



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ**  
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ  
ΠΠΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Νέοι και Διαδίκτυο. Έρευνα σε φοιτήτριες-ές του Πανεπιστημίου Πατρών**

**Γερασιμίνα Μαμαλούκα**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Βάθη – Σαράβα Παναγιώτα**

**ΠΑΤΡΑ 2021**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Νέοι και Διαδίκτυο. Έρευνα σε φοιτήτριες-ές του Πανεπιστημίου Πατρών**

**Γερασιμίνα Μαμαλούκα  
Αριθμός Μητρώου: 16440**

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: ΒΑΘΥ - ΣΑΡΑΒΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ**

**ΠΑΤΡΑ 2021**

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

## Περιεχόμενα

---

<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</b> .....	<b>3</b>
<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	<b>4</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ</b> .....	<b>6</b>
1.1    ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ .....	6
1.2    ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ.....	12
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ</b> .....	<b>16</b>
2.1    ΧΡΗΣΕΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ .....	16
2.2    Η ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ (ΘΕΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΑ) .....	23
2.3    Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19 ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ .....	35
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ</b> .....	<b>46</b>
3.1    Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ .....	46
3.2    ΜΕΘΟΔΟΣ, ΔΕΙΓΜΑ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	46
3.3    ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ .....	47
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ</b> .....	<b>49</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b> .....	<b>65</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</b> .....	<b>70</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	<b>73</b>

## Περίληψη

---

Η πτυχιακή εργασία εκπονείται από την φοιτήτρια του Τμήματος της Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, της Σχολής Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης Επιχειρήσεων, του Πανεπιστημίου Πατρών και έχει ως τίτλο: *Νέοι και Διαδίκτυο: Έρευνα σε φοιτήτριες – ές του Πανεπιστημίου Πατρών.*

Στην πτυχιακή μελέτη που προετοιμάζεται, γίνεται προσπάθεια να αναλυθούν εκτενώς οι έννοιες του διαδικτύου, των χρήσεων του, των θετικών και των αρνητικών δεδομένων που παράγει. Παρόλη την πολυπλοκότητα των ερευνών και των επιστημονικών εγχειριδίων καθώς και την πλούσια πηγή πληροφοριών που διατίθενται στην παγκόσμια βιβλιογραφία και στο διαδίκτυο για τις έννοιες αυτές, παρουσιάζονται, στα πρώτα τρία κεφάλαια της εργασίας, οι πτυχές των εννοιών αυτών με έμφαση στα ουσιαστικά χαρακτηριστικά τους.

Παραθέτονται οι πηγές των βιβλιογραφικών αναφορών που χρησιμοποιήθηκαν για να τεκμηριώσουν τις απόψεις και τις θέσεις της συντάκτριας της εργασίας.

## ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

---

Διαδίκτυο, νέοι, ενασχολήσεις διαδικτύου, θετικά και αρνητικά διαδικτύου, διαδίκτυο στην πανδημία, έρευνα

## Κεφάλαιο 1: Διαδίκτυο

---

### 1.1 Τι είναι το Διαδίκτυο

---

Η λέξη Διαδίκτυο προέρχεται από τις λέξεις Διασύνδεση Δικτύων και αναφέρεται σε ένα σύνολο υπολογιστών και δικτύων που συνδέονται μεταξύ τους σε ένα παγκόσμιο δίκτυο έτσι ώστε να μπορούν να επικοινωνούν και να μοιράζονται πληροφορίες. Στα Αγγλικά η λέξη Internet προέρχεται από τις λέξεις International Network που σημαίνει Διεθνές Δίκτυο Υπολογιστών.<sup>1</sup>

Το **Διαδίκτυο** (αγγλ. Internet) είναι παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων υπολογιστών, οι οποίοι χρησιμοποιούν καθιερωμένη ομάδα πρωτοκόλλων, η οποία συχνά αποκαλείται "TCP/IP" (αν και αυτή δεν χρησιμοποιείται από όλες τις υπηρεσίες του Διαδικτύου) για να εξυπηρετεί εκατομμύρια χρήστες καθημερινά σε ολόκληρο τον κόσμο. Οι διασυνδεδεμένοι ηλεκτρονικοί υπολογιστές ανά τον κόσμο, οι οποίοι βρίσκονται σε ένα κοινό δίκτυο επικοινωνίας, ανταλλάσσουν μηνύματα (πακέτα) με τη χρήση διαφόρων πρωτοκόλλων (τυποποιημένοι κανόνες επικοινωνίας), τα οποία υλοποιούνται σε επίπεδο υλικού και λογισμικού. Το κοινό αυτό δίκτυο καλείται Διαδίκτυο.<sup>2</sup>

Πριν όμως ασχοληθούμε εκτενέστερα με το διαδίκτυο χρειάζεται πρώτα να αναφερθούμε στα Δίκτυα Υπολογιστών. Ο όρος δίκτυα επικοινωνίας (communication networks) αναφέρεται γενικά σε συστήματα υλικού, λογισμικού και υπηρεσιών / δυνατοτήτων, που στοχεύουν στη μετάδοση και δρομολόγηση δεδομένων, καθώς επίσης και στη μεταφορά πληροφορίας μεταξύ ηλεκτρονικών διατάξεων / σταθμών (όπως υπολογιστές διαφόρων κατηγοριών, τερματικά, τηλεφωνικές συσκευές). Άρα, μπορούμε να χωρίσουμε τα δίκτυα επικοινωνίας σε τηλεπικοινωνιακά δίκτυα και δίκτυα υπολογιστών.

Ένα δίκτυο υπολογιστών είναι μια ομάδα από υπολογιστές συνδεδεμένοι μεταξύ τους. Συνήθως, κάθε υπολογιστής που επιτρέπει κοινόχρηστη πρόσβαση σε προγράμματα και δεδομένα του σε άλλους υπολογιστές, ονομάζεται διακομιστής (server). Αυτού του είδους το δίκτυο αποκαλείται δίκτυο πελάτη – διακομιστή (client - server).

