

**1<sup>ο</sup> ΕΠΑΛ ΝΑΟΥΣΑΣ**

**ΤΑΞΗ Α΄**

**ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ: ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**



**ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Καραμύχος Αναστάσιος**

**ΜΑΘΗΤΕΣ: Αλλίου, Γεωργάκης, Γεωργίου, Γιόντσης, Γκέσιου, Δημητράκη, Δούμου, Κύρκα, Λιγάκη, Λογδανίδης, Νόλη, Σιδηρόπουλος, Σιδηροπούλου, Σούλα, Ταφάνι, Τηλκερίδης, Φωτίου**

Περιεχόμενα	
Έφηβοι και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.....	3
Κοινωνικό δίκτυο και επιδράσεις στο άτομο.....	4
Επιδράσεις των Κοινωνικών Δικτύων.....	5
Ιστορία του Facebook.....	7
Η ιστορία του Twitter.....	8
Η ιστορία του Yahoo!.....	8
Η ιστορία του MySpace.....	9
Η Ιστορία του Youtube.....	10
Η επίδραση των κοινωνικών δικτύων στη ζωή των νέων.....	11
Μήπως τελικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οδηγούν τον άνθρωπο στην αποξένωση;.....	12
Λόγοι για τους οποίους οι νέοι χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής δικτύωσης.....	14
Τι κινδύνους έχει το Facebook;.....	14
Τι κινδύνους έχει το Twitter;.....	15
Τι κινδύνους έχει το Skype;.....	15
Θετικά αποτελέσματα των Social Media.....	15
Μια ματιά για το μέλλον των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.....	22
Βιβλιογραφία.....	24

## Έφηβοι και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Πολλοί γονείς ανησυχούν για το πώς η έκθεση στην τεχνολογία μπορεί να επηρεάσει τα μικρά παιδιά αναπτυξιακά. Τα παιδιά προσχολικής ηλικίας λαμβάνουν νέες κοινωνικές και γνωστικές δεξιότητες με έναν εκπληκτικό ρυθμό, και δεν θέλουμε να περνάνε ώρες κολλημένα σε ένα iPad που θα το εμποδίσει αυτό. Η εφηβεία είναι μια εξίσου σημαντική περίοδο ταχείας ανάπτυξης, και πολύ λίγοι από μας στρέφουμε την προσοχή στο πώς η χρήση της τεχνολογίας από τους εφήβους μας τους επηρεάζει. Στην πραγματικότητα, οι ειδικοί ανησυχούν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι κατακλυσμοί των μηνυμάτων κειμένου που έχουν γίνει τόσο αναπόσπαστα της εφηβικής ζωής προάγουν το άγχος και μειώνουν την αυτοεκτίμηση στους νέους ανθρώπους που τα χρησιμοποιούν περισσότερο.

Οι έφηβοι είναι αυθεντίες στο να κρατούν τους εαυτούς τους απασχολημένους κατά τις ώρες μετά το σχολείο μέχρι να περάσει και η ώρα για ύπνο. Όταν δεν κάνουν τα μαθήματά τους (και όταν τα κάνουν) είναι σε απευθείας σύνδεση (on-line) και στα τηλέφωνα τους, ανταλλάσσοντας γραπτά μηνύματα, κάνοντας δημοσιεύσεις, κυλώντας πάνω-κάτω την οθόνη... Φυσικά, πριν να έχουν όλοι ένα λογαριασμό στο Facebook οι έφηβοι κρατούσαν τους εαυτούς τους απασχολημένους, επίσης, αλλά ήταν πιο πιθανό να κάνουν την κουβέντα τους στο τηλέφωνο ή πρόσωπο με πρόσωπο, ενώ σύχναζαν στο εμπορικό κέντρο. Μπορεί να έμοιαζε πολύ άσκοπο να τριγυρίζουν, αλλά αυτό που έκαναν ήταν να πειραματίζονται, δοκιμάζοντας δεξιότητες, επιτυγχάνοντας και αποτυγχάνοντας στα τρισεκατομμύρια των μικροσκοπικών αλληλεπιδράσεων που τα παιδιά σήμερα χάνουν. Πρωτίστως, οι σύγχρονοι έφηβοι μαθαίνουν να κάνουν το μεγαλύτερο μέρος της επικοινωνίας τους, ενώ κοιτάζουν μια οθόνη, και όχι κάποιο άλλο άτομο.

«Ως είδος, είμαστε σε πολύ μεγάλο βαθμό εναρμονισμένο με την ανάγνωση κοινωνικών νύξεων», λέει η Δρ. Catherine Steiner – Adair, κλινική ψυχολόγος και συγγραφέας του *“The Big Disconnect”* (*Η Μεγάλη Αποσύνδεση*). «Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι τα παιδιά χάνουν πολύ κρίσιμες κοινωνικές δεξιότητες. Κατά κάποιον τρόπο, η ανταλλαγή γραπτών μηνυμάτων και η online επικοινωνία- δεν δημιουργούν μια μη λεκτική μαθησιακή δυσκολία, αλλά θέτουν τους πάντες σε ένα μη λεκτικό απενεργοποιημένο πλαίσιο, όπου η γλώσσα του σώματος, οι εκφράσεις του προσώπου, και ακόμη και τα μικρότερα είδη των φωνητικών αντιδράσεων είναι

αόρατα.” στην ξεκάθαρη επικοινωνία, αλλά δεν είναι μόνο αυτό. Το να μάθετε πώς να κάνετε φίλους είναι ένα σημαντικό μέρος της ωρίμασης, και η φιλία απαιτεί ένα ορισμένο ποσοστό ανάληψης ρίσκου. Αυτό είναι αλήθεια όταν κάνετε ένα νέο φίλο, αλλά είναι επίσης αλήθεια και για τη διατήρηση της φιλίας. Όταν υπάρχουν προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν, μεγάλα ή μικρά, χρειάζεται θάρρος για να είστε ειλικρινείς για τα συναισθήματά σας και στη συνέχεια για να ακούσετε τι έχει να πει το άλλο άτομο. Το να μάθετε να διασχίζετε αποτελεσματικά αυτές τις γέφυρες είναι μέρος αυτού που κάνει τη φιλία διασκεδαστική και συναρπαστική, αλλά και να είναι τρομακτική. “Μέρος της υγιούς αυτοεκτίμησης είναι να γνωρίζετε πώς να πείτε τι σκέφτεστε και αισθάνεστε ακόμα και όταν είστε σε διαφωνία με άλλους ανθρώπους ή όταν νιώθετε ότι αυτό είναι συναισθηματικά επισφαλές», σημειώνει η Δρ Steiner – Adair.

Αλλά όταν η φιλία διεξάγεται σε απευθείας σύνδεση (on-line) και μέσα από κείμενα, τα παιδιά το κάνουν αυτό σε ένα πλαίσιο απογυμνωμένο από πολλές από τις πιο προσωπικές – και μερικές φορές τρομακτικές – πτυχές της επικοινωνίας. Είναι πιο εύκολο να κρατήσετε τις άμυνες σας όταν ανταλλάσσετε γραπτά μηνύματα, καθώς έτσι διακινδυνεύονται λιγότερα. Δεν ακούτε ή βλέπετε την επίδραση που έχουν τα λόγια σας στο άλλο άτομο. Επειδή η συζήτηση δεν συμβαίνει σε πραγματικό χρόνο, κάθε πρόσωπο μπορεί να πάρει περισσότερο χρόνο για να σκεφτεί μια απάντηση. Δεν είναι περίεργο που τα παιδιά λένε ότι το να καλείς κάποιον στο τηλέφωνο είναι «πολύ έντονο» -απαιτεί πιο άμεση επικοινωνία, και αν δεν είστε συνηθισμένοι σε αυτή μπορεί κάλλιστα να την αισθανθείτε τρομακτική.

Όσο περισσότερο υποβαθμίζουμε την επικοινωνία μας με έμμεσους τρόπους, τόσο περισσότερο δημιουργούμε ευκαιρίες ώστε τα παιδιά να είναι αγχωμένα σχετικά με το κύριο μέσο επικοινωνίας του είδους μας – την ομιλία. Και φυσικά οι κοινωνικές διαπραγματεύσεις γίνονται μόνο πιο επισφαλείς καθώς οι άνθρωποι μεγαλώνουν και ξεκινούν να χειρίζονται ρομαντικές σχέσεις και εργασία .

## **Κοινωνικό δίκτυο και επιδράσεις στο άτομο**

Σύμφωνα με έρευνες των MacLanahan, Wedemeyer & Adelberg (1981), τα κοινωνικά δίκτυα παρέχουν συναισθηματική υποστήριξη, η οποία παίρνει τη μορφή κάλυψης απέναντι στα αρνητικά αποτελέσματα των αγχογόνων καταστάσεων. Κατά

τον Bewley (1999), ο συνηθέστερος τρόπος εξεύρεσης εργασίας σε αγγλοσαξονικές χώρες είναι μέσω γνωστών και φίλων, οι οποίοι μπορούν να παρέχουν τις καταλληλότερες συστάσεις για τους υποψήφιους εργαζομένους. Εξετάζοντας το φαινόμενο, της δημιουργίας μιας σύγχρονης κοινωνικής ομάδας με την μορφή ενός κοινωνικού δικτύου, βλέπουμε ότι μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα την εμφάνιση πολύπλευρων διαστάσεων, που αφορούν σε μορφές άσκησης κοινωνικής επιρροής, συλλογικές συμπεριφορές, καθώς και άλλα χαρακτηριστικά, τα οποία γίνονται εμφανή μόνο μέσα από την κατανόηση της δυναμικής των κοινωνικών σχέσεων.

