήκει στα Social Media, λεγόμενα και ως Κοινωνικά Μέσα, και αποτελεί το σημείο συνάντησης όλων των επαγγελματιών. Πρόκειται συγκεκριμένα για ένα Κοινωνικό Δίκτυο, στόχος του οποίου είναι να συνδέσει όλους τους επαγγελματίες του κόσμου, κάνοντας τους πιο παραγωγικούς και καλύτερους στην εργασία τους.

Το επαγγελματικό Κοινωνικό Δίκτυο μετρά αυτή τη στιγμή πάνω από 313 εκατομμύρια χρήστες, σύμφωνα με τα τελευταία οικονομικά αποτελέσματα τα οποία δημοσίευσε. Η χρήση του LinkedIn έχει να κάνει κυρίως με την ενημέρωση γύρω από τις επαφές του χρήστη, τον κλάδο εργασίας του κλπ, όλα τα προηγούμενα σε πιο σοβαρό ύφος σε σχέση με τα υπόλοιπα Κοινωνικά Δίκτυα. Επίσης, το επαγγελματικό Κοινωνικό Δίκτυο χρησιμοποιείται από τις εταιρίες και ως ένα online βιογραφικό, με το οποίο οι χρήστες μπορούν να βρουν εργασία απαντώντας σε αγγελίες εργασίας μέσα σε αυτό.



Facebook

Ανήκει στην κατηγορία των Social Media, ή αλλιώς των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, και πιο συγκεκριμένα στην κατηγορία των Κοινωνικών Δικτύων. Αυτή τη στιγμή είναι το δημοφιλέστερο στο είδος του, έχοντας πάνω από 829 εκατ. καθημερινούς ενεργούς χρήστες

και πάνω από 1,32 δισ. μηνιαίους ενεργούς χρήστες, σύμφωνα με τα τελευταία οικονομικά του αποτελέσματα.

Η χρήση του Facebook έχει να κάνει κυρίως με τα νέα φίλων και γνωστών, με την καθημερινή επικοινωνία μέσω μηνυμάτων και με την ενημέρωση από επιχειρήσεις και σελίδες άλλων ενδιαφερόντων.



YouTube

Είναι ένα Κοινωνικό Μέσο κοινοποίησης, αναπαραγωγής και διαμοιρασμού βίντεο. Είναι το δημοφιλέστερο στο είδος του, αφού κάθε μήνα το επισκέπτονται πάνω από 1 δισ. ενεργοί χρήστες, ενώ κάθε λεπτό ανεβαίνουν 100 ώρες βίντεο.

Από το 2006 ανήκει στη Google. Το YouTube χρησιμοποιείται από τους χρήστες περισσότερο για να περνούν την ώρα τους, αφού μπορούν να συναντήσουν σε αυτό οτιδήποτε βίντεο μπορείτε να φανταστείτε. Από την άλλη πλευρά, οι περισσότεροι χρήστες οι οποίοι ανεβάζουν βίντεο προσπαθούν να κερδίσουν έσοδα από τις διαφημίσεις.



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».



Tumblr

Είναι μία microblogging πλατφόρμα με στοιχεία Κοινωνικού Δικτύου. Αυτό που τη διαφέρει από τις υπόλοιπες blogging πλατφόρμες, όπως το blogger ή το wordpress, είναι οι μικρές σε μέγεθος δημοσιεύσεις των χρηστών, οι οποίες μπορεί να είναι για παράδειγμα μια εικόνα ή ένα βίντεο με μια σειρά κείμενο, καθώς και οι λειτουργίες για like και reblog (κοινοποίηση) των δημοσιεύσεων των blogs των οποίων ακολουθούν οι χρήστες. Συνολικά υπάρχουν πάνω από 205,4 εκατ. blogs στο Tumblr, τα οποία έχουν πάνω από 92,6 δισ. δημοσιεύσεις. Την επιτυχία του Tumblr είχε προβλέψει η Yahoo! το Μάιο του 2013, εξαγοράζοντας το για 1,1 δισ. δολάρια.



Instagram

Είναι μία δημοφιλής mobile social εφαρμογή και συγχρόνως μία υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης, η οποία επιτρέπει τη λήψη και το διαμοιρασμό φωτογραφιών και βίντεο. Έγινε γνωστό χάρη στα φίλτρα φωτογραφιών του, ενώ σήμερα διαθέτει φίλτρα και για βίντεο, καθώς επίσης και πληθώρα άλλων εργαλείων φιλικών προς τους χρήστες.



Blogger

Είναι μια υπηρεσία δημιουργίας ιστολογίων που δημιουργήθηκε το 1999 από την Pyra Labs και εξαγοράστηκε το 2003 από την Google. Οι χρήστες δημοσιεύουν σε αυτά υλικό υπό την μορφή κειμένου, ήχου, εικόνας. Οι υπόλοιποι χρήστες μπορούν να προσθέσουν σχόλια στο ήδη δημοσιευμένο περιεχόμενο. Βασική προϋπόθεση δημιουργίας ιστολογίου αποτελεί η δημιουργία λογαριασμού Google .



Google+

Είναι μια πολύγλωσση υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης. Η λειτουργία του ξεκίνησε το 2011 και σήμερα μετρά πάνω από 500 εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως. Η βασική δραστηριότητα του Google Plus είναι η επικοινωνία των χρηστών και η ανταλλαγή πληροφοριών. Η κατασκευάστρια εταιρία Google έπειτα από κάποιες αποτυχημένες προσπάθειες δημιουργίας κοινωνικών δικτύων (π.χ Buzz) ευελπιστεί μέσα από το Google+ να εδραιωθεί και να ανταγωνιστεί τον κυριότερο αντίπαλο της, το Facebook.



Wikipedia

Είναι η μεγαλύτερη online εγκυκλοπαίδεια και ανήκει στην κατηγορία των συνεργατικών έργων. Η λειτουργία της ξεκίνησε το 2001 και σήμερα έχει καταφέρει να προσελκύσει 35 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες. Ταξινομείται στην 6^η θέση ως προς την παγκόσμια κατάταξη ιστοσελίδων.



Flickr

Είναι ένα κοινωνικό δίκτυο δημοσίευσης και διαμοίρασης φωτογραφιών. Δημιουργήθηκε το 2004 από την Ludicorp και εξαγοράστηκε το 2005 από την Yahoo. Σήμερα φιλοξενεί πάνω από 51 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες. Αξίζει να σημειωθεί πως σήμερα εκτός από τα παραπάνω μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τεράστια ανάπτυξη και απήχηση στο κοινό γνωρίζουν το Pinterest και το Instagram με 80 εκατομμύρια χρήστες. Αξίζει να αναφερθεί πως πέρα από τα προαναφερθέντα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που τυγχάνουν ευρείας αναγνωρισιμότητας και αποδοχής παγκοσμίως, η Ελλάδα διαθέτει τα δικά της μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το zoo.gr και το νεοσύστατο Gatmi.gr.

Social Media Landscape 2011



Εικόνα 12: Κατηγοριοποίηση των Social Media κατά Fred Cavazza, *Social Media Landscapes 2011*,

Πηγή: <https://www.fredcavazza.net/2010/12/14/social-media-landscape-2011/>



Εικόνα 13 : Κατηγοριοποίηση των Social Media κατά Bard (2010),

Πηγή: <https://www.mirabard.com/2010/02/15-categories-of-social-media/>

³³ Βλ. Claude E, Shannon & Weaver W. (1963), «*A Mathematical Theory of Communication*», publisher University of Illinois Press, pages 144

³⁴ Βλ. Wiener N. (1970), «*Κυβερνητική και Κοινωνία*», μετάφραση Ιωαννίδης Γιάννης, εκδόσεις Παπαζήση

³⁵ Βλ. Boyd D. & Ellison N. (2008), «*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*», *Journal of Computer-Mediated Communication*, pages 210-230.

2.5 Τα υπέρ και τα κατά

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με το πλήθος δυνατοτήτων που προσφέρουν στους χρήστες έχουν αλλάξει δραστικά την έννοια της επικοινωνίας στη σύγχρονη εποχή, επηρεάζοντας σημαντικά, όχι μόνο τις διαπροσωπικές και επαγγελματικές σχέσεις, αλλά ακόμη και τις διακρατικές, αφού έχουν ενταχθεί πια στους τρόπους άσκησης της διπλωματίας. Όπως είναι φυσικό η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μελετάται ήδη εδώ και αρκετά χρόνια, καθώς είναι προφανές πως θα συνεχίσουν να κυριαρχούν στην ανθρώπινη επικοινωνία, ανανεώνοντας κάθε φορά το χαρακτήρα της (Pronews, 2012)³⁶.



Αναλυτικότερα τα οφέλη της χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης διακρίνονται στα εξής:

- Ø Επιτρέπουν την άμεση αλληλεπίδραση χρηστών
- Ø Επιτρέπουν την αστραπιαία μετάδοση των γεγονότων
- Ø Συμβάλλουν στην διάχυση της γνώσης
- Ø Καλύπτουν την βασική ανάγκη των ανθρώπων να μοιραστούν πράγματα, σκέψεις και απόψεις
- Ø Παρέχουν την δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων παγκοσμίως, από διαφορετικές χώρες, κοινωνίες, πολιτισμούς και με διαφορετικές συνήθειες και χαρακτηριστικά
- Ø Παρέχουν την δυνατότητα αναζήτησης και εύρεσης περιεχομένου (φωτογραφιών, βίντεο κ.τ.λ) στο οποίο οι χρήστες δεν θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση με άλλο τρόπο (π.χ από έντυπα μέσα)
- Ø Παρέχουν την δυνατότητα άμεσης ενημέρωσης για οτιδήποτε συμβαίνει στον κόσμο την ίδια στιγμή
- Ø Παρέχουν την δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε ψυχαγωγικό περιεχόμενο από το σπίτι
- Ø Διευκολύνουν την ανοικτή επικοινωνία, που οδηγεί σε αυξημένη ανακάλυψη πληροφοριών



Τα μειονεκτήματα και οι κίνδυνοι που προκύπτουν είναι:

- Ø Η υπερβολική χρήση οδηγεί σε εθισμό
- Ø Η επιβλαβής έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών
- Ø Κλοπή προσωπικών δεδομένων
- Ø Καταπάτηση της ιδιωτικότητας
- Ø Απαλοιφή διαπροσωπικών σχέσεων δια ζώσης
- Ø Σπατάλη χρόνου
- Ø Trolling. Αναφέρεται στην κακή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για συναισθηματική κακοποίηση που επιτυγχάνεται για παράδειγμα με δυσμενή σχόλια για να προκαλέσουν τον θυμό ή την λύπη κάποιου
- Ø Cyber- Bullying. Αναφέρεται στον διαδικτυακό εκφοβισμό των χρηστών που μπορεί να οδηγήσει σε συναισθηματικό τραυματισμό. Σύμφωνα με έρευνα (complete Social Media guide) το 39% των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αναφέρει πως έχει πέσει θύμα εκφοβισμού
- Ø Βομβαρδισμός πληροφοριών διαφημιστικών μηνυμάτων (Marcon et al. 2011)³⁷
- Ø Μετάδοση επιλεγμένων πληροφοριών με σκοπό την χειραγώγηση της κοινής γνώμης
- Ø Η χρήση των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης δίνει τη δυνατότητα στους χάκερ για να διαπράξουν απάτη και να ξεκινήσουν επιθέσεις ιών
- Ø Τα Social Media αυξάνουν τον κίνδυνο των ατόμων που πέφτουν θύματα ηλεκτρονικών απατών που φαίνονται γνήσιες, με αποτέλεσμα την κλοπή προσωπικών δεδομένων

³⁶ Βλ. ProNews.gr, (2012), «Οι έφηβοι επικίνδυνα εξαρτημένοι από κοινωνικά δίκτυα και διαδικτυακό τζόγο», online: <http://www.pronews.gr/koinonia/57387-oi-efivoi-epikindyna-exartimenoi-apo-koinonika-diktya-kai-diadiktyako-tzogo>, (Τελευταία πρόσβαση, 28 Ιουλίου 2018)

³⁷ Βλ. Marcon M., Viswanath B., Cha M. & Gummadi K. (2011), «Sharing Social Content from Home: A Measurement-driven Feasibility Study», Nossdav 2011

2.6 Πως τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης επηρεάζουν την συμπεριφορά των νέων

Τα παιδιά και οι έφηβοι, πέραν του πραγματικού κόσμου ζουν και σε έναν νέο, μαζικό και πολύπλοκο εικονικό κόσμο. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης διαδραματίζουν πρωταρχικό ρόλο στη διαμόρφωση αξιών, στάσεων, συμπεριφορών, πεποιθήσεων, αντιλήψεων, μικρών και μεγάλων, ανήλικων και ενήλικων. Τα Μ.Μ.Ε., η τέταρτη- ή υπέρτατη- εξουσία προωθούν τις αξίες ενός «βιομηχανοκεντρικού», που έχει ως στόχο το κέρδος, θέτοντας στο περιθώριο, καταδικάζοντας στην αφάνεια, τις αντίστοιχες αξίες ενός «ανθρωποκεντρικού» πολιτισμού (Παππά, 2008)³⁸.

Με την έκθεση των παιδιών και των εφήβων στα Μ.Μ.Ε. έχει κατά κόρον ασχοληθεί η διεθνής βιβλιογραφία. Οι έρευνες έχουν εστιάσει κυρίως στις αρνητικές επιδράσεις των Μ.Μ.Ε. στην ψυχική και σωματική υγεία παιδιών και εφήβων, που εκδηλώνονται με επιθετική συμπεριφορά, χρήση ουσιών, πρόωπη έναρξη της σεξουαλικής δραστηριότητας, διαταραχές διατροφής, χαμηλή αυτοεικόνα/ αυτοεκτίμηση και μειωμένη σχολική επίδοση (Παππά, 2008). Όσον αφορά στους εφήβους, οι πιο σύγχρονες έρευνες ασχολούνται με την επίδραση του διαδικτύου στην συμπεριφορά τους, καθώς η μερίδα του λέοντος στην – συνήθως – πολύωρη έκθεση τους στα Μ.Μ.Ε. καταλαμβάνει το διαδίκτυο.

Δεν υπάρχει νέος σήμερα που να μην έχει κινητό τηλέφωνο, και που να μην ασχολείται ως κάποιο βαθμό με το διαδίκτυο. Η κινητή τηλεφωνία είναι διαδεδομένη ευρέως. Τα κινητά τηλέφωνα, εκτός από γραπτά μηνύματα προσφέρουν τη δυνατότητα αποστολής εικονομηνυμάτων και φωτογραφιών, πλοήγησης στο διαδίκτυο, ηλεκτρονικής αλληλογραφίας και βιντεοσκόπησης. Τα σύγχρονα κινητά τηλέφωνα επιτρέπουν σταθερή σύνδεση με το διαδίκτυο. Όλοι οι νέοι επικοινωνούν μέσω κινητών τηλεφώνων με γνωστούς και αγνώστους. Το κινητό αποτελεί κάτι σαν προέκταση του σώματός τους, τους συντροφεύει παντού. Με το κινητό τηλέφωνο επικοινωνούν, κάνουν φίλους, τσακώνονται και φλερτάρουν. Οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν από την χρήση των κινητών είναι παρόμοιοι με εκείνους του διαδικτύου.

Το διαδίκτυο αποτελεί πόλο έλξης για ανήλικους και ενήλικους. Ο αριθμός των χρηστών αυξάνεται ολοένα και περισσότερο με φρενήρη ρυθμό, αφού το διαδίκτυο χαρακτηρίζεται από εκπληκτικές δυνατότητες και φαίνεται ότι καλύπτει σημαντικές κοινωνικές και ψυχολογικές ανάγκες. Η εφηβεία είναι, μεταξύ άλλων, μια περίοδος διερεύνησης των προσωπικών αξιών, που αποτελούν ένα θεμελιώδες συστατικό της διαδικασίας διαμόρφωσης της προσωπικότητας. Οι έφηβοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο πολύ περισσότερο απ'ό,τι παιδιά, ωστόσο η ηλικία της πρώτης χρήσης του διαδικτύου μειώνεται ραγδαία. Το διαδίκτυο είναι ένα παράθυρο στον κόσμο με πάμπολλες δυνατότητες. Τα παιδιά εισέρχονται στον κόσμο των υπολογιστών και μαθαίνουν να τους αντιμετωπίζουν ως προέκταση, του εαυτού τους, ως Μέσο που θα τους φέρει σε επαφή με τον κόσμο, με την γνώση και την πληροφόρηση, που θα τους χαρίσει υπόσταση και ισχύ. Ένα παιδί που δεν γνωρίζει να χειρίζεται υπολογιστή και που δεν έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο θα θεωρηθεί – αν δεν θεωρείται ήδη – ψηφιακά αναλφάβητο, θα διακατέχεται από ένα είδος «αναπηρίας», όπως και ένας ενήλικας.

Ιδιαίτερα, κατά την εφηβεία παρατηρούμε ότι όλο και περισσότερα παιδιά προσκολλώνται σε έναν υπολογιστή, ο οποίος συχνά αποτελεί υποκατάστατο φιλικών σχέσεων ή σχέσεων με το άλλο φύλο. Οι έφηβοι πλέον είναι εξαιρετικά επιδέξιοι στον χειρισμό του ηλεκτρονικού υπολογιστή, και κάνουν συστηματική χρήση του διαδικτύου. Για πρώτη φορά στην ιστορία

τα παιδιά είναι περισσότερο επιδέξια και διακρίνονται από περισσότερες γνώσεις σχετικά με την τεχνολογία απ' ό,τι οι γονείς τους, κάτι που έχει δημιουργήσει σημαντικούς προβληματισμούς σχετικά με αυτή την αλλαγή.

Πολλοί έφηβοι προτιμούν το διαδίκτυο, από άλλα Μέσα, όπως το τηλέφωνο, την τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Όταν είναι συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο ασχολούνται με μια ευρεία γκάμα δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένων των μαθημάτων τους, των ηλεκτρονικών παιχνιδιών, της αγοράς αγαθών μέσα από το διαδίκτυο και της φόρτωσης μουσικής. Οι έρευνες δείχνουν ότι οι νέοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για τους εξής λόγους: α) για να επικοινωνήσουν με άλλους νέους, β) ως ένα νέο πολιτισμικό εργαλείο, μέσα από το οποίο αναπτύσσονται μέθοδοι, που μεταδίδονται σε νέες γενιές χρηστών, αποτελώντας μια απεριόριστη σειρά επιλογών, γ) ως μια νέα πηγή γνώσης, ένα τεράστιο, εικονικό, πολύπλοκο δίκτυο δικτύων, που συμβάλλει δραστικά στην γνωστική τους ανάπτυξη.

Επομένως, οι παράγοντες που επηρεάζουν τους νέους στην εποχή που ζούμε είναι πολλοί. Εξελίξεις στην τεχνολογία και ιδιαίτερα στην πληροφορική. Για τους νεότερους που είναι περισσότερο εξοικειωμένοι, υπάρχει ένας καταγιγισμός πληροφοριών που συμβάλουν στην διερεύνηση των πνευματικών οριζόντων το άτομο ικανό, αφού γνωρίζουν περισσότερα και μπορούν σε κάποιο βαθμό να κρίνουν και να υιοθετούν κάποιες θέσεις. Οι πολλές και γρήγορα δοσμένες πληροφορίες προκαλούν συσκότιση και αποπροσανατολισμό. Σε κάποιες περιπτώσεις είναι επικίνδυνες. Τα Μ.Μ.Ε. και ο ενημερωτικός ψυχαγωγικός τομέας μπορεί να λειτουργεί και θετικά: το άτομο γνωρίζει καλύτερα την κοινωνία στην οποία ζει, αλλά σε ό,τι αφορά τους νέους μπορεί να συσκοτίσουν και να αποπροσανατολίσουν και αυτά. Το πιο σημαντικό: προβάλλουν αρνητικά πρότυπα (Ευθυμιάδου, 2013)³⁹.

³⁸ Βλ. Παππά Β. (2008), «Επάγγελμα Γονέας. Ψυχολογικοί τύποι γονέων και συμπεριφορά παιδιών και εφήβων», Αθήνα, εκδόσεις Καστανιώτη.

³⁹ Βλ. Ευθυμιάδου Μ. (2013), «Επάγγελμα Τα χαρακτηριστικά των εφήβων και οι παράγοντες που τα επηρεάζουν», online: <http://schoolpress.sch.gr/tofillarakimas/%CF%84%CE%B1-%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B1-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B5%CF%86%CE%B7%CE%B2%CF%89%CE%BD-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BF%CE%B9-%CF%80%CE%B1/> (Τελευταία πρόσβαση, 17 Ιουλίου 2018)

2.6.1 Η επιρροή των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην ψυχική και σωματική υγεία των νέων

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας των Μ.Μ.Ε. σίγουρα έχει τη δύναμη να εμπνεύσει την αλλαγή και να κάνει σπουδαία πράγματα, αλλά η υπερβολική χρήση της μπορεί να έχει επικίνδυνες επιπτώσεις, ακόμα και για την υγεία του ατόμου και ειδικά των εφήβων.

Η υπερβολική χρήση της τεχνολογίας μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση βάρους

Η τεχνολογία έχει τον τρόπο να μειώνει τη σωματική δραστηριότητα και αυτό φαίνεται στην υγεία των εφήβων. Μία έρευνα διαπίστωσε ότι η αυξημένη ώρα μπροστά από την οθόνη συνδέεται με την αύξηση βάρους στους εφήβους. Οι δραστηριότητες έξω στη φύση και η λιγότερη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, βελτιώνουν όλες τις πτυχές της ζωής του ατόμου.

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε μεγάλο βαθμό είναι ένδειξη μοναξιάς

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να κάνουν το άτομο να νιώθει ότι χάνει πολλά πράγματα, με ένα μόνο πέρασμα από τα news feed. Έρευνα που έγινε το 2014 διαπίστωσε ότι η υπερβολική χρήση του Facebook μπορεί να αποτελεί ένδειξη μοναξιάς. Εκτός αυτού η ίδια έρευνα έδειξε ότι τα δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να κάνουν τα άτομα να νιώθουν πιο στεναχωρημένοι και λιγότερο ικανοποιημένοι από την ζωή.

Οδηγεί στην κοινωνική σύγκριση

Έρευνες έχουν δείξει ότι ο λόγος που οι άνθρωποι νιώθουν άσχημα αφού χρησιμοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι επειδή οδηγούνται υποσυνείδητα σε σύγκριση. Αυτό μπορεί να τους οδηγήσει στο να νιώθουν λιγότερη ικανοποίηση για τη δική τους ζωή.

Οι οθόνες βάζουν σε πειρασμό τους νέους να κάνουν πολλά πράγματα ταυτόχρονα

Πρόσφατη έρευνα από την Common Sense Media (2014)⁴⁰ διαπίστωσε ότι τα τελευταία χρόνια υπάρχει η τάση να κάνουν οι νέοι πολλά πράγματα ταυτόχρονα, όπως να κοιτάζουν το κινητό τους τη στιγμή που προσπαθούν να διαβάσουν. Οι έρευνες έχουν δείξει ότι τέτοιου είδους πολυπραγμοσύνη μπορεί να επηρεάσει την παραγωγικότητα του ατόμου.

Επηρεάζουν τους βαθμούς τους

Έρευνα που έγινε από το πανεπιστήμιο London School of Economics and Political Science (Cooldry, 2015)⁴¹ αποκάλυψε ότι οι μαθητές βλέπουν μεγάλη βελτίωση στους βαθμούς τους, αφού έχει απαγορευτεί η χρήση των κινητών από την σχολική αίθουσα.

Σε πρόσφατη έρευνά του, το πανεπιστήμιο του Michigan (Council on Communications and Media, 2016)⁴² επιβεβαιώνει τα παραπάνω αφού διαπιστώθηκε ότι όσοι χρησιμοποιούσαν σε καθημερινή βάση τα social media, ένιωθαν περισσότερο λυπημένοι και δυστυχισμένοι σε σχέση με εκείνους που δεν ασχολούνταν συστηματικά με τα κοινωνικά δίκτυα. Οι περισσότεροι χρήστες από τους μετέχοντες στην έρευνα παρουσίαζαν συμπτώματα κατάθλιψης και αισθάνονταν φόβο μήπως «χάσουν» δραστηριότητες ή οτιδήποτε καινούριο ανέτελλε στο εκάστοτε κοινωνικό δίκτυο.

Γενικά, η υπερβολική χρήση της τεχνολογίας μπορεί βάλει σε κίνδυνο την υγεία των εφήβων

Τα κινητά τηλέφωνα μπορεί να έχουν πολλές επιπτώσεις στην υγεία του ατόμου. Έρευνες έχουν δείξει ότι η χρήση της τεχνολογίας από νέους, σε συνδυασμό με την έλλειψη ύπνου και

σωματική άσκηση, μπορεί να θέσει σε κίνδυνο, ακόμα και την ψυχιατρική τους κατάσταση, αλλά και να τους οδηγήσει σε κατανάλωση αλκοόλ, κοπάνες ή άλλες επικίνδυνες συμπεριφορές.