Για την «υλοποίηση» του ανωτέρω απαιτούνται :

- Διακομιστής (server) – παρέχει κοινόχρηστους πόρους και δεδομένα
- Υπολογιστές Πελάτες (clients) – συνήθως προσωπικοί υπολογιστές

---

<sup>1</sup> Τσέλιος, Ν., (2007). Εισαγωγή στην επιστήμη του Ιστού, Αθήνα: Κλειδάριθμος

<sup>2</sup> Λέανδρος, Ν., (2005). Το διαδίκτυο, Αθήνα: Καστανιώτη

- Καλωδίωση Δικτύου,
- Κάρτες Δικτύου – αποστολή και λήψη δεδομένων
- Δρομολογητές (routers) – έλεγχος μεταφοράς / κυκλοφορίας δεδομένων στο δίκτυο
- Πρωτόκολλα Επικοινωνίας – κανόνες για την υλοποίηση και τη λειτουργία του δικτύου
- Εφαρμογές και Δεδομένα – ο λόγος ύπαρξης του δικτύου <sup>3</sup>

Το Διαδίκτυο (Internet) είναι ένα καθολικό δίκτυο υπολογιστών, που παρέχει διάφορους πόρους και δεδομένα στον κόσμο που το χρησιμοποιεί. Για να συνδεθούμε στο διαδίκτυο χρειαζόμαστε τα εξής: Έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή. Ένα μόντεμ για σύνδεση μέσω των αναλογικών τηλεφωνικών γραμμών ή μια συσκευή ISDN για σύνδεση ISDN. Σύνδεση με μια αναλογική τηλεφωνική γραμμή ή με μια γραμμή ISDN. Συνδρομή σε έναν παροχέα υπηρεσιών Internet (ISP — Internet Service Provider), όπως είναι η Forthnet, η Otenet, η Hoi, και πολλές άλλες εταιρείες. Λογισμικό τηλεπικοινωνιών, το οποίο είναι συνήθως ενσωματωμένο στο λειτουργικό σύστημα. Λογισμικό για τις υπηρεσίες που θέλουμε να χρησιμοποιούμε, π.χ. ένα φυλλομετρητή Ιστού (Web browser) για να διαβάζουμε ιστοσελίδες ή προγράμματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.<sup>4</sup>

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]. <sup>5</sup>

Για να υπάρξει πρόσβαση στο Διαδίκτυο χρειάζεται μια υπηρεσία διαδικτύου, που λέγεται ευρυζωνική σύνδεση. Ευρυζωνικότητα είναι η υποδομή του επιτρέπει στον κάθε πολίτη – δημότη να συμμετέχει ανεμπόδιστα και χωρίς υστέρηση στην Κοινωνία της Πληροφορίας, να πληροφορείται , να γνωρίζει και να δρα παραγωγικά και αποτελεσματικά. <sup>6</sup>

<sup>3</sup> Βλ. Γουλιτίδης, Χρ. ECDL 5 - Ενότητα 1 - Βασικές έννοιες πληροφορικής και επικοινωνιών, Αθήνα: Κλειδάριθμος

<sup>4</sup> Βλ. Γουλιτίδης, Χρ., ECDL 5 - Ενότητα 7 - Πλοήγηση στον Ιστό και Επικοινωνία, Αθήνα: Κλειδάριθμος.

<sup>5</sup> <http://gym-sifnou.kyk.sch.gr/Xrshsh%20diadiktyou/2%20h%20texnologia%20toy%20diadiktyoy.htm>

<sup>6</sup> <http://broadband.cti.gr/el/evrizonikotita/evrizonikotita.php>

Η παροχή αυτής της σύνδεσης πραγματοποιείται από εταιρεία υπηρεσιών διαδικτύου (ISP) ή από μια εταιρεία κινητής τηλεφωνίας. Έτσι όταν είστε συνδεδεμένοι στο ίντερνετ, είστε στο διαδίκτυο.

Όσο χρέος είναι της πολιτείας να παρέχει υποδομές ηλεκτροφωτισμού, ύδρευσης και αποχέτευσης, πεζοδρόμια και δρόμους στους πολίτες της, άλλο τόσο είναι να παρέχεται ευρυζωνική πρόσβαση στο Διαδίκτυο.

Ο κόσμος άλλαξε και αλλάζει.... με πρωταγωνιστές τις υποδομές και τις επικοινωνίες : 150 χρόνια πριν: αυτοκίνητα και εφημερίδες, 100 χρόνια πριν: αυτοκινητόδρομοι, ραδιόφωνο, τηλέφωνο, 50 χρόνια πριν: τηλεόραση και υπολογιστές, 20 χρόνια πριν: διαδίκτυο, φορητοί υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα....

Το 2020 το περιεχόμενο όλου του Διαδικτύου διπλασιάζεται κάθε οκτώ ώρες.

Τι προσφέρει το Διαδίκτυο:

1. **Τη χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.** Στο διαδίκτυο μας παρέχεται η δυνατότητα ανταλλαγής ηλεκτρονικών μηνυμάτων μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Υπάρχουν διάφορες υπηρεσίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, όπως η Hotmail, η Yahoo mail και η Gmail. Συγκριτικά με τις άλλες υπηρεσίες, το Gmail έχει έναν αυξανόμενο χώρο αποθήκευσης, μια πιο φυσική διεπαφή (interface), μπορεί να χρησιμοποιηθεί σα λογαριασμός πολλών υπηρεσιών της Google και είναι συμβατό με τα περισσότερα κινητά. Σε γενικές γραμμές είναι μια ισχυρή, αξιόπιστη και γεμάτη features υπηρεσία ηλεκτρονικό ταχυδρομείου και είναι δωρεάν.<sup>7</sup>
2. **Τη δημιουργία Ιστοσελίδας (Google Pages)** Στο διαδίκτυο μας παρέχεται η δυνατότητα κατασκευής προσωπικών ιστοσελίδων. Η υπηρεσία δωρεάν κατασκευής ιστοσελίδων Google Sites, παρέχεται εδώ και αρκετό καιρό προσφέροντας ένα εύκολο τρόπο για την δημιουργία της προσωπικής σας ιστοσελίδας. Δεν απαιτείται γνώση προγραμματισμού, και σχετικά με εύκολο και γρήγορο τρόπο σας δίνεται η ευκαιρία να δημιουργήσετε μια κομψή και ελκυστική δωρεάν ιστοσελίδα. Το Google Sites είναι εξοπλισμένο με δυνατότητες όπως ενσωματωμένα gadgets, blog-ανακοινώσεις, αρχειοθήκη, themes, συνδέσμους πλοήγησης, gallery και templates, μερικά από τα οποία προορίζονται για επαγγελματική χρήση.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Αλεξανδρής, Ν., Μπελεσιώτης, Β. Σ., & Παναγιωτόπουλος, Θ. (2002). *Εισαγωγή στην Επιστήμη των Υπολογιστών*. Αθήνα: Βαρβαρήγου.