Υπό προϋποθέσεις, σε ατομικό επίπεδο, δημιουργεί και τονώνει το αίσθημα της συμμετοχής στην ομάδα (ανήκω κάπου, έχω ρόλο, κ.α.), κοινωνικοποιεί και εξελίσσει την δυναμική διάσταση της προσωπικότητας μέσα από την λειτουργία «πομπού – δέκτη» στην οποία υπόκειται διαρκώς το άτομο. Η επίδραση όμως μπορεί εύκολα να είναι και αρνητική. Σημαντικά ζητήματα ηθικής του κυβερνοχώρου, όπως η κλοπή των προσωπικών δεδομένων και γενικά η απειλή της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών τους αποτελούν σχεδόν καθημερινότητα. Επίσης εξελίσσεται σε ιδιαίτερα σοβαρό, το θέμα του εθισμού σε διαδικτυακή σύνδεση, η οποία σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να προκαλέσει ψυχική διαταραχή και ανάγκη για την αντιμετώπισή της μόνο με την βοήθεια ειδικών. Τέλος, πολύ σοβαρό ζήτημα γεννάται και με την εύκολη μετάδοση και επαφή με ηλεκτρονικό περιεχόμενο που δεν είναι ασφαλές για τους χρήστες του, όπως κακόβουλο λογισμικό, υλικό προσηλυτισμού, υλικό εθισμού σε επικίνδυνες ουσίες, υλικό με θέμα την βία, ρατσιστικό περιεχόμενο κ.λ.π.

## **Επιδράσεις των Κοινωνικών Δικτύων**

Η χρήση online κοινωνικών δικτύων προσφέρει στους χρήστες πολλά οφέλη και πλεονεκτήματα όπως:

- Την δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων, εφόσον το Διαδίκτυο συγκεντρώνει πλήθος άτομα από όλο τον κόσμο.
- Η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με άτομα που μπορεί να βρίσκονται σε μεγάλη γεωγραφική απόσταση το ένα από το άλλο, εφόσον το Διαδίκτυο καταργεί τις αποστάσεις.
- Η δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε μεγάλο πλήθος κοινωνικών ομάδων

και η αναζήτηση της ομάδας που εκφράζει το άτομο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

- Η δυνατότητα επαφής με πολλούς διαφορετικούς πολιτισμούς και επομένως η δυνατότητα διεύρυνσης των γνώσεων και των πνευματικών οριζόντων του ατόμου.
- Η δυνατότητα δραστηριοποίησης και σύμπραξης για κοινούς σκοπούς με άτομα που μπορεί να βρίσκονται οπουδήποτε στη γη και επομένως η ενίσχυση του κοινού σκοπού με μεγάλο πλήθος συμμετεχόντων.
- Η δυνατότητα αναζήτησης και ανεύρεσης περιεχομένου (φωτογραφίες, βίντεο κλπ) στο οποίο οι χρήστες δε θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση με διαφορετικό τρόπο.
- Η δυνατότητα άμεσης ενημέρωσης για οτιδήποτε συμβαίνει στον κόσμο.
- Η δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε ψυχαγωγικό περιεχόμενο από το σπίτι.

Εκτός όμως από τα παραπάνω σημαντικά οφέλη, υπάρχουν και σοβαροί κίνδυνοι που σχετίζονται με την online κοινωνική δικτύωση όπως:

- Η έκθεση σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό κινδύνων κοινωνικού χαρακτήρα. Σε πολλές περιπτώσεις όπου ιδιαίτερα οι νέοι βιώνουν έντονα καταστάσεις μέσα από την χρήση του κυβερνοχώρου, οι οποίες είναι τραυματικές για την ψυχική τους υγεία.
- Η επιβλαβής έκθεση της προσωπικής ζωής του ατόμου.
- Ο κίνδυνος εξαπάτησης δηλαδή η σύνδεση με άτομα που ισχυρίζονται ότι είναι κάποιιοι που δεν είναι στην πραγματικότητα αλλά καλύπτονται πίσω από την ανωνυμία τους . Η επαφή και η διασύνδεση με παντελώς αγνώστους ενέχει περισσότερους κινδύνους απ'ότι η επαφή με αγνώστους στον πραγματικό κόσμο, γιατί δεν υπάρχει η αμεσότητα και η δυνατότητα ανάπτυξης κριτικής σκέψης και αντίδρασης.
- Η παρενόχληση από άτομα εντελώς άγνωστα μέλη του κοινωνικού δικτύου χωρίς την δυνατότητα προστασίας ή αντιμετώπισης τέτοιων ενεργειών.
- Η κλοπή των προσωπικών u948 δεδομένων και γενικά η απειλή της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών τους.
- Η εύκολη εύκολη μετάδοση και επαφή με ηλεκτρονικό περιεχόμενο που δεν είναι ασφαλές για τους χρήστες του, όπως κακόβουλο λογισμικό ,

υλικό προσηλυτισμού, υλικό εθισμού σε επικίνδυνες ουσίες, υλικό με θέμα την βία, ρατσιστικό περιεχόμενο κ.λ.π.

- Ο βομβαρδισμός με διαφημιστικά μηνύματα.

## Ιστορία του Facebook

Μπορεί τα κοινωνικά δίκτυα τα τελευταία χρόνια να είναι της μόδας και να ξεπηδάνε καινούργια sites σαν τα μανιτάρια αλλά τα κοινωνικά δίκτυα υπήρχαν εδώ και χρόνια. Για την ακρίβεια το πρώτο κοινωνικό δίκτυο στη πραγματικότητα είναι το ίδιο το internet που ένωσε εκατομμύρια ανθρώπους από όλες τις άκρες της γης. Η ιδέα ξεκίνησε από το Facemash, μια υπηρεσία που κατασκεύασε ο Mark Zuckerberg για τους σπουδαστές του Harvard όπου ο καθένας έβαζε φωτογραφίες του και οι υπόλοιποι ψήφιζαν αν είναι όμορφος ή όχι. Για να το κάνει αυτό και να βρει φωτογραφίες από όλους του σπουδαστές του του Πανεπιστημίου hack-αρε τους υπολογιστές της Γραμματείας και πήρε φωτογραφίες όλων των σπουδαστών. Σύντομα έστειλε τη σελίδα και σε άλλα πανεπιστήμια για να γίνει γνωστή αλλά η επιτροπή ασφάλειας του Harvard την κατέβασε και του απαγγέλθηκαν κατηγορίες για παραβίαση πνευματικών δικαιωμάτων και παραβίασης του προσωπικού απορρήτου. Τελικά οι κατηγορίες αποσύρθηκαν. Το επόμενο εξάμηνο, όταν ήταν στο 3ο έτος πλέον, ξεκίνησε όλη η ιδέα του Facebook και τον Φεβρουάριο του 2004 η σελίδα ανέβηκε στο TheFacebook.com. Όλοι άρχισαν να συζητούν αυτό το facebook και κατά πόσο θα μπορούσε να φύγει από το Harvard και να γίνει παγκόσμιο. Σε συνέντευξη που έδωσε στην “Harvard Crimson” την εφημερίδα των σπουδαστών του Harvard είπε: “Νομίζω είναι χαζό να περιμένω άλλα 2 χρόνια να αποφοιτήσω για να το φτιάξω. Μπορώ να το κάνω σε μία βδομάδα και καλύτερα από όλους!” Όταν το κατασκεύασε το είπε σε μερικούς φίλους, εκείνοι του πρότειναν να το στείλει με mail στα 300 άτομα της λίστας Kirkland House που είναι ομάδα φοιτητών του Harvard. Μέσα στην πρώτη μέρα λειτουργίας είχε 12.000 με 15.000 εγγεγραμμένους χρήστες!!! Αρχικά επιτρεπόταν η εγγραφή μόνο στους σπουδαστές του Harvard. Μέσα σε ένα μήνα ενημερώθηκαν οι σπουδαστές των Πανεπιστημίων Stanford, Columbia, και Yale. Σύντομα το έμαθαν τα περισσότερα σχολεία σε ΗΠΑ και Καναδά. Τον Ιούνιο του 2004 ιδρύεται η εταιρία Facebook Inc και αγοράζεται το όνομα Facebook.com για 200.000\$. Η σελίδα μεταφέρθηκε από το TheFacebook.com στο νέο όνομα. Αργότερα τον ίδιο χρόνο κατασκευάστηκε η

δεύτερη έκδοση του facebook (τόρα είμαστε στην 4η) και δόθηκε άδεια εγγραφής μελών σε υπαλλήλους μεγάλων εταιριών όπως η Microsoft και η Apple. Στις 26 Σεπτεμβρίου 2006, το facebook άνοιξε για το κοινό. Όσοι ήταν άνω των 13 χρόνων και διέθεταν e-mail μπορούσαν να εγγραφούν. Τέλος, τον Οκτώβριο του 2008 η εταιρία ανακοίνωσε το παγκόσμιο κέντρο της στο Δουβλίνο της Ιρλανδίας. Πλέον ο ιδρυτής της είναι ο νεότερος δισεκατομμυριούχος στον κόσμο (είναι 25 χρονών σήμερα) και η εταιρία του είχε κέρδη 300.000.000\$ στο 2008. Η σελίδα είναι η 2η πιο δημοφιλής στον κόσμο, αμέσως μετά την Google.