-
- ⁴⁰ Βλ. Common Sense media (2014), «*Children, Teens and reading*», online: <https://www.commonsensemedia.org/research/children-teens-and-entertainment-media-the-view-from-the-classroom>, (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)
- ⁴¹ Βλ. Couldry N. (2015), «*Social media: human life. Social Media & Society*», online: <http://eprints.lse.ac.uk/62076/>, (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)
- ⁴² Βλ. Council on Communications and Media (2016), «*Media Use in School-Aged Children and Adolescents*», published by American Academy of Pediatrics, online: <http://pediatrics.aappublications.org/content/138/5/e20162592..info> (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)

2.7 Ο ρόλος και η ενεργός εμπλοκή των γονέων

Ο ρόλος της οικογένειας – και κυρίως των γονέων – είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Τα σημερινά παιδιά και οι έφηβοι ζουν σε ένα περιβάλλον με επιλογές που δεν είχαν ποτέ οι γονείς τους. Οι αντιδράσεις των γονέων κυμαίνονται από το έντονο ενδιαφέρον για τις πιθανές βλαβερές επιδράσεις των Μ.Μ.Ε. έως την απόλυτη αποδοχή τους σχετικά με τις «δυνατότητες» του νέου κόσμου που προτείνουν. Κάποιοι γονείς θέτουν όρια στα παιδιά τους με δημοκρατικό τρόπο, ενώ άλλοι απλώς ενδίδουν στις επιθυμίες τους, εμφανιζόμενοι ως ιδιαίτερα ανεκτικοί-επιεικείς, ή και ανεκτικοί-αδιάφοροι κάποιες φορές. Άλλοι πάλι απαγορεύουν τη χρήση του διαδικτύου και τιμωρούν, όταν κάτι διαφορετικό από αυτό που εξήγγειλαν πέσει στην αντίληψή τους (Παππά, 2017)⁴³. Οι επιλογές των γονιών έχουν σαφώς σχέση με το ρόλο που τα Μ.Μ.Ε. παίζουν στη ζωή τόσο των ίδιων, όσο και των παιδιών τους.

Αυτό που γενικά απασχολεί τους γονείς σχετικά με τη χρήση των Μ.Μ.Ε. από τα παιδιά είναι περισσότερο το περιεχόμενο παρά ο χρόνος που αφιερώνουν σε αυτά (στην τηλεόραση, στα βιντεοπαιχνίδια, στο διαδίκτυο και στη μουσική). Ακόμα κι όταν οι γονείς προσπαθούν να περιορίσουν τη χρήση των Μ.Μ.Ε. από τα παιδιά τους στις 2 ώρες ημερησίως (ένα επιθυμητό, ενδεδειγμένο χρονικό όριο), η προσπάθεια αυτή συναντά πολλές δυσκολίες και αντιστάσεις γιατί: α) οι ίδιοι οι γονείς έχουν ανάγκη να χρησιμοποιούν τα Μέσα ως ασφάλη και ανεκτό περισπασμό, β) έχουν συνηθίσει και οι ίδιοι να κάνουν πολύωρη χρήση των Μέσων (π.χ. να βλέπουν πάρα πολύ τηλεόραση), γ) τα Μέσα παίζουν σημαντικό ρόλο στην καθημερινότητα της οικογένειας και δ) υπάρχει η πεποίθηση ότι τα παιδιά πρέπει να περνούν το σαββατοκύριακό τους όπως θέλουν. (Hayman, 2016)⁴⁴

Το Μέσο που προκαλεί την πιο ανάμικτη αντίδραση στους γονείς είναι το διαδίκτυο: από τη μια αναγνωρίζουν τα οφέλη του, ενώ από την άλλη φοβούνται τους κινδύνους που ενέχει η χρήση του. Αυτό που τους απασχολεί είναι με ποιους τρόπους θα μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τα Μ.Μ.Ε., βοηθώντας τα παιδιά τους να αποκομίσουν όσο το δυνατόν περισσότερα οφέλη από αυτά, μειώνοντας ή και εξαλείφοντας ακόμα τις αρνητικές επιδράσεις τους στη συμπεριφορά και στην ψυχική τους συγκρότηση.

Πέρα από τα φίλτρα που μπορεί κάποιος να χρησιμοποιήσει σχετικά με το διαδίκτυο, το θέμα που προκύπτει είναι ο ρόλος που καλούνται να διαδραματίσουν οι γονείς ως προς αυτό. Συνήθως, φοβόμαστε αυτό που δε γνωρίζουμε. Είναι σημαντικό για τους γονείς να προσπαθήσουν να μάθουν την αλφάβητο του διαδικτύου, να γνωρίσουν αυτό το νέο, πολύτιμο, αλλά και επίφοβο εργαλείο, ώστε να το χρησιμοποιήσουν και οι ίδιοι σωστά, αποτελώντας ένα υγιές πρότυπο για τα παιδιά τους. Μπορούν να ζητήσουν από τα ίδια τα παιδιά να τους ξεναγήσουν στο θαυμαστό άγνωστο κόσμο του διαδικτύου, εφόσον αυτά το επιθυμούν. Έτσι, θα μπορέσουν αφενός να μάθουν πράγματα γι' αυτό, αφετέρου να επικοινωνήσουν με τα παιδιά τους, χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο ως αφόρμηση και αφετηρία. Όλα αυτά βέβαια χρειάζεται να γίνονται με ειλικρινή και θετική διάθεση, όχι με διάθεση ελέγχου, επιβολής και πανικού.

Ένα από τα μείζονα θέματα που αντιμετωπίζουν οι γονείς με εφήβους είναι ότι νιώθουν ανήμποροι και ανεπαρκείς. Η χρήση της τεχνολογίας είναι ένας τομέας στον οποίο νιώθουν έτσι, καθώς τα παιδιά τους είναι συνήθως πολύ καλύτερα από αυτούς. Τα παιδιά σήμερα χειρίζονται με άνεση τα κινητά τηλέφωνα, τους φορητούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τα ipod. Όταν τα πιάσουν στα χέρια τους τα εξερευνούν, προσπαθώντας να μάθουν τη λειτουργία τους με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, δεν τα φοβούνται. Ένας ενήλικας, αντίθετα,

μπορεί να φοβηθεί ότι θα τα σπάσει ή ότι θα τα χαλάσει. Από την ανάγκη του να νιώθει ότι ο έφηβος είναι ασφαλής, ο γονιός συχνά γίνεται προστατευτικός και περιοριστικός.

Οι γονείς φοβούνται. Έχουν ακούσει ότι η πρόσβαση σε ακατάλληλο υλικό μέσα από το διαδίκτυο είναι πολύ εύκολη και ότι οι παιδόφιλοι χρησιμοποιούν ιστότοπους δικτύωσης για να εντοπίσουν παιδιά και εφήβους, συνεπώς το διαδίκτυο φαντάζει ως ιδιαίτερα επικίνδυνο και η ενασχόληση με αυτό γίνεται απευκταία. Μπορεί να έχουν ακούσει ιστορίες νέων που χρησιμοποίησαν τις πιστωτικές κάρτες των γονιών τους στο διαδίκτυο και έκαναν υπέρογκους λογαριασμούς. Μπορεί επίσης να ανησυχούν μήπως ο έφηβός τους περνά τόσο πολύ χρόνο στο διαδίκτυο που η συμπεριφορά του συνιστά εξάρτηση και δεν του επιτρέπει να ασχοληθεί με πιο σημαντικά πράγματα, όπως τα μαθήματά του, την οικογενειακή ζωή και την κατά πρόσωπο αλληλεπίδρασή του με πραγματικούς φίλους. Και ασφαλώς, μπορεί να ανησυχεί μήπως το παιδί του γίνει στόχος εκφοβισμού από το διαδίκτυο – ένας εκφοβισμός που μπορεί να γίνεται μέσα από το κινητό του τηλέφωνο ή μέσα από τους ιστότοπους κοινωνικών δικτύων. Αλλά, επίσης, θέλει ο έφηβος να έχει καλή και επαρκή κατάρτιση ως προς την τεχνολογία και να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο με αυτοπεποίθηση, καθώς η επαρκής χρήση του διαδικτύου αποτελεί βασικό στοιχείο του σύγχρονου τρόπου ζωής.

Οι γονείς έχουν την ευθύνη να συγχρονίζονται με τα παιδιά τους σε όλους τους τομείς, συμπεριλαμβανομένου του διαδικτύου. Για να βεβαιωθούν ότι έχουν κάποια γνώση και αυτοπεποίθηση σχετικά με την τεχνολογία που τα παιδιά τους χρησιμοποιούν, θα έπρεπε:

- Ø Να μάθουν να χρησιμοποιούν το κινητό τους τηλέφωνο και τον υπολογιστή τους. Να μάθουν πώς να στέλνουν μηνύματα μέσα από το διαδίκτυο και να έχουν πρόσβαση σε αυτό και να εξοικειωθούν με τις υπηρεσίες του διαδικτύου που το παιδί τους χρησιμοποιεί. Αν δεν ξέρουν πώς να χρησιμοποιούν ένα chatroom, να πουν στο παιδί τους να τους μάθει. Να εγγραφούν σε δίκτυα γονέων για να δουν πώς λειτουργεί.
- Ø Να αναφέρουν οτιδήποτε ακατάλληλο πέσει στην αντίληψή τους στα μηνύματα ή στα chatrooms (σεξουαλικού ή απειλητικού χαρακτήρα) απευθυνόμενοι στις αρμόδιες υπηρεσίες ή στις αρχές.
- Ø Να μην υποκύπτουν σε απάτες και φάρσες του διαδικτύου. Να ενημερώνονται για τις νέες εξελίξεις όσον αφορά στο διαδίκτυο. Αν θέλουν το παιδί τους να είναι ασφαλές, θα πρέπει να φροντίζουν το ίδιο και για τον εαυτό τους.
- Ø Να μετατρέψουν τη χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή σε δραστηριότητα της οικογένειας. Να διατηρούν τους υπολογιστές σε κοινόχρηστους χώρους – στην κουζίνα, το καθιστικό – και όχι σε υπνοδωμάτια, έτσι ώστε τα παιδιά γνωρίζουν ότι, ενώ οι γονείς τους θα έπρεπε να σέβονται – και πράγματι σέβονται – τον ιδιωτικό τους χώρο, μπορούν επίσης οποιαδήποτε στιγμή να ρίξουν μια ματιά σε αυτό που κάνουν. Αυτό επίσης τα αποτρέπει από το να ασχολούνται με τον υπολογιστή για ώρες στέλνοντας μηνύματα ή παίζοντας παιχνίδια.
- Ø Τέλος, είναι σημαντικό οι γονείς να αποτελούν θετικό και υγιές πρότυπο για τα παιδιά τους, ασχολούμενοι με τον υπολογιστή και με το διαδίκτυο περιορισμένο χρονικό διάστημα, μέσα σε ελεγχόμενα πλαίσια. Δεν έχει κανένα νόημα να προσπαθούν να θέτουν κανόνες και όρια που δεν μπορούν πρώτ' απ' όλους να τηρήσουν οι ίδιοι (Hayman, 2016 ; Παππά, 2008, 2017)⁴⁵

Όπως δεν μπορούμε να πούμε αν ένα μαχαίρι είναι καλό ή κακό, το ίδιο ισχύει και για το διαδίκτυο. Αυτό που πρέπει να κάνουμε, είναι να μάθουμε να το χρησιμοποιούμε σωστά. Το θέμα της ασφάλειας όσον αφορά στη χρήση του, απασχολεί έντονα τους γονείς.

Επίσης, άλλα θέματα που ανακύπτουν από τη χρήση του διαδικτύου είναι το θέμα της ιδιωτικής ζωής και των προσωπικών δεδομένων, της πορνογραφίας και της παιδοφιλίας, της διαδικτυακής εκκληματικότητας, των εικονικών κοινοτήτων και των πνευματικών δικαιωμάτων. Οι γονείς χρειάζεται να αποκτήσουν «παιδεία για τα Μέσα» (media literacy), τόσο για τους ίδιους, όσο και για την καθοδήγηση των παιδιών τους. Η «παιδεία για τα Μέσα» ή η «εκπαίδευση για τα Μέσα», δεν αναφέρεται απλώς στη γνώση του χειρισμού των Μέσων, αλλά στη γνώση του έλλογου χειρισμού τους.

Τα Μέσα και το διαδίκτυο αποτελούν πλέον σημαντικό μέρος της ζωής μας. Η σωστή χρήση του προϋποθέτει γνώση των κινδύνων που ελλοχεύουν, συνεχή ενημέρωση, επαγρύπνηση και ενεργητική αντιμετώπιση των δυσκολιών και των προβλημάτων που προκύπτουν από την ενασχόλησή μας με αυτό. Η επιστημονική κοινότητα μελετά το φαινόμενο προβαίνοντας σε έρευνες και μελέτες που θα μας βοηθήσουν να γνωρίσουμε καλύτερα το Μέσο και τις ανάγκες των εφήβων, ενώ οι γονείς χρειάζεται να καταπολεμήσουν την άγνοιά τους, για να μπορέσουν να διαχειριστούν το φόβο τους και να βοηθήσουν ουσιαστικά τα παιδιά τους.



Εικόνα 14: Ενημέρωση παιδιών και γονέων για τα θετικά και τα αρνητικά της χρήσης του διαδικτύου

Πηγή: Catherine Valadez Lopez (2018), «*How to protect your kids on Social Media*», online: <https://www.wikihow.com/Protect-Your-Kids-on-Social-Media>, (Τελευταία πρόσβαση, 2 Σεπτεμβρίου 2018)

⁴³ Βλ. Παππά Β. (2017), *Επάγγελμα Γονέας. «Ψυχολογικοί τύποι γονέων και συμπεριφορά παιδιών και εφήβων»*. Αθήνα, εκδόσεις Οκτώ

⁴⁴ Βλ. Hayman S. (2016), *«Μεγαλώνοντας χαρούμενους εφήβους»* (Μτφρ.-επιστ. Επιμ. Β. Παππά). Αθήνα, εκδόσεις ΒΗΤΑ Medarts.

⁴⁵ Βλ. Παππά Β. (2008), *«Γονείς, Παιδιά και ΜΜΕ. Ένας οδηγός γονικής συμπεριφοράς»*, Αθήνα, εκδόσεις Καστανιώτη.

2.8 Προστασία Προσωπικών Δεδομένων

Ως προσωπικό δεδομένο ή δεδομένο προσωπικού χαρακτήρα, κατά την έννοια του νόμου 2472/1997, νοείται κάθε πληροφορία που αναφέρεται στο υποκείμενο του δεδομένου. Δεν λογίζονται ως δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα τα στατιστικής φύσεως συγκεντρωτικά στοιχεία, από τα οποία δεν μπορούν πλέον να προσδιορισθούν τα υποκείμενα των δεδομένων⁴⁶.

Τα προσωπικά δεδομένα διακρίνονται σε απλά και ευαίσθητα. Ως ευαίσθητα δεδομένα νοούνται τα δεδομένα που αφορούν στη φυλετική ή εθνική προέλευση, στα πολιτικά φρονήματα, στις θρησκευτικές ή φιλοσοφικές πεποιθήσεις, στη συμμετοχή σε συνδικαλιστική οργάνωση, στην υγεία, στην κοινωνική πρόνοια και στην ερωτική ζωή, στα σχετικά με ποινικές διώξεις ή καταδίκες, καθώς και στη συμμετοχή σε συναφείς με τα ανωτέρω ενώσεις προσώπων⁴⁷. Ο νομοθέτης προστατεύει ιδιαίτερα τα ευαίσθητα δεδομένα, γιατί αφορούν τον πυρήνα της ιδιωτικής ζωής και της προσωπικότητας του ατόμου⁴⁸. Τα υπόλοιπα δεδομένα θεωρούνται απλά δεδομένα.

Ο νόμος 2472/1997 ορίζει το υποκείμενο των δεδομένων ως το φυσικό πρόσωπο στο οποίο αναφέρονται τα δεδομένα και του οποίου η ταυτότητα είναι γνωστή ή μπορεί να εξακριβωθεί, δηλαδή μπορεί να προσδιορισθεί αμέσως ή εμμέσως, ιδίως βάσει αριθμού ταυτότητας ή βάσει ενός η περισσότερων συγκεκριμένων στοιχείων που χαρακτηρίζουν την υπόστασή του από άποψη φυσική, βιολογική, ψυχική, οικονομική, πολιτιστική, πολιτική ή κοινωνική⁴⁹. Επομένως, όταν τα προσωπικά δεδομένα αναφέρονται σε έναν ανήλικο, αυτός είναι το υποκείμενο των δεδομένων.

Τέλος, δεδομένα σχετικά με ποινικές διώξεις ή καταδίκες του τέκνου χαρακτηρίζουν και σπλώνουν και τον πατέρα (Χριστοδούλου, 2013)⁵⁰. Τίθεται λοιπόν το ερώτημα ποιος είναι το υποκείμενο των δεδομένων. Ο ανήλικος μόνο ή και ο γονέας; Έναντι τρίτων φαίνεται ότι απολαμβάνουν προστασίας όλοι. Έναντι αλλήλων όμως θα πρέπει να προηγηθεί ο εγγύτερα συνδεδεμένος προς την πληροφορία (Χριστοδούλου, 2013)⁵¹. Επομένως για τα δεδομένα που αφορούν τον ανήλικο και ταυτοχρόνως και τους γονείς του πρέπει να προηγηθεί εκείνος που συνδέεται εγγύτερα προς το δεδομένα, δηλαδή εν προκειμένω ο ανήλικος.

⁴⁶ Βλ. άρθρο 2 στοιχ. Α' ν. 2472/1997

⁴⁷ Βλ. άρθρο 2 στοιχ. Β' ν. 2472/1997

⁴⁸ Βλ. άρθρο 7 ν. 2472/1997

⁴⁹ Βλ. άρθρο 2 στοιχ. Γ' ν. 2472/1997

⁵⁰ Βλ. Χριστοδούλου Κ. Ν. «Δίκαιο Προσωπικών Δεδομένων» / Κωνσταντίνος Ν. Χριστοδούλου – 1^η έκδ. – Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη 2013, σελ. 19

⁵¹ Βλ. Χριστοδούλου Κ.Ν., ό.π., σελ. 19

Κεφάλαιο 3^ο Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στην εκπαίδευση

Η πολυπλοκότητα της σύγχρονης ζωής, η ταχύτητα στην πληροφόρηση, η χρήση των πολυμέσων καθιστά αναγκαία τη διαμόρφωση μιας νέας εταιρικής σχέσης ανάμεσα στους φορείς της εκπαίδευσης και στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Ο παιδευτικός ρόλος των Μ.Μ.Ε. μπορεί σήμερα να είναι καθοριστικός προς τη θετική, την ουδέτερη ή ακόμα και την αρνητική κατεύθυνση, αν ληφθεί υπόψη το γεγονός της μαζικής επίδρασης που έχουν τα μέσα στους ανθρώπους. Η εκπαίδευση λειτουργεί στις διάφορες βαθμίδες της προς την κατεύθυνση της νέας γενιάς. Την ίδια στιγμή, τα Μ.Μ.Ε. είναι σε θέση να διαφοροποιήσουν αισθητά το αποτέλεσμα αυτής της διαδικασίας. Τα Μ.Μ.Ε. δημιουργούν δικά τους πρότυπα και προσεγγίσεις.

Παρουσιάζουν δηλαδή το δικό τους εκπαιδευτικό υλικό προς αξιοποίηση ή κατανάλωση. Την αντίληψη περί της δημοκρατίας, της αναμέτρησης ιδεών, της αναβάθμισης ή της υποβάθμισης της κριτικής σκέψης, του λαϊκισμού ή του ορθολογισμού (Πιερίδης, 2011)⁵².

⁵² Βλ. Πιερίδης Κ. (2011), «ΜΜΕ και Εκπαίδευση – Διαμόρφωση Εκπαιδευτικής Πολιτικής», online: <http://www.pi.ac.cy/imeridaMME2011/files/mme/omilies.pdf>, σελ. 21, (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)

3.1 Η Παιδαγωγική των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης

Η παιδαγωγική των Μ.Μ.Ε. είναι κλάδος της παιδαγωγικής που ασχολείται με την χρήση των Μ.Μ.Ε. στην παιδαγωγική διαδικασία. Ανάμεσα στα αντικείμενα που εξετάζει είναι : Οι θεωρίες των Μ.Μ.Ε., τα είδη των Μ.Μ.Ε., η δομή και η λειτουργία τους, η ανάλυση περιεχομένου τους, η χρήση και επιδράσεις τους. Γενικά η Παιδαγωγική των Μ.Μ.Ε. ασχολείται με τα πέντε βασικά ερωτήματα της μαζικής επικοινωνίας (τα πέντε ερωτήματα του Η.Lasswell).

Στόχος της παιδαγωγικής των Μ.Μ.Ε. είναι η θετική συμβολή τους στη μάθηση και στη διαμόρφωση του μαθητή. Ο μαθητής πρέπει κατ' αρχήν να μάθει τα ίδια τα μέσα (τρόπος λειτουργίας, δυνατότητες, περιορισμοί, ιδιαιτερότητες κ.τ.λ) και μετά να τα χρησιμοποιήσει ως μέσα μάθησης. (Μάραντος, 1999)⁵³

Τελικός στόχος είναι η διαμόρφωση ενός μαθητή που θα διαβάζει- ακουει – βλέπει κριτικά, που δεν θα είναι παθητικός αλλά ενεργητικός συμμετοχός της επικοινωνίας.

Η συνεργασία της παιδαγωγικής με τα Μ.Μ.Ε. είναι απαραίτητη. Η παιδαγωγική προσφέρει την μέθοδο, την οργανωμένη και και συστηματική εκπαίδευση, ενώ τα Μ.Μ.Ε. προσφέρουν άμεση, χωρίς διαμεσολάβηση, επικοινωνία. (Ασλανίδου, 1997)⁵⁴

Η παιδαγωγική είναι «αναγκασμένη να σχεδιάσει και να προτείνει τους όρους συνεργασίας με την τεχνολογία». (Ασλανίδου, 1997)⁵⁵ Για την παιδαγωγική τα μέσα είναι χρήσιμα αλλά δεν αποτελούν πανάκεια. Άρα, χρειάζεται «προσεκτική επιλογή και συνετή χρήση τους» (Τριλιανός, 1992)⁵⁶.

Τα παιδιά πριν έρθουν στο χολείο έχουν ήδη εξοικειωθεί με τα Μ.Μ.Ε. Έχουν περάσει αμέτρητες ώρες μπροστά στην τηλεόραση, το βίντεο και τον ηλεκτρονικό υπολογιστή. Επόμενο λοιπόν είναι, τα Μ.Μ.Ε. να έχουν επηρεάσει τα παιδιά και να τους έχουν «επιβάλλει» ορισμένη αντίληψη-εικόνα για τον κόσμο.

Μόνο που αυτή η εικόνα είναι διαφορετική από αυτή που συναντούν στον σχολείο. Παράδειγμα: η τηλεόραση, η εικόνα της τηλεόρασης, βρίσκεται σε διαρκή κίνηση. Ασυνείδητα λοιπόν επιβάλλει μια δυναμική αντίληψη για τον κόσμο. Αντίθετα, το βιβλίο, η εικόνα του βιβλίου διαμορφώνει μια στατική αντίληψη του κόσμου. Άλλο παράδειγμα: ο ηλεκτρονικός υπολογιστής προσφέρει πολλές δυνατότητες. Ο μικρός μαθητής βρισκόμενος μπροστά από ένα ηλεκτρονικό υπολογιστή κάνει «πράγματα και θαύματα». Αντίθετα, ο μαυροπίνακας έχει τους δικούς του ρυθμούς. Για απλή διαίρεση χρειάζεται περισσότερος κόπος και χρόνος.

Τα δυο αυτά παραδείγματα δείχνουν ότι τα Μ.Μ.Ε. συντελούν στην διαμόρφωση θεμελιακών αντιλήψεων για τον κόσμο. Κατασκευάζουν και επιβάλλουν πραγματικότητες. Ο κόσμος των Μ.Μ.Ε. είναι ένας καινούργιος κόσμος, που λειτουργεί με τους δικούς του ρυθμούς. Τα παιδιά πρέπει να μάθουν αυτόν τον καινούργιο κόσμο (Τσαρδάκης, 1990)⁵⁷. Μόνο που ο κόσμος αυτός δεν είναι ενιαίος. Κάθε μέσο αποτελεί και έναν επιμέρους κόσμο. Δηλαδή, κάθε μέσο επικοινωνίας έχει τις δικές του δυνάμεις και αδυναμίες, τα δικά του χαρακτηριστικά, έχει τη δική του επίδραση στη σκέψη και αντίληψη του δέκτη-μαθητή (Greenfield, 1988)⁵⁸.