<sup>8</sup> Ξαρχάκος, Κ., Καρολίδης, Δ. (2016). *Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή*. Αθήνα: Άβακας.



3. **Την κοινωνική δικτύωση** είναι η συμμετοχή ατόμων σε συγκεκριμένες ομάδες, όπως για παράδειγμα οι αθλητικές ή θεατρικές ομάδες. Η κοινωνική δικτύωση σήμερα είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στην online μορφή της, δηλαδή στο Διαδίκτυο, και αυτό γιατί στο Διαδίκτυο σήμερα δραστηριοποιούνται εκατομμύρια άτομα που επιθυμούν να γνωρίσουν άλλους ανθρώπους, να αναπτύξουν φιλίες ή επαγγελματικές σχέσεις. Επίσης μπορεί να επιθυμούν να αναζητήσουν εργασία, ή να ενημερώνονται άμεσα για πληροφορίες σχετικά με τα ενδιαφέροντά τους.<sup>9</sup>
4. **Τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης** είναι ιστοσελίδες που προσφέρουν online κοινωνική δικτύωση. Ανάλογα με τα χαρακτηριστικά κάθε ιστότοπου, τα μέλη της online κοινότητας έχουν κοινά ενδιαφέροντα όπως κάποιο χόμπι, τη θρησκεία ή την πολιτική. Η εγγραφή και πρόσβαση σε έναν ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης παρέχει στα μέλη του άμεση και συνεχή κοινωνικοποίηση. Όταν λέμε κοινωνικοποίηση αυτή μπορεί να περιλαμβάνει την ανάγνωση του προφίλ των άλλων μελών και συχνά και την επικοινωνία μαζί του.<sup>10</sup>
5. **Τα Ιστολόγια (Blogs)**. Αυτά είναι ένα είδος κοινωνικών δικτύων των οποίων τα μέλη (που ονομάζονται και bloggers) σε συγκεκριμένο τομέα ή θέμα και επιθυμούν να δημοσιεύουν τις προσωπικές τους απόψεις συνήθως με εκτενή τρόπο. Οι bloggers προσπαθούν να προσελκύσουν απλούς χρήστες του Διαδικτύου οι οποίοι μπορούν να γίνουν αποδέκτες των προσωπικών τους απόψεων και να ξεκινήσουν κάποιον διάλογο μαζί τους. Ουσιαστικά το ιστολόγιο είναι μία λίστα καταχωρήσεων από την πιο πρόσφατη μέχρι την παλαιότερη καταχώρηση. Το περιεχόμενο των καταχωρήσεων μπορεί να αφορά οτιδήποτε, όπως Νέα (ειδήσεις), πολιτικοκοινωνικός σχολιασμός, σχολιασμός των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των διασημοτήτων, προσωπικά ημερολόγια και ειδικά θέματα όπως τεχνολογία, μόδα, αθλητικά, τέχνες, γαστρονομία. Ο χρήστης-blogger δεν απαιτείται να διαχειρίζεται ενδελεχώς τον κώδικα της ιστοσελίδας, μιας και συχνά είναι εγκατεστημένα αυτόματα συστήματα, που παρέχουν την δυνατότητα στο διαχειριστή του ιστολογίου να κάνει μια καταχώρηση σε λίγα μόλις βήματα.<sup>11</sup>
6. **To Facebook**. Είναι μια ανοιχτή online υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης όπου οι άνθρωποι μπορούν να επικοινωνούν με τους φίλους τους, να δημιουργούν νέες σχέσεις και να συγκροτούν ομάδες κοινού ενδιαφέροντος. Η ιστορία του Facebook

---

<sup>9</sup> Comer, D. E. (2014). *Δίκτυα και Διαδίκτυα Υπολογιστών*. Αθήνα: Κλειδάριθμος

<sup>10</sup> [www.7lyk-acharn.att.sch.gr/attachments/article/10/...](http://www.7lyk-acharn.att.sch.gr/attachments/article/10/...)

<sup>11</sup> Καλαφατούδης, Σ., Δροσίτης, Ι., & Κοίλιας, Χ. (2012). *Εισαγωγή στις Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας*. Αθήνα: Νέων Τεχνολογιών.

ξεκίνησε το 2004 μέσα από το Χάρβαρντ, όταν ο τριτοετής φοιτητής τότε Μαρκ Ζούκερμπεργκ σκέφτηκε να δημιουργήσει ένα ηλεκτρονικό δίκτυο για την επικοινωνία μεταξύ των συμφοιτητών του. Στην αρχή το Facebook προοριζόταν μόνον για τους φοιτητές του Χάρβαρντ. Στη συνέχεια επεκτάθηκε και σε άλλα πανεπιστήμια της Βοστώνης και της ευρύτερης περιοχής της Νέας Αγγλίας, αλλά παρέμενε πάντα σε πλαίσια πανεπιστημιακά και μαθητικά. Το Σεπτέμβριο του 2006 η ιστοσελίδα όμως έγινε προσβάσιμη σε όλο τον κόσμο και έκτοτε ξεκίνησε η ραγδαία άνοδός της. Οι χρήστες του facebook μπορούν να εγγραφούν σε αυτό καταχωρώντας προσωπικά στοιχεία όπως όνομα, επίθετο, ηλεκτρονική διεύθυνση, ηλικία κλπ. Σ' αυτόν το χώρο μπορούν άτομα από οποιαδήποτε χώρα να επικοινωνήσουν, να μοιραστούν εικόνες, βίντεο, μουσική και ό,τι άλλο επιθυμούν χωρίς εμπόδια. Η εγγραφή μπορεί να δημιουργηθεί μέσα σε ελάχιστο χρόνο και μάλιστα είναι δωρεάν. Τα μέλη διατηρούν λίστα φίλων τους οποίους έχουν τη δυνατότητα να αναζητήσουν, να προσκαλέσουν ή να αποδεχτούν/αρνηθούν τη “φιλία” τους. Το Facebook παρέχει στα μέλη του και μία σειρά ψυχαγωγικών εφαρμογών όπως τεστ προσωπικότητας, νοημοσύνης, ικανοτήτων καθώς και παιχνίδια ή υπηρεσίες προσομοίωσης της πραγματικότητας - εικονικές φάρμες, κατοικίδια, εικονικές οικογένειες- τα οποία είναι πολύ δημοφιλή. Το Facebook μετρά μόλις 6 χρόνια ζωής στον κυβερνοχώρο και η εξάπλωσή του αποτελεί φαινόμενο, εφόσον σήμερα αριθμεί περισσότερα από 500 εκατομμύρια μέλη.<sup>12</sup>