## **Η ιστορία του Twitter**

Από το καλοκαίρι του 2006 έως σήμερα, το Twitter μπορεί να περηφανεύεται ότι είναι το κοινωνικό δίκτυο με τους πιο λαλίστατους χρήστες. Μπορεί να έχει τον περιορισμό των 140 χαρακτήρων ανά tweet, αλλά οι χρήστες του κάνουν ένα δισεκατομμύριο τιτιβίσματα σε 5 ημέρες. 5% μόλις των χρηστών του, παράγουν το 75% των tweets, ενώ το 81% των χρηστών, ακολουθούν λιγότερους από 100 ανθρώπους. Στο web, από το κινητό ή με την χρήση 3rd party client, οι άνθρωποι γράφουν tweets για το πως περνάνε, τι σκέφτονται, τι κάνουν και τι συμβαίνει εκείνη την στιγμή. Τα μηνύματα μεταδίδονται σχεδόν σε πραγματικό χρόνο και τα υπόλοιπα είναι ιστορία. Το προβληματικό Odeo, το Flickr που επηρέασε τους δημιουργούς του twitter στην επιλογή του ονόματος, η πρώτη beta έκδοση, οι δύσκολες αποφάσεις και οι πρώτοι 50 χρήστες.

## **Η ιστορία του Yahoo!**

Yahoo! ξεκίνησε στο Πανεπιστήμιο του Στάνφορντ . Ιδρύθηκε τον Ιανουάριο του 1994 από τον Jerry Yang και David Filo , οι οποίοι ήταν Ηλεκτρολόγων Μηχανικών μεταπτυχιακούς φοιτητές , όταν δημιούργησε μια ιστοσελίδα που ονομάζεται " Jerry και οδηγός του Δαβίδ με το World Wide Web " . Ο οδηγός ήταν ένας κατάλογος από άλλους δικτυακούς τόπους , οργανώνονται σε μια ιεραρχία , σε αντίθεση με το ευρετήριο αναζήτησης των σελίδων . Τον Απρίλιο του 1994 , ο Jerry και οδηγός του Δαβίδ με το World Wide Web μετονομάστηκε σε « Yahoo! » . Η περιοχή yahoo.com δημιουργήθηκε στις 18 Ιανουαρίου 1995.



Yahoo! αυξήθηκε γρήγορα σε όλη τη δεκαετία του 1990 και να διαφοροποιηθεί σε μια δικτυακή πύλη , που ακολουθείται από πολλές υψηλού προφίλ εξαγορών . Τιμή της μετοχής της εταιρείας εκτινάχθηκε στα ύψη κατά τη διάρκεια της φούσκας των dot- com και έκλεισε σε ένα όλων των εποχών υψηλό των ΗΠΑ \$ 118.75 το 2000; Ωστόσο , μετά το dot- com φούσκα σκάσει , έφτασε ένα all -time χαμηλό των ΗΠΑ \$ 8,11 το 2001. Yahoo! απέρριψε επίσημως την προσφορά εξαγοράς από τη Microsoft Corporation το 2008 . Στις αρχές του 2012 , η μεγαλύτερη στην ιστορία απολύσεις Yahoo! ' s ολοκληρώθηκε και 2.000 εργαζόμενοι ( 14 στους εκατό του εργατικού δυναμικού ) έχασαν τις δουλειές τους .

Carol Bartz αντικατασταθεί συνιδρυτής Jerry Yang ως CEO τον Ιανουάριο του 2009 , αλλά απολύθηκε από το διοικητικό συμβούλιο τον Σεπτέμβριο του 2011 ? Tim Morse διορίστηκε ως προσωρινός CEO μετά την αναχώρηση Bartz, ο πρώην πρόεδρος της Paypal Scott Thompson έγινε διευθύνων σύμβουλος . τον Ιανουάριο του 2012 και μετά παραιτήθηκε αντικαταστάθηκε από τον Ross Levinsohn ως προσωρινό CEO της εταιρείας στις 13 Μαΐου 2012. Από το Μάιο του 2013, η πρώην υπάλληλος της Google Marissa Mayer είναι Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας .

## Η ιστορία του MySpace

Το Myspace είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης , με ισχυρή έμφαση μουσική ανήκει Ειδικά Media LLC και ποπ μουσική τραγουδιστής και ηθοποιός Justin Timberlake. Myspace ξεκίνησε τον Αύγουστο του 2003 και έχει την έδρα της στο Μπέμπερλι Χιλς, στην Καλιφόρνια. Τον Ιούνιο του 2012, Myspace είχε 25 εκατομμύρια μοναδικούς επισκέπτες στις ΗΠΑ. Myspace ιδρύθηκε το 2003 από τον Tom Anderson και Chris DeWolfe , και αργότερα αποκτήθηκε από τη News Corporation τον Ιούλιο του 2005 για 580 εκατομμύρια δολάρια . Από το 2005 έως τις αρχές του 2008 , Myspace ήταν η πιο επισκέφθηκε site κοινωνικής δικτύωσης στον κόσμο , και τον Ιούνιο 2006 ξεπέρασε το Google ως το πιο επισκέφθηκε ιστοσελίδα στις Ηνωμένες Πολιτείες τον Απρίλιο του 2008 , Myspace έχει ξεπεραστεί από το Facebook στον αριθμό των μοναδικών επισκεπτών σε όλο τον κόσμο , και ξεπέρασε τον αριθμό των μοναδικών επισκεπτών των ΗΠΑ το Μάιο του 2009, αν και Myspace που παράγονται 800 εκατομμύρια δολάρια σε έσοδα κατά τη διάρκεια του οικονομικού έτους 2008 από τότε , ο αριθμός των χρηστών Myspace έχει μειωθεί

σταθερά , παρά τις αρκετές ανασχηματισμοί τον Ιούνιο του 2013, η Myspace κατετάγη 303 από τη συνολική κυκλοφορία Ιστού , και 223 στις Ηνωμένες Πολιτείες . Myspace είχε σημαντική επίδραση στην ποπ κουλτούρα και μουσική και δημιούργησε μια πλατφόρμα τυχερών παιχνιδιών , που ξεκίνησε τις επιτυχίες της Zynga και το Rock You , μεταξύ άλλων . Η περιοχή άρχισε επίσης την τάση της δημιουργίας μοναδικές διευθύνσεις URL για τις επιχειρήσεις και τους καλλιτέχνες . Τον Ιούνιο του 2009 , Myspace απασχολούνται περίπου 1.600 εργαζόμενοι. Τον Ιούνιο του 2011 , Ειδική Ομάδα Media και τον Justin Timberlake αγόρασε την εταιρεία από κοινού για περίπου 35 εκατομμύρια δολάρια. Σύμφωνα με το νέο ιδιοκτησιακό καθεστώς , η εταιρεία είχε υποβληθεί σε αρκετούς γύρους απολύσεων και τον Ιούνιο του 2011 , Myspace είχε μειώσει το προσωπικό της σε περίπου 200 .

## **Η Ιστορία του Youtube.**

YouTube είναι ένα βίντεο επιμερισμού ιστοσελίδας, που δημιουργήθηκε από τρεις πρώην υπαλλήλους της PayPal , τον Φεβρουάριο του 2005, και ανήκει στη Google από τα τέλη του 2006 , στην οποία οι χρήστες μπορούν να ανεβάσουν, να βλέπουν και βίντεο. Η εταιρία εδρεύει στο San Bruno , Καλιφόρνια , και χρησιμοποιεί το Adobe Flash Video και την τεχνολογία HTML5 για να εμφανιστεί μια μεγάλη ποικιλία από user-generated περιεχόμενο βίντεο, συμπεριλαμβανομένων βίντεο κλιπ, κλιπ τηλεόραση, μουσική και βίντεο, καθώς και ερασιτεχνικό περιεχόμενο, όπως το video blogging , μικρό πρωτότυπο βίντεο και εκπαιδευτικά βίντεο .

Το μεγαλύτερο μέρος του περιεχομένου στο YouTube έχει φορτωθεί από τα άτομα, αλλά και εταιρίες μέσω ενημέρωσης, συμπεριλαμβανομένων CBS, BBC, Vevo, Hulu, και άλλες οργανώσεις προσφέρουν μερικά από το υλικό τους μέσω του YouTube , ως μέρος του προγράμματος εταιρικής σχέσης YouTube. Οι μη εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να παρακολουθήσουν βίντεο , και οι εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να ανεβάσουν απεριόριστο αριθμό βίντεο. Βίντεο θεωρούνται ότι περιέχουν δυνητικά προσβλητικό περιεχόμενο είναι διαθέσιμες μόνο σε εγγεγραμμένους χρήστες επιβεβαιώνοντας τον εαυτό τους να είναι τουλάχιστον 18 ετών. YouTube, LLC αγοράστηκε από την Google για 1,65 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το Νοέμβριο του 2006 και σήμερα λειτουργεί ως θυγατρική της Google.