Ο εκπαιδευτικός οφείλει να γνωρίζει τις δυνατότητες και τις αδυναμίες των μέσων, όπως και τις σύγχρονες παιδαγωγικές αντιλήψεις για τα μέσα, για τις νέες τεχνολογίες (Beymon & Mackay, 1993)⁵⁹. Επιπλέον, ο ικανός εκπαιδευτικός συνδυάζει τον κατάλληλο εξοπλισμό και το κατάλληλο μέσο-συνδυασμός απαραίτητος για την χρήση των μέσων, με στόχο να βελτιώσει τη διδασκαλία- μάθηση. (Persival & Ellington, 1988)⁶⁰

⁵³ Βλ. Μάραντος Π. (1999), «*Εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας: Η χρήση των ΜΜΕ στην εκπαίδευση*», Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Αθήνα

⁵⁴ Βλ. Ασλανίδου Σ. (1997), «*Παιδαγωγικός λόγος*», Άρθρο σε περιοδικό

⁵⁵ Βλ. Ασλανίδου Σ. (1997), ο.π.

⁵⁶ Βλ. Τριλιανός Θ. (1992), «*Μεθοδολογία της διδασκαλίας II*», Αθήνα, εκδοσεις Αφοί Τολιδή, σελ 152

⁵⁷ Βλ. Τσαρδάκης Δ. (1990), «*Μαζική Επικοινωνία και πραγματικότητα*», Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση σελ. 146

⁵⁸ Βλ. Greenfield P. (1988), «*Μέσα Ενημέρωσης και παιδί*» εκδόσεις Κουτσούμπος, σελ 163

⁵⁹ Βλ. Beymon J. & Mackay H. (1993), «*Computers into classrooms. More questions than answers*», London, The Falmer press

⁶⁰ Βλ. Persival Fr. & Ellington M. (1988), «*A handbook of educational technology*», 3rd edition, Kogan page, London, page 13

3.2 Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ως γνωστικό αντικείμενο

Το ότι τα Μ.Μ.Ε. είναι βασικός θεσμός των σύγχρονων κοινωνιών δεν δέχεται αμφισβήτηση. Ο όρος «μαζικός» χαρακτηρίζει πολλές εκφάνσεις του βίου (μαζική κοινωνία, μαζική κουλτούρα, μαζική εκπαίδευση, μαζικό κίνημα, μαζική διασκέδαση κ.τ.λ). Όπως έχει αναφερθεί, η μαζική κοινωνία γέννησε τα Μ.Μ.Ε., τα οποία με τη σειρά τους αναπαράγουν την μαζική κοινωνία.

Αν και βασικός θεσμός τα Μ.Μ.Ε, εν τούτοις μόνο οι ειδικοί τα γνωρίζουν. Οι πολλοί τα αγνοούν κι όμως επηρεάζουν τη ζωή τους σε μεγάλο βαθμό. Όλοι ζουν με τα μέσα και μέσα στα μέσα.

Η πολιτεία, το εκπαιδευτικό σύστημα, κινούνται με αργούς ρυθμούς. Κι όμως η ευθύνη τους απέναντι στους πολίτες και κυρίως προς τη νέα γενιά είναι μεγάλη. Είναι θέμα ηθικής τάξης και πρώτης προτεραιότητας να μάθουν στα παιδιά τον κόσμο των Μ.Μ.Ε. Είναι μεγάλο πρόβλημα για τα παιδιά να ζουν με και μέσα στα Μ.Μ.Ε. και να μην έχουν διδαχθεί επίσημα και επιστημονικά τίποτα γι' αυτά.

Ως γνωστικό αντικείμενο είναι ανάγκη να διδάσκονται όλα τα Μ.Μ.Ε., παραδοσιακά (π.χ εφημερίδα) και σύγχρονα ή νέα μέσα (π.χ Multimedia). Τα παιδιά είναι ανάγκη να μάθουν την λειτουργία αλλά και την φιλοσοφία τους (Μάραντος, 1999)⁶¹.

⁶¹ Βλ. Μάραντος Π. (1999), «Εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας: η χρήση των ΜΜΕ στην εκπαίδευση», Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Αθήνα, σελ. 156-157

3.2.1 Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ως μέσο εκπαίδευσης

Ανέκαθεν η εκπαίδευση είχε ως στόχο τη μετάδοση ορισμένων γνώσεων-πληροφοριών. Οι γνώσεις-πληροφορίες ήταν λίγες. Εύκολα η προηγούμενη γεννιά μετέδιδε στην επόμενη την υπάρχουσα γνώση. Σήμερα υπάρχει ωκεανός πληροφοριών, που αλλάζουν τόσο γρήγορα, ώστε δύσκολα γνωρίζει κανείς και ξέρει τι ισχύει.

Τα Μ.Μ.Ε. δεν είναι σκοπός, είναι το μέσο που θα βοηθήσει τη διαδικασία μάθησης, πως να μαθαίνει ο μαθητής. Αν μάλιστα γίνει δεκτή η θεωρία των πολλαπλών ευφυϊών, η χρήση πολλών και διαφορετικών Μ.Μ.Ε. μπορεί να αναπτύξει τις πολλές και διαφορετικές ευφυΐες που έχουν οι μαθητές (Κωνσταντοπούλου, 1997)⁶².

Αναγκαία δεν είναι η οποιαδήποτε χρήση των Μ.Μ.Ε., αλλά η καλή χρήση δεδομένου ότι υπάρχει αμφίδρομη επικοινωνία. Ανάμεσα στα άλλα χρειάζονται: ο εκπαιδευτικός να οργανώνει συστηματικά τη διδασκαλία του, το μήνυμα-μάθημα να προσαρμόζεται στο επίπεδο του μαθητή, η αποκωδικοποίηση του μηνύματος να γίνεται με την ενεργή συμμετοχή των μαθητών (Θεοφιλίδης, 1998)⁶³. Επιπλέον καλή χρήση σημαίνει καλή διδασκαλία, δηλαδή να χρησιμοποιεί το κατάλληλο μέσο, την κατάλληλη στιγμή. Καλή χρήση σημαίνει πλήρη επικοινωνία εκπαιδευτικού-μαθητών, δηλαδή η απογείωση τους, από τον συγκεκριμένο χώρο και χρόνο, προς την χώρα του μαθήματος (Ανδρεάδης, 1998)⁶⁴.

Αλλά υπάρχει και η κακή χρήση. Πρόβλημα κακής χρήσης υπάρχει π.χ όταν οι εκπαιδευτικοί βλέπουν τα Μ.Μ.Ε. ως στοιχείο εκμοντερνισμού ή ως ευκαιρία απασχόλησης της τάξης ή ως μέσο για ησυχία στην ανήσυχη τάξη (Πετρουλάκης, 1981)⁶⁵. Η χρήση των Μ.Μ.Ε. χρειάζεται να γίνεται με βάση τις εξής αρχές:

- Ø Όχι αποκλειστική χρήση ενός μέσου και αποκλεισμός των άλλων
- Ø Ορισμένα μέσα είναι πιο κατάλληλα για ορισμένα αντικείμενα ή στόχους
- Ø Να χρησιμοποιούνται ως απαραίτητο τμήμα της διδασκαλίας
- Ø Η προετοιμασία είναι απαραίτητη για την χρήση τους
- Ø Συζήτηση και κριτική ανάλυση μετά την χρήση τους
- Ø Στόχος της χρήσης να είναι η καλύτερη επικοινωνία-μάθημα
- Ø Η χρήση δικαιολογείται εφόσον διευκολύνεται η διαδικασία μάθησης

Οι εξελίξεις στα Μ.Μ.Ε. είναι τόσο γρήγορες που αδυνατούν να συλλάβουν οι ανθρώπινες αισθήσεις. Την ίδια ώρα η τεχνολογία δίνει τη δυνατότητα επέκτασης των αισθήσεων και των ικανοτήτων (McLuhan, 1990)⁶⁶. Η εξαφάνιση και η εμφάνιση τεχνολογιών είναι διαρκής. Επομένως δεν χρειάζεται προσκόληση σε κάποιο Μ.Μ.Ε. Δεν χρειάζεται ούτε υπερεκτίμηση ούτε υποεκτίμηση των δυνατοτήτων τους. Η τεχνολογία από μόνη της δεν καθορίζει και δεν διαμορφώνει τις κοινωνικές σχέσεις και την κοινωνία (Παπαθανασόπουλος, 1998)⁶⁷. Αυτό που χρειάζεται είναι η διαρκής προσαρμογή στις τεχνολογικές εξελίξεις. Ο ρόλος της εκπαιδευτικής τεχνολογίας είναι και θα παραμείνει βοηθητικός (Τριλιανός, 1992)⁶⁸.

Γίνεται δεκτό ότι χρήση των Μ.Μ.Ε. στην εκπαιδευτική διαδικασία πλεονεκτεί οργανωτικά, παιδαγωγικά και ψυχολογικά. Με την διέγερση της όρασης, της ακοής και των άλλων αισθήσεων, συντελούν στην ταχύτερη γνώση (Ζευκιλής, 1989)⁶⁹. Η χρήση των Μ.Μ.Ε. προϋποθέτει τη γνώση τους, γιατί διδάσκω με τα Μ.Μ.Ε. σημαίνει διδάσκω και τα Μ.Μ.Ε. Η

γνώση τους λοιπόν σημαίνει γνώση της επικοινωνιακής και παιδαγωγικής λειτουργίας τους. Μόνο έτσι θα λειτουργήσουν προς όφελος του μαθητή. Τα Μ.Μ.Ε. έχουν πολλαπλάσιες δυνατότητες, αλλά αυτό δεν σημαίνει πολλαπλάσια μάθηση. Έχουν πολλαπλάσιες ταχύτητες, αλλά οι μαθητές έχουν περιορισμένες δυνατότητες και ταχύτητες μάθησης. Και βέβαια, δεν χρειάζεται να προσαρμοστούν οι μαθητές στην τεχνολογία αλλά η τεχνολογία στους μαθητές. (Μάραντος, 1999)⁷⁰

⁶² Βλ. Κωνσταντοπούλου Μ. (1997), σημειώσεις, «Διοίκηση της εκπαίδευσης, Επιμορφωτικό πρόγραμμα», Αθήνα, Υπουργείο Παιδείας Έρευνας & Θρησκευμάτων

⁶³ Βλ. Θεοφιλίδης Χρ. (1998), άρθρο «Παιδαγωγικός λόγος», σελ 31

⁶⁴ Βλ. Ανδρεάδης Γ. (1998), Εισήγηση, Διεθνές Συνέδριο, «Η κατασκευή της πραγματικότητας», εκδόσεις Αλεξάνδρεια, σελ. 526

⁶⁵ Βλ. Πετρουλάκης Ν. (1981), «Προγράμματα εκπαιδευτικοί στόχοι, Μεθοδολογία», εκδόσεις Φελέκη, Αθήνα, σελ. 475-477

⁶⁶ Βλ. McLuchan Μ. (1990), « MEDIA, Οι προεκτάσεις του ανθρώπου», εκδόσεις Κάλβος, Αθήνα

⁶⁷ Βλ. Παπαθανασόπουλος Στ. (1998), άρθρο της εφημερίδας «Η Καθημερινή», 11 Ιανουαρίου 1998

⁶⁸ Βλ. Τριλιανός Θ. (1992), «Μεθοδολογία της διδασκαλίας II», Αθήνα, εκδοσεις Αφοί Τολιδή, σελ 126

⁶⁹ Βλ. Ζευκλής Αρ. (1989), «Τα εποπτικά μέσα διδασκαλίας», εκδόσεις Γρηγόρη, σελ. 5-6

⁷⁰ Βλ. Μάραντος Π. (1999), «Εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας: η χρήση των ΜΜΕ στην εκπαίδευση», Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Αθήνα

3.2.2 Web 2.0

Τα τελευταία χρόνια το Web 2.0 γίνεται γνωστό ακόμα και στους απλούς χρήστες του Διαδικτύου, καθώς επιτρέπει στους ανθρώπους να δημιουργούν να δημοσιεύουν, να ανταλλάσσουν περιεχόμενο (π.χ κείμενο, εικόνες κ.τ.λ). Μια τέτοια τεχνολογία όχι μόνο επιτρέπει την έκδοση και την περιήγηση του περιεχομένου στο Web, αλλά κυρίως ενθαρρύνει την συνεργατική δημιουργία αυτών των περιεχομένων προωθώντας την αλληλεπίδραση και την επικοινωνία μεταξύ των χρηστών(O'Reilly, 2005 ; Hwang, Yin, Hwang & Tsai, 2008)^{71,72}.

Ο O'Reilly (2005) αναφέρει χαρακτηριστικά ότι *«παρ' ότι ο όρος Web 2.0 φαίνεται σαν να αναφέρεται σε μια νέα έκδοση του World Wide Web, στην πραγματικότητα δεν περιγράφει κάποια ανανέωση στις τεχνικές προδιαγραφές. Όμως περιγράφει αλλαγές στους τρόπους με τους οποίους οι χρήστες χρησιμοποιούν τον παγκόσμιο ιστό»*. Αυτό που θα πρέπει να γίνει κατανοητό είναι ότι ο χρήστης του Web 2.0 δεν είναι πλέον ένα θεατής που περιηγείται απλά σε ιστοσελίδες,, ούτε καταναλωτής κάποιου υλικού. Αντιθέτως ο χρήστης είναι ενεργός και συμπεριφέρεται συνεργατικά και αλληλεπιδραστικά, μοιραζόμενος το υλικό, που παρήγαγε με άλλους χρήστες.

Μάλιστα, ο Jenkins (2006)⁷³ αναφέρει ότι *«το Web 2.0 σηματοδοτεί την συμμετοχική κουλτούρα στην οποία υπάρχουν πολλές ευκαιρίες για κάποιον να δημιουργήσει και να συμμετάσχει στη συνεργατική μάθηση, και να γίνει ένας παγκόσμιος πολίτης (πολίτης όλου του κόσμου), ικανός να επικοινωνεί και να εργάζεται σε διαφορετικά πλαίσια»*. Έτσι όλοι συμμετέχουν και συνεισφέρουν με τον τρόπο τους στον παγκόσμιο ιστό, και μέσω αυτού του διαμοιρασμού και της συμμετοχής αυξάνονται οι ευκαιρίες για γνώση.

Ακόμη, το Web 2.0 περιλαμβάνει μια ποικιλία από έννοιες, που δίνουν έμφαση στο περιεχόμενο που δημιουργείται από τον χρήστη, στην ανταλλαγή των πληροφοριών, στη συνεργατική προσπάθεια, παράλληλα με νέους τρόπους αλληλεπίδρασης μέσω των διαδικτυακών εφαρμογών και την χρήση ενός ιστού ως πλατφόρμα για δημιουργία περιεχομένου από τους χρήστες (Fraklin & Harmelen, 2007)⁷⁴.

Σύμφωνα με τον Fry (2012)⁷⁵, *«το Web 2.0 είναι περισσότερο μια ιδέα στο μυαλό των ανθρώπων παρά μια πραγματικότητα»*, ωστόσο σύμφωνα με τα παραπάνω διαφαίνεται ότι ο πυρήνας του Web 2.0 είναι το διαδίκτυο και η κεντρική ιδέα που στοχεύει στη διευκόλυνση της δημιουργικότητας, στη συνεργασία και στην ανταλλαγή ιδεών μεταξύ των χρηστών, κάνοντας έτσι ευδιάκριτη την συμμετοχική του κουλτούρα.

Το Web 2.0 αποτελεί την ιδεολογική και τεχνολογική βάση που επιτρέπει στον χρήστη να διαχειριστεί το περιεχόμενο, που έχει δημιουργηθεί, και μπορεί να θεωρηθεί ως το άθροισμα όλων των τρόπων, με τους οποίους οι άνθρωποι κάνουν χρήση των Social Media. Τα Social Media ορίζονται ως μια ομάδα εργαλείων/εφαρμογών, η οποία βασίζεται και είναι διαθέσιμη μέσω του Διαδικτύου. Τα εργαλεία αυτά προέρχονται από την ευρύτερη έννοια του Web 2.0 και επιτρέπουν την δημιουργία και τον διαμοιρασμό περιεχομένου μεταξύ των χρηστών (Kaplan & Haenlein, 2010)⁷⁶.

Η τεράστια απήχηση που διαπιστώνεται αναφορικά με την χρήση του Web 2.0 σχετίζεται με τις βασικές αρχές του O'Reilly που κάνουν λόγο για:

Ανοικτό Περιεχόμενο: Το χαρακτηριστικό της άμεσης πρόσβασης, από όλους τους εν δυνάμει χρήστες έγκειται στην επαναχρησιμοποίηση του περιεχομένου και αφορά το κατά

πόσο ο χρήστης δίνει το δικαίωμα σε άλλους να χρησιμοποιούν το υλικό του (Conole & Alevizou, 2010)⁷⁷. Πρόκειται για το κρίσιμο χαρακτηριστικό του Web 2.0, καθώς επιτρέπει στους χρήστες να συνθέτουν περιεχόμενο και να το παραθέτουν σε άλλους χρήστες για αναθεώρηση, σχολιασμό και επαναχρησιμοποίηση, ώστε να παραχθεί νέο υλικό με μεγαλύτερη αξία από το αρχικό (Rollett, Lux, Strohmaier, Dosinger & Tochtermann, 2007)⁷⁸

Διαμοιρασμός Περιεχομένου και Συνεργασία: Στο Web 2.0 υπάρχει συμμετοχικότητα, η οποία περιλαμβάνει τον διαμοιρασμό ψηφιακών τεχνουργημάτων από ομάδες και άτομα. Μέσω της συνεργασίας γίνεται λόγος για συλλογιστική, με προσεγγίσεις που υποστηρίζουν ότι όταν εργαζόμαστε συλλογικά και μοιραζόμαστε ιδέες, οι κοινότητες μπορούν να είναι πολύ περισσότερο παραγωγικές από ότι όταν δουλεύουμε ατομικά (Rollett, ..., 2007). Πιο αναλυτικά η αρχιτεκτονική της συμμετοχής συμβαίνει, όταν η υπηρεσία βελτιώνεται, όσο περισσότερο χρησιμοποιείται (O'Reilly & Battelle, 2009)⁷⁹.

Επικοινωνία και Αλληλεπίδραση: Η επικοινωνία και η αλληλεπίδραση των χρηστών αποτελεί ένα εγγενές χαρακτηριστικό των εργαλείων Web 2.0. Οι χρήστες πληροφορούνται, μέσα από τη συμμετοχή και την αλληλεπίδραση, για θέματα, τα οποία ενδεχομένως να τους ενδιαφέρουν, και τους παρέχονται ευκαιρίες για πρόσβαση και επικοινωνία στην αναζήτηση της γνώσης (Conole & Alevizou, 2010)

⁷¹ Βλ. O'Reilly T. (2005), «*What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*», online: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

⁷² Βλ. Hwang G.J., Yin P.Y., Hwang C.W. & Tsai C.C. (2008), «*An enhanced genetic approach to composing cooperative learning groups for multiple grouping criteria*», Educational Technology and Society, 11 (1), pages 148-167 *technologies*», article in International Journal of Learning Technology

⁷³ Βλ. Jenkins, H. (2006), «*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*», New York, New York University Press.

⁷⁴ Βλ. Franklin T. & Harmelen M. (2007), «*Web 2.0 for Content for Learning and Teaching in Higher Education*», London, Joint Information Systems Committee

⁷⁵ Βλ. Fry S. (2012), «*Web 2.0*», online: http://www.bbc.co.uk/blogs/bbcinternet/2008/02/how_to_say_web_20.html (Τελευταία πρόσβαση, 21 Ιουλίου 2018)

⁷⁶ Βλ. Kaplan A.M. & Haenlein M. (2010), «*Users of the world unite! The challenges and opportunities of Social Media*», Business Horizons, 53(1), pages 59-68

⁷⁷ Βλ. Conole G. & Alevizou P. (2010), «*A literature review of the use of Web 2.0 tools in Higher Education*» online: <https://core.ac.uk/download/pdf/5162.pdf>, (Τελευταία πρόσβαση, 21 Ιουλίου 2018)

⁷⁸ Βλ. Rollett H., Lux M., Strohmaier M. & Dosinger G. (2007), «*The Web 2.0 way of learning with technologies*», article in International Journal of Learning Technology

⁷⁹ Βλ. O'Reilly T. & Battelle J. (2009), «*Web Squared: Web 2.0 Five Years On*», online: <https://conferences.oreilly.com/web2summit/web2009/public/schedule/detail/10194>, (Τελευταία πρόσβαση, 21 Ιουλίου 2018)

3.2.3 Εκπαιδευτικά εργαλεία Web 2.0

Ο Clay Shirky (2009)⁸⁰ του New York University που ασχολείται με τα νέα μέσα και τα κοινωνικά δίκτυα αναφέρει ότι «Μια επανάσταση δεν συμβαίνει όταν μια κοινωνία υιοθετεί νέα τεχνολογικά εργαλεία. Συμβαίνει όταν η τεχνολογία γίνεται τετριμμένη και η κοινωνία υιοθετεί νέες συμπεριφορές». Η ανάπτυξη της τεχνολογίας του Web 2.0 έφερε πραγματικά μια επανάσταση και πλέον η χρήση των νέων εργαλείων υιοθετείται από πολλές κοινωνικές ομάδες.

Στον χώρο της εκπαίδευσης το Web 2.0 μπορεί να αποτελέσει ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο για τον εκπαιδευτικό που θέλει να εμπλουτίσει το μάθημα του. Έρευνες έχουν δείξει ότι η χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στη διδασκαλία-εκπαιδευτική διαδικασία ζωντανεύει το ενδιαφέρον και κινητοποιεί το σύνολο των μαθητών, που πολύ συχνά έχουν μια μη θετική στάση απέναντι στην παραδοσιακή, συμβατική κατά πρόσωπο διδασκαλία. Το Web 2.0 έχει δώσει πλέον έναν αέρα καινοτομίας και πρόκλησης και στη διδασκαλία αλλά και στη μάθηση.