7. **To Twitter.** Είναι ένα κοινωνικό δίκτυο το οποίο δημιουργήθηκε το 2006 και έχει περισσότερους από 200 εκατομμύρια χρήστες, οι οποίοι δημοσιεύουν καθημερινά άνω των εξήντα πέντε (65) εκατομμύρια μηνύματα. Η χρήση του Twitter επιτρέπει την επαφή με τους υπόλοιπους χρήστες ακαριαία. Αν κάποιος θελήσει να μοιραστεί μια σκέψη του με τους υπόλοιπους χρήστες ή θελήσει μια σύντομη απάντηση σε μία ερώτηση ή εάν θελήσει να μάθετε το τελευταίο μήνυμα που ένας άλλος χρήστης δημοσίευσε, μπορεί να το κάνετε αυτοστιγμής.<sup>13</sup>

Είναι ελκυστικό για τους χρήστες του γιατί: α) μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία επαφών και την έναρξη ενδιαφερουσών συζητήσεων, β) μπορεί να χτίσει κάποιος το δικό του δίκτυο, γ) πραγματοποιεί την υπέρβαση της απρόσωπης γνώσης και δ) υποστηρίζει την εύρεση της πληροφορίας σε πραγματικό χρόνο.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Κοΐλιας, Χ., & Παναγιωτάκος, Δ. (1994). *Ερμηνευτικό Λεξικό Όρων Πληροφορικής*. Αθήνα: Νέων Τεχνολογιών

<sup>13</sup> <https://www.socialmedialife.gr/109139/twitter-ti-einai-kai-pos-leitourgei>

<sup>14</sup> Κοΐλιας, Χ., & Παναγιωτάκος, Δ. (1994). *Ερμηνευτικό Λεξικό Όρων Πληροφορικής*. Αθήνα: Νέων Τεχνολογιών

8. **To LinkedIn.** Είναι το μεγαλύτερο επαγγελματικό κοινωνικό δίκτυο στο διαδίκτυο. Είναι δίκτυο, το οποίο εστιάζει στη διασύνδεση επαγγελματιών, με σκοπό τη διεύρυνση του επαγγελματικού τους κύκλου, τη δημιουργία νέων ευκαιριών για πώληση (leads), την ανταλλαγή γνώσεων και ιδεών και την αξιοποίηση νέων ευκαιριών καριέρας. Το σλόγκαν του LinkedIn είναι το «Είμαστε αυτοί που γνωρίζουμε» και σαν κοινωνικό δίκτυο σίγουρα είναι το απόλυτο εργαλείο διεύρυνσης και αξιοποίησης των επαγγελματικών γνωριμιών σας. Η ιδιαιτερότητα του LinkedIn (εκτός από τον επαγγελματικό του προσανατολισμό) είναι πως η δικτύωση των μελών επεκτείνεται σε τρία επίπεδα: κάθε μέλος διασυνδέεται αυτόματα με τους άμεσους γνωστούς του, αλλά και με τους γνωστούς των γνωστών του.<sup>15</sup>
9. **To Youtube.** Είναι μία online ιστοσελίδα διαμοιρασμού βίντεο η οποία χρησιμοποιείται από εκατομμύρια χρήστες. Παρέχει μία ελεύθερη υπηρεσία για όσους επιθυμούν να μοιραστούν ή να δουν βίντεο με άλλους χρήστες. Μεμονωμένα άτομα και οργανισμοί χρησιμοποιούν το Youtube για να ανεβάσουν, να παρακολουθήσουν, να προωθήσουν και να μοιραστούν βίντεο. Η τρίτη πιο δημοφιλής σελίδα στον παγκόσμιο ιστό μετά το Google και το Facebook, το Youtube έχει πάνω από 90 εκατομμύρια επισκέψεις από μοναδικούς χρήστες το μήνα. Κάθε λεπτό, βίντεα χρονικής διάρκειας 24 ωρών ανεβαίνουν στο Youtube. Σε όλη την κοινότητα του Youtube, υπάρχουν υποομάδες ατόμων που δημιουργούν μικρότερες κοινότητες και μοιράζονται περιεχόμενο με βάση συγκεκριμένα ενδιαφέροντα. Οι πιο κοινές θεματολογίες είναι φυσικά η μουσική, η διασκέδαση, οι πολιτικές ειδήσεις και τα αθλητικά, αλλά και ο κινηματογράφος, τα κινούμενα σχέδια, η κωμωδία και η εκπαίδευση. Οι εμπορικοί (εταιρείες) αλλά και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν το Youtube προκειμένου να προωθήσουν τα προϊόντα τους, αλλά και να μοιραστούν βίντεο-περιεχόμενο με τους ενδεχόμενους πελάτες τους. Τα βίντεο που χρησιμοποιούν οι εταιρίες μέσω του Youtube, έχουν να κάνουν κυρίως με την επεξήγηση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, τη διεξαγωγή συνεντεύξεων των βασικών στελεχών της εταιρείας και την καταγραφή των συναντήσεων (meetings) των στελεχών της εταιρείας.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> [www.socialmedialife.gr/109338/linkedin-ti-einai-kai-pos-leitourgei](http://www.socialmedialife.gr/109338/linkedin-ti-einai-kai-pos-leitourgei)

<sup>16</sup> Γιακουμάκης, Ε., Γκυρτής, Κ., Μπελεσιώτης, Β., Ξυνός, Π., & Στεργιοπούλου-Καλαντζή, Ν. (2000). *Εφαρμογές Πληροφορικής - Υπολογιστών*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.