## Η επίδραση των κοινωνικών δικτύων στη ζωή των νέων

Η λειτουργία των κοινωνικών δικτύων (π.χ. Facebook, Twitter, MSN κ.α.) είναι ένα επίκαιρο θέμα που έχει απασχολήσει πολλούς ανθρώπους και οι απόψεις για το αν επιδρά θετικά ή αρνητικά στη ζωή μας δίστανται. Πρώτα από όλα, είναι ένας εύκολος τρόπος επικοινωνίας για όλους τους ανθρώπους και ειδικά τους νέους. Λόγω του λιγοστού ελεύθερου χρόνου οι νέοι καταφεύγουν στο διαδίκτυο για να επικοινωνήσουν με τους φίλους τους και έτσι βρίσκουν την ευκαιρία να εκφράσουν πιο εύκολα τα συναισθήματά τους και να ξεδιπλώσουν τον εσωτερικό τους κόσμο, κάτι που δυσκολεύονται να κάνουν πρόσωπο με πρόσωπο. Επίσης, για τους νέους οι οποίοι κατοικούν σε επαρχίες, έξω από την πόλη, λόγω των λιγοστών δυνατοτήτων να συναντηθούν και να συναναστραφούν με άτομα της ηλικίας τους, η επικοινωνία μέσω των κοινωνικών δικτύων αποτελεί λύση στο πρόβλημά τους.

Παράλληλα, μέσω των κοινωνικών δικτύων οι άνθρωποι έχουν άνετη πρόσβαση στην πληροφορία. Η αναζήτηση πληροφοριών μέσω του διαδικτύου είναι πιο ενδιαφέρουσα από ένα βιβλίο ή μια εγκυκλοπαίδεια, επειδή εκεί υπάρχει εικόνα αλλά και ήχος.

Είναι γεγονός ότι οι νέοι σήμερα δεν παρακολουθούν συχνά δελτία ειδήσεων, δε διαβάζουν εφημερίδες και αυτό έχει ως συνέπεια να μην ενημερώνονται επαρκώς για τα επίκαιρα γεγονότα που διαδραματίζονται στον κόσμο. Αυτό το κενό ως ένα σημείο αναπληρώνεται μέσω των κοινωνικών δικτύων. Δηλαδή, καθώς οι νέοι ψυχαγωγούνται και συνομιλούν με άλλα άτομα, βρίσκουν παράλληλα την ευκαιρία να ενημερωθούν για σοβαρά κοινωνικά ζητήματα που επηρεάζουν χώρες και λαούς. Για παράδειγμα φυσικά γεγονότα, θεομηνίες και πόλεμοι που πλήττουν τα τελευταία χρόνια τον πλανήτη μας, όπως το τσουνάμι και οι καταστροφές που έλαβαν χώρα στην Ιαπωνία πρόσφατα.

Επιπρόσθετα, ένα σημαντικό πλεονέκτημα των κοινωνικών δικτύων είναι η ψυχαγωγία που προσφέρουν στους νέους-χρήστες. Οι νέοι προτιμούν να περνούν τον ελεύθερό τους χρόνο μένοντας στο σπίτι και να εξερευνούν τα κοινωνικά δίκτυα στα οποία είναι μέλη.

Είναι όμως πια κοινά αποδεκτό, ότι τα κοινωνικά δίκτυα επιδρούν αρνητικά στη ζωή των μαθητών με διάφορους υ964 τρόπους. Καταρχήν, οι μαθητές καταλήγουν να είναι εξαρτημένοι από τη χρήση τέτοιων δικτύων (π.χ. facebook). Σπαταλούν ημερησίως πολλές ώρες, περισσότερες από όσες πραγματικά θα έπρεπε να

σπαταλούσαν και καταντούν παθητικοί δέκτες των μηνυμάτων με τα οποία τους βομβαρδίζουν καταγιστικά τα κοινωνικά δίκτυα. Δεν είναι λίγες οι φορές που μαθητές πέφτουν θύματα εξαπάτησης από τέτοια μηνύματα. Παράλληλα, παρατηρείται συχνά οι μαθητές να αγνοούν τα μαθήματα του σχολείου και να προτιμούν την “ψυχαγωγία” μέσω των δικτύων και κατ’ επέκταση να υστερούν από την μόρφωσή τους. Οι συνέπειες μπορεί να είναι καταστροφικές γι’ αυτούς καθώς μένουν πίσω στις σχολικές τους υποχρεώσεις.

Είναι επίσης γεγονός ότι κυρίως μικρά παιδιά και έφηβοι εξαπατούνται από μεγαλύτερους που παρουσιάζονται στα κοινωνικά δίκτυα με “πλαστή ταυτότητα”, με ψεύτικα, δηλαδή, στοιχεία και που σκοπό έχουν να ξεγελάσουν τα παιδιά για να εξυπηρετήσουν τα δικά τους συμφέροντα. Υπήρξαν στο παρελθόν αρκετά περιστατικά που αφορούσαν την κακομεταχείριση ανηλίκων, που έπεσαν θύματα καλοστημένης απάτης μέσω του διαδικτύου.

Οφείλουμε, επίσης, να επισημάνουμε ότι μέσω των κοινωνικών δικτύων διαρρέουν ταχύτατα προσωπικά στοιχεία των χρηστών και μη. Συχνά οι χρήστες είναι υποχρεωμένοι, βάσει των κανονισμών που διέπονται από τους “ιδιοκτήτες” τέτοιων δικτύων και ιστοσελίδων, να παρουσιάζουν σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες στο διαδίκτυο τα προσωπικά τους στοιχεία έτσι ώστε να γίνονται μέλη σ’ αυτές. Επιπλέον, έχουν την τάση να αναρτούν φωτογραφίες τους. Έτσι, μπορεί οποιοσδήποτε ανά πάσα στιγμή να πάρει προσωπικά δεδομένα κάποιου παιδιού-χρήστη και να το βλάψει.

Τέλος, μέσω των κοινωνικών δικτύων συντονίζονται κινήματα, εξεγέρσεις και διαδηλώσεις (π.χ. τα γεγονότα τα οποία εξελίσσονται αυτή τη στιγμή στις Αραβικές χώρες). Χωρίς αμφιβολία, τα κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν πολλά πλεονεκτήματα, αλλά εγκυμονούν και πολλούς κινδύνους. Καθήκον και χρέος όλων μας είναι να μην εξαρτόμαστε από αυτά και να μην επιτρέπουμε να δρουν αρνητικά στη ζωή μας. Ας κρατήσουμε μόνο τα θετικά που μας προσφέρουν.

## **Μήπως τελικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οδηγούν τον άνθρωπο στην αποξένωση;**

Οι νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας έχουν εθίσει τους ανθρώπους σε μια διεστραμμένη αντίληψη του παρόντος. Έτσι, κάθε αποκοπή ή διακοπή επαφής με τον

καλπάζοντα κόσμο των sms, των e-mail ή του Facebook, για τους περισσότερους ανθρώπους ισοδυναμεί με κοινωνική ανυπαρξία: όταν δεν επικοινωνείς, είσαι δυνητικά ανύπαρκτος. Γίνεται σαφές ότι η αλόγιστη και πολύωρη χρήση του Διαδικτύου, δημιουργεί συναισθηματική απόσταση και αλλοιώνει την ποιότητα επικοινωνίας ανάμεσα στους ανθρώπους, κάτι το οποίο πολλές φορές οδηγεί στην Αποξένωσή τους από τον Πραγματικό Κόσμο. Αρκετοί είναι αυτοί οι οποίοι ξοδεύουν άπειρες ώρες μπροστά στον υπολογιστή παίζοντας διαδικτυακά παιχνίδια, σερφάροντας στο Διαδίκτυο ή ακόμα και επικοινωνώντας με φίλους τους μέσω του Διαδικτύου. Η πολύωρη ενασχόληση με τα πιο πάνω, οδηγεί πολλές φορές στην Αποξένωση από τον Πραγματικό Κόσμο εφόσον επιτρέπει στους ανθρώπους να ψυχαγωγούνται ή να επικοινωνούν χωρίς τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της προσωπικής επαφής. Αρκετοί είναι αυτοί για παράδειγμα οι οποίοι αναπτύσσουν Διαδικτυακές (on-line) σχέσεις χωρίς να εγκαταλείπουν τα σπίτια τους.

Μια κάποια αποξένωση σαφώς και έχει δημιουργηθεί, κανείς δεν μπορεί να το αρνηθεί. Ένα κοινωνικό “σχίσμα” που σε σχέση και με την πολύπλευρη κρίση την οποία βιώνουμε ίσως και να έχει καταστροφικά αποτελέσματα αν δεν το διαχειριστούμε σωστά και ψύχραιμα. Συχνό φαινόμενο αποτελεί πια το γεγονός να βλέπουμε λέξεις όπως «φιλία», «αγάπη», «έρωτας» πλέον να λέγονται πιο εύκολα, άκριτα. Δεν σε κάνει όμως φίλο με κάποιον ένα αίτημα φιλίας στο facebook ή ένα follow στο twitter, σε κάνουν καταστάσεις που δοκιμάζουν τα όρια σας και στιγμές μοναδικές που δημιουργούν αναμνήσεις που θα μείνουν για πάντα. Δεν λέει τίποτα το να συνομιλήσεις με κάποιον online, το θέμα είναι αν η επικοινωνία σας είναι ουσιαστική και μπορεί να περάσει στο επόμενο στάδιο : αυτό της αλληλεπίδρασης πρόσωπο με πρόσωπο.