Edmodo



Το Edmodo αποτελεί μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, που έχει σχεδιαστεί ειδικά για εκπαιδευτικούς και μαθητές. Ανήκει στις εφαρμογές του Web 2.0 και έχει ως βασικό του χαρακτηριστικό την αλληλεπίδραση. Είναι ένα ασφαλές «κλειστό» κοινωνικό δίκτυο για την επικοινωνία μαθητών και εκπαιδευτικών. Η χρήση του Edmodo «εκπαιδεύει» τους μαθητές να συμπεριφέρονται σε ένα κοινωνικό δίκτυο (επιθυμητές – μη επιθυμητές συμπεριφορές), κατά συνέπεια τους εκπαιδεύει χρήση των ανοικτών κοινωνικών δικτύων που ήδη χρησιμοποιούν ή θα θελήσουν να χρησιμοποιήσουν στο μέλλον όπως Facebook, LinkedIn, Google+, κ.α. Παρέχει τις εξής δυνατότητες:

- Ø Να δημοσιεύουν ανακοινώσεις
- Ø Να αναθέτουν εργασίες και να ζητούν την ολοκλήρωσή τους σε συγκεκριμένο χρόνο
- Ø Να ανταλλάσσουν ιδέες
- Ø Να διαμοιράζουν υλικό
- Ø Να δημιουργήσουν ένα διαδικτυακό ημερολόγιο της τάξης
- Ø Να δημιουργήσουν και να αναπτύξουν «ψηφιακές βιβλιοθήκες»
- Ø Να προτείνουν θέματα για συζήτηση
- Ø Να δημιουργήσουν μικρές ομάδες εξ' αποστάσεως μελέτης

- Ø Να δημιουργούνται λογαριασμοί γονέων, ώστε να μετέχουν κι αυτοί σε θέματα του σχολείου και να παρακολουθούν την πρόοδο και τις εργασίες των παιδιών τους.
- Ø Να διαχειρίζονται ηλεκτρονικούς φακέλους μαθητών (αναθέσεις εργασιών, διαγωνίσματα τριμήνων, ψηφοφορίες, βαθμοί κ.α)

Πηγή: <https://www.edmodo.com/?language=el>

Prezi



Το Prezi αποτελεί μια Web 2.0 διαδικτυακή εφαρμογή που κυκλοφόρησε το 2009, και επιτρέπει αρκετά εύκολα την δημιουργία εντυπωσιακών, μη-γραμμικών παρουσιάσεων δίνοντας τη δυνατότητα οργάνωσης και διαμοιρασμού των ιδεών ακολουθώντας μια διαφορετική προσέγγιση από την συνηθισμένη αυτή του PowerPoint ή άλλων εργαλείων παρουσιάσεων (OpenOffice, LibreOffice ή Google docs). Το Prezi διαθέτει και ενδιαφέροντα και ισχυρά χαρακτηριστικά. Αναλυτικά οι χρήστες του Prezi έχουν τις εξής δυνατότητες:

- Ø Να δημιουργήσουν παρουσιάσεις
- Ø Να δημιουργήσουν βιβλιοθήκη με τις παρουσιάσεις τους
- Ø Να διαμοιραστούν παρουσιάσεις τους με φίλους ή συνεργάτες
- Ø Να δημοσιοποιήσουν τις παρουσιάσεις τους
- Ø Να εισάγουν παρουσιάσεις από το PowerPoint
- Ø Να δημιουργήσουν παρουσιάσεις από κοινού με άλλους χρήστες του Prezi
- Ø Να ενσωματώνουν τις παρουσιάσεις τους σε κάποια ιστοσελίδα ή ιστολόγιο
- Ø Να τις εξάγουν/μεταφορτώσουν, ώστε να τις παρουσιάσουν δίχως σύνδεση με το διαδίκτυο

Πηγή: <https://prezi.com/>

Voki

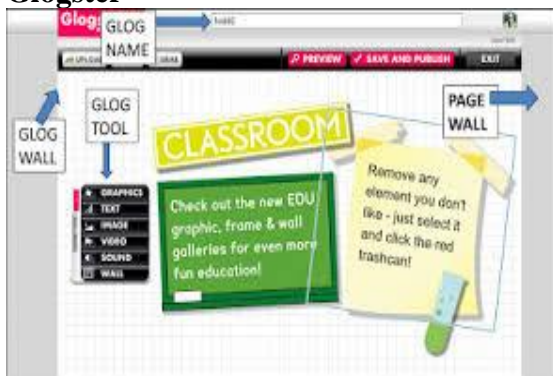


Είναι ένα Web 2.0 εργαλείο έκφρασης στο Διαδίκτυο, για τον μαθητή και τον εκπαιδευτικό. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί η δική τους φωνή μέσω ομιλούντων χαρακτήρων, η εφαρμογή δίνει δηλαδή την δυνατότητα δημιουργίας avatar. Το Voki διαθέτει την δωρεάν υπηρεσία που επιτρέπει στους εκπαιδευτικούς – μαθητές να δημιουργούν χαρακτήρες που ομιλούν και να τους ενσωματώσουν σε ιστολόγια (blogs), σε ιστοσελίδες, σε παρουσιάσεις, σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή μπορούν να υπάρξουν και αυτόνομα. Οι μαθητές μπορούν να το χρησιμοποιήσουν για :

- Ø Να δημιουργήσουν μια παρουσίαση στην τάξη τους
- Ø Να ηχογραφήσουν ένα μήνυμα
- Ø Να δημιουργήσουν ένα avatar του εαυτού τους
- Ø Να επικοινωνούν και να συνεργάζονται με τους συμμαθητες τους/ ή και με άλλους μαθητές, σε άλλα σχολεία με την ανταλλαγή των ηχογραφημένων μηνυμάτων
- Ø Να δημιουργήσουν ένα σύντομο «δελτίο ειδήσεων»
- Ø Να χρησιμοποιηθεί ως εισαγωγή σε ένα ηλεκτρονικό αρχείο (portfolio) ή σε παρουσίαση
- Ø Να «μιλήσουν» την ξένη γλώσσα, σε δραστηριότητες παιχνιδιματος ρόλων στα ξενόγλωσσα μαθήματα, πραγματοποιώντας έτσι μια «αυθεντική» ξενόγλωσση εμπειρία, όπου οι μαθητές γράφουν, διαβάζουν, διορθώνουν και μιλάνε σε κοινό

Πηγή: <https://www.voki.com/>

Glogster



Το Glogster είναι μια διαδραστική ψηφιακή διαδικτυακή αφίσα, που μπορεί να αποτελέσει και ένα διαφορετικό τρόπο παρουσίασης, είτε από τον εκπαιδευτικό που θέλει να παρουσιάσει ένα αντικείμενο, είτε από τους μαθητές ως ομάδες. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν φωτογραφίες, βίντεο, κείμενο, ήχος κ.α Προτάσεις για χρήση:

Ο εκπαιδευτικός μπορεί να ετοιμάσει το μάθημα του, ανά ενότητα για να το παρουσιάσει στους μαθητές ή να αφήσει τους μαθητές σε ομάδες να ετοιμάσουν για επανάληψη ένα Glog, για την ενότητα που θέλει να γίνει η επανάληψη, χρησιμοποιώντας υλικό από το διαδίκτυο ή από το σχολικό βιβλίο. Καλό θα είναι να υπάρχουν οδηγίες για το τι πρέπει να κάνουν και τι να περιμένει από αυτούς. Οι οδηγίες δεν θα πρέπει να είναι υπερβολικά λεπτομερείς γιατί δεν αφήνουν περιθώρια δημιουργικότητας, αλλά ούτε υπερβολικά χαλαρές για να γνωρίζουν οι μαθητές τι περιμένει ο εκπαιδευτικός από αυτούς.

Πηγή: <https://edu.glogster.com/>

Padlet: Paper of the Web (πρώην Wallwisher)



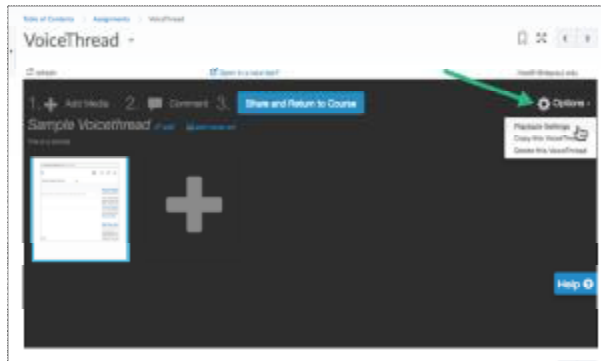
Πρόκειται για μια διαδικτυακή εφαρμογή που επιτρέπει στους χρήστες να δημοσιεύσουν τις σκέψεις τους για ένα θέμα χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικά σύντομα σημειώματα τύπου post it σε ένα κοινό ψηφιακό τοίχο. Τα σημειώματα αυτά μπορεί να περιέχουν κείμενο και να συμπεριλαμβάνουν αρχεία, εικόνες, ήχους ή βίντεο. Τα αρχεία που επισυνάπτονται στο Padlet, μπορούν να «ανέβουν» στο padlet-upload, ή αν βρίσκονται στο διαδίκτυο ο χρήστης μπορεί να χρησιμοποιήσει τον σύνδεσμο τους (link). Προτάσεις διδακτικής αξιοποίησης:

- Ø Το Padlet αποτελεί έναν διαδικτυακό χώρο συνεργασίας όπου συμμετέχοντες έχουν την δυνατότητα να πουν την γνώμη τους είτε επώνυμα είτε ανώνυμα, τοποθετώντας σημειώματα στον τοίχο. Η συνεισφορά των εμπλεκόμενων μπορεί να γίνει σύγχρονα (π.χ κατά την διάρκεια του μαθήματος), έτσι ώστε να τα βλέπει ή ασύγχρονα (οποιαδήποτε χρονική στιγμή, από οποιοδήποτε χώρο).
- Ø Μπορεί να αξιοποιηθεί για ένα διαδικτυακό καταιγισμό ιδεών (π.χ μπορεί ο εκπαιδευτικός πέρα από το μάθημα του να προτείνει στους μαθητές να παρακολουθήσουν ένα βίντεο από το διαδίκτυο (youtube) και να ζητήσει να απαντήσουν με συντομία σε ερώτημα που τους θέτει).
- Ø Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να διερευνήσει τι γνωρίζουν οι μαθητές για ένα θέμα πρώτου αυτό αναπτυχθεί από τον διδάσκοντα ώστε να εμβαθύνει όπου και με όποιο τρόπο χρειάζεται.

- Ø Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ανατροφοδότηση σε μια σχολική διδασκαλία ή σε ένα επιμορφωτικό σεμινάριο
- Ø Για την δημιουργία «εκπαιδευτικού συμβολαίου»

Πηγή: <https://el.padlet.com/>

VoiceThread



Είναι ένα Web 2.0 συνεργατικό εργαλείο που επιτρέπει την από κοινού δημιουργία πολυμεσικών παρουσιάσεων, ενσωματώνοντας εικόνες, κείμενα και βίντεο. Δίνει την δυνατότητα συνεργασίας και ανατροφοδότησης, αφού επιτρέπει σε χρήστες ασύγχρονα να αφήσουν σχόλια με διαφορετικούς τρόπους:

- Ø Φωνή (από μικρόφωνο ή τηλέφωνο)
- Ø Κείμενο
- Ø Αρχείο ήχου
- Ø Η βίντεο (με την χρήση webcam)

Μπορεί να χρησιμοποιηθεί με συνεργάτες ή με μαθητές για να συλλεχθούν τα σχόλια τους πάνω σε κάποιο θέμα που επιθυμεί ο εκπαιδευτικός, εμπλέκοντας τους σε ένα πολυμεσικό καταιγισμό ιδεών. Οι δυνατότητες του VoiceThread είναι οι εξής:

- Ø Διευκολύνει την έκφραση απόψεων πάνω σε συγκεκριμένο υλικό (εικόνα, βίντεο ή κείμενο)
- Ø Προωθεί τη συζήτηση ή τα σχόλια μέσω τηλεφώνου, μικροφώνου υπολογιστή ή τυπωμένων σχολίων
- Ø Επιτρέπει στον εκπαιδευτικό να παρουσιάσει με οπτικό τρόπο διαδικασίες που έχουν να κάνουν με το μάθημα του
- Ø Βοηθά τους εκπαιδευτικούς να εμπλέξουν τους μαθητές σε θέματα που επιθυμούν
- Ø Ενθαρρύνει τους μαθητές να συνεισφέρουν, ενεργοποιώντας τους
- Ø Μπορεί να εισαχθεί οπουδήποτε επιτρέπεται κώδικας HTML
- Ø Υποστηρίζει πολλά διαφορετικά πρότυπα αρχείων-PDF, Microsoft Word, Excel, PowerPoint, εικόνες και βίντεο. Εισάγει εικόνες από το Flickr, το Facebook και το web

- Ø Υπάρχει η δυνατότητα διαχείρισης των σχολίων
- Ø Αν και το κατέβασμα είναι με χρέωση, μπορεί να γίνει και δωρεάν με την χρήση εργαλείων που κάνουν screencast
- Ø Επιτρέπονται μέχρι τρεις παρουσιάσεις ταυτόχρονα και υπάρχει όριο στο μέγεθος των αρχείων

Πηγή: <https://voicethread.com/>



Το ToonDoo είναι μια Web 2.0 εφαρμογή δημιουργίας κόμικς γρήγορα και εύκολα. Είναι ένα κωμικό εργαλείο δημιουργίας από το Jamban, μια περιοχή διασκέδασης για τα παιδιά. Το Jamban είναι αφιερωμένο στη δημιουργία μιας μοναδικής σειράς από δωρεάν online παιχνίδια με εκπαιδευτική αξία για τα παιδιά όλων των ικανοτήτων. Το σημαντικό είναι ότι όλα τα παιχνίδια έχουν την δυνατότητα να προσαρμόζονται από τους χρήστες σύμφωνα με τις απαιτήσεις τους. Τα πλεονεκτήματα του ToonDoo είναι τα ακόλουθα:

- Ø Είναι ο καλύτερος τρόπος για να φέρει ένα εκπαιδευτικός τα κόμικς στην τάξη και να εμπλέξει τους μαθητές με το ToonDoo
- Ø Εύκολη εγγραφή για τους νέους χρήστες (δεν απαιτείται διεύθυνση email)
- Ø Το περιβάλλον είναι ασφαλές, προστατευμένο και προσωπικό
- Ø Προσφέρει μια συλλογή (clipart) ειδικά για εκπαιδευτική χρήση
- Ø Είναι ιδανικό για εκπαιδευτικούς και σχολική χρήση
- Ø Έχει ενσωματωμένο περιεχόμενο το οποίο μπορεί να διαμορφωθεί σύστημα καταγραφής των ενεργειών των χρηστών καθώς και μηχανισμούς για τους εκπαιδευτές

Πηγή: <http://www.toondoo.com/>

Storybird



Είναι μια διαδικτυακή εφαρμογή που επιτρέπει σε οποιονδήποτε να δημιουργήσει τη δική του εικονογραφημένη-οπτικοποιημένη ιστορία σε ελάχιστο χρόνο. Το Storybird επιμελείται – συλλέγει έργα από εικονογράφους και σχεδιαστές από όλο τον κόσμο για να εμπνεύσει συγγραφείς κάθε ηλικίας να μετατρέψουν αυτές τις εικόνες σε ευχάριστες ιστορίες. Το Storybird εξελίχθηκε σε ένα κοινωνικό δίκτυο εκατομμυρίων ανθρώπων σε όλο τον κόσμο που έχουν κοινό ενδιαφέρον τη δημιουργία εικονογραφημένων ιστοριών, χρησιμοποιώντας έργα χιλιάδων καλλιτεχνών οι οποίοι προσφέρουν τα έργα τους γι' αυτό τον σκοπό. Το κομμάτι της υλοποίησης είναι εξαιρετικά εύκολο. Η ενθάρρυνση των μαθητών να αναδείξουν τις ιδέες τους και να επικεντρωθούν στη δημιουργία ιστοριών αποτελεί το ουσιαστικό θέμα.

Πηγή: <https://storybird.com/>

Diigo



Το Diigo είναι μια Web 2.0 εφαρμογή που ανήκει στην κατηγορία των κοινωνικών δικτύων για διαχείριση ιστοσελίδων. Είναι μια συνεργατική πλατφόρμα που δεν επιτρέπει μόνο την διαδικτυακή αποθήκευση των αγαπημένων ιστοσελίδων αλλά ενσωματώνει τη δυνατότητα προσθήκης σχολίων με την μορφή αυτοκόλλητων σημειώσεων, καθώς και επισημάνσεων των κειμένων που μας ενδιαφέρουν, σε συγκεκριμένα τμήματα των ιστοσελίδων. Η συνεργατική τεκμηρίωση επιτρέπει την εστίαση σε συγκεκριμένο περιεχόμενο μέσα σε κάποια ιστοσελίδα, την παρουσίαση σκέψεων πάνω σε κάτι συγκεκριμένο. Υπάρχει η δυνατότητα εκτός της επισήμανσης κειμένου (highlight) και η επισήμανση εικόνων. Το Diigo δίνει τις εξής δυνατότητες στον χρήστη:

- Ø Να διαχειρίζεται συνδέσμους (σελιδοδείκτες)
- Ø Να προσθέτει και να σχολιάζει

- Ø Να χαρακτηρίζει τους σελιδοδείκτες ως προσωπικούς ή δημόσιους, όπου μπορεί να τους μοιράζεται με ομάδες χρηστών που έχει δημιουργήσει
- Ø Να προσθέτει ετικέτες (λέξεις κλειδιά για να γίνεται εύκολη αναζήτηση)
- Ø Να επεξεργάζεται ήδη καταχωρημένους σελιδοδείκτες και να τους διαγράφει
- Ø Να σχολιάζει συγκεκριμένα τμήματα ιστοσελίδων που εμφανίζονται με την μορφή αυτοκόλλητων σημειώσεων
- Ø Να επισημαίνει τμήματα ιστοσελίδων με δυνατότητα επιλογής τριών χρωμάτων
- Ø Να δημιουργεί το δίκτυο του (αναζητώντας και προσκαλώντας και άλλους χρήστες, δημιουργώντας ομάδες χρηστών που θα βλέπουν τους σελιδοδείκτες του

Πηγή: <https://www.diigo.com/>

Οι Web 2.0 εφαρμογές είναι διαδικτυακές εφαρμογές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη διδασκαλία του προγράμματος σπουδών, για αποθήκευση δεδομένων, για τη δημιουργία ή επεξεργασία βίντεο, επεξεργασία φωτογραφίας, για συνεργασία και πολλά άλλα. Αυτές οι εφαρμογές είναι συνήθως δωρεάν και μπορούν να χρησιμοποιηθούν από εκπαιδευτικούς και μαθητές, εντός και εκτός της τάξης.

Είναι σημαντικό λοιπόν να συμπεριληφθούν στον σχεδιασμό των μαθημάτων με στόχο την αξιοποίηση τους ως ισχυρά εργαλεία για να βελτιωθεί και να ενισχυθεί η διδασκαλία που γίνεται στην τάξη. Βασικό είναι να εντοπιστεί ο λόγος αξιοποίησης της κάθε εφαρμογής και τότε κάθε συγκεκριμένο εργαλείο χρειάζεται. (Θεοφανέλλης & Οικονομοπούλου, 2014)⁸¹

⁸⁰ Βλ. Shirky C. (2009), «*Here comes everybody: How Change Happens when People Come Together*», Publisher: Penguin, United Kingdom

⁸¹ Βλ. Θεοφανέλλης Τ. & Οικονομοπούλου Α. (2014), «*15 + 1 Web 2.0 εφαρμογές με εκπαιδευτική χρήση*», εκδόσεις: Περιφερειακή Διεύθυνση Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Βορείου Αιγαίου

3.3 Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και η χρήση τους στο σχολείο

Η μεγάλη πλειονότητα των δασκάλων (85,1%) χρησιμοποιεί τα Μ.Μ.Ε. στην εκπαιδευτική διαδικασία. Αν και τα ευρήματα άλλων ερευνών είναι αντιφατικά, ωστόσο διαφαίνεται μία τάση για ολοένα αυξανόμενη χρήση (Μάραντος 2001 ; Χαραμής 2001)^{82, 83} Από μόνα τους όμως τα Μ.Μ.Ε. δεν αποτελούν ενεργητικά μέσα διδασκαλίας, ούτε πρέπει να θεωρούνται το άλλοθι μιας παιδαγωγικής ανανέωσης. Τα Μ.Μ.Ε. πρέπει να ενταχθούν μέσα σε μία ευρύτερη λογική εκπαίδευσης που αποσκοπεί στην ανάπτυξη της δημιουργικής και κριτικής σκέψης. Η χρήση των Μ.Μ.Ε. όταν δεν εντάσσεται στο πλαίσιο αυτό, παθητικοποιεί το μαθητή, καταργεί την κάθε είδους πρωτοβουλία και αυτενέργεια.

Τα Μ.Μ.Ε. δεν είναι πανάκεια για να λύσουν την οποιαδήποτε διδακτική αδυναμία των εκπαιδευτικών. Τα Μέσα μπορούν να έχουν ενεργητική διάσταση μόνο αν οι εκπαιδευτικοί τους δώσουν τέτοια προοπτική. Γι' αυτό και ο ρόλος του εκπαιδευτικού παίρνει νέες διαστάσεις με τη χρήση των Μέσων (Ασλανίδου, 2000)⁸⁴.

Από τους δασκάλους που χρησιμοποιούνται τα Μ.Μ.Ε. στην εκπαιδευτική διαδικασία, το 69,2% κάνει χρήση του Η/Υ, το 63,5% του διαδικτύου, το 55,6% του βίντεο, το 43,8% χρησιμοποιεί πολυμέσα, το 41,6% DVD (κινηματογραφικά έργα), το 25,5% τηλεόραση, το 13,3% ραδιόφωνο και τέλος το 7,9% κάνει χρήση του Τύπου. Σε γενικές γραμμές τα νέα Μέσα υπερτερούν συγκριτικά με τα παραδοσιακά.

Οι τεχνολογίες της πληροφορικής και των επικοινωνιών προσφέρουν σημαντικές ευκαιρίες στην εκπαίδευση για μεγαλύτερη ευελιξία, αλληλεπίδραση και πρόσβαση στη γνώση (Ballet & Eymery, 1984)⁸⁵. Παρέχουν τη δυνατότητα εξατομικευμένης αλλά και ομαδικής διδασκαλίας, συμβάλλουν στην ενεργή βιωματική μάθηση και στην πολυαισθητηριακή προσέγγιση των διδακτικών αντικειμένων (Kara, 1999 & Mioduser, Tur-Kaspa, Leitner, 2000)^{86, 87}. Τα μειονεκτήματα της χρήσης των νέων Μέσων στην εκπαίδευση (δίνεται έμφαση στο αποτέλεσμα και όχι στη διαδικασία, ο διάλογος είναι μηχανιστικός, υφίσταται κίνδυνος χειραγώγησης των μαθητών) μπορούν να αμβλυνθούν με την ένταξη της χρήσης των Μέσων σε ένα εκπαιδευτικό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από σύγχρονη και καινοτόμα οπτική (Ronen & Eliahu, 2000)⁸⁸.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η ευρεία χρήση του βίντεο από τους δασκάλους. Το μάθημα στο βίντεο απαιτεί πολλές ενέργειες: επιλογή, εγγραφή, ταξινόμηση, παρακολούθηση, αρχειοθέτηση, επανάληψη παρακολούθησης. Προσφέρει τη δυνατότητα συζήτησης και ανάλυσης πάνω στο μάθημα καθώς και τη δυνατότητα εντοπισμού και επανάληψης όποιων σημείων χρειάζονται. Αρκετοί δάσκαλοι δίνουν έμφαση στη χρήση DVD με κινηματογραφικά έργα. Η ένταξη των κινηματογραφικών έργων στην εκπαίδευση αποβλέπει στο να παρακινήσει τους μαθητές και να τους δώσει τα εφόδια, ώστε από παθητικοί δέκτες μηνυμάτων να γίνουν ενεργοί θεατές. Επίσης τους παρέχει ένα σύνθετο και αποτελεσματικό εργαλείο κατανόησης, συσχετισμού και κριτικής σκέψης που πυροδοτεί τη φαντασία και ενθαρρύνει το διάλογο.

Ορισμένοι εκπαιδευτικοί χρησιμοποιούν την τηλεόραση και το ραδιόφωνο στην εκπαιδευτική διαδικασία. Η χρήση της τηλεόρασης εστιάζεται στη λεγόμενη εκπαιδευτική τηλεόραση. Η εκπαιδευτική και όχι μόνο τηλεόραση έχει μεγάλες δυνατότητες. Προσφέρει εικόνα, ήχο, κίνηση. Πηγαίνει το μαθητή και την τάξη στο αντικείμενο αλλά και φέρνει το αντικείμενο στο μαθητή και την τάξη (Σεμεντεριάδης & Μαρτίδου, 2012)⁸⁹. Το ραδιόφωνο πάλι ως εκπαιδευτικό μέσο έχει πολλά πλεονεκτήματα. Είναι απλό, εύχρηστο μέσο και

πραγματοποιεί άμεση καταγραφή και μετάδοση των γεγονότων καθώς και αυθεντική μεταφορά και ανάπτυξη συναισθημάτων. Επίσης έχει χρονική δέσμευση και απευθύνεται σε όλους τους μαθητές (Μάραντος, 2001)⁹⁰. Λίγοι δάσκαλοι χρησιμοποιούν τον Τύπο στην εκπαιδευτική διαδικασία. Ο Τύπος σε όλες του τις μορφές είναι ένα χρήσιμο εποπτικό μέσο, απλό και κατανοητό στους μαθητές, με δυνατότητα πολλών εφαρμογών.

⁸² Βλ. Μάραντος Π. (2001), «*Εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας. Εκπαιδευτική τεχνολογία*», Αθήνα, εκδόσεις Πατάκης

⁸³ Βλ. Χαραμής, Π. (Επιμ.). (2001), «*Η αξιοποίηση των ΜΜΕ στο σχολείο. Δυνατότητες-Όρια-Προοπτικές*» Αθήνα, Εκδόσεις της Σχολής Ι.Μ. Παναγιωτοπούλου

⁸⁴ Βλ. Ασλανίδου Σ. (2000), «*Εκπαιδευτική Τεχνολογία και Οπτικοακουστική Αγωγή*», Θεσσαλονίκη, εκδόσεις Κυριακίδη

⁸⁵ Βλ. Ballet F. & Eymery G. (1984), «*Les nouveaux media*», Paris: Puf (Que sais – je?)

⁸⁶ Βλ.Καρα, Ε. (1999), «*Problem solving, planning ability and sharing processes with logo*», Journal of Computer Assisted Learning, 15(1), pages 73-84

⁸⁷ Βλ. Mioduser D., Tur-Kaspa H. & Leitner I. (2000), «*The learning value of computer – based instruction of early reading skills*», Journal of Computer Assisted Learning, 16 (1), pages 54-63

⁸⁸ Βλ. Ronen M. & Eliahu M. (2000), «*Simulation-a bridge between theory and reality: the case of electronic circuits*», Journal of Computer Assisted Learning, 16 (1), pages 14-26

⁸⁹ Βλ. Σεμεντεριάδης Θ. (2011), «*Εκπαίδευση στα ΜΜΕ στο Δημοτικό σχολείο*», Νέα Παιδεία, σελ.138-147

⁹⁰ Βλ. Μάραντος Π. (2001), «*Εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας. Εκπαιδευτική τεχνολογία*», Αθήνα, εκδόσεις Πατάκη

3.3.1 Εσωτερική Υποδομή

Αν ήταν δυνατό να εμφανιστεί σήμερα ένας γιατρός του 1880 σε ένα σύγχρονο νοσοκομείο θα φαίνονταν σχεδόν αγράμματος. Αν όμως εμφανιζόταν ένας δάσκαλος της ίδιας εποχής σε πολλά από τα σύγχρονα σχολεία της χώρας μας, απλά, θα έπαιρνε την κιμωλία και θα συνέχιζε το μάθημα! Οι αρχές του 21ου αιώνα στην Ελλάδα θα μπορούσαν κάλλιστα να θεωρηθούν ως η εποχή που οι μαθητές έχουν καλύτερη πρόσβαση στην πληροφορία από τα σπίτια τους παρά στα σχολεία.