## 1.2 Ιστορική αναδρομή του Διαδικτύου

---

- Τα θεμέλια του διαδικτύου τα έθεσε πρώτη φορά ο Βανεβάρ Μπους όταν σε κείμενό του αναφέρθηκε σε ένα γαλαξιακό δίκτυο συνδεδεμένων υπολογιστών. Το 1945 ο Βάνεβαρ Μπους (Vannevar Bush), τότε σύμβουλος του Φραγκλίνου Ρούσβελτ πάνω σε θέματα τεχνολογίας και έρευνας, σε άρθρο του στο περιοδικό «Atlantic Monthly» με τίτλο *As we may think* περιγράφει την *Memex*, μια υποθετική μηχανή που επέτρεπε – μεταξύ άλλων – τη διασύνδεση της υπάρχουσας ανθρώπινης γνώσης και την εύκολη πλοήγησή της, δημιουργώντας την παγκόσμια εγκυκλοπαίδεια. Η δυνατότητα της μηχανής *Memex* να συσχετίζονται γνώσεις είναι εμπνευσμένη από τον συσχετιστικό τρόπο λειτουργίας του ανθρώπινου εγκεφάλου. Σήμερα, ο παγκόσμιος ιστός θεωρείται μία υλοποίηση της υποθετικής αυτής μηχανής.<sup>17</sup>
- Δεκαετία '60: 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 Σπούτνικ 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.<sup>18</sup>

Το αρχικό θεωρητικό υπόβαθρο δόθηκε από τον Τζ. Λικλάιντερ (*J.C.R. Licklider*) 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 πρόκυπτε ήταν ότι το δίκτυο αυτό θα έπρεπε να ήταν αποκεντρωμένο έτσι ώστε ακόμη κι αν κάποιος κόμβος του δεχόταν επίθεση να υπήρχε δίοδος επικοινωνίας για τους υπόλοιπους υπολογιστές. Τη λύση σε αυτό έδωσε ο Πολ Μπάραν (*Paul Baran*) με τον σχεδιασμό ενός κατακεντρωμένου

---

<sup>17</sup> Κοίλιας, Χ., & Παναγιωτάκος, Δ. (1994). *Ερμηνευτικό Λεξικό Όρων Πληροφορικής*. Αθήνα: Νέων Τεχνολογιών.

<sup>18</sup> <https://www.retrocomputers.gr/2012-04-19-12-21-04/history-of-internet>

δικτύου επικοινωνίας που χρησιμοποιούσε την ψηφιακή τεχνολογία. Πολύ σημαντικό ρόλο έπαιξε και η θεωρία ανταλλαγής πακέτων του Λέοναρντ Κλάινροκ (*Leonard Kleinrock*), που υποστήριζε ότι πακέτα πληροφοριών που θα περιείχαν την προέλευση και τον προορισμό τους μπορούσαν να σταλούν από έναν υπολογιστή σε έναν άλλο. <sup>19</sup>

Έτσι, ένα ενδιαφέρον πείραμα ξεκινά. Στα πανεπιστήμια των ΗΠΑ οι ερευνητές ξεκινούν να πειραματίζονται με τη σύνδεση απομακρυσμένων υπολογιστών μεταξύ τους. Το δίκτυο ARPANET γεννιέται το 1969 με πόρους του προγράμματος ARPA με σκοπό να συνδέσει το Υπουργείο Άμυνας με στρατιωτικούς ερευνητικούς οργανισμούς και να αποτελέσει ένα πείραμα για τη μελέτη της αξιόπιστης λειτουργίας των δικτύων. Στην αρχική του μορφή, το πρόγραμμα απέβλεπε στον πειραματισμό με μια νέα τεχνολογία γνωστή σαν μεταγωγή πακέτων (*packet switching*), σύμφωνα με την οποία τα προς μετάδοση δεδομένα κόβονται σε πακέτα και πολλοί χρήστες μπορούν να μοιραστούν την ίδια επικοινωνιακή γραμμή. <sup>20</sup>

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 Μπάρμπαρα 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.

- Δεκαετία '70: Οι πρώτες συνδέσεις. 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*).

Το 1973, ξεκινά ένα νέο ερευνητικό πρόγραμμα που ονομάζεται *Interneting Project* (Πρόγραμμα Διαδικτύωσης) προκειμένου να ξεπεραστούν οι διαφορετικοί τρόποι που χρησιμοποιεί κάθε δίκτυο για να διακινεί τα δεδομένα του. Σε αυτή την έρευνα σχεδιάζεται μια άλλη τεχνική για τον έλεγχο της μετάδοσης των δεδομένων, το *Transmission Control Protocol* (Πρωτόκολλο Ελέγχου Μετάδοσης). Ορίζονται προδιαγραφές για τη μεταφορά αρχείων μεταξύ υπολογιστών και για το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (*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

---

<sup>19</sup> <https://www.retrocomputers.gr/2012-04-19-12-21-04/history-of-internet>

<sup>20</sup> Κοίλιας, Χ., & Παναγιωτάκος, Δ. (1994). *Ερμηνευτικό Λεξικό Όρων Πληροφορικής*. Αθήνα: Νέων Τεχνολογιών.

πρωτόκολλο που χρησιμοποιούσε το ARPANET ήταν το NCP (Network Control Protocol), το οποίο, όμως, είχε το μειονέκτημα ότι λειτουργούσε μόνο με συγκεκριμένους τύπους υπολογιστών. Έτσι, δημιουργήθηκε η ανάγκη στις αρχές του 1970 για ένα πρωτόκολλο που θα ένωνε όλα τα δίκτυα που είχαν δημιουργηθεί μέχρι τότε. <sup>21</sup>

Το 1974 λοιπόν, δημοσιεύεται η μελέτη των Βιντ Σερφ (*Vint Cerf*) και Μπομπ Κάαν (*Bob Kahn*) 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. <sup>22</sup>

- Δεκαετία '80: Ένα Παγκόσμιο Δίκτυο. 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. <sup>23</sup> Ένα ακόμη 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, <sup>24</sup> το 1986. Ακολούθησε η ενσωμάτωση άλλων σημαντικών δικτύων, όπως το Usenet, το Fidonet και το Bitnet. <sup>25</sup>

Το 1985, το National Science Foundation δημιουργεί ένα δικό του δίκτυο, το NSFNET. Σιγά-σιγά όλο και περισσότερες χώρες συνδέονται στο NSFNET. Πανεπιστήμια και οργανισμοί δημιουργούν δικά τους δίκτυα και τα συνδέουν πάνω στο παγκόσμιο αυτό δίκτυο το οποίο αρχίζει να γίνεται γνωστό σαν INTERNET και να εξαπλώνεται σε ολόκληρο τον κόσμο.