Παλιότερα, μέχρι και τη δεκαετία του 80 ας πούμε, οι μητέρες έβγαιναν και φώναζαν στα παιδιά τους να σταματήσουν να παίζουν στο πάρκο και να πάνε σπίτι γιατί το “φαί είναι έτοιμο και το τραπέζι στρωμένο”. Τώρα τα πράγματα έχουν αλλάξει. Οι μητέρες δεν βγαίνουν στο πάρκο για να φωνάξουν το παιδί τους να πάει να φάει. Τώρα απλά φωνάζουν από το διπλανό δωμάτιο: “κλείσε πια αυτό το κομπιούτερ και έλα να φας. Τι μανία έχεις με το ίντερνετ;” Δεν υπερβάλλουμε καθόλου. Στο επιστημονικό άρθρο που θα διαβάσετε θα ενημερωθείτε για το πως οι νέες τεχνολογίες συμβάλλουν στην κοινωνική απομόνωση. Πως ο άνθρωπος αποξενώνεται, κλείνεται στον εαυτό του και συχνά ζει μια παράλληλη ζωή.

## Λόγοι για τους οποίους οι νέοι χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής δικτύωσης

Τα κοινωνικά δίκτυα είναι ψηφιακές πλατφόρμες οι οποίες επιτρέπουν στους χρήστες τους να δημιουργούν προφίλ και να μοιράζονται περιεχόμενο (μηνύματα, εικόνες κ.λπ.). Τα κυριότερα «στρατόπεδα» της κοινωνικής δικτύωσης είναι δύο: το facebook και το twitter. Και τα δύο - τα οποία αριθμούν εκατομμύρια χρήστες - έχουν ορκισμένους φίλους και εχθρούς, ενώ η προτίμηση στο μεν ή στο δε δεν είναι μόνο θέμα γούστου, αλλά ανάγεται από ορισμένους σε μείζον ζήτημα με... κοινωνιολογικές προεκτάσεις. Μέσω των σελίδων αυτών οι χρήστες μπορούν να εντοπίσουν άτομα από κάθε γωνιά του πλανήτη ανάλογα με τις δραστηριότητες ή τις μουσικές τους προτιμήσεις. Επιπλέον δίνεται οι δυνατότητα στους χρήστες να ενημερώνουν τους υπολοίπους ανά πάσα στιγμή για την κατάσταση τους ή το μέρος στο οποίο βρίσκονται. Όλα αυτά φαντάζουν υπέροχα με την πρώτη ματιά, αφού φαίνεται να προσφέρεται εύκολη και χαλαρή επικοινωνία σε συνδυασμό με διασκέδαση ενώ ταυτόχρονα οι αποστάσεις εκμηδενίζονται. Αυτός είναι και ο λόγος που ορισμένα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αποκτήσει την ισχύ "θρησκείας" όπως συχνά αναφέρεται. Ωστόσο, η επίδραση των "social networks" στις ζωές, ιδιαίτερα των νέων, έχει αποδειχτεί πολύ μεγάλη. Η καθημερινή χρήση τους εθίζει σιγά-σιγά τους χρήστες στην ανάγκη για συνεχή ανανέωση του "profile" τους για χάρη των διαδικτυακών τους φίλων. Αντί να επιλέγουν να συζητούν τις σκέψεις και τα προβλήματά τους με κοντινούς τους ανθρώπους αρκούνται στα "likes" των υπολοίπων χρηστών θεωρώντας καταξιωμένο όποιον κερδίσει τα περισσότερα. Έτσι, αποκτούν απομόνωση και αποξένωση. Επίσης, όσον αφορά τις φωτογραφίες, δεν χρησιμοποιούνται για να απαθανατίσουν στιγμές αλλά για να αυξήσουν το γόητρο των χρηστών στο διαδίκτυο. Πλέον δεν φωτογραφιζόμαστε για την ανάμνηση μιας ωραίας στιγμής, αλλά για να προβάσουμε τις φωτογραφίες μας στο facebook προσπαθώντας να βρούμε ικανοποίηση σε μερικά likes.

## Τι κινδύνους έχει το Facebook;

Παρά το ότι ενέχει κινδύνους (κυρίως για παραβίαση προσωπικών δεδομένων), ο προσεκτικός χρήστης δεν έχει πρόβλημα. Παρόλα αυτά όμως έχουν παρατηρηθεί κάποιες αρνητικές μεταβολές στην ψυχολογική κατάσταση των χρηστών του

Facebook. Σε μια έρευνα που έγινε με ερευνητές του πανεπιστημίου του Μίσιγκαν μελετώντας για 2 εβδομάδες 82 νεαρούς ενήλικες χρήστες και με ποιόν τρόπο σχετιζόταν η χρήση του κοινωνικού δικτύου με τα αισθήματα ψυχικής ικανοποίησης κάθε χρήστη. Τελικά οι ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα πως όσο περισσότερο οι νέοι χρησιμοποιούσαν το Facebook, τόσο χειρότερα ένιωθαν στη συνέχεια και τόσο περισσότερο το επίπεδο ικανοποίησής τους από τη ζωή έπεφτε.

## **Τι κινδύνους έχει το Twitter;**

Η όλη ιδέα των ιστοτόπων όπως το Twitter και το Facebook είναι να τα μοιράζονται. Σίγουρα, μπορείτε να περιορίσετε τον βαθμό και το κοινό έκθεσης των πληροφοριών, αλλά μόλις αυτές αποθηκευτούν στους servers χάνετε τον έλεγχο. Υπάρχει πάντα το ενδεχόμενο να κοινοποιηθούν κατά λάθος, κάτι που μπορεί να συμβεί αν δεν κατανοήσουμε τις ρυθμίσεις. Ορισμένοι υποστηρίζουν ότι οι ρυθμίσεις είναι σκόπιμα δυσνόητες. Μερικές φορές οι άνθρωποι πρέπει να περιορίζουν ή να αποκρύπτουν ορισμένα στοιχεία για λόγους ασφάλειας. Δυστυχώς, το Twitter ανακοίνωσε ότι ένα σφάλμα που έχει επηρεάσει 19.788 λογαριασμούς, επιτρέπει σε μη εξουσιοδοτημένους χρήστες να διαβάζουν προστατευμένα tweets.

## **Τι κινδύνους έχει το Skype;**

Το Skype έχει παράγοντες κινδύνου . Αγράμματοι ή απρόσεκτη χρήση του Skype μπορεί να οδηγήσει σε παραβίαση της προσωπικής ασφάλειας , λήψεις από ιούς και κακόβουλο λογισμικό και την επαφή με παιδεραστές.

## **Θετικά αποτελέσματα των Social Media**

Εκτός από έχοντας την ευκαιρία να γνωρίζουν πολλοί άνθρωποι σε ένα γρήγορο και εύκολο τρόπο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοήθησε, επίσης, οι έφηβοι που έχουν κοινωνική ή φυσικούς περιορισμούς κινητικότητας να χτίσουν και να διατηρήσουν σχέσεις με τους φίλους και τις οικογένειές τους. Τα παιδιά που πηγαίνουν στο εξωτερικό για σπουδές μπορεί ακόμα να μείνετε σε ουσιαστική επαφή με τους γονείς τους. Σε μεγαλύτερο βαθμό, με ανεπίσημα στοιχεία των θετικών αποτελεσμάτων από αυτές τις τεχνολογίες.

Το 2008, εξελέγη Πρόεδρος Ομπάμα κέρδισε τις εκλογές μέσα από την αποτελεσματική χρήση των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης να προσεγγίσουν εκατομμύρια θεατές ή τους ψηφοφόρους. Η εκστρατεία του Ομπάμα είχε παράγεται και διανέμεται τεράστιο ποσό του περιεχομένου και των μηνυμάτων μέσω e-mail, SMS, κοινωνικές πλατφόρμες μέσω μαζικής ενημέρωσης και τους δικτυακούς τόπους. Ο Ομπάμα και η ομάδα του εκστρατεία κατανοήσει πλήρως τη θεμελιώδη κοινωνική ανάγκη που μοιράζεται ο καθένας - η ανάγκη της ύπαρξης «ποιοι είμαστε». Ως εκ τούτου, η εκστρατεία έστειλε το μήνυμα, όπως "γιατί είναι περίπου ΕΣΕΙΣ" και επέλεξε τη σωστή μορφή των μέσων ενημέρωσης για τη σύνδεση με τα άτομα, πρόσκληση για τις δράσεις και τη δημιουργία κοινότητας για ένα κοινωνικό κίνημα. Θα ενθαρρύνει τους πολίτες να μοιραστούν τη φωνή τους, κατέχουν τα μέρη συζήτηση στα σπίτια και να διαχειρίζονται τις συναντήσεις εκστρατεία τους. Πραγματικά, άλλαξε την παράδοση του πολιτικού μηνύματος. Η εκστρατεία του Obama είχε κάνει 5 εκατ. ευρώ "φίλους" σε περισσότερες από 15 ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (3 εκατομμύρια φίλους στο Facebook η ίδια) και δημοσιεύτηκε σχεδόν 2.000 βίντεο από το YouTube τα οποία παρακολούθησαν πάνω από 80 εκατομμύρια φορές. Στο απόγειό της, η ιστοσελίδα τους, MyBarackObama.com, είχε 8,5 εκατομμύρια μηνιαίους επισκέπτες και παρήγαγε 400.000 θέσεις blog. Προκειμένου να διασφαλιστεί ότι το περιεχόμενό τους βρέθηκαν από τους ανθρώπους, η εκστρατεία του Ομπάμα πέρασε 3.500.000 δολαρίων για την αναζήτηση Google, τον Οκτώβριο του και μόνο, \$ 600,000 για Advertising.com, \$ 467.000 στο Facebook το 2008, κλπ. Σήμερα, Twitter λογαριασμό του Ομπάμα έχει σχεδόν 6 εκατομμύρια οπαδούς. Το 2010, μετά το σεισμό που συνέβη στην Αϊτή, πολλές από τις επίσημες γραμμές επικοινωνίας ήταν κάτω. Ο υπόλοιπος κόσμος δεν ήταν σε θέση να αντιληφθεί την πλήρη εικόνα της κατάστασης που επικρατεί εκεί. Για να διευκολυνθεί η ανταλλαγή πληροφοριών και να αντισταθμίσει την έλλειψη ενημέρωσης, των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης ήρθε σε πολύ βολικό να αναφέρουν την είδηση σχετικά με την πληγείσα περιοχή για το τι συνέβη και τι βοήθεια ήταν αναγκαία. Tweets από πολλούς ανθρώπους έδωσε την εντυπωσιακή επισκόπηση των εν εξελίξει γεγονότων από το σεισμό. BBC κάλυψε το γεγονός, συνδυάζοντας tweets από το έργο του δημοσιογράφου Matthew τιμή του στο Πορτ-ο-Πρενς στο έδαφος. Live blog του Guardian χρησιμοποιείται επίσης μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε συνδυασμό με τις πληροφορίες από άλλους ειδησεογραφικούς οργανισμούς να υποβάλει έκθεση σχετικά με την αποστολή



διάσωσης.