Εάν το σχολείο έχει ως σκοπό να παράσχει τακτική πρόσβαση στις υποδομές ΤΠΕ που απαιτούνται για την ενίσχυση της διδασκαλίας και της μάθησης τότε οι στόχοι του θα πρέπει να περιλαμβάνουν τα εξής:

- Ø Άμεση πρόσβαση σε υπολογιστές και λοιπό εξοπλισμό για όλους τους μαθητές
- Ø Παροχή ενός υπολογιστή σε κάθε εκπαιδευτικό με την απαραίτητη λειτουργικότητα ώστε να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις εργασίας στο σχολείο και στο σπίτι όπου και γίνεται μεγάλο μέρος της προετοιμασίας
- Ø Παροχή σε εκπαιδευτικούς και μαθητές πρόσβασης στην τάξη, σε περιφερειακές συσκευές όπως είναι οι σαρωτές, οι ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, οι βιντεοκάμερες και οι εκτυπωτές
- Ø Διασύνδεση όλων των υπολογιστών του σχολείου σε ένα ποιοτικό τοπικό δίκτυο και στο Διαδίκτυο, έτσι ώστε οι μαθητές και οι δάσκαλοι να μπορούν έχουν εύκολη πρόσβαση, να μοιράζονται και να διανέμουν τις πληροφορίες
- Ø Ανάπτυξη κατάλληλων εργαλείων για τη διαχείριση του δικτύου και της ανάλογης τεχνικής υποστήριξης. Το ζήτημα αυτό είναι σημαντικό θέμα για πολλά σχολεία, καθώς υπάρχουν περιπτώσεις όπου έχουν διατεθεί κεφάλαια για την αγορά εξοπλισμού, αλλά δεν υπάρχουν τα χρήματα ή οι γνώσεις τη συντήρησή τους. Ο εξοπλισμός είναι επαρκής, αρκεί να λειτουργεί. Στις περιπτώσεις που αυτό δεν συμβαίνει, οι εκπαιδευτικοί πρέπει να έχουν εξειδικευμένη βοήθεια.
- Ø Η θέση των υπολογιστών στα σχολεία είναι ένα επίσης αμφιλεγόμενο ζήτημα. Αν και το εργαστήριο ηλεκτρονικών υπολογιστών μπορεί να έχει ακόμη κάποιους υποστηρικτές, η ύπαρξή του δεν πρέπει να αποβαίνει εις βάρος της ύπαρξης «γωνιάς υπολογιστή» στην αίθουσα, έτσι ώστε η χρήση του να μπορεί να γίνει μέρος της συνήθους διδακτικής πρακτικής. Όταν δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη ειδικών δεξιοτήτων πληροφορικής (επεξεργασία κειμένου, λογιστικά φύλλα κ.λπ.), ένα εργαστήριο μπορεί να λειτουργεί καλά, στην περίπτωση όμως που στόχος είναι η υποστήριξη της μάθησης σε όλα τα επίπεδα και σε όλους τους τομείς του προγράμματος σπουδών, τη θέση των υπολογιστών πρέπει να επανεξεταστεί. Δεν θα πρέπει οι αποφάσεις να καθυποβάλλονται από τις ανάγκες του προγράμματος, ούτε από παρωχημένες πρακτικές ή προβλήματα ασφαλείας. (McKenny, 1999)⁹¹

⁹¹ Βλ. McKenny C. (1999), «*Teaching and learning through the use of new learning technologies*», Australian Curriculum Studies Association Conference

3.3.3 Τα υπέρ και τα κατά των Μ.Μ.Ε στην εκπαίδευση

Οι γνώσεις πολλαπλασιάζονται καθημερινά. Ο παραδοσιακός τρόπος διδασκαλίας αδυνατεί να ανταποκριθεί στα μηνύματα των καιρών. Η χρήση των Μ.Μ.Ε. στην εκπαίδευση μπορεί να προσφέρει πολλά.

Τα Μ.Μ.Ε. είναι εργαλείο στα χέρια του εκπαιδευτικού, για να επιτελέσει το έργο του καλύτερα. Το αν και σε ποιο βαθμό θα το επιτελέσει εξαρτάται από τον ίδιο. Αίτημα των καιρών είναι να χρησιμοποιηθούν τα Μ.Μ.Ε. στην εκπαίδευση προς όφελος της εκπαίδευσης και της κοινωνίας. Τα Μ.Μ.Ε. μπορούν να προσφέρουν πολλά σε κάθε είδος εκπαίδευσης: στην εκπαίδευση στο σχολείο, στην εξ'αποστάσεως εκπαίδευση, στην δια βίου εκπαίδευση.

Όλα τα Μ.Μ.Ε. και κυρίως τα ηλεκτρονικά έχουν πλεονέκτημα ως μέσο διδασκαλίας.. Κάθε μέσο έχει τα δικά του. Ο συνδυασμός πολλών μέσω προσφέρει περισσότερα πλεονεκτήματα. Επίσης μεγάλη σημασία έχει η «επαφή» του μαθητή με το μέσο. Γενικά τα πλεονεκτήματα τους είναι τα εξής:

- Ø Ο κόσμος έρχεται στην αίθουσα. Ο μαθητής έρχεται σε επαφή με τον πραγματικό ή φανταστικό κόσμο. Συμμετέχει με όλες τις αισθήσεις.
- Ø Όλα τα μέσα προσφέρουν σε όλους. Κανείς δεν αποκλείεται. Ακόμα και άτομα που δύσκολα μετακινούνται, μπορούν να έχουν τα εκπαιδευτικά Μ.Μ.Ε. στο σπίτι τους.
- Ø Στα διαλογικά μέσα, ο μαθητής καθορίζει την πορεία της εκπαίδευσής του, ανάλογα με την προηγούμενη εμπειρία του και τα ενδιαφέροντα του.
- Ø Μάθηση με ψυχαγωγία. Η προσομοίωση επιτρέπει στον μαθητή να μαθαίνει παίζοντας. Συνδυασμός μάθησης και ψυχαγωγίας. Αυτό δείχνει και ο όρος Edutainment (Education + Entertainment).
- Ø Διεγείρουν την προσοχή και την φαντασία του μαθητή. Ο μαθητής μαθαίνει ευκολότερα και περισσότερα.

Παρά τα αναμφισβήτητα πλεονεκτήματά τους, υπάρχουν αντιδράσεις και αντιστάσεις από πολλούς και για πολλούς λόγους, όπως:

- Ø Άγνοια από εκπαιδευτικούς και υπεύθυνους της πολιτείας
- Ø Εμμονή στο παραδοσιακό και αμφισβήτηση του καινούργιου
- Ø Μικροσυμφέροντα και νοοτροπία βολέματος

Ίσως κάποιες αντιστάσεις και αντιδράσεις να είναι δικαιολογημένες. Πάντοτε υπάρχουν προβληματισμοί. Παράδειγμα προβληματισμών:

Πρώτον, μήπως ο γραπτός και ο προφορικός λόγος κινδυνεύει από τον λόγο της εικόνας, μήπως τα Μ.Μ.Ε. επιβάλλουν αλαλία; Ειδικά όσον αφορά στη χρήση του Η/Υ, ως επικοινωνιακού μέσου, υποστηρίζεται ότι η γλωσσική τεχνολογία είναι υπέρ και όχι κατά της γλώσσας (Μπαμπινιώτης, 1996)⁹².

Δεύτερον, μείωση των ανισοτήτων στην εκπαίδευση (Κασσωτάκης, 1981)⁹³. Κατ'αρχήν η γνώση με τα Μ.Μ.Ε. διαχέεται σε όλο τον χώρο, σ'όλους τους ανθρώπους. Δεν υπάρχουν αποκλεισμοί. Πέρα από τις όποιες διαθέσεις, το ερώτημα είναι αν πράγματι το κράτος

φροντίζει με το ίδιο ενδιαφέρον τα σχολεία του κέντρου και τα σχολεία της περιφέρειας. Αν υπάρχουν πλούσια σε μέσα και φτωχά σε μέσα σχολεία. Αν αυτό συμβαίνει, οι ανισότητες στην εκπαίδευση αυξάνονται με την χρήση των Μ.Μ.Ε. Αυτή η κατάσταση επιτείνεται, αφού όσοι μαθαίνουν περισσότερα μπορούν να μαθαίνουν περισσότερα και συνεχώς περισσότερα κ.ο.κ

Τρίτον, στην παραδοσιακή διδασκαλία, υπάρχει άμεση προσωπική επικοινωνία μεταξύ εκπαιδευτικού- μαθητή. Ο εκπαιδευτικός είναι η πηγή της γνώσης, αυτός τα ξέρει όλα. Με την εισαγωγή των Μ.Μ.Ε. στην εκπαιδευτική διαδικασία, η επικοινωνία γίνεται έμμεση και απρόσωπη. Ανάμεσα στον εκπαιδευτικό και τον μαθητή, παρεμβάλλεται το μέσο. Αυτό είναι η πηγή της γνώσης. Η αυθεντία του εκπαιδευτικού αντικαθίσταται από την αυθεντία του μέσου. αφού το μέσο είναι το μήνυμα. Κι αφού ο μαθητής μαθαίνει μέσα από τα μέσα, τότε θα πρέπει να μάθει τον κόσμο, όχι όπως τον αντιλαμβάνεται με τις αισθήσεις του, αλλά όπως τον λένε-δειχνουν τα μέσα.

Τέταρτον, αδυναμία διακρίσωσης της αποτελεσματικότητας. Η χρήση των Μ.Μ.Ε. στην εκπαίδευση είναι αποτελεσματική, αλλά πως αποδεικνύεται; Επειδή η χρήση των Μ.Μ.Ε. κάνει την διδασκαλία συναρπαστική δεν σημαίνει ότι είναι και αποτελεσματική. Η υιοθέτηση και μαζική εισαγωγή των Μ.Μ.Ε. στα σχολεία, δεν εκσυγχρονίζει το εκπαιδευτικό σύστημα, ούτε θα συμβάλλει να ανθίσουν χιλιάδες εκπαιδευτικά λουλούδια (Δερτούζος, 1998)⁹⁴. Προηγείται η γνώση της εφαρμογής. Τι και πόσο ωφελούν ή βλάπτουν και γιατί, τα Μ.Μ.Ε. στην εκπαίδευση; Τα ερωτήματα αυτά συνήθως παρακάμπτονται ως «δύσκολα». Πολλά δεν είναι τόσο δύκολα...

Υπάρχουν κάποιοι που αντιδρούν ή είναι επιφυλακτικοί στις νέες τεχνολογίες, ιδίως όσον αφορά στη χρήση της από τα παιδιά μικρής ηλικίας. Η υπερβολική ενασχόληση του μικρού παιδιού με τα μέσα, μπορεί να βλάψει νατί να ωφελήσει. Η άποψη να εξοικειώνονται τα παιδιά από την ηλικία των 4-5 ετών είναι λανθασμένη. Βέβαια, το ζήτημα δεν είναι να απομακρυνθούν τα παιδιά από την χρήση των μέσων, αλλά να εφοδιαστούν με κριτική σκέψη. Πάντως δεν υπάρχει αντίρρηση ότι τα Μ.Μ.Ε και η τεχνολογία έχουν και τα προβλήματά τους. Για παράδειγμα: περισσότερη τεχνολογία συνεπάγεται και περισσότερη εξάρτηση. Έτσι μπορεί π.χ ένας Η/Υ να προσφέρει πολλά, αλλά όλα κρέμονται από μια κλωστή – ένα καλώδιο ηλεκτρικού ρεύματος. Πολλά καταμαρτυρούνται στα Μ.Μ.Ε ανάμεσα σε αυτά :

- Ø Αποκλεισμός ορισμένων ατόμων και ομάδων (π.χ φτωχών, άτομα με ειδικές ανάγκες), από τα αγαθά της τεχνολογίας
- Ø Η τεχνολογία μπορεί να δίνει (π.χ καλύτερο ήχο και εικόνα) όχι όμως και περιεχόμενο προγραμμάτων
- Ø Η εξάρτηση από την εικόνα απομακρύνει από την πραγματικότητα, με αποτέλεσμα η εικόνα της πραγματικότητας να μετατρέπεται σε πραγματικότητα
- Ø Παθητικοποίηση του μαθητή, λόγω της μονόδρομης επικοινωνίας
- Ø Απευθύνονται στον μέσο μαθητή και δεν μπορούν να προσφέρουν εξατομικευμένη διδασκαλία

Ανάμεσα στην πλήρη αποδοχή και άρνηση υπάρχει το μέτρο. Αυτό αναζητά και ο J. Piaget που σημειώνει: Η χρήση των Μ.Μ.Ε. σε σχέση με τις λεκτικές μεθόδους αποτελεί πρόοδο, αλλά χρειάζεται προσοχή γιατί υπάρχει κίνδυνος ο βερμπαλισμός της λέξης να

αντικατασταθεί από το βερμπαλισμό της εικόνας (Δερτούζος, 1998)⁹⁵. Η τελική κρίση για την αξία των Μ.Μ.Ε. εξαρτάται από (Piaget, 1979)⁹⁶:

- Ø Την υποστήριξη νέων και περισσότερο ευέλικτων εκπαιδευτικών μεθόδων
- Ø Τη δυνατότητα σύνθεσης διάφορων εκπαιδευτικών μέσων
- Ø Τη συμβολή τους στην ανάπτυξη δεξιοτήτων
- Ø Την ωφέλεια σε σύγκριση με το οικονομικό κόστος

⁹² Βλ. Μπαμπινιώτης Γ. (1996), άρθρο εφημερίδας «Το Βήμα», δημοσιεύτηκε 8 Δεκεμβρίου 1996

⁹³ Βλ. Κασσωτάκης Μ. (1981), άρθρο περιοδικού, Σύγχρονη Εκπαίδευση, σελ. 3

⁹⁴ Βλ. Δερτούζος Μ. (1998), «Τι μέλλει γενέσθαι», εκδόσεις Νέα Σύνορα, Αθήνα, σελ. 337

⁹⁵ Βλ. Δερτούζος Μ. (1998), «Τι μέλλει γενέσθαι», εκδόσεις Νέα Σύνορα, Αθήνα, σελ. 340

⁹⁶ Βλ. Piaget J. (1979), «Ψυχολογία και Εκπαίδευση», εκδόσεις Νέα Σύνορα, Αθήνα, σελ. 82

Κεφάλαιο 4^ο Μεθοδολογία της έρευνας μέσω ερωτηματολογίου

Στο κεφάλαιο της Μεθοδολογίας, περιγράφεται αναλυτικά η μέθοδος η οποία χρησιμοποιήθηκε για την συλλογή των δεδομένων, η δειγματοληψία, η παρουσίαση του ερωτηματολογίου, η προκαταρκτική έρευνα και η διεξαγωγή της έρευνας.

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί το μέσον επικοινωνίας (interface) μεταξύ του ερευνητή και των ερωτώμενων, με άμεσο ή έμμεσο τρόπο, ανάλογα με τη μέθοδο συλλογής των δεδομένων. Η κατάρτιση του ερωτηματολογίου, λόγω των ιδιοτήτων που έχει, αποτελεί την πλέον κρίσιμη και λεπτή εργασία, καθοριστικής σημασίας για την επιτυχία μιας στατιστικής έρευνας.

Λέγεται χαρακτηριστικά ότι «*καμία στατιστική έρευνα δεν μπορεί να είναι καλύτερη από το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε σ' αυτή*» (Παρασκευόπουλος, 1993)⁹⁷. Με τη φράση αυτή τονίζεται το γεγονός ότι σε μια έρευνα ακόμη και αν εφαρμοστεί αποτελεσματικό σχέδιο δειγματοληψίας ή η πλέον ενδεδειγμένη ανάλυση των στοιχείων δεν είναι δυνατόν να εξάγουμε σωστά συμπεράσματα αν λάβαμε μη συγκρίσιμες απαντήσεις από ένα ακατάλληλο ερωτηματολόγιο με ασαφείς ερωτήσεις.

⁹⁷ Βλ. Παρασκευόπουλος Ι. (1993), «*Ερωτηματολόγιο διαπροσωπικής και ενδοπροσωπικής προσαρμογής*», Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.

4.1 Η έννοια της έρευνας

Με τον όρο έρευνα αναφέρουμε τη συνεχή προσπάθεια του ανθρώπου για αναζήτηση πληροφοριών και γνώσεων στοχεύοντας στην επίλυση προβλημάτων και ερωτημάτων που παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια ύπαρξης του πάνω στη γη. Επομένως, η έρευνα αποτελεί πρωταρχική διαδικασία και γενικότερα βασικό «εργαλείο» στη βελτίωση των συνθηκών της ζωής των ανθρώπων. (Αρκούδη & Γεωργακοπούλου, 2016)⁹⁸

⁹⁸ Βλ. Αρκούδη Π. & Γεωργακοπούλου Μ. (2016), «*Είδη επιστημονικής έρευνας και εφαρμογές*», Πτυχιακή Εργασία, Α.Ε.Ι ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Τεχνολογικού Τομέα

4.1.2 Τα είδη της επιστημονικής έρευνας

Επιστημονική έρευνα είναι «*μια συστηματική προσπάθεια κατανόησης, που προκλήθηκε από μια ανάγκη ή μια δυσκολία σχετική με τη ενός πολύπλοκου φαινομένου, το οποίο πάει πέρα από τις προσωπικές και άμεσες γνώσεις του ερευνητή. Το υπό εξέταση πρόβλημα, τίθεται με μορφή ερευνητικής υπόθεσης.*» (Landsheere, 1979)⁹⁹

Στο σημείο αυτό αξίζει να επισημάνουμε ότι για να χαρακτηριστεί μια έρευνα ως επιστημονική, θα πρέπει να δίνει απάντηση στα εκάστοτε ερωτήματα μέσω επιστημονικών και μόνο μεθόδων. (Φιλίας, 1977)¹⁰⁰

Οι διερευνητικές έρευνες, πραγματοποιούνται από άτομα με μεγάλη εμπειρία και είναι απαραίτητη η συμμετοχή εμπειρογνομώνων κατά τη διενέργειά τους καθώς βασικός τους σκοπός είναι η ανακάλυψη και η καινοτομία. Κατά τις διερευνητικές έρευνες, διατυπώνεται ένα πρόβλημα και θα πρέπει αφού εξετασθούν όλες οι υποθέσεις του, να κατανεμηθούν κατά προτεραιότητα και στη συνέχεια να αναλυθούν.

Οι περιγραφικές έρευνες, χρησιμοποιούνται προκειμένου να προσδιορίσουν και να εκτιμήσουν στη συνέχεια τα χαρακτηριστικά ενός προβλήματος που τίθεται υπό μελέτη και οι επιστήμονες που την πραγματοποιούν χρειάζεται να είναι αμερόληπτοι και να εκτελούν οργανωμένες και διαγεγραμμένες έρευνες προκειμένου να τις διενεργήσουν σωστά.

Τέλος, οι πειραματικές έρευνες στηρίζονται πάνω στα πειράματα (φυσικά ή τεχνικά) και προσπαθούν να ελέγξουν κατά πόσο οι υποθέσεις που χρησιμοποιήσαν ήταν σωστές. Αυτό σημαίνει, πως οι επιστήμονες που διενεργούν μια πειραματική έρευνα, προσπαθούν να δουν αν υπάρχει συστηματική σχέση μεταξύ δύο μεταβλητών. (Τσακίρη, 2008)¹⁰¹

⁹⁹ Βλ. Landsheere G. (1979), «*Dictionnaire De L'Évaluation et de la Recherche en Éducation*», Presses universitaires de France, page 122

¹⁰⁰ Βλ. Φιλίας Β. (1977), «*Εισαγωγή στη μεθοδολογία και τις τεχνικές των κοινωνικών ερευνών*», Ελλάδα, εκδόσεις Gutenberg

¹⁰¹ Βλ. Τσακίρη Λ. (2008), «*Εισαγωγή στη μεθοδολογία έρευνας*» – σημειώσεις διαλέξεων online: <http://dpms.csd.auth.gr/stuff/eis-meth-er.pdf> (Τελευταία πρόσβαση, 6 Αυγούστου 2018)

4.2 Η έννοια των ερωτηματολογίων

Είναι ένα έντυπο, που περιλαμβάνει μια σειρά δομημένων ερωτήσεων, στις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει γραπτά και με μία συγκεκριμένη σειρά. Με τα ερωτηματολόγια συλλέγονται δεδομένα ζητώντας από ανθρώπους να απαντήσουν στο ίδιο ακριβώς σύνολο ερωτήσεων. Χρησιμοποιούνται συνήθως στα πλαίσια μιας ερευνητικής στρατηγικής, προκειμένου να συλλεχθούν περιγραφικά και επεξηγηματικά, δεδομένα για απόψεις, συμπεριφορές, χαρακτηριστικά, στάσεις κ.λπ.

Μολονότι υπάρχουν διάφοροι ορισμοί, χρησιμοποιούμε το ερωτηματολόγιο ως ένα γενικό όρο που περιλαμβάνει τεχνικές συλλογής δεδομένων, όπου κάθε ερωτώμενος απαντά στο ίδιο σύνολο ερωτήσεων, με προκαθορισμένη σειρά. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα των ερωτηματολογίων είναι τα εξής:

- Ø είναι οικονομικότερα
- Ø μπορούν να αποσταλούν σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων
- Ø είναι εύκολη η δημιουργία και η χρήση τους
- Ø οι ερωτώμενοι μπορούν να εκφραστούν ελεύθερα (έλλειψη άμεσης επικοινωνίας)
- Ø οι τρόποι ανάλυσης του υλικού είναι τυποποιημένοι
- Ø ο ερευνητής δεν μπορεί να επηρεάσει τις απαντήσεις
- Ø είναι η λιγότερο χρονοβόρα μέθοδος

Τα κυριότερα μειονεκτήματα των ερωτηματολογίων είναι τα εξής:

- Ø ο ερευνητής δεν είναι σε θέση να αποσαφηνίσει τις ερωτήσεις ανοιχτού τύπου
- Ø υποχρεώνει τον ερωτηθέντα να απαντήσει με έναν συγκεκριμένο τρόπο

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί το μέσο επικοινωνίας μεταξύ ερευνητή και ερωτώμενων, με άμεσο ή έμμεσο τρόπο, ανάλογα με τη μέθοδο συλλογής των δεδομένων. Η δομή του ερωτηματολογίου, λόγω των ιδιοτήτων που έχει, αποτελεί την πλέον κρίσιμη και λεπτή εργασία, καθοριστικής σημασίας για την επιτυχία μιας στατιστικής έρευνας. Σε μια έρευνα, αν εφαρμοστεί αποτελεσματικό σχέδιο δειγματοληψίας ή ακόμη και η πλέον ενδεδειγμένη ανάλυση των στοιχείων, δεν είναι δυνατόν να εξάγουμε σωστά συμπεράσματα, αν λάβαμε μη συγκρίσιμες απαντήσεις από ένα ακατάλληλο ερωτηματολόγιο με ασαφείς ερωτήσεις.

4.2.1 Τύποι ερωτηματολογίων

Οι κυριότεροι τύποι ερωτηματολογίων υλοποιούνται (ανάλογα με τη μέθοδο που εφαρμόζουμε για τη συλλογή των δεδομένων): α) μέσω ταχυδρομείου, β) μέσω τηλεφώνου, γ) με προσωπική συνέντευξη, δ) μέσω διαδικτύου και ε) με άμεση παράδοση και παραλαβή. (Παππάς, 2002)¹⁰²

Η επιλογή του ερωτηματολογίου επηρεάζεται από μία σειρά παραγόντων, που σχετίζονται με τους σκοπούς της έρευνας. Ειδικότερα, παράγοντες μπορεί να αποτελούν:

- Ø η αξιοπιστία των απαντήσεων, που σχετίζεται με τη σημαντικότητά τους από συγκεκριμένους ανθρώπους. Η προσωπική συνέντευξη, η τηλεφωνική επικοινωνία, το διαδίκτυο κ.λπ. παρέχουν μεγαλύτερη αξιοπιστία.
- Ø το μέγεθος του δείγματος, που εξαρτάται από τους σκοπούς της έρευνας, την ευρύτητα του πληθυσμού και την τεχνική που επιλέγεται.
- Ø το μέγεθος του ερωτηματολογίου: μεγάλα και πιο σύνθετα ερωτηματολόγια μπορούν να χρησιμοποιηθούν στις προσωπικές συνεντεύξεις.
- Ø ο διαθέσιμος χρόνος
- Ø η χρηματοδότηση έρευνας
- Ø η διαθεσιμότητα συνεντευκτών και βοηθητικού προσωπικού

¹⁰² Βλ. Παππάς Θ. (2002), «Η μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας στις ανθρωπιστικές επιστήμες», εκδόσεις Καρδαμίτσα

4.2.2 Δημιουργία ερωτηματολογίου

Για τη δημιουργία ενός ερωτηματολογίου πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ορισμένα χαρακτηριστικά, ώστε να οδηγηθούμε σε μια επιτυχημένη και ορθή έρευνα. Το ερωτηματολόγιο:

- Ø πρέπει να έχει πληρότητα, σαφήνεια
- Ø συνοχή
- Ø κατάλληλη δομή
- Ø να περιλαμβάνει ερωτήματα ελέγχου
- Ø να είναι όσο το δυνατόν πιο σύντομο
- Ø να έχει αρτιότητα παρουσίασης από τεχνικής πλευράς
- Ø να περιλαμβάνει βασικές οδηγίες συμπλήρωσης και εννοιολογικές επεξηγήσεις
- Ø να επιδέχεται κωδικογραφική και μηχανογραφική επεξεργασία

Η **πληρότητα** αναφέρεται στην ανάγκη κάλυψης όλων των πτυχών του ερευνώμενου χαρακτηριστικού, και ήδη έχει γίνει εκτενής αναφορά για αυτή.