- Δεκαετία '90: Ένα Παγκόσμιο Δίκτυο για Όλους. Το 1990, το ARPANET πλέον καταργείται. Το 1993, το εργαστήριο CERN στην Ελβετία παρουσιάζει το World Wide Web (WWW) (Παγκόσμιο Ιστό) .Πρόκειται για ένα σύστημα διασύνδεσης πληροφοριών σε μορφή πολυμέσων (multimedia) που βρίσκονται αποθηκευμένες σε χιλιάδες υπολογιστές του Internet σε ολόκληρο τον κόσμο και παρουσιάζονται σε ηλεκτρονικές σελίδες. <sup>26</sup>

---

<sup>21</sup> Κοίλιας, Χ., & Παναγιωτάκος, Δ. (1994). *Ερμηνευτικό Λεξικό Όρων Πληροφορικής*. Αθήνα: Νέων Τεχνολογιών.

<sup>22</sup> [http://web.teipir.gr/new/ecs/pelab\\_1/tcp/inter2.htm](http://web.teipir.gr/new/ecs/pelab_1/tcp/inter2.htm)

<sup>23</sup> Αλεξανδρής, Ν., Μπελεσιώτης, Β. Σ., & Παναγιωτόπουλος, Θ. (2002). *Εισαγωγή στην Επιστήμη των Υπολογιστών*. Αθήνα: Βαρβαρήγου.

<sup>24</sup> Καλαφατούδης, Σ., Δροσίτης, Ι., & Κοίλιας, Χ. (2012). *Εισαγωγή στις Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας*. Αθήνα: Νέων Τεχνολογιών.

<sup>25</sup> <https://www.retrocomputers.gr/2012-04-19-12-21-04/history-of-internet>

<sup>26</sup> Γιακουμάκης, Ε., Γκυρτής, Κ., Μπελεσιώτης, Β., Ξυνός, Π., & Στεργιοπούλου-Καλαντζή, Ν. (2000). *Εφαρμογές Πληροφορικής - Υπολογιστών*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.

Εμφανίζονται στο Internet διάφορα εμπορικά δίκτυα που ανήκουν σε εταιρίες παροχής υπηρεσιών Internet και προσφέρουν πρόσβαση στο Internet για όλους. Οποιοσδήποτε διαθέτει PC μπορεί να συνδεθεί με το Internet σε τιμές που μειώνονται διαρκώς. Το 1995, το NSFNET καταργείται πλέον επίσημα. Η ανακάλυψη του WWW σε συνδυασμό με την ευκολία απόκτησης πρόσβασης στο Internet προσέελκυσε έναν μεγάλο αριθμό καινούργιων χρηστών και έφερε την “έκρηξη” που παρακολουθούμε τα τελευταία χρόνια. Το διαδίκτυο (internet) ήρθε στην Ελλάδα το 1990.

### 2.1 Χρήσεις Διαδικτύου

---

Με αυτήν την έννοια στις νέες τεχνολογίες περιλαμβάνονται και τα συστήματα ελέγχου και αυτοματισμού που χρησιμοποιούνται σε ακίνητα, βιομηχανικές εγκαταστάσεις, μηχανήματα και σε αυτοκίνητα, οι σύγχρονες συσκευές αναπαραγωγής ήχου και εικόνας, το σύνολο σχεδόν της σταθερής, κινητής ή δορυφορικής τηλεφωνίας κ.λ.π. Τον όρο αυτόν χρησιμοποιούμε ως Τ.Π.Ε. αντί του εκτενέστερου «*Τεχνολογίες της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας*». <sup>27</sup>

Σε μια εποχή που η τεχνολογία εξελίσσεται με ταχύτατους ρυθμούς είναι δύσκολο να προσδιοριστεί τι αποτελεί "νέα" και τι "παλαιά" τεχνολογία. Ο υπερσύγχρονος υπολογιστής που αγοράζουμε σήμερα είναι σίγουρο πως σε 2-3 χρόνια με δυσκολία θα καλύπτει τις νέες απαιτήσεις, αλλά και τις ανάγκες που δημιουργεί η αγορά με την εξέλιξή της.

Από τη γέννηση των νέων τεχνολογιών που τοποθετείται χρονικά από το Φεβρουάριο του 1946, όταν μπήκε σε λειτουργία ο πρώτος ηλεκτρονικός υπολογιστής, στη συνέχεια, η ανακάλυψη των *ημιαγωγών (transistors)* και, αργότερα, των *ολοκληρωμένων κυκλωμάτων (chips)* έδωσε τη δυνατότητα στην τεχνολογία να κατασκευάσει πανίσχυρους υπολογιστές με μικρό μέγεθος και κόστος και στον κόσμο να τους αγοράσει και να τους κάνει κομμάτι της ζωής και της εργασίας του. Στις μέρες μας αποτελεί πλεονασμό να αναφερόμαστε σε "ηλεκτρονικούς υπολογιστές" (ή H/Y), αφού όλοι οι υπολογιστές είναι ηλεκτρονικοί.