Δεν έχουν περάσει δύο χρόνια από τότε που το CNN iReport ξεκίνησε επίσημα ως τμήμα της ιστοσελίδας της, όπου οι άνθρωποι μπορούν να ανεβάσετε υλικό βίντεο, με στοιχεία επικοινωνίας. Κατά τη διάρκεια της κρίσης στην Αϊτή, το CNN είχε δημοσιεύσει μια σειρά κοινωνικών υλικών μέσων μαζικής ενημέρωσης, αλλά δεν είναι όλα τα υλικά που επαληθεύτηκαν. Το εκδοτικό προσωπικό θα εξετάσει διεξοδικά τις εκθέσεις από τους δημοσιογράφους των πολιτών και να επισημαίνονται τα διαφορετικά σε σχέση με ανεπιβεβαίωτη περιεχόμενο. Με το Facebook, μια ομάδα, που ονομάζεται "Σεισμός στην Αϊτή", δημιουργήθηκε για να δείξει την υποστήριξη και ενημερώσεις μετοχών και ειδήσεων. Είχε περισσότερα από 14.000 μέλη και σε ορισμένους χρήστες, ακόμη και έκανε έκκληση για βοήθεια προς τους τραυματίες Αϊτινοί στην ομάδα. Χρησιμοποιώντας το email, Twitter και οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, χιλιάδες εθελοντές, ως μέρος του έργου Ushahidi ήταν σε θέση να αναφέρει χάρτη που αποστέλλονται από τους ανθρώπους από την Αϊτή. Το πιο εντυπωσιακό μέρος των επιπτώσεων των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης σχετικά με την Αϊτή είναι η φιλανθρωπία κείμενο-μήνυμα δωρεές που αυξήθηκε σε πάνω από 10 εκατομμύρια δολάρια για τα θύματα στην Αϊτή. Οι άνθρωποι που ενδιαφέρονται να βοηθήσουν τα θύματα να ενθαρρύνονται κείμενο, τιτίβισμα και να δημοσιοποιήσει τη στήριξη τους χρησιμοποιώντας διάφορες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Η Παγκόσμια Ομάδα Φιλανθρωπία είχε ξεκινήσει επίσης μια εκστρατεία για να ζητήσει από πλούσιους ανθρώπους και προσωπικότητες, όπως ο Μπεν Στίλερ και ο John Legend να χρησιμοποιούν το Twitter και το Facebook για να ενθαρρύνουν και άλλους να δώσει στη UNICEF. Ένας εργαζόμενος βοήθεια, Sandra Schimmelfennig, επιτρέπεται η παροχή συμβουλών από άλλους εργαζόμενους της ανθρωπιστικής βοήθειας και χορηγούς για να δημοσιεύσετε στο blog της σχετικά με την επιλογή των φιλανθρωπικών οργανώσεων για την υποστήριξη. Εν τω μεταξύ, οι δωρητές είχαν ερωτήσεις στο Twitter, Facebook και blogs σχετικά με τις δωρεές και τις θεωρήσεις τους από τις αγαπημένες φιλανθρωπίες τους. Μετά από κάθε κρίση, την κοινωνική μέσων μαζικής ενημέρωσης για την κοινωνική αιτία γίνεται πιο αποτελεσματικό μέσο για να εξαπλωθεί η λέξη.

## Οι αρνητικές επιπτώσεις των Social Media

Υπάρχουν πάντα δύο όψεις του κάθε νομίσματος. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι απλά ένα εργαλείο ή μέσο για τους ανθρώπους να χρησιμοποιούν. Εξακολουθεί να είναι μέχρι και τους χρήστες για το πώς να χρησιμοποιήσετε αυτό το εργαλείο (ακριβώς όπως ένα μαχαίρι, μπορεί να σας βοηθήσει να μειώσει τα τρόφιμα ή να βλάψουν άλλα). Internet Pew Research Center & του αμερικανικού προγράμματος Life και Elon Πανεπιστημίου φαντάζεται το Κέντρο Διαδικτύου διεξήγαγε μελέτη σχετικά με "το μέλλον των διαδικτυακών κοινωνικοποίηση» από το εξαιρετικά ασχολούνται, διαφορετικό σύνολο των ερωτηθέντων σε απευθείας σύνδεση, opt-in έρευνα αποτελούνταν από 895 ασχολούμενοι με την τεχνολογία και τους κριτικούς . Τα αρνητικά αποτελέσματα που παρουσιάζονται από τους ερωτηθέντες που περιλαμβάνονται χρόνου σε σύνδεση στιγμή στερεί από σημαντικό πρόσωπο με πρόσωπο σχέσεις? Του διαδικτύου ευνοεί ως επί το πλείστον ρηχές σχέσεις? Η πράξη της αξιοποιώντας το διαδίκτυο για να αρχίσει ο κοινωνικός σύνδεση αποκαλύπτει προσωπικές πληροφορίες? Το Διαδίκτυο επιτρέπει στους ανθρώπους να σιλό τον εαυτό τους, περιορίζοντας την έκθεσή τους σε νέες ιδέες? και το Διαδίκτυο χρησιμοποιείται για να προκαλέσει δυσανεξία. Ορισμένοι από τους ερωτηθέντες, επίσης, τόνισε ότι θα υπάρξει ανάπτυξη ορισμένων νέων ψυχολογικά και ιατρικά σύνδρομα, που θα είναι «παραλλαγές της κατάθλιψης που προκαλείται από την έλλειψη ουσιαστικών σχέσεων ποιότητας", και μια «νέα παγκόσμια κοινωνία». Ο όρος «Κοινωνική Δικτύωση», έχει αρχίσει να εξαπατήσουν τους χρήστες να πιστέψουν ότι είναι κοινωνικά πλάσματα. Για παράδειγμα, οι δαπάνες για μερικές ώρες χρησιμοποιώντας Farmville και κουβεντιάζοντας με τους φίλους ταυτόχρονα δεν μετατρέπονται σε κοινωνικές δεξιότητες. Οι άνθρωποι γίνονται εξαρτώνται από την τεχνολογία και να ξεχάσει πώς να συναναστρέφεστε στο πλαίσιο πρόσωπο με πρόσωπο. Η online προσωπικότητα ενός ατόμου μπορεί να είναι εντελώς διαφορετική από / offline χαρακτήρα του, προκαλώντας χάος όταν πληρούν τις δύο προσωπικότητες. Είναι προφανές σε online dating, όταν το ζευγάρι παίρνει μαζί σε πρόσωπο με πρόσωπο για πρώτη φορά. Γραπτή προφίλ τους δεν αντιπροσωπεύουν σαφώς της πραγματικής ζωής τους χαρακτήρες τους. Είναι πιο δελεαστικό για τους ανθρώπους με τον τύπο κάτι που οι άλλοι θέλουν να ακούσουν από ό, τι λέει την αλήθεια.