Η **σαφήνεια** δεν αναφέρεται μόνο στο περιεχόμενο των πληροφοριών, αλλά και στο άτομο το οποίο καλείται να δώσει τις απαντήσεις.

Η **συνοχή** αναφέρεται στην ανάγκη οργανικής σύνδεσης των επιμέρους ερωτημάτων μεταξύ τους. Συγγενή ερωτήματα πρέπει να εμφανίζονται στο ερωτηματολόγιο ομαδοποιημένα και να ερωτώνται μαζί, προκειμένου η σκέψη και η μνήμη του ερωτώμενου να κατευθύνεται ευκολότερα στις σωστές απαντήσεις.

Η **κατάλληλη δομή** του ερωτηματολογίου, δηλαδή η σειρά με την οποία θα τεθούν οι ομάδες ερωτήσεων, είναι επίσης υψίστης σημασίας για την αύξηση του βαθμού ανταπόκρισης του κοινού. Είναι αυτονόητο, αλλά δεν εφαρμόζεται πάντοτε, ότι προσωπικές ή γενικότερα ερωτήσεις, στις οποίες το κοινό δεν απαντά εύκολα (εισόδημα, ύπαρξη διαζυγίου κ.λπ.) δεν τίθενται στην αρχή ενός ερωτηματολογίου. (Παρασκευόπουλος, 1999)¹⁰³

Τα ερωτήματα ελέγχου τίθενται για τον έλεγχο της ορθότητας των απαντήσεων σε βασικές ερωτήσεις.

Ένα αποτελεσματικό ερωτηματολόγιο πρέπει να είναι σύντομο. Ερωτηματολόγια τα οποία επεκτείνονται σε μεγάλο αριθμό ερωτημάτων, κουράζουν τον ερωτώμενο ή του δημιουργούν την αίσθηση ότι θα χάσει πολύ χρόνο και είναι πιθανό να μην ολοκληρωθούν. Αυτό ισχύει σε μεγαλύτερο βαθμό όταν το ερωτηματολόγιο πρόκειται να συμπληρωθεί από τον ίδιο, τον ερωτώμενο. (Τσιώλης, 2014)¹⁰⁴

Η αρτιότητα εμφάνισης του ερωτηματολογίου από τεχνικής άποψης επηρεάζει εξίσου σημαντικά το βαθμό ανταπόκρισης του κοινού για δύο κυρίως λόγους. Αρχικά, η ποιότητα του χαρτιού, της εκτύπωσης κ.λπ., δημιουργεί ευνοϊκή προδιάθεση για τη σοβαρότητα της έρευνας, με αποτέλεσμα οι ερωτώμενοι να δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον και να καταβάλλουν μεγαλύτερη προσπάθεια για πλήρεις και σωστές απαντήσεις. Κατά δεύτερο λόγο, η χρήση δύο ή περισσότερων χρωμάτων, η χρήση κατευθυντήριων τόξων και άλλων συμβόλων, καθοδηγούν τον ερευνητή ή τον ερευνώμενο και διευκολύνουν το έργο του.

Με στόχο την αύξηση του βαθμού ανταπόκρισης και την υποβοήθηση των ερωτώμενων για όσο το δυνατόν ορθότερες απαντήσεις, συνηθίζεται στο ερωτηματολόγιο να συμπεριλαμβάνονται από κατευθυντήριες, σύντομες οδηγίες για τον τρόπο συμπλήρωσης των ερωτημάτων μέχρι και βασικές έννοιες και ορισμοί για θέματα που ερωτώνται. Τέλος, σε κάθε ερωτηματολόγιο θα πρέπει να έχουν προβλεφθεί ειδικοί χώροι σε κάθε ερώτηση ανοικτού τύπου για την κωδικογράφηση της κάθε απάντησης, με τέτοιο τρόπο ώστε να καταστεί δυνατή η εισαγωγή της, υπό μορφή αριθμού, στον ηλεκτρονικό υπολογιστή για περαιτέρω επεξεργασία. Επίσης, το ερωτηματολόγιο θα πρέπει να έχει ειδικό σχεδιασμό, αν πρόκειται να εφαρμοστούν ειδικές μέθοδοι εισαγωγής των δεδομένων στον ηλεκτρονικό υπολογιστή (μέθοδοι οπτικής ανάγνωσης κ.λπ.). (Φιλίας, 2001)¹⁰⁵

¹⁰³ Βλ. Παρασκευόπουλος Ι. (1999), «*Ερωτηματολόγιο διαπροσωπικής και ενδοπροσωπικής προσαρμογής*», Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.

¹⁰⁴ Βλ. Τσιώλης Γ. (2014), «*Μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης στην ποιοτική κοινωνική έρευνα*», Εκδόσεις Κριτική.

¹⁰⁵ Βλ. Φιλίας Β. (2001), «*Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών*», Αθήνα, Εκδόσεις Gutenberg.

4.2.3 Περιγραφή ερωτηματολογίου

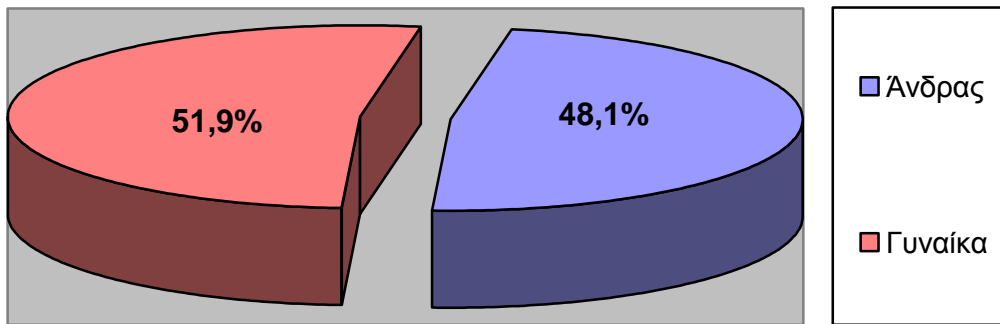
Το παρών ερωτηματολόγιο συνάχτηκε με σκοπό την συλλογή δεδομένων που παρουσιάζουν την ενασχόληση των νέων με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης καθώς και με τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, σε τι βαθμό επηρεάζεται η καθημερινή τους ζωή και κατά πόσο τα μέσα αυτά έχουν ωφελήσει στον τομέα της εκπαίδευσης. Το ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε σε ομάδα κλειστού τύπου (τόπο συζήτησης) στο Facebook, καθώς επίσης στάλθηκε και μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε νέους ηλικίας από 12 έως και 30 περίπου χρόνων. Συμπληρώθηκε από 52 άτομα και περιείχε 18 ερωτήσεις που είχαν όλες σχέση με το παραπάνω θέμα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το διάστημα 28/07/2018 έως 10/08/2018. Και οι χρήστες κλήθηκαν να απαντήσουν στις εξής ερωτήσεις:

- Φύλο
- Ηλικία
- Μορφωτικό επίπεδο
- Μόνιμη κατοικία
- Χρησιμοποιείτε τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.) στην καθημερινή σας ζωή;
- Σε τι βαθμό χρησιμοποιείτε τα παρακάτω Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης; (Εφημερίδες, Ραδιόφωνο, Τηλεόραση...)
- Ποιο μέσο θεωρείτε πιο αξιόπιστο για την ενημέρωσή σας;
- Πόσες ώρες την ημέρα αφιερώνετε στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης;
- Θεωρείτε ότι η ενασχόλησή σας με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης σας έχει ωφελήσει;
- Θεωρείτε ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης έχουν ωφελήσει στον τομέα της εκπαίδευσης;
- Χρησιμοποιείτε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media);
- Αν ναι, σε τι βαθμό χρησιμοποιείτε τα παρακάτω; (Facebook, Youtube, Twitter,...)
- Θεωρείτε αξιόπιστα τα Social Media;
- Τι πιστεύετε ότι μπορούν να προσφέρουν τα Social Media;
- Πόσες ώρες την ημέρα αφιερώνετε στα Social Media;
- Θεωρείτε ότι η ενασχόλησή σας με τα Social Media σας έχει ωφελήσει;
- Πως θα αλλάζατε την χρήση που κάνετε στα Social Media;
- Θεωρείτε ότι τα Social Media έχουν ωφελήσει στον τομέα της εκπαίδευσης

4.3 Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

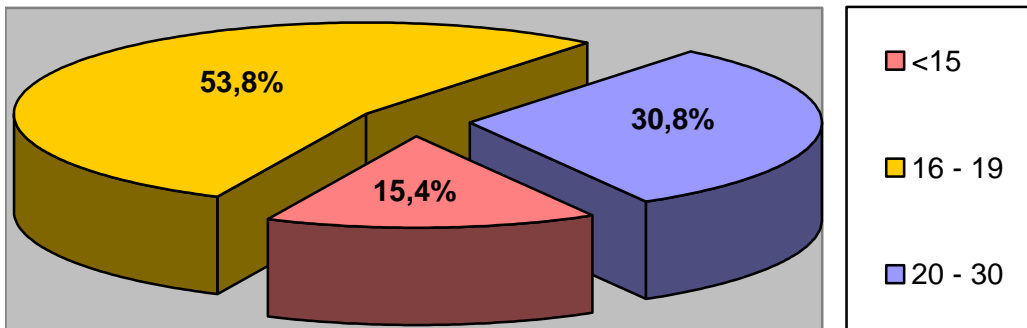
Τα δεδομένα δημογραφικών στοιχείων και ενδιαφερόντων παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την ηλικία και το φύλο των χρηστών, καθώς και σχετικά με τα ενδιαφέροντα που εκφράζουν μέσα από τις δραστηριότητές τους σχετικά με τις αγορές και τα ταξίδια στο διαδίκτυο.

4.3.1 Φύλο



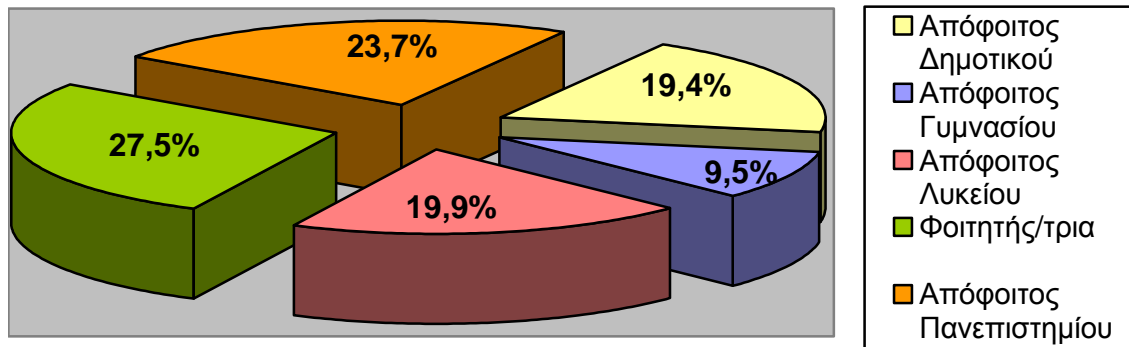
Σε αυτό το πρώτο εισαγωγικό διάγραμμα που αφορούσε τους χρήστες των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης καθώς και των Κοινωνικών Δικτύων, παρατηρούμε απλά την κανονική τους ανάλογα με το φύλο. Είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει ισορροπία ως προς αυτό, για να είναι το δείγμα περισσότερο αντιπροσωπευτικό. Παρατηρούμε λοιπόν ότι κάτι τέτοιο συμβαίνει καθώς τα ποσοστά είναι σχεδόν ισόποσα με το 48,1% να είναι άνδρες και το 51,9% να είναι γυναίκες.

4.3.2 Ηλικία



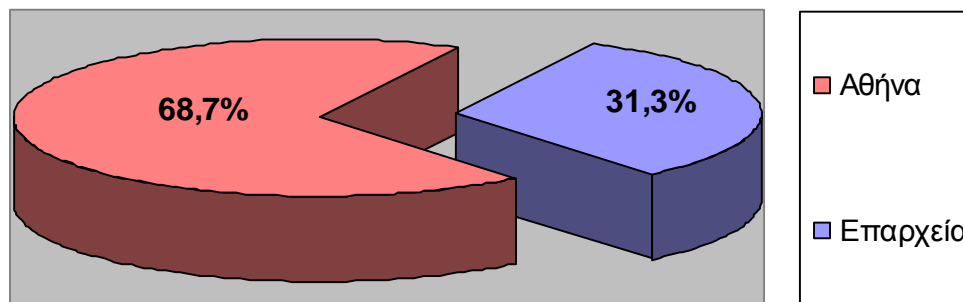
Η εν λόγω ερώτηση τέθηκε με σκοπό την εξακρίβωση της ηλικιακής πληροφορίας. Πιο συγκεκριμένα, θέλαμε να διαπιστώσουμε ποια ηλικία χρησιμοποιεί περισσότερο τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και σε τι ποσοστό. Από το διάγραμμα αυτό παρατηρείται ότι το 15,4% των ερωτηθέντων είναι άτομα ηλικίας κάτω των 15 ετών, το 53,8% που αφορά και το μεγαλύτερο ποσοστό των χρηστών έχουν ηλικία από 16 έως 19 ετών και τέλος μόλις το 30,8% αφορά άτομα ηλικίας από 20 έως και 30 περίπου ετών.

4.3.3 Μορφωτικό Επίπεδο



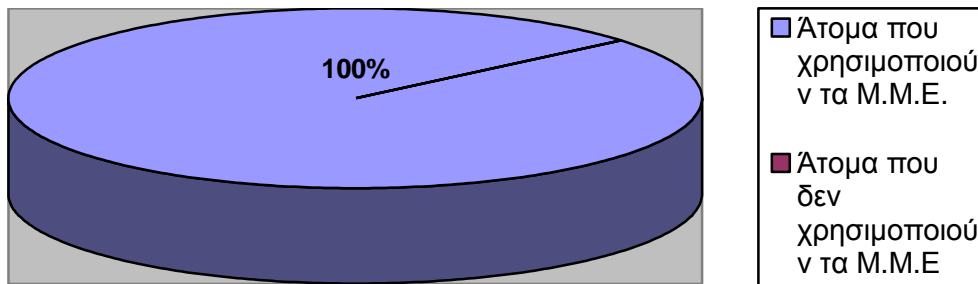
Το παρών διάγραμμα στόχο είχε την κατανομή των ερωτηθέντων με βάση το μορφωτικό τους επίπεδο. Παρατηρούμε λοιπόν ότι το 19,4% των χρηστών είναι άτομα που έχουν μόλις αποφοιτήσει από το δημοτικό, στο 9,5% ανήκουν άτομα που έχουν αποφοιτήσει από το γυμνάσιο ενώ το 19,9% είναι απόφοιτοι λυκείου. Στη συνέχεια το 27,5% των ατόμων που κλήθηκαν να απαντήσουν ήταν φοιτητές και φοιτήτριες και στο 23,7% ήταν οι απόφοιτοι Πανεπιστημίου/ Κολλεγίου.

4.3.4 Μόνιμη κατοικία



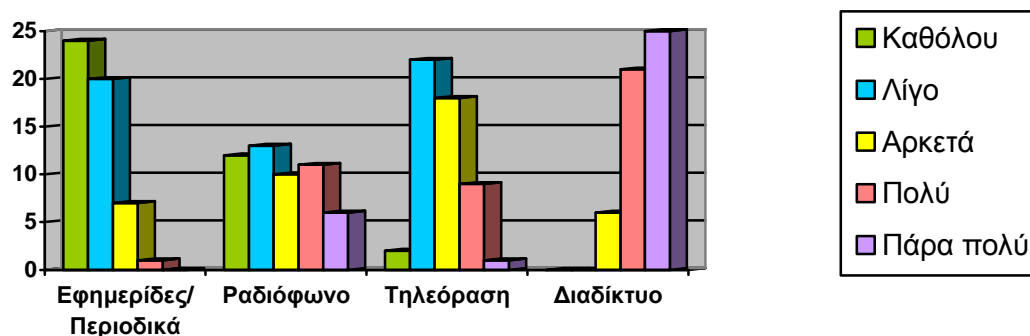
Η ερώτηση αυτή τέθηκε προαιρετικά, με σκοπό να διαπιστωθεί η διαφορά στη χρήση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης ανάμεσα στους κατοίκους της πρωτεύουσας και στους κατοίκους της επαρχείας. Το ποσοστό των ερωτηθέντων που έχουν ως μόνιμη κατοικία την Αθήνα ανέρχεται στο 68,7% ενώ 31,3% αφορά τους κατοίκους άλλων επαρχειακών πόλεων (π.χ Χανιά, Τρίπολη, Ρόδος κ.τλ).

4.3.5 Χρήση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.) στην καθημερινή ζωή



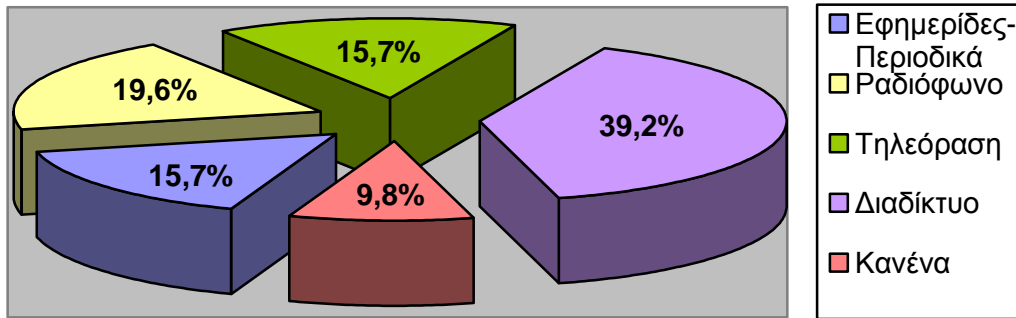
Από το παραπάνω διάγραμμα παρατηρείται ότι και τα 52 άτομα που απάντησαν το παρόν ερωτηματολόγιο κάνουν χρήση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στην καθημερινή τους ζωή. Φαίνεται λοιπόν καθαρά ότι άτομα διαφόρων ηλικιών από 12 ετών έως περίπου και 30 ετών κάνουν καθημερινά χρήση των Μ.Μ.Ε.

4.3.6 Σε τι βαθμό χρησιμοποιούνται τα Μ.Μ.Ε.



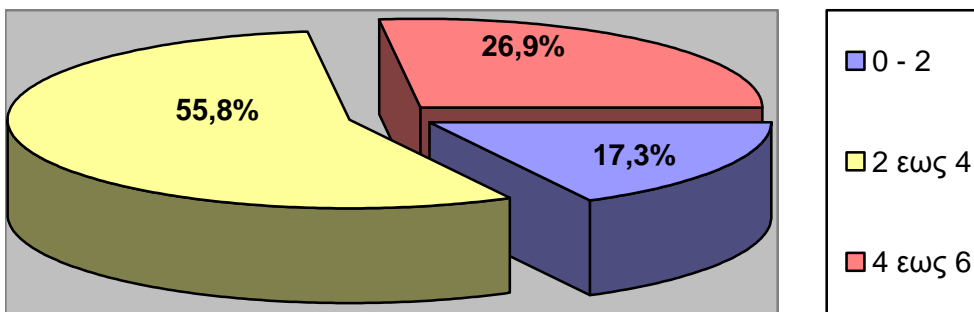
Στο παρόν γράφημα παρουσιάζεται η χρήση που κάνουν οι ερωτηθέντες στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Για τις **εφημερίδες και τα περιοδικά** οι 24 από τους 52 απάντησαν ότι δεν κάνουν καθόλου χρήση τους, οι 20 από αυτούς τα χρησιμοποιούν λίγο, οι 7 τα χρησιμοποιούν αρκετά και μόλις ένας τα χρησιμοποιεί πολύ. Παρατηρείται λοιπόν ότι οι εφημερίδες και τα περιοδικά έχουν περιορίσει κατά πολύ την επιρροή τους στους αναγνώστες τους σε σχέση με μερικά χρόνια πριν. Όσον αφορά στο **ραδιόφωνο** οι απαντήσεις ήταν σχεδόν ισόποσες. Φαίνεται λοιπόν ότι το ραδιόφωνο συνεχίζει να τραβάει το ενδιαφέρον των χρηστών του. Όταν οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν για την χρήση που κάνουν στην **τηλεόραση**, ένα μέσο ιδιαίτερα διαδεδομένο ανά τον κόσμο τα ποσοστά έδειξαν πως οι 22 από τους 52 την χρησιμοποιούν λίγο και οι 27 αφιερώνουν αρκετό χρόνο σε αυτή. Ωστόσο μόλις μια απάντηση δήλωνε ότι κάνει πάρα πολύ χρήση της. Τέλος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον προκαλούν οι απαντήσεις που δόθηκαν σχετικά με το **διαδίκτυο**. Το 88% δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν από πολύ μέχρι και πάρα πολύ το διαδίκτυο και μόλις το 12% κάνουν αρκετή χρήση του. Παρατηρείται ότι δεν υπήρξε ούτε μια αρνητική απάντηση σχετικά με την χρήση του διαδικτύου. Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι το διαδίκτυο μονοπωλεί το ενδιαφέρον και την προτίμηση των χρηστών.

4.3.7 Το μέσο που θεωρείται πιο αξιόπιστο για την ενημέρωση



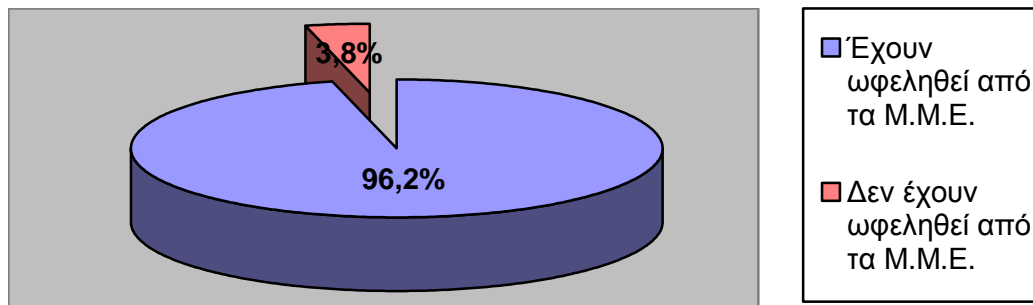
Το παραπάνω γράφημα σκοπό είχε να αποσαφινίσει πιο είναι το μέσο που εμπιστεύονται οι χρήστες για την ενημέρωσή τους. Όπως γίνεται αντιληπτό το μεγαλύτερο ποσοστό που ανέρχεται στο 39,2% καταφεύγει στο διαδίκτυο για να ενημερωθεί, ωστόσο το 19,6% των ερωτηθέντων εμπιστεύονται και το ραδιόφωνο για την καθημερινή τους ενημέρωση, δεν είναι λίγοι όμως και εκείνοι που προτιμούν τις εφημερίδες- περιοδικά καθώς και την τηλεόραση για να πληροφορηθούν για τα όσα συμβαίνουν ανά τον κόσμο με ποσοστό 15,7% και τα 2 μέσα αντίστοιχα. Παρ'όλα αυτά όμως το 9,8% δήλωσε πως δεν θεωρεί κανένα από τα παραπάνω αξιόπιστο.

4.3.8 Πόσες ώρες την ημέρα αφιερώνονται στα Μ.Μ.Ε



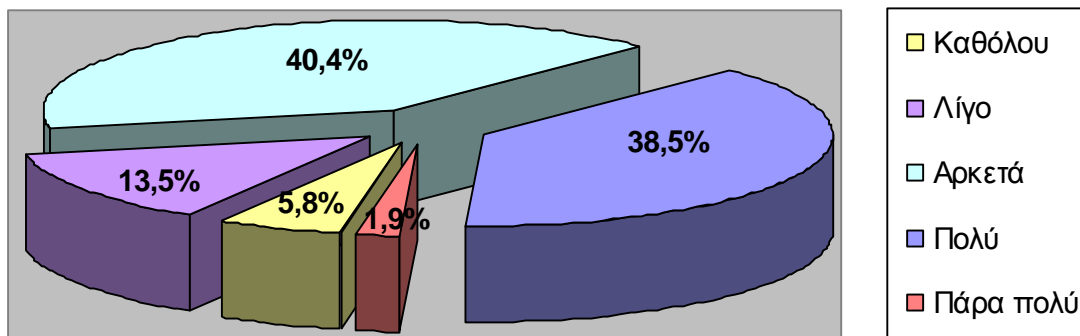
Με το συγκεκριμένο γράφημα παρουσιάζονται οι ώρες που αφιερώνουν οι ερωτηθέντες στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Το μεγαλύτερο ποσοστό 55,8% ασχολείται με τα Μ.Μ.Ε. περίπου 2 – 4 ώρες ημερησίως, ενώ το 26,9% αφιερώνει από 4 έως και 6 ώρες στην ενασχόλησή του με αυτά. Ωστόσο, ένα μικρότερο ποσοστό, το 17,3% διαθέτει μόλις από 0 μέχρι και 2 ώρες την ημέρα. Τέλος, κανένα από τα άτομα που απάντησαν το παρών ερωτηματολόγιο δεν ξοδεύει πάνω από 6 ώρες στα Μ.Μ.Ε.