Οι νέες τεχνολογίες και ειδικότερα οι υπολογιστές έχουν πάψει από καιρό να αποτελούν αντικείμενο ενδιαφέροντος μόνο λίγων επιστημόνων θετικής προέλευσης. Αυτό δικαιολογούνταν ίσως κατά τις πρώτες φάσεις της εξέλιξής τους, όταν η επαφή μαζί τους απαιτούσε ειδικές γνώσεις. Ο χρήστης του υπολογιστή έπρεπε να γνωρίζει τον περίπλοκο τρόπο λειτουργίας του για να επικοινωνήσει μαζί του. Έπρεπε να μπορεί να κάνει λογικές πράξεις με τη χρήση δύο μόνο ψηφίων (0 και 1), όπως απαιτεί το δυαδικό σύστημα. Αυτό σε κάποιες περιπτώσεις δημιουργούσε αποστροφή στους ανθρώπους που είχαν εκπαιδευτεί με το δεκαδικό σύστημα και μάλιστα, μέσα από μια εκπαίδευση που δεν παρείχε δυνατότητες σύζευξης των θετικών με τις θεωρητικές επιστήμες. Έτσι, ελάχιστοι άνθρωποι που εκπαιδεύτηκαν κατά τις προηγούμενες δεκαετίες έμαθαν ή άκουσαν ότι τα Μαθηματικά βασίζονται στη Λογική. <sup>28</sup>

Σήμερα, με τη δημιουργία περιβαλλόντων εργασίας φιλικών προς το χρήστη (όπως π.χ. τα Windows), καθένας μπορεί να εκμεταλλευτεί τις ευκολίες και τις δυνατότητες που προσφέρουν, να

---

<sup>27</sup> <https://www.eduportal.gr/tpe-dap/>

<sup>28</sup> [www.eln.teilam.gr/sites/default/files/Lesson01.pdf](http://www.eln.teilam.gr/sites/default/files/Lesson01.pdf) · PDF



βελτιστοποιήσει την ποιότητα και να μεγιστοποιήσει την ποσότητα της εργασίας του. Παράλληλα, όλοι μπορούν να ανακαλύψουν στις νέες τεχνολογίες νέα πεδία ενδιαφέροντος και δράσης, τόσο στην προσωπική ζωή, όσο και στην εργασία τους.

Οι πιο γνωστές και διαδεδομένες εφαρμογές της Πληροφορικής αφορούν στις **εργασίες γραφείου**. Η γραφομηχανή, ο κανόνας, η αριθμομηχανή, η καρτελοθήκη και άλλα εργαλεία, που χρησιμοποιούνταν στα γραφεία κατά το παρελθόν, έχουν καταργηθεί και έχουν δώσει τη θέση τους στον υπολογιστή και στο ανάλογο λογισμικό.<sup>29</sup> Τέτοιες εφαρμογές είναι οι *επεξεργαστές κειμένου*, τα *λογιστικά φύλλα*, οι *βάσεις δεδομένων* και τα *προγράμματα παρουσιάσεων*.<sup>30</sup>

Οι **επεξεργαστές κειμένου** είναι προγράμματα που δίνουν τη δυνατότητα να ετοιμαστεί ένα κείμενο και στη συνέχεια, αν το επιθυμούμε, να τυπωθεί σε χαρτί. Προσφέρουν περισσότερες δυνατότητες από τις γραφομηχανές, μετατρέποντας το υπολογιστικό σύστημά μας σε ένα μικρό εκδοτικό μηχανισμό. Με τον επεξεργαστή κειμένου δίνεται στο κείμενο η επιθυμητή μορφή, γίνεται επιλογή ανάμεσα σε διαφορετικές μορφές γραμμάτων (γραμματοσειρές, fonts), και χρησιμοποιούνται χρώματα, προθέτονται στο κείμενο σχέδια, διαγράμματα, εικόνες, φωτογραφίες κ.ά..

Παρέχει τη δυνατότητα να πραγματοποιηθεί ορθογραφικός έλεγχος, ενώ για γλώσσες με απλή γραμματική και συντακτική δομή, όπως η Αγγλική, είναι εφικτός και ο γραμματικός και συντακτικός έλεγχος. Κάθε χρήστης υπολογιστή είναι σε θέση στις μέρες μας να προχωρήσει στην προετοιμασία και πραγματοποίηση μιας μικρής έκδοσης σε μορφή, για την οποία πριν από 20 χρόνια θα απαιτούνταν η συνεργασία πολλών ειδικών και αναλόγως ψηλό κόστος.

Οι σύγχρονοι επεξεργαστές κειμένου μπορούν επιπροσθέτως να χρησιμοποιηθούν για την κατασκευή ιστοσελίδων, καθώς και για την κατασκευή απλών εφαρμογών *πολυμέσων (multimedia)*. Κατά την υλοποίηση τέτοιων εφαρμογών υπάρχει η δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί κάθε διαθέσιμη μορφή πληροφορίας (κείμενο, φωτογραφίες, εικόνες, video, κινούμενες εικόνες και ήχο). Μπορούμε επίσης να συνδέσουμε επιμέρους τμήματα της εφαρμογής μεταξύ τους με τη χρησιμοποίηση της τεχνικής του *υπερκειμένου (hypertext)*.<sup>31</sup>

Τα **λογιστικά φύλλα** είναι προγράμματα που επιτρέπουν την εισαγωγή πληροφοριών (αριθμούς, κείμενο κ.α.) μέσα σε ένα φύλλο με κατακόρυφη και οριζόντια διαγράμμιση και στη συνέχεια την επεξεργασία του δυναμικά. Π.χ. το άθροισμα του περιεχομένου των κελιών μιας στήλης

---

<sup>29</sup> *Λογισμικό (software)* είναι το πρόγραμμα, μια σειρά από εντολές "κατανοητές" από τον υπολογιστή, που ορίζουν τον τρόπο με τον οποίο θα λειτουργήσει το υλικό μέρος (hardware) ενός υπολογιστικού συστήματος.

<sup>30</sup> [www.meleagros.iep.edu.gr/uploaded\\_files/EFARMOGES\\_PLIROFORIKIS.pdf](http://www.meleagros.iep.edu.gr/uploaded_files/EFARMOGES_PLIROFORIKIS.pdf)

<sup>31</sup> Υπερκείμενο (hypertext): μέρος ενός κειμένου που (με το πάτημα του πλήκτρου του ποντικιού) μας οδηγεί σε ένα άλλο σημείο του κειμένου

αλλάζει αυτόματα κάθε φορά που αλλάζουμε το περιεχόμενο ενός ή περισσότερων κελιών. Επίσης, προσφέρουν τη δυνατότητα δημιουργίας διαγραμμάτων για την παρουσίαση αριθμητικών δεδομένων.<sup>32</sup>