Εκτός από την «φιλία», οι δημιουργοί των sites κοινωνικής δικτύωσης και οι χρήστες επαναπροσδιορίζει τον όρο "προστασία της ιδιωτικής ζωής" στο Διαδίκτυο. Η πρόκληση στην προστασία της ιδιωτικής ζωής των δεδομένων είναι η ανταλλαγή

δεδομένων, ενώ προστατεύει προσωπικά δεδομένα. Σχεδόν κάθε πληροφορία που δημοσιεύτηκε σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι μόνιμη. Κάθε φορά που κάποιος δημοσιεύσει φωτογραφιών ή βίντεο στο διαδίκτυο, γίνεται ιού. Όταν ο χρήστης διαγράψει ένα βίντεο από του / κοινωνικού δικτύου της, κάποιος θα μπορούσε να έχει το κράτησε και στη συνέχεια δημοσιεύτηκε το σε άλλους δικτυακούς τόπους όπως το YouTube ήδη. Οι άνθρωποι φωτογραφίες μετά και τα αρχεία βίντεο σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης χωρίς σκέψη και τα αρχεία μπορεί να επανεμφανιστεί στη χειρότερη δυνατή στιγμή. Το 2008, ένα βίντεο από μια ομάδα φοιτητών ACJC Καψόνια μαθήτριας σε σχολείο την ημέρα των γενεθλίων της, κυκλοφόρησε και ένα άλλο βίντεο της SCDF προσλαμβάνει είναι «ευπρόσδεκτη» (ήταν hosed με νερό και πίσσας με βερνίκι παπουτσιών) σε τοπικό πυροσβεστικό σταθμό που σε απευθείας σύνδεση τον τρόπο του. Πολλά νέα στοιχεία έχουν αναφερθεί σχετικά σε απευθείας σύνδεση παραβίαση της ιδιωτικής ζωής στο Facebook και το Facebook είναι η αναθεώρηση συνεχώς την πολιτική προστασίας της ιδιωτικής ζωής τους και την αλλαγή ελέγχου της ιδιωτικής τους ζωής για τους χρήστες. Είναι ενδιαφέρον, ακόμα και όταν οι χρήστες να διαγράψετε τα προσωπικά τους στοιχεία και να απενεργοποιήσει τον λογαριασμό τους στο Facebook, το Facebook θα κρατήσει ακόμα ότι οι πληροφορίες και θα συνεχίσουν να το χρησιμοποιούν για την εξόρυξη δεδομένων. Ένας δημοσιογράφος ρώτησε αν τα στοιχεία που θα πρέπει τουλάχιστον να είναι ανώνυμα. Ο εκπρόσωπος του Facebook, αρνήθηκε να σχολιάσει. Στον εταιρικό κόσμο, στελέχη διαχείρισης ανθρωπίνων πόρων μπορούν να έχουν πρόσβαση στο Facebook ή το MySpace για να πάρετε να ξέρετε για το αληθινό του υποψηφίου, ειδικά όταν αναζητούν εργασία δεν καθορίζουν το προφίλ τους σε ιδιώτες. Η έρευνα έδειξε ότι σχεδόν το ήμισυ των εργοδοτών έχουν απορρίψει μια πιθανή εργαζόμενος, αφού διαπίστωσε ενοχοποιητικά υλικό στις σελίδες τους στο Facebook. Κάποιοι εργοδότες έχουν ελεγχθεί επίσης σε απευθείας σύνδεση στοιχεία των υποψηφίων στο Facebook σελίδες για να δείτε αν είναι ψέματα σχετικά με τα προσόντα τους. Σήμερα, οι νεότερες γενιές έχουν μια πλήρη αδιαφορία για την ιδιωτικότητά τους, ανοίγοντας τις πόρτες σε ανεπιθύμητη αρπακτικά ή stalkers. Σύμφωνα με έρευνα που διεξάχθη στο πανεπιστήμιο του Κέιμπριτζ προέκυψαν τα εξής αποτελέσματα: Ο διαρκής τεχνολογικός βομβαρδισμός στην επικοινωνία μάς κουράζει ενώ παράλληλα μειώνει την ικανοποίηση που αντλούμε από τη ζωή, υποστηρίζουν βρετανοί ερευνητές. Πνιγόμαστε στη θάλασσα των επικοινωνιακών εξελίξεων. Στη

δημοσκόπηση που διεξήγαγαν οι βρετανοί επιστήμονες συμμετείχαν σχεδόν 1.300 άτομα. Από τα στοιχεία που συνέλεξαν οι ειδικοί, φάνηκε ότι η πλειοψηφία όσων χρησιμοποιούσαν συχνά διάφορες μορφές σύγχρονων τεχνολογιών επικοινωνίας έτειναν να δηλώνουν λιγότερο ικανοποιημένοι από τη ζωή τους. Αντίθετα, όσοι αισθάνονταν πως κρατούσαν τη χρήση των παραπάνω τεχνολογιών υπό έλεγχο εμφανίζονταν σαφώς πιο ικανοποιημένοι από τη ζωή τους. Ιδιαίτερα σημαντικό κρίνεται το γεγονός ότι η αίσθηση του «ανικανοποίητου» ήταν ιδιαίτερα έντονη στις νεαρές ηλικίες, που θεωρούνται περισσότερο «εξαρτημένες» από τις σύγχρονες τεχνολογίες. Τεχνολογική «κούραση» Συγκεκριμένα οι ειδικοί διαπίστωσαν ότι περίπου 38% των συμμετεχόντων ηλικίας 10-18 ετών αισθάνονταν καταβεβλημένοι από τον διαρκή βομβαρδισμό της τεχνολογίας. Αμέσως μετά ακολουθούσε η ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών με ποσοστό τεχνολογικής «κούρασης» που άγγιζε το 34%. Από τη μελέτη δεν έλειψαν και εκείνοι που δήλωναν ότι έκαναν «νηστεία» στις νέες τεχνολογίες, με το 36% να ανήκει στους ενήλικες και το 43% σε νέους 10-18 ετών. Επιπλέον, το 36% των γονιών που έλαβαν μέρος στη δημοσκόπηση, υπογράμμισε ότι ο συγκεκριμένος τρόπος επικοινωνίας έκλεβε πολύτιμο χρόνο από τον οικογενειακό βίο, ενώ το 58% τόνισε ότι η οικογένειά τους θα ωφελούνταν από ένα χρονικό διάστημα αποχής από τις τεχνολογίες αυτές. Ένα μεγάλο μέρος των συμμετεχόντων ισχυρίστηκε ότι η χρήση των συγκεκριμένων τεχνολογιών αναμένεται να αυξηθεί μέσα στα επόμενα χρόνια ενώ το 37% υποστήριξε ότι η τεχνολογική υπερφόρτωση από εδώ και πέρα θα αποτελεί όλο και συχνότερο φαινόμενο της σύγχρονης κοινωνίας. *«Γίνονται πολλές συζητήσεις για το αν οι σύγχρονες τεχνολογίες επικοινωνίας τελικά μας βοηθούν ή μας δυσκολεύουν»* αναφέρει ο κύριος συγγραφέας της μελέτης και καθηγητής δρ Τζον Κλάρκσον. *«Η μελέτη μας έδειξε ότι παρά το γεγονός ότι ο κόσμος βλέπει τις τεχνολογίες αυτές θετικά στο σύνολό τους, υπάρχουν αρκετά παραδείγματα που δείχνουν ότι ένα μεγάλο μέρος των χρηστών έχει τελικά πρόβλημα ως προς τη διαχείρισή τους»* εξηγεί ο ειδικός. Μία άλλη έρευνα που πραγματοποιήθηκε από ομάδα ενός πανεπιστήμιου του Λονδίνου δείχνει άμεση σχέση του εγκεφάλου με τις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Δείτε παρακάτω τα αποτελέσματα: Οι ηλεκτρονικές σελίδες κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να επιφέρουν εγκεφαλικές αλλαγές, καθώς και κοινωνικές Εγκεφαλικές απεικονίσεις δείχνουν άμεση σχέση μεταξύ του αριθμού των φίλων που έχει κανείς στο Facebook και του μεγέθους συγκεκριμένων τμημάτων του εγκεφάλου.

## Μια ματιά για το μέλλον των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Οι παρακάτω πέντε τάσεις πρόκειται να ταράξουν τα νερά του χώρου, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

### ➤ Η άνοδος των εφήμερων κοινωνικών δικτύων

Ασχέτως από το αν πιστεύει κανείς ότι η αξία του Snapchat αποτιμάται στα 3 δισεκατομμύρια δολάρια που προσέφερε το Facebook, ένα πράγμα είναι ξεκάθαρο: Υπάρχει διάθεση στην αγορά για τα αποκαλούμενα εφήμερα δίκτυα, όπου το περιεχόμενο εξαφανίζεται μέσα σε δευτερόλεπτα από τη λήψη του. Και αντίθετα από την κοινή πεποίθηση, αυτό δεν αφορά μόνο σε πονηρό περιεχόμενο. Καθώς το περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης γίνεται όλο και περισσότερο ελεγχόμενο, το Snapchat και αντίστοιχες εταιρείες το ξανακάνουν διασκεδαστικό επιστρέφοντας λίγο από τον αυθορμητισμό που λείπει, δίχως φιλτράρισμα. Αυτό αρέσει φυσικά πολύ στους νέους και η χρήση του Snapchat από νέους λέγεται ότι έχει εκτοξευτεί στα ύψη.

### ➤ Μαθαίνοντας να τουιτάρουμε

Οι απαιτήσεις για εκμάθηση των νέων τεχνολογιών στους χώρους εργασίας θα είναι βασικό στοιχείο της αγοράς εργασίας για το 2014. Σε σύγκριση με πέρυσι, οι θέσεις που προσφέρονται και που απαιτούν χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι 13 φορές περισσότερες. «Βλέπουμε μια αύξηση στη ζήτηση για υποψηφίους που ξέρουν να χειρίζονται την τεχνολογία σε όλους τους κλάδους,» λέει η Έιμι Κρόου, διευθύντρια επικοινωνίας της Indeed.com. Σε τμήματα μάρκετινγκ, πωλήσεων και εξυπηρέτησης πελατών είναι πλέον υποχρεωτική η χρήση του Twitter και του Facebook, αλλά και τμήματα έρευνας και ανάπτυξης, επιμελητείας και ανθρώπινου δυναμικού κάνουν όλο και μεγαλύτερη χρήση εσωτερικών δικτύων για τη λειτουργία τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι τόσο σημαντικά στον επαγγελματικό χώρο πλέον που τα πανεπιστήμια αρχίζουν να περιλαμβάνουν μαθήματα για ταχεία εκμάθησή τους.