4.3.9 Η ωφελημότητα των Μ.Μ.Ε



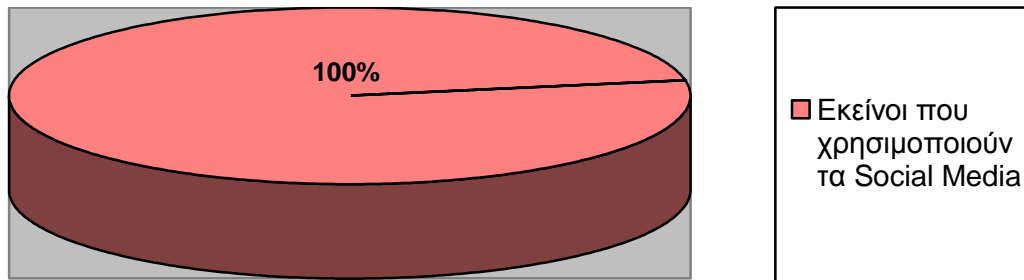
Η ερώτηση αυτή είχε στόχο να παρουσιάσει την άποψη των ερωτηθέντων για το αν θεωρούν ότι η ενασχόλησή τους με τα Μ.Μ.Ε. τους έχει ωφελήσει. Φαίνεται λοιπόν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό, που ανέρχεται στους 96,2% απάντησαν πως έχουν ωφεληθεί από τα Μ.Μ.Ε. ενώ από την άλλη πλευρά ένα μικρό ποσοστό μόλις το 3,8% δηλώνει πως η χρήση των Μ.Μ.Ε. δεν τους έχει ωφελήσει.

4.3.10 Η ωφελημότητα των Μ.Μ.Ε στον τομέα της εκπαίδευσης



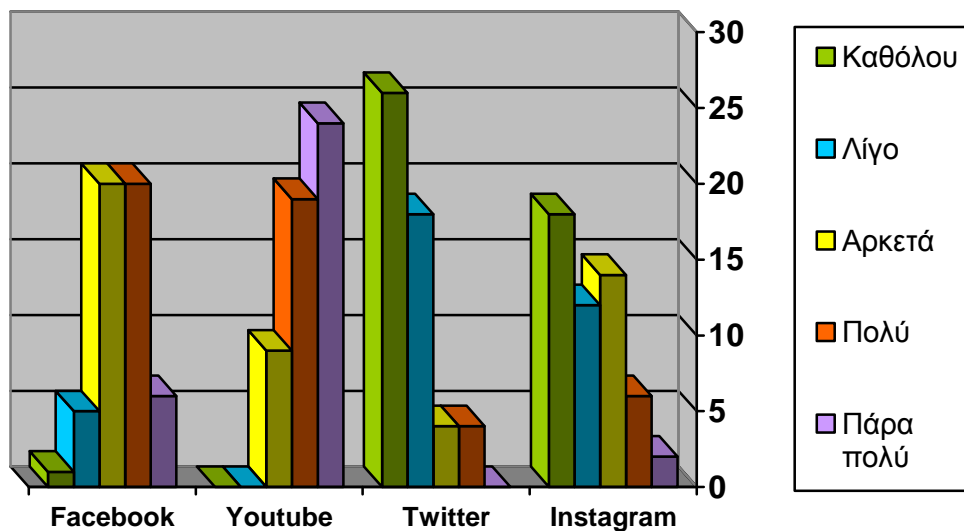
Στην ερώτηση «Θωρείτε ότι τα Μ.Μ.Ε. έχουν ωφελήσει στον τομέα της εκπαίδευσης» δόθηκαν ποικίλες απαντήσεις όπως φαίνεται και από το παρπάνω γράφημα. Ένα πολύ μικρό ποσοστό, μόλις το 1,9% υποστηρίζει ότι τα Μ.Μ.Ε. έχουν ωφελήσει πάρα πολύ την εκπαίδευση. Το μεγαλύτερο ποσοστό 40,4% καλύπτουν εκείνοι που θεωρούν ότι την έχουν ωφελήσει αρκετά. Το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό 38,5% αφορά εκείνους που πιστεύουν ότι η εκπαίδευση και το εκπαιδευτικό σύστημα έχει ωφεληθεί πολύ από αυτά. Ωστόσο, το 13,5% των ερωτηθέντων δηλώνει πως λίγο έχουν επηρεάσει θετικά τα Μ.Μ.Ε. την εκπαίδευση. Από την άλλη όμως πλευρά, 3 από τους 52 ποσοστό δηλαδή 5,8% θεωρούν πως τα Μ.Μ.Ε. δεν έχουν ωφελήσει καθόλου την εκπαίδευση.

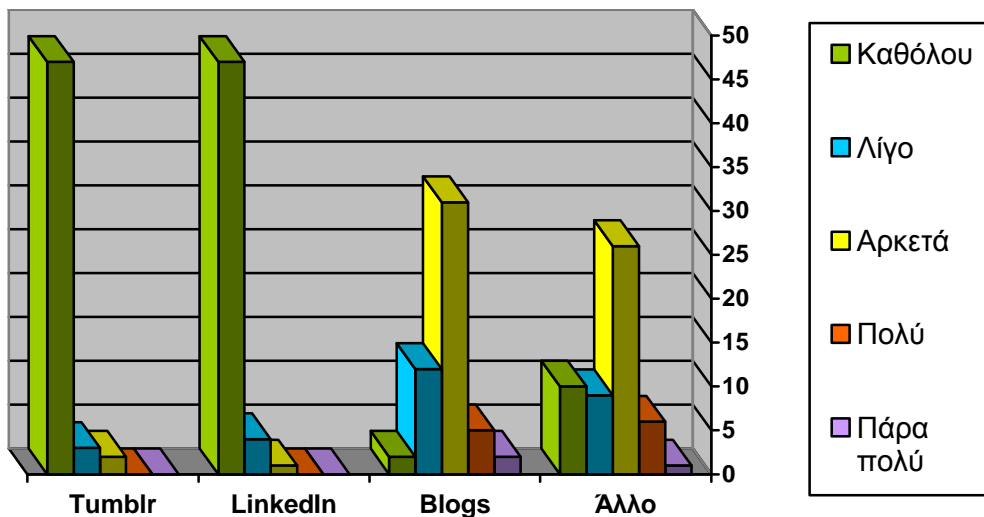
4.3.11 Η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) στην καθημερινή ζωή



Στο παρόν γράφημα είναι φανερό πως και οι 52 ερωτηθέντες ήταν θετικοί στην ερώτηση «Χρησιμοποιείτε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στην καθημερινή σας ζωή;» Το ποσοστό αυτό 100% δηλώνει ότι τα Social Media παίζουν πλέον ίσως τον σημαντικότερο ρόλο στην καθημερινή ζωή των νέων.

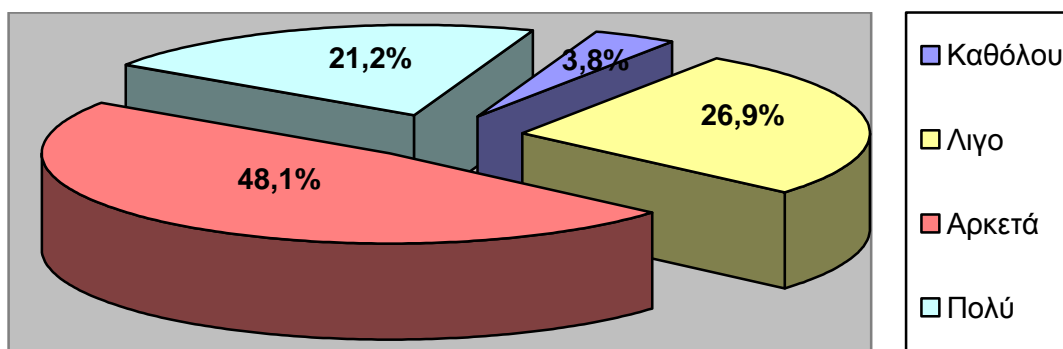
4.3.12 Σε τι βαθμό χρησιμοποιούνται τα Social Media





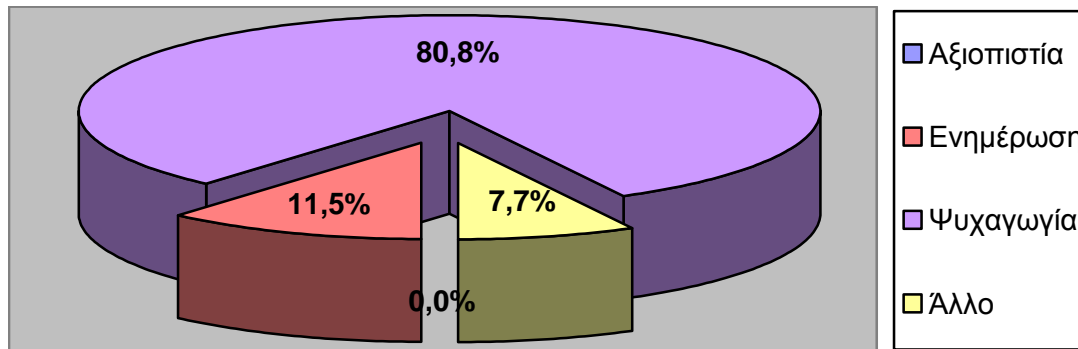
Το παράπανω ερώτημα είχε στόχο να παρουσιάσει τα δημοφιλέστερα Social Media καθώς και την χρήση που κανουν σε αυτά οι ερωτηθέντες. Με βάση τα δεδομένα που δίνονται στα διαγράμματα παρατηρείται ότι τα δυο δημοφιλέστερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι το Facebook και το Youtube, στη συνέχεια έρχονται το Instagram, τα διάφορα blogs/ιστολόγια, το Twitter, το LinkedIn και τέλος το Tumblr. Επιπλέον οι 42 στους 52 που συμπλήρωσαν το παρών ερωτηματολόγιο έδειξαν και την προτίμησή τους για κάποιο άλλο μέσο κοινωνικής δικτύωσης που οι ίδιοι χρησιμοποιούν (χωρίς όμως να αναφέρεται συγκεκριμένα η ονομασία του μέσου αυτού).

4.3.13 Αξιοπιστία των Social Media



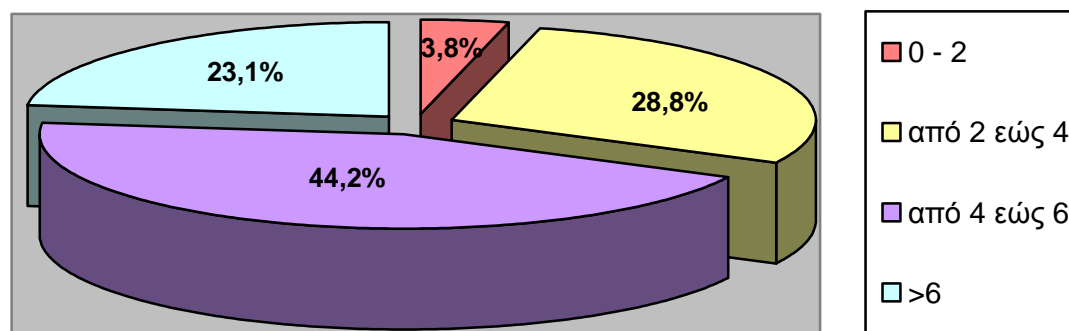
Το παρών γράφημα αφορά την αξιοπιστία των Social Media κατά τη γνώμη των χρηστών. Το 48,1% και το 21,2% υποστηρίζει πως είναι από αρκετά έως και πολύ αξιόπιστα αντίστοιχα. Στον αντίποδα, το 26,9% θεωρεί ότι η αξιοπιστία των Social Media δεν είναι αρκετή και το μόλις το 3,8% ότι δεν είναι καθόλου αξιόπιστα. Συνεπώς, παρατηρούμε ότι οι γνώμες δίστανται και η αξιοπιστία τους αποτελεί αφμιλεγόμενο πλέον ζήτημα.

4.3.14 Τι προσφέρουν τα Social Media



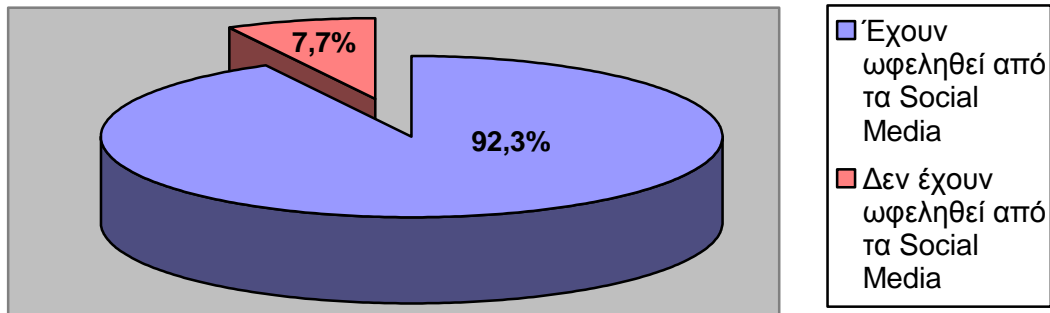
Το συγκεκριμένο ερώτημα σκοπό είχε να παρουσιάσει τις απόψεις των ερωτηθέντων σχετικά με το τι μπορεί να προσφέρουν τα Social Media στους χρήστες. Η δημοφιλέστερη απάντηση ήταν «Ψυχαγωγία» με ποσοστό που ανέρχεται στο 80,8%, στη συνέχεια με ποσοστό 11,5% ακολουθεί η «Ενημέρωση». Επιπλέον δόθηκε στους ερωτηθέντες η δυνατότητα να προσθέσουν και οτιδήποτε άλλο που οι ίδιοι μπορεί να πιστεύουν ότι τους προσφέρουν τα Social Media, η απάντηση που δόθηκε από το 7,7% ήταν η «Επικοινωνία». Τέλος, παρατηρούμε ότι σε καμία από τις απαντήσεις που δόθηκαν δεν υπήρχε η επιλογή «Αξιοπιστία».

4.3.15 Πόσες ώρες την ημέρα αφιερώνονται στα Social Media



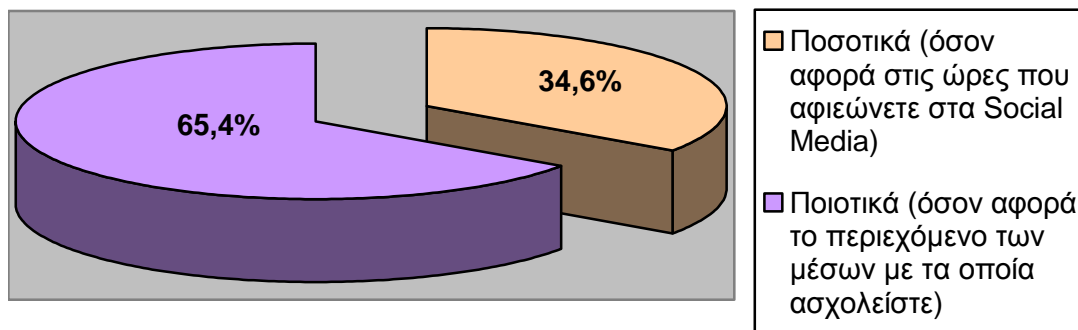
Το παραπάνω διάγραμμα στόχο είχε να ξεχωρίσει τους χρήστες των Social Media σε ανάλογα με τις ώρες που αφιερώνουν ημερησίως στα Social Media. Ένα πολύ μικρό ποσοστό που αφορά μόλις το 3,8% δήλωσε ότι η ενασχόλησή του με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν ξεπερνά τις 2 ώρες. Εν συνεχεία παρατηρούμε ότι το 28,8% ασχολείται με τα μέσα αυτά από 2 έως και 4 ώρες. Το μεγαλύτερο ποσοστό, που ανέρχεται στους 44,2% παρατηρείται από εκείνους που ασχολούνται με τα Social Media από 4 έως και 6 ώρες την ημέρα. Ωστόσο, με βάση τις απαντήσεις των ερωτηθέντων παρουσιάζεται και ένα ποσοστό που αφορά το 23,1% και σχετίζεται με εκείνους που αφιερώνουν πάνω από 6 ώρες της καθημερινής τους ζωής σε ορισμένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

4.3.16 Η ωφελημότητα των Social Media



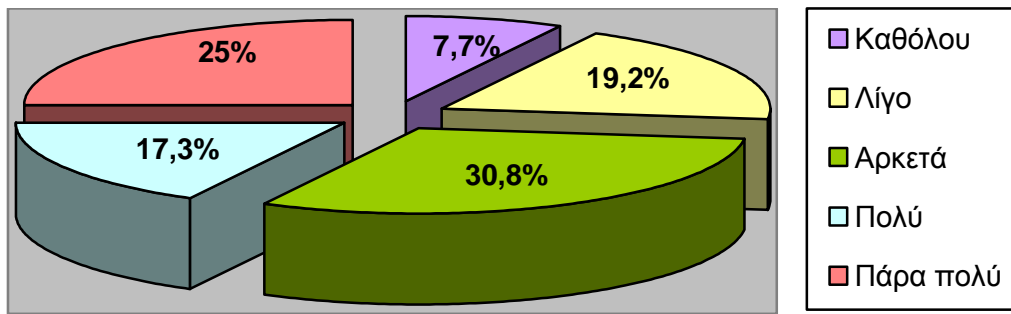
Στο παραπάνω γράφημα τα ποσοστά αναφέρονται στην ερώτηση «Θεωρείτε ότι η ενασχόλησή σας με τα Social Media σας έχει ωφελήσει;», όπου το 92,3% των απαντήσεων ήταν θετικές, οι 48 δηλαδή από τους 52 που κλήθηκαν να απαντήσουν το παρών ερωτηματολόγιο θεωρούν πως έχουν ωφεληθεί από την ενασχόλησή τους με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο, την εντελώς αντίθετη άποψη φαίνεται να έχει το 7,7% των ερωτηθέντων, καθώς δεν δηλώνουν ότι δεν έχουν ωφεληθεί από τα Social Media.

4.3.17 Αλλαγή στο περιεχόμενο και στον χρόνο που αφιερώνεται στα Social Media



Το παραπάνω ερώτημα τέθηκε με σκοπό να μάθουμε τι θα άλλαζαν οι ερωτηθέντες σε σχέση με τη χρήση που κάνουν στα Social Media. Το 34,6% δήλωσε πως θα άλλαζε κάτι όσον αφορά στις ώρες που αφιερώνει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κι αυτό σημαίνει ότι ή θα τις ελάττωνε ή τις αύξανε αντίστοιχα. Από την άλλη πλευρά, το 65,4% θεωρεί ότι θα έπρεπε να αλλάξει κάτι ως προς το περιεχόμενο με το οποίο ασχολείται κατά τη διάρκεια της καθημερινής του περιήγησης στα Social Media. Καταλήγουμε έτσι στο συμπέρασμα ότι όλοι θα άλλαζαν την χρήση που κάνουν στα Social Media, άλλοι ποσοτικά και άλλοι ποιοτικά, ανάλογα πάντα με τα ενδιαφέροντα και τις απαιτήσεις του καθενός.

4.3.18 Η ωφελημότητα των Social Media στον τομέα της εκπαίδευσης



Η τελευταία αυτή ερώτηση, η οποία σχετίζεται άμεσα με το θέμα της παρούσας πτυχιακής εργασίας έγινε με στόχο να μάθουμε αν και κατά πόσο οι νέοι σήμερα θεωρούν ότι τα Social Media έχουν ωφελήσει στον τομέα της εκπαίδευσης. Παρατηρείται ότι, το μικρότερο ποσοστό που αφορά το 7,7% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν έχουν ωφελήσει την εκπαίδευση, και στη συνέχεια το 19,2% πιστεύει πως η εκπαίδευση έχει ωφεληθεί μεν, αλλά λίγο. Το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων που ανέρχεται στο 30,8% δηλώνουν ότι τα Social Media έχουν ωφελήσει αρκετά την εκπαίδευση στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια. Επιπλέον, το 17,3% και το 25% θεωρούν ότι η εκπαίδευση έχει ωφεληθεί πολύ και πάρα πολύ αντίστοιχα από τότε που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης άρχισαν να αποτελούν εκπαιδευτικό εργαλείο για την ενίσχυση της εκπαιδευτικής διδασκαλίας.

Συμπεράσματα

Η παρούσα πτυχιακή εργασία στοχεύει στην ουσιαστική ανάδειξη της σχέσης των νέων μέσα τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και με τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αντίστοιχα στην σύγχρονη κοινωνία. Ειδικότερα τα Social Media κερδίζουν μέρα με την μέρα όλο και περισσότερους ένθερμους υποστηρικτές, καθώς παρέχουν την δυνατότητα της εύκολης και άμεσης επικοινωνίας ανάμεσα στους χρήστες μέσω των διαδικτυακών κοινοτήτων.

Μερικά από τα δημοφιλέστερα κοινωνικά δίκτυα είναι το Facebook, πρόκειται για έναν ιστόχωρο κοινωνικής δικτύωσης όπου οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μέσω μηνυμάτων με τις επαφές τους, και να ειδοποιούν όταν ανανεώνουν τις προσωπικές πληροφορίες τους. Όλοι έχουν ελεύθερη πρόσβαση στο να συμμετάσχουν σε δίκτυα που σχετίζονται μέσω πανεπιστημίου, θέσεων απασχόλησης ή γεωγραφικών περιοχών. Επίσης η εγγραφή στον ιστόχωρο αυτό είναι δωρεάν. Το Youtube, με το μέσο αυτό όλοι μπορούν να βλέπουν αποθηκευμένες ψηφιακές ταινίες (βίντεο), ενώ τα εγγεγραμμένα μέλη μπορούν να αποθηκεύουν απεριόριστο αριθμό ταινιών. Επιπλέον ο χρήστης έχει την δυνατότητα να επιλέξει αν κάτι του αρέσει ή αν δεν του αρέσει αντίστοιχα, όπως επίσης μπορεί να αφήσει και κάποιο σχόλιο κάτω από το βίντεο που επιθυμεί. Ακολουθεί το Twitter, πρόκειται για έναν ιστόχωρο κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα. Τα μηνύματα αυτά μπορούν να αναγνωστούν και από μη συνδεδεμένους χρήστες. Ένα ακόμα δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης είναι και το Instagram που δίνει την δυνατότητα λήψης, επεξεργασίας και κοινοποίησης φωτογραφιών και βίντεο στο διαδίκτυο.

Παρατηρήθηκε ότι νέοι άνθρωποι ηλικίας από 12 έως και 30 περίπου ετών κάνουν καθημερινή χρήση των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αντίστοιχα. Αφιερώνουν πολλές ώρες την ημέρα συνομιλώντας διαδικτυακά με φίλους, συγγενείς ή ακόμα και απλούς γνωστούς, μαθαίνοντας ειδήσεις από τον υπόλοιπο κόσμο, αγοράζοντας μέσω του διαδικτύου ή με το περιηγηθούν σε ιστοσελίδες ποικίλης ύλης ανάλογα με τα ενδιαφέροντα του καθενός.

Επι προθέτως, κρίνεται αναγκαίο τα παιδιά να διατηρούν προσωπικούς λογαριασμούς και είναι πλήρως ενημερωμένα για τους πιθανούς κινδύνους που μπορούν να επέλθουν από τα Social Media, όπως για παράδειγμα την υποκλοπή προσωπικού υλικού (φωτογραφίες, βίντεο κ.τ.λ), την πιθανή παραβίαση της ιδιωτικής ζωής, την παραπλήροφορηση και πολλών άλλων.

Ωστόσο, ο εθισμός στα Social Media από τα παιδιά αποτελεί πολύ συχνό φαινόμενο και αυτό ωφείλεται συχνά στην πολύωρη και μη ελεγχόμενη ενασχόλησή τους με κοινωνικά δίκτυα από το οικογενειακό περιβάλλον. Για τον λόγο αυτό απαραίτητη θεωρείται η ενεργή εμπλοκή των γονέων καθώς ο ρόλος τους είναι καθοριστικός. Για την αποφυγή λοιπόν ενός τέτοιου φαινομένου η οικογένεια οφείλει:

- ☐ Να ενημερώνεται συχνά για τους κινδύνους που εγκυμονούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- ☐ Να τοποθετούν τον Η/Υ σε κοινόχρηστο χώρο του σπιτιού έτσι ώστε το νεαρό άτομο να ελέγχεται ανά τακτά χρονικά διαστήματα.
- ☐ Να υπάρχουν σαφή όρια στον χρόνο που το νέο άτομο ασχολείται με τα Social Media και να μην υπερβαίνει τις επιτρεπόμενες ώρες.