### ➤ Η εξυπηρέτηση πελατών θα βάλει τέρμα στη χρήση τηλεφώνου

Η δυνατότητα των καταναλωτών να δημοσιεύουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απευθείας τα παράπονά τους έχει επιφέρει αλλαγές στην εξυπηρέτηση πελατών. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα του Χασάν Σιέντ ο οποίος στις 2 Σεπτεμβρίου ξόδεψε

περίπου 1.000 δολάρια για να δημοσιεύσει προβεβλημένα «Tweets» όπου κατηγορούσε τη British Airways επειδή χάθηκαν οι αποσκευές του. Το 2014 θα είναι η χρονιά που θα αλλάξει ριζικά η κακή εξυπηρέτηση πελατών σε αεροπορικές εταιρείες, τράπεζες, και άλλες επιχειρήσεις που παραδοσιακά απαιτούν μεγάλη αναμονή στην τηλεφωνική γραμμή εξυπηρέτησης.

➤ Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα σας βρίσκουν ενώ είστε στο διαδίκτυο  
Αν και παραδοσιακά το περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν εμφανιζόταν στην αναζήτηση στο διαδίκτυο, τα πράγματα δε θα συνεχίσουν να είναι έτσι αναγκαστικά. Θα ήταν βολικό να μπορεί κανείς να δει αποτελέσματα ερευνών για δημοσιεύσεις μέσω Twitter κάνοντας αναζήτηση, για παράδειγμα, στο Google. Μια σειρά εταιρειών αρχίζουν να αναπτύσσουν εργαλεία που θα επιτρέπουν την αναζήτηση περιεχομένου μεταξύ όλων των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης.

#### ➤ Τοπικές διαφημίσεις στο Twitter

Τα τοπικά διαφημιστικά μηνύματα που εμφανίζονται στο Twitter και το Facebook παρουσίασαν έκρηξη το 2013. Η τάση για το 2014 είναι να αυξηθούν περαιτέρω. Για τη χρονιά που έρχεται θα υπάρξουν μερικές σημαντικές, ίσως λίγο ανατριχιαστικές, εξελίξεις στη στόχευση των χρηστών αναλόγως με την τοποθεσία που βρίσκονται. Για παράδειγμα το Twitter θα παρέχει μια υπηρεσία έναντι πληρωμής που θα στοχεύει τα tweets αναλόγως με τον ταχυδρομικό κώδικα που βρίσκεται η συσκευή του χρήστη. Μπορεί κάποιος να περπατάει δηλαδή σε μια γειτονιά και ξαφνικά να λαμβάνει tweets με διαφημιστικά μηνύματα τοπικών καταστημάτων. Το καλό με αυτά τα διαφημιστικά μηνύματα είναι ότι είναι πιο πιθανό να έχουν κάποια χρησιμότητα στο χρήστη, το κακό ότι ο χρήστης εκ των πραγμάτων θα λαμβάνει περισσότερα διαφημιστικά μηνύματα συνολικά.

## **Μια ματιά για το μέλλον των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης**

Οι παρακάτω πέντε τάσεις πρόκειται να ταραξουν τα νερά του χώρου, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

#### ➤ Η άνοδος των εφήμερων κοινωνικών δικτύων

Ασχέτως από το αν πιστεύει κανείς ότι η αξία του Snapchat αποτιμάται στα 3 δισεκατομμύρια δολάρια που προσέφερε το Facebook, ένα πράγμα είναι ξεκάθαρο: Υπάρχει διάθεση στην αγορά για τα αποκαλούμενα εφήμερα δίκτυα, όπου το

περιεχόμενο εξαφανίζεται μέσα σε δευτερόλεπτα από τη λήψη του. Και αντίθετα από την κοινή πεποίθηση, αυτό δεν αφορά μόνο σε πονηρό περιεχόμενο. Καθώς το περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης γίνεται όλο και περισσότερο ελεγχόμενο, το Snapchat και αντίστοιχες εταιρείες το ξανακάνουν διασκεδαστικό επιστρέφοντας λίγο από τον αυθορμητισμό που λείπει, δίχως φιλτράρισμα. Αυτό αρέσει φυσικά πολύ στους νέους και η χρήση του Snapchat από νέους λέγεται ότι έχει εκτοξευτεί στα ύψη.

➤ Μαθαίνοντας να τουϊτάρουμε

Οι απαιτήσεις για εκμάθηση των νέων τεχνολογιών στους χώρους εργασίας θα είναι βασικό στοιχείο της αγοράς εργασίας για το 2014. Σε σύγκριση με πέρυσι, οι θέσεις που προσφέρονται και που απαιτούν χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι 13 φορές περισσότερες. «Βλέπουμε μια αύξηση στη ζήτηση για υποψηφίους που ξέρουν να χειρίζονται την τεχνολογία σε όλους τους κλάδους,» λέει η Έιμι Κρόου, διευθύντρια επικοινωνίας της Indeed.com. Σε τμήματα μάρκετινγκ, πωλήσεων και εξυπηρέτησης πελατών είναι πλέον υποχρεωτική η χρήση του Twitter και του Facebook, αλλά και τμήματα έρευνας και ανάπτυξης, επιμελητείας και ανθρώπινου δυναμικού κάνουν όλο και μεγαλύτερη χρήση εσωτερικών δικτύων για τη λειτουργία τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι τόσο σημαντικά στον επαγγελματικό χώρο πλέον που τα πανεπιστήμια αρχίζουν να περιλαμβάνουν μαθήματα για ταχεία εκμάθησή τους.

➤ Η εξυπηρέτηση πελατών θα βάλει τέρμα στη χρήση τηλεφώνου

Η δυνατότητα των καταναλωτών να δημοσιεύουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απευθείας τα παράπονά τους έχει επιφέρει αλλαγές στην εξυπηρέτηση πελατών. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα του Χασάν Σίεντ ο οποίος στις 2 Σεπτεμβρίου ξόδεψε περίπου 1.000 δολάρια για να δημοσιεύσει προβεβλημένα «Tweets» όπου κατηγορούσε τη British Airways επειδή χάθηκαν οι αποσκευές του. Το 2014 θα είναι η χρονιά που θα αλλάξει ριζικά η κακή εξυπηρέτηση πελατών σε αεροπορικές εταιρείες, τράπεζες, και άλλες επιχειρήσεις που παραδοσιακά απαιτούν μεγάλη αναμονή στην τηλεφωνική γραμμή εξυπηρέτησης.

➤ Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα σας βρίσκουν ενώ είστε στο διαδίκτυο

Αν και παραδοσιακά το περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν εμφανιζόταν στην αναζήτηση στο διαδίκτυο, τα πράγματα δε θα συνεχίσουν να είναι έτσι αναγκαστικά. Θα ήταν βολικό να μπορεί κανείς να δει αποτελέσματα ερευνών για δημοσιεύσεις μέσω Twitter κάνοντας αναζήτηση, για παράδειγμα, στο Google.

Μια σειρά εταιρειών αρχίζουν να αναπτύσσουν εργαλεία που θα επιτρέπουν την αναζήτηση περιεχομένου μεταξύ όλων των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης.

➤ Τοπικές διαφημίσεις στο Twitter

Τα τοπικά διαφημιστικά μηνύματα που εμφανίζονται στο Twitter και το Facebook παρουσίασαν έκρηξη το 2013. Η τάση για το 2014 είναι να αυξηθούν περαιτέρω. Για τη χρονιά που έρχεται θα υπάρξουν μερικές σημαντικές, ίσως λίγο ανατριχιαστικές, εξελίξεις στη στόχευση των χρηστών αναλόγως με την τοποθεσία που βρίσκονται. Για παράδειγμα το Twitter θα παρέχει μια υπηρεσία έναντι πληρωμής που θα στοχεύει τα tweets αναλόγως με τον ταχυδρομικό κώδικα που βρίσκεται η συσκευή του χρήστη. Μπορεί κάποιος να περπατάει δηλαδή σε μια γειτονιά και ξαφνικά να λαμβάνει tweets με διαφημιστικά μηνύματα τοπικών καταστημάτων. Το καλό με αυτά τα διαφημιστικά μηνύματα είναι ότι είναι πιο πιθανό να έχουν κάποια χρησιμότητα στο χρήστη, το κακό ότι ο χρήστης εκ των πραγμάτων θα λαμβάνει περισσότερα διαφημιστικά μηνύματα συνολικά.

## Βιβλιογραφία

Facebook :



[http://project4gelpanorama.wikispaces.com/.+%CE%97+%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1+%CF%84%CF%89%CE%BD+%CE%BC%CE%AD%CF%83%CF%89%CE%BD+%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82+%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82+\(Facebook+%26+Twitter\)](http://project4gelpanorama.wikispaces.com/.+%CE%97+%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1+%CF%84%CF%89%CE%BD+%CE%BC%CE%AD%CF%83%CF%89%CE%BD+%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82+%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82+(Facebook+%26+Twitter))

Twitter:

<http://www.pestola.gr/twitter-history-in-the-making/>  
<http://www.digitallife.gr/h-istoria-tou-twitter-se-ena-infographic>

Yahoo!:

[http://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_Yahoo!](http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Yahoo!)

MySpace:

<http://en.wikipedia.org/wiki/Myspace>

Youtube:

<http://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>

Επιπτώσεις κοινωνικών δικτύων σε συλλογικό επίπεδο :

<http://lyk-gl-neron.att.sch.gr/autosch/joomla15/images/project2011-12/social2.pdf>