Παρ' όλα αυτά όμως, είναι πολύ ενθαρρυντικό το γεγονός ότι οι νέοι χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα και για εκπαιδευτική χρήση και όχι μόνο για ψυχαγωγία και διασκέδαση. Μπορούν λοιπόν να χρησιμεύσουν και ως ένα πολύ σημαντικό εργαλείο στον τομέα της εκπαίδευσης αν χρησιμοποιηθούν σωστά τόσο από την σχολική κοινότητα όσο και από τους ίδιους τους μαθητές. Πιο συγκεκριμένα το Web 2 μπορεί να βοηθήσει τον εκπαιδευτικό που θέλει να εμπλουτίσει το μάθημα του. Έρευνες έχουν δείξει ότι η χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στη διδασκαλία-εκπαιδευτική διαδικασία ζωντανεύει το ενδιαφέρον και κινητοποιεί το σύνολο των μαθητών, που πολύ συχνά έχουν μια μη θετική στάση απέναντι στην παραδοσιακή, συμβατική κατά πρόσωπο διδασκαλία.

Τέλος, έχει επισημανθεί το γεγονός ότι οι νέοι μαθαίνουν πολύ πιο εύκολα μέσα από δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με τη διασκέδαση και τη δημιουργική συμμετοχή στα κοινωνικά δίκτυα, που πλέον αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνικής και πολιτιστικής τους πραγματικότητας.

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Ø Αβραάμ Κ. (1974), «*Το συνταγματικό δικαίωμα της ελευθεροτυπίας και ο ανελεύθερος περί τύπου νόμος 346/69*», σελ. 704.
- Ø Ανδρεάδης Γ. (1998), Εισήγηση, Διεθνές Συνέδριο, «*Η κατασκευή της πραγματικότητας*» εκδόσεις Αλεξάνδρεια, σελ. 526
- Ø Αρκούδη Π. & Γεωργακοπούλου Μ. (2016), «*Είδη επιστημονικής έρευνας και εφαρμογές*», Πτυχιακή Εργασία, Α.Ε.Ι ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Τεχνολογικού Τομέα
- Ø Ασλανίδου Σ. (1997), «*Παιδαγωγικός λόγος*», Άρθρο σε περιοδικό
- Ø Ασλανίδου Σ. (2000), «*Εκπαιδευτική Τεχνολογία και Οπτικοακουστική Αγωγή*», Θεσσαλονίκη, εκδόσεις Κυριακίδη
- Ø Βαλούκος Σ. (2008), «*Ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης*». Αθήνα, εκδόσεις Αιγόκερως, σελ 25-26
- Ø Βώβου Ι. (2010), «*Στοιχεία για μια μετα-ιστορία της ελληνικής τηλεόρασης*». Στο: Βώβου, Ιωάννα, επιμ. Ο κόσμος της τηλεόρασης. Αθήνα, εκδόσεις Ηρόδοτος, σελ. 93-140
- Ø Βώβου Ι. (2013), «*Κρίση και στα ΜΜΕ: Η τηλεοπτική «κουλτούρα της κρίσης*», συλλογικό έργο, 1^η έκδοση, Αθήνα, εκδόσεις Παπαζήση
- Ø Δαγτόγλου Π. Δ.(1991), «*Συνταγματικό Δίκαιο. Ατομικά δικαιώματα*» : Συντετμημένη φοιτητική έκδοση / Π. Δ. Δαγτόγλου, Αθήνα, εκδόσεις Σάκκουλα Αντ. Ν.- σελ. 1046
- Ø Δερτούζος Μ. (1998), «*Τι μέλλει γενέσθαι*», εκδόσεις Νέα Σύνορα, Αθήνα, σελ. 337-340
- Ø Δημητρόπουλος Α.Γ (2011), «*Συνταγματικά Δικαιώματα*», παραδόσεις Συνταγματικού δικαίου, Τόμος Γ', Τεύχος IV, σελ 181 Εκδόσεις Σάκκουλα Α.Ε
- Ø Διαμαντάκη Ε. & Παπαδήμα Σ. (2018), «*Η επίδραση των Social Media στην παιδική ηλικία*», Πτυχιακή Εργασία, Τμήμα Πληροφορικής και Μ.Μ.Ε, ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας
- Ø Ζευκίλης Αρ. (1989), «*Τα εποπτικά μέσα διδασκαλίας*», εκδόσεις Γρηγόρη, σελ. 5-6
- Ø Θεοφανέλλης Τ. & Οικονομοπούλου Α. (2014), «*15 + 1 Web 2.0 εφαρμογές με εκπαιδευτική χρήση*», εκδόσεις Περ. Διεύθ. Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Βορείου Αιγαίου
- Ø Θεοφιλίδης Χρ. (1998), άρθρο «*Παιδαγωγικός λόγος*», τ.2, σελ. 31
- Ø Κασσωτάκης Μ. (1981), άρθρο περιοδικού, Σύγχρονη Εκπαίδευση, σελ. 3
- Ø Κουμαριανού Α. (1995), «*Οι απαρχές του ελληνικού Τύπου, Ο ελληνικός προεπαναστατικός Τύπος.*» Βιέννη-Παρίσι (1784-1821), Αθηνά,. Ίδρυμα Ελληνικού Πολιτισμού. Αθήνα, και της ίδιας, Ιστορία του ελληνικού Τύπου (18ος - 19ος αι.), εκδ. Ερμής, 2010

- Ø Κωνσταντοπούλου Μ. (1997), σημειώσεις «Διοίκηση της εκπαίδευσης, Επιμορφωτικό πρόγραμμα», Αθήνα, ΥΠΕΠΘ
- Ø Λάιος Γ.(1961), «Ο ελληνικός Τύπος της Βιέννης» (Από του 1784 μέχρι του 1821). Αθήνα
- Ø Μάραντος Π. (1999), «Εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας: η χρήση των ΜΜΕ στην εκπαίδευση», Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Αθήνα
- Ø Μάραντος, Π. (2001), «Εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας. Εκπαιδευτική τεχνολογία», Αθήνα, εκδόσεις Πατάκη.
- Ø Μπαμπινιώτης Γ. (1996), άρθρο εφημερίδας «Το Βήμα», δημοσιεύτηκε 8 Δεκεμβρίου 1996
- Ø Παππά Β. (2008), «Επάγγελμα Γονέας. Ψυχολογικοί τύποι γονέων και συμπεριφορά παιδιών και εφήβων», Αθήνα, εκδόσεις Καστανιώτη
- Ø Παππά Β. (2008), «Γονείς, Παιδιά και ΜΜΕ. Ένας οδηγός γονικής συμπεριφοράς». Αθήνα, εκδόσεις Καστανιώτη
- Ø Παππά Β. (2017), Επάγγελμα Γονέας. «Ψυχολογικοί τύποι γονέων και συμπεριφορά παιδιών και εφήβων». Αθήνα, εκδόσεις Οκτώ.
- Ø Παππάς Θ. (2002), «Η μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας στις ανθρωπιστικές επιστήμες.» Εκδόσεις Καρδαμίτσα
- Ø Παπαθανασόπουλος Στ. (1998), άρθρο της εφημερίδας “Η Καθημερινή”, 11 Ιανουαρίου 1998
- Ø Παναγιωτοπούλου Ρ. (2004), « Η τηλεόραση εκτός των τειχών.», εκδόσεις Καστανιώτη.
- Ø Παναγιωτοπούλου Ρ. (2010), «20 χρόνια ελληνικής ιδιωτικής τηλεόρασης (1989-2009): Ένας απολογισμός». Ζητήματα Επικοινωνίας σελ. 9-27.
- Ø Παρασκευόπουλος Ι. (1999), «Ερωτηματολόγιο διαπροσωπικής και ενδοπροσωπικής προσαρμογής.», Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα
- Ø Πετρουλάκης Ν. (1981), «Προγράμματα εκπαιδευτικοί στόχοι, Μεθοδολογία», εκδόσεις Φελέκη, Αθήνα, σελ. 475-477
- Ø Σεμεντεριάδης Θ. (2011), «Εκπαίδευση στα ΜΜΕ στο Δημοτικό σχολείο». Νέα Παιδεία, 139, σελ.138-147.
- Ø Τριλιανός Θ. (1992), «Μεθοδολογία της διδασκαλίας II», εκδοσεις Αφοί Τολίδη, σελ 152
- Ø Τσαρδάκης Δ. (1990), «Μαζική Επικοινωνία και πραγματικότητα», εκδόσεις Παπαζήση σελ. 146
- Ø Τσιώλης Γ. (2014), «Μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης στην ποιοτική κοινωνική έρευνα.», Εκδόσεις Κριτική.

- Ø Φίλιας Β. (2001), «*Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών.*», Αθήνα, Εκδόσεις Gutenberg.
- Ø Χαραμής Π. (Επιμ.) (2001), «*Η αξιοποίηση των ΜΜΕ στο σχολείο. Δυνατότητες – Όρια – Προοπτικές.*» Αθήνα: Εκδόσεις της Σχολής Ι.Μ. Παναγιωτοπούλου.
- Ø Χριστοδούλου Κ. Ν. (2013), «*Δίκαιο Προσωπικών Δεδομένων*» / Κωνσταντίνος Ν. Χριστοδούλου - 1η έκδ. – Αθήνα, Νομική Βιβλιοθήκη. – σελ. 184

Ξενογλώσση Βιβλιογραφία

- Ø Ballet F. & Eymery G. (1984), «*Les nouveaux medias*», Paris: Puf (Que sais – je?).
- Ø Beymon J & Mackay H. (1993), «*Computers into classrooms. More questions than answers*», London, The Falmer press
- Ø Boyd D., & Ellison N. (2008), «*Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*» *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, pages 210-230.
- Ø Claude E, Shannon, Warren Weaver (1963), «*A Mathematical Theory of Communication*» publisher University of Illinois Press, pages 144
- Ø Durman J.P, Simson P. (2004), «*Mass Communication and American Social Thought*» Key Text 1919- 1968 (Critical Media Studies: Institutions, Politics, and Culture) pages 552,
- Ø Franklin T. & Harmelen M. (2007), «*Web 2.0 for Content for Learning and Teaching in Higher Education*», London, Joint Information Systems Committee
- Ø Grace J. Craig & Don Baucum (2007), «*Η Ανάπτυξη του Ανθρώπου*», Αθήνα, Τόμος Α', ένατη αμερικάνικη έκδοση, εκδόσεις Παπαζήση, pages 3-12
- Ø Greenfield P. (1988), «*Μέσα Ενημέρωσης και παιδί*» εκδόσεις Κουτσούμπος, pages 163
- Ø Greenfield P. & Yan Z. (2006), «*Children, Adolescents, and the Internet*»: A New Field of Inquiry in Developmental Psychology, *Developmental Psychology*, 42(3), pages 391-394.
- Ø Hayman S. (2016), «*Μεγαλώνοντας χαρούμενους εφήβους*» (Μτφρ.-επιστ. Επιμ.: Β. Παππά), Αθήνα: ΒΗΤΑ Medarts.
- Ø Hwang G.J, Yin P.Y., Hwang C.W. & Tsai C.C., (2008), «*An enhanced genetic approach to composing cooperative learning groups for multiple grouping criteria*» ,*Educational Technology and Society*, 11 (1), pages: 148-167
- Ø Jenkins H. (2006), «*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*», New York, New York University Press.
- Ø Kapa E. (1999), «*Problem solving, planning ability and sharing processes with logo*», *Journal of Computer Assisted Learning*, 15(1), pages 73-84.
- Ø Kaplan A.M. & Haenlein M. (2010), «*Users of the world unite! The challenges and opportunities of Social Media*», *Business Horizons*, 53(1), pages: 59-68
- Ø Landsheere G. (1979), «*Dictionnaire De L'Évaluation et de la Recherche en Éducation*», Presses universitaires de France, pages 122
- Ø Marcon M., Viswanath B., Cha M. & Gummadi K. (2011), «*Sharing Social Content from Home: A Measurement-driven Feasibility Study*», Nossdav 2011

- Ø McQuail D. (2010), «*McQuail's Mass Communication Theory*», Publisher: Sage Publications Ltd., pages 632
- Ø Mioduser D., Tur-Kaspa H., & Leitner I. (2000), «*The learning value of computer – based instruction of early reading skills*» *Journal of Computer Assisted Learning*, 16 (1), pages 54-63
- Ø Wiener N. (1970), «*Κυβερνητική και Κοινωνία*», μετάφραση Ιωαννίδης Γιάννης, εκδόσεις Παπαζήση
- Ø Parathanassopoulos S. (1990), «*Broadcasting, Politics and the State of Socialist Greece*». *Media, Culture & Society* 12 (3), pages 387-397
- Ø Parathanassopoulos S. (2007), «*The Development of Digital Television in Greece*». *Javnost-The Public* 14 (1) pages 93-108
- Ø Persival Fr. & Ellington M. (1988), «*A handbook of educational technology*», 3 ed, Kogan page, London, pages 13
- Ø Piaget J. (1979), «*Ψυχολογία και Εκπαίδευση*», εκδόσεις Νέα Σύνορα, Αθήνα, pages 82
- Ø Robert A. Hackett and Yuezhi Zhao (2004) «*Democratizing Global Media, One World, Many Struggles*», Publisher Rowman & Littlefield
- Ø Roberts D. F., Foehr U. G. & Rideout V. (2005). «*Generation M: Media in the lives of 8-18 year-olds.* » Washington, DC: Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Ø Rollett H., Lux M., Strohmaier M. & Dosinger G. (2007), «*The Web 2.0 way of learning with technologies*», article in *International Journal of Learning Technology*
- Ø Ronen, M. & Eliahu M. (2000). «*Simulation-a bridge between theory and reality: the case of electronic circuits*» *Journal of Computer Assisted Learning*, 16, pages 14-26.
- Ø Suzuki, L.K. & Calzo J.P. (2004), «*The search for peer advice in cyberspace: An examination of online teen bulletin boards about health and sexuality*». *Applied Developmental Psychology*, 25, pages 685- 698.
http://www.actforyouth.net/resources/rf/rf_internet_1006.pdf
- Ø Valkenburg P. M. & Peter J. (2007), «*Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis*» *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 2. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/valkenburg.html>
- Ø Vovou I. (2006), «*Histoire politique de la télévision en Grèce*». *Le Temps des médias* (Printemps), pages 259-269
- Ø Wright C.R. (2008), journal article «*Sociology of Mass Communications*», pages 193- 217, *Annual Review of Sociology*, posted on *Annual Review of Sociology*

Διαδικτυακή Βιβλιογραφία

- Ø Παππά Β. (2017), «*Εφηβοι και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης : Η επίδραση του Διαδικτύου και ο ρόλος των γονέων*», online: <https://www.psychologynow.gr/psychology-in-our-life/technology/3288-efivoi-kai-mesa-mazikis-enimerosis-i-epidراسi-tou-diadiktyou-kai-o-rol-os-ton-goneon-vasiliki-pappa.html> (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Διαδραστικά Σχολικά Βιβλία (ebooks), «*Τι είναι το Διαδίκτυο*», online: <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/534/3531,14510/> (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Ευθυμιάδου Μ. (2013), «*Επάγγελμα Τα χαρακτηριστικά των εφήβων και οι παράγοντες που τα επηρεάζουν*», online: <http://schoolpress.sch.gr/tofillarakimas/%CF%84%CE%B1-%CF%87%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%B1-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B5%CF%86%CE%B7%CE%B2%CF%89%CE%BD-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BF%CE%B9-%CF%80%CE%B1/> (Τελευταία πρόσβαση, 17 Ιουλίου 2018)
- Ø Ζήκα Χ. (2002), «*Γουλιέμος Μαρκόνι*», άρθρο στο Βήμα, online: <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=140514> (Τελευταία πρόσβαση, 19 Αυγούστου 2018)
- Ø Κουμπαρέλης Α, «*Η Ιστορία του Τύπου στην Ελλάδα*», online: <http://eclass.teiion.gr/modules/document/file.php/DSE106/2.7.%20%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1%20%CF%84%CE%BF%CF%85%CE%A4%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85%20%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD%20%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%20%28%CE%A3%CF%85%CE%BD%CE%BF%CF%88%CE%B9%CF%82%29.pdf> , (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Τσακίρη Λ. (2008), «*Εισαγωγή στη μεθοδολογία έρευνας*» – σημειώσεις διαλέξεων, online: <http://dpms.csd.auth.gr/stuff/eis-meth-er.pdf> (Τελευταία πρόσβαση, 6 Αυγούστου 2018)
- Ø Τσιτούνας Κ. & Πάνου Θ.Π. (2010) , «*Εδώ Πολυτεχνείο...37 χρόνια μετά*», online: <https://www.espressonews.gr/περιεχόμενα/45517/εδώ-πολυτεχνείο-37-χρόνια-μετά> (Τελευταία πρόσβαση, 23 Αυγούστου 2018)
- Ø Catherine Valadez Lopez (2018), «*How to protect your kids on Social Media*», online: <https://www.wikihow.com/Protect-Your-Kids-on-Social-Media>, (Τελευταία πρόσβαση, 2 Σεπτεμβρίου 2018)
- Ø Common Sense media (2014), «*Children, Teens and reading*», online: <https://www.common sense media.org/research/children-teens-and-entertainment-media-the-view-from-the-classroom> (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)
- Ø Conole G. & Alevizou P. (2010), «*A literature review of the use of Web 2.0 tools in Higher Education*» online: <https://core.ac.uk/download/pdf/5162.pdf> , (Τελευταία πρόσβαση, 21 Ιουλίου 2018)

- Ø Couldry N. (2015), «*Social media: human life. Social Media + Society*» 1 (1). Online: <http://eprints.lse.ac.uk/62076/> (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)
- Ø Council on Communications and Media (2016), «*Media Use in School-Aged Children and Adolescents*» published by American Academy of Pediatrics, online: <http://pediatrics.aappublications.org/content/138/5/e20162592..info> (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)
- Ø Digea, «*Η Τηλεόραση στον χρόνο*», online: <https://www.digea.gr/238/article/1417/I-tileorasi-sto-xrono/el>, (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Dserwiki, «*Εγχρωμη Τηλεόραση*», online: <https://dsewiki.wikispaces.com/%CE%88%CE%B3%CF%87%CF%81%CF%89%CE%BC%CE%B7+%CF%84%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CF%8C%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%B7>, (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Cavazza F.(2011) «*Social Media Landscapes 2011*», online: <https://www.fredcavazza.net/2010/12/14/social-media-landscape-2011/> (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Fry S. (2012), «*Web 2.0*», online: http://www.bbc.co.uk/blogs/bbcinternet/2008/02/how_to_say_web_20.html (Τελευταία πρόσβαση, 21 Ιουλίου 2018)
- Ø Gazzetta.gr, επιμέλεια Γεωργόπουλος Γ., «*Τα δορυφορικά κανάλια των παιδικών μας χρόνων*», άρθρο στο Weekend Journal online: <http://www.gazzetta.gr/weekend-journal/article/1148338/ta-doryforika-kanalia-ton-paidikon-mas-hronon> (Τελευταία πρόσβαση, 28 Ιουλίου 2018)
- Ø Memorylife, «*Το Ζάπινγκ μπαίνει στη ζωή μας*», online: <http://memorylifegr.blogspot.com/2016/03/24-1988-photos-video.html> (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Bard M. (2010), «*15 Categories of Social Media*»,online: <https://www.mirnabard.com/2010/02/15-categories-of-social-media/> (Τελευταία πρόσβαση, 16 Ιουλίου 2018)
- Ø O'Reilly T. (2005), «*What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*» online: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)
- Ø O'Reilly T. & Battelle J., (2009), «*Web Squared: Web 2.0 Five Years On*», online: <https://conferences.oreilly.com/web2summit/web2009/public/schedule/detail/10194> (Τελευταία πρόσβαση, 21 Ιουλίου 2018)
- Ø ProNews.gr, (2012), «*Οι έφηβοι επικίνδυνα εξαρτημένοι από κοινωνικά δίκτυα και διαδικτυακό τζόγο*» online: http://www.pronews.gr/koinonia/57387_oi-efivoi-epikindyna-exartimenoi-apo-koinonika-diktya-kai-diadiktyako-tzogo (Τελευταία πρόσβαση, 28 Ιουλίου 2018)

- Ø Sfirixtra.gr, (2017), «Οι νέοι του σήμερα και του χτες, και πως έχει επηρεαστεί η ζωή τους από την τεχνολογία», online: <https://www.sfirixtra.gr/oi-neoi-tou-shmera-kai-tou-xthes/>, (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Alam S., «*Social Media in B2C Real Estate*», online: <https://www.slideshare.net/shakilalam/understanding-social-media-shakil-amal#btnNext> (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Titan ThinkTank (2016), «*Web 3.0: The Third Generation Web is Coming*», online: <https://plus.google.com/103946072733536767958/posts/iXgTea7LmCA> (Τελευταία πρόσβαση, 23 Αυγούστου 2018)
- Ø Tempo.gr (2009), «*Η ιδιωτική Τηλεόραση (1989-2000)*», online: <http://www.tempo.gr/forum/viewtopic.php?f=29&t=228> (Τελευταία πρόσβαση, 19 Ιουλίου 2018)
- Ø Wikipedia, «*Γουλιέλμο Μαρκόνι*», online: https://el.wikipedia.org/wiki/Γουλιέλμο_Μαρκόνι, (Τελευταία πρόσβαση, 23 Αυγούστου 2018)
- Ø Wikipedia, «*Διαδίκτυο*», online: <https://el.wikipedia.org/wiki/Διαδίκτυο>, (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Wikipedia, «*Εφημερίδα*», online: <https://el.wikipedia.org/wiki/Εφημερίδα>, (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Wikipedia, «*Η θεώρηση της Λαϊκής Κουλτούρας*», online: https://el.wikipedia.org/wiki/Τέταρτη_εξουσία (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Wikipedia, «*Ραδιόφωνο*», online: <https://el.wikipedia.org/wiki/Ραδιόφωνο>, (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)
- Ø Wikipedia, «*Τηλεόραση*», online: <https://el.wikipedia.org/wiki/Τηλεόραση>, (Τελευταία πρόσβαση, 15 Ιουλίου 2018)

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο

***Απαραίτητη απάντηση**

Φύλο *

Ανδρας	
Γυναίκα	

Ηλικία *

< 15	
16 – 19	
20 – 30	
40 – 50	
> 50	

Μορφωτικό επίπεδο *

Απόφοιτος Δημοτικού	
Απόφοιτος Γυμνασίου	
Απόφοιτος Λυκείου	
Φοιτητής/τρια	
Απόφοιτος Πανεπιστημίου/ Κολλεγίου	

Μόνιμη κατοικία

--

Χρησιμοποιείτε τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.) στην καθημερινή σας ζωή; *

Ναι	
Όχι	

Αν ναι, σε τι βαθμό χρησιμοποιείτε τα παρακάτω; *

	Εφημερίδες- Περιοδικά	Ραδιόφωνο	Τηλεόραση	Διαδίκτυο
Καθόλου				
Λίγο				
Αρκετά				
Πολύ				
Πάρα πολύ				

Ποιο μέσο θεωρείτε πιο αξιόπιστο για την ενημέρωσή σας; *

Εφημερίδες – Περιοδικά	
Ραδιόφωνο	
Τηλεόραση	
Διαδίκτυο	
Κανένα	

Πόσες ώρες την ημέρα αφιερώνετε στα Μ.Μ.Ε.; *

0 – 2	
2 – 4	
4 – 6	
>6	

Θωρείτε ότι η ενασχόλησή σας με τα Μ.Μ.Ε. σας έχει ωφελήσει; *

Ναι	
Όχι	

Θεωρείτε ότι τα Μ.Μ.Ε. έχουν ωφελήσει στον τομέα της εκπαίδευσης; *

Καθόλου	
Λίγο	
Αρκετά	
Πολύ	
Πάρα πολύ	

Χρησιμοποιείτε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) στην καθημερινή σας ζωή; *

Ναι	
Όχι	

Αν ναι, σε τι βαθμο χρησιμοποιείτε τα παρακάτω; *

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Facebook					
Youtube					
Twitter					
Instagram					
Tumblr					
LinkedIn					
Blogs/ Ιστολόγια					
Άλλο					

Θεωρείτε αξιόπιστα τα Social Media; *

Καθόλου	
Λίγο	
Αρκετά	
Πολύ	
Πάρα πολύ	

Τι πιστεύετε ότι μπορούν να σας προσφέρουν τα Social Media; *

Αξιοπιστία	
Ενημέρωση	
Ψυχαγωγία	
Άλλο	

Πόσες ώρες την ημέρα αφιερώνετε στα Social Media; *

0 – 2	
2 – 4	
4 – 6	
> 6	

Θεωρείτε ότι η ενασχόλησή σας με τα Social Media σας έχει ωφελήσει; *

Ναι	
Όχι	

Πώς θα αλλάζατε τη χρήση που κάνετε στα Social Media; *

Ποιοτικά (όσον αφορά στο περιεχόμενο με το οποίο ασχολείστε)	
Ποσοτικά (όσον αφορά στις ώρες που αφιερώνετε σε αυτά)	

Θεωρείτε ότι τα Social Media έχουν ωφελήσει στον τομέα της εκπαίδευσης; *

Καθόλου	
Λίγο	
Αρκετά	
Πολύ	
Πάρα πολύ	