Οι **βάσεις δεδομένων** είναι προγράμματα που μας επιτρέπουν τη δημιουργία αρχείων ομοειδών πληροφοριών, την ενημέρωσή τους και την αξιοποίηση των πληροφοριών που περιλαμβάνουν. Ιδιαίτερως σημαντική είναι η δυνατότητα που προσφέρουν οι βάσεις δεδομένων να μας παρουσιάζουν συγκεκριμένες πληροφορίες από το σύνολο που προηγουμένως έχουν καταχωρηθεί σ' αυτές, με τη χρήση διαφόρων κριτηρίων αναζήτησης.<sup>33</sup>

Τα **προγράμματα παρουσιάσεων** προσφέρουν τη δυνατότητα να ετοιμάζουμε και στη συνέχεια να αξιοποιούμε όμορφες παρουσιάσεις που μπορεί να περιλαμβάνουν, κείμενο, εικόνα, κινούμενη εικόνα, video και ήχο. Με τη χρησιμοποίηση ενός υπολογιστή, του κατάλληλου λογισμικού και ενός συστήματος προβολής εικόνας (video προβολέα ή τηλεόραση) μπορούμε να αντικαταστήσουμε τα περισσότερα από τα εποπτικά μέσα παλαιάς τεχνολογίας (διασκόπιο, προβολέα overhead κ.ά.).

Στην ίδια κατηγορία λογισμικού μπορούμε να εντάξουμε και τα **προγράμματα διαχείρισης της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας**. Μετά προγράμματα αυτά έχουμε τη δυνατότητα:

- να διαβάζουμε την αλληλογραφία μας μέσω διαδικτύου,
- να γράφουμε και να στέλνουμε τη δική μας,
- να οργανώνουμε τα εισερχόμενα και εξερχόμενα μηνύματα σε φακέλους, υπο φακέλους κ.λ.π.,
- να επισυνάπτουμε στα εξερχόμενα μηνύματά μας άλλα αρχεία (κειμένου, ήχου, εικόνας κ. ά.),
- να κοινοποιούμε το μήνυμά μας και σε άλλους παραλήπτες,
- να φιλτράρουμε τα εισερχόμενα μηνύματα, ώστε να αποφεύγουμε τα ανεπιθύμητα κ. ά..<sup>34</sup>

Τα προγράμματα αυτά είτε βρίσκονται ενσωματωμένα στο πρόγραμμα που χρησιμοποιούμε για την πλοήγησή μας στο διαδίκτυο (Internet Explorer, Netscape Navigator κ.ά.), είτε είναι διαθέσιμα ως ανεξάρτητες εφαρμογές (π.χ. Eudora, Eudora Light κ.ά.)

---

<sup>32</sup> Ξαρχάκος, Κ., Καρολίδης, Δ. (2016). *Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή*. Αθήνα: Άβακας.

<sup>33</sup> <https://opencourses.uoc.gr/courses/course/view.php?id=345>

<sup>34</sup> <https://www.sch.gr/manual/email/programs>

Με τη χρήση των παραπάνω εφαρμογών ο καθένας μπορεί να βελτιώσει την ποιότητα της δουλειάς του, να την προσαρμόσει στις ιδιαίτερες γνώσεις, ανάγκες ή επιθυμίες του, να την αναπτύξει σε επίπεδα και κατευθύνσεις που ο παλαιός τρόπος εργασίας δε θα του επέτρεπε και να εξοικονομήσει χρόνο.

Η σημαντικότερη ίσως αλλαγή που επέφεραν οι νέες τεχνολογίες βρίσκεται στις νέες δυνατότητες που προσέφεραν στην πρόσβαση στην πληροφορία και στην επικοινωνία. Το **Διαδίκτυο (Internet)** ένωσε εκατομμύρια χρηστών σε όλον τον κόσμο μεταξύ τους και με χιλιάδες κέντρα παραγωγής ή συγκέντρωσης της πληροφορίας.

Ο κάθε χρήστης μπορεί να χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για την **αλληλογραφία του (ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, e-mail)**, για την παρακολούθηση των εξελίξεων και ανταλλαγή απόψεων με άλλους χρήστες του Διαδικτύου με κοινά ενδιαφέροντα (**ομάδες νέων, newsgroups**), για την αναζήτηση πληροφοριών που τον ενδιαφέρουν και για την επικοινωνία του γενικότερα. Μπορεί επίσης να κατασκευάσει και να δημοσιεύσει στο Διαδίκτυο την **προσωπική ιστοσελίδα**<sup>35</sup> του (**web-page**). Είναι πάντως σημαντικό να ελέγχεται με προσοχή η πληροφορία που αποκτάται από το διαδίκτυο, γιατί ο ανοιχτός χαρακτήρας του πολλές φορές δημιουργεί αμφιβολίες για την εγκυρότητά της.

Για την αναζήτηση πληροφοριών γενικού περιεχομένου χρησιμοποιούνται οι **μηχανές αναζήτησης (searching machines)**. Πρόκειται για **δικτυακούς τόπους (sites)** που προσφέρουν τη δυνατότητα αναζήτησης είτε μέσα από θεματικούς καταλόγους, είτε με τη χρήση λέξεων-κλειδιών (*εικόνα 1*). Εάν η χρήση του δεύτερου τρόπου μας δώσει πολύ μεγάλο αριθμό δικτυακών τόπων, θα πρέπει να εξειδικεύσουμε την αναζήτησή μας χρησιμοποιώντας περισσότερες λέξεις κλειδιά και λογικούς τελεστές. Οι λογικοί τελεστές είναι λέξεις ή σύμβολα που επιτρέπουν τη λογική σύζευξη ή διάζευξη των λέξεων-κλειδιών που χρησιμοποιήσαμε.<sup>36</sup>

Πρέπει να έχουμε υπόψη μας ότι μια αναζήτηση στο Διαδίκτυο με τη χρήση μιας μηχανής αναζήτησης δίνει ως απάντηση τους δικτυακούς εκείνους τόπους των οποίων οι υπεύθυνοι διαχειριστές έχουν μεριμνήσει να δηλώσουν την ύπαρξή τους στις μηχανές αυτές. Είναι πιθανό να υπάρχουν και άλλοι δικτυακοί τόποι που δε θα εμφανιστούν κατά την αναζήτηση, επειδή δεν έχει δηλωθεί η παρουσία τους.

Μερικές γνωστές τέτοιες μηχανές είναι οι εξής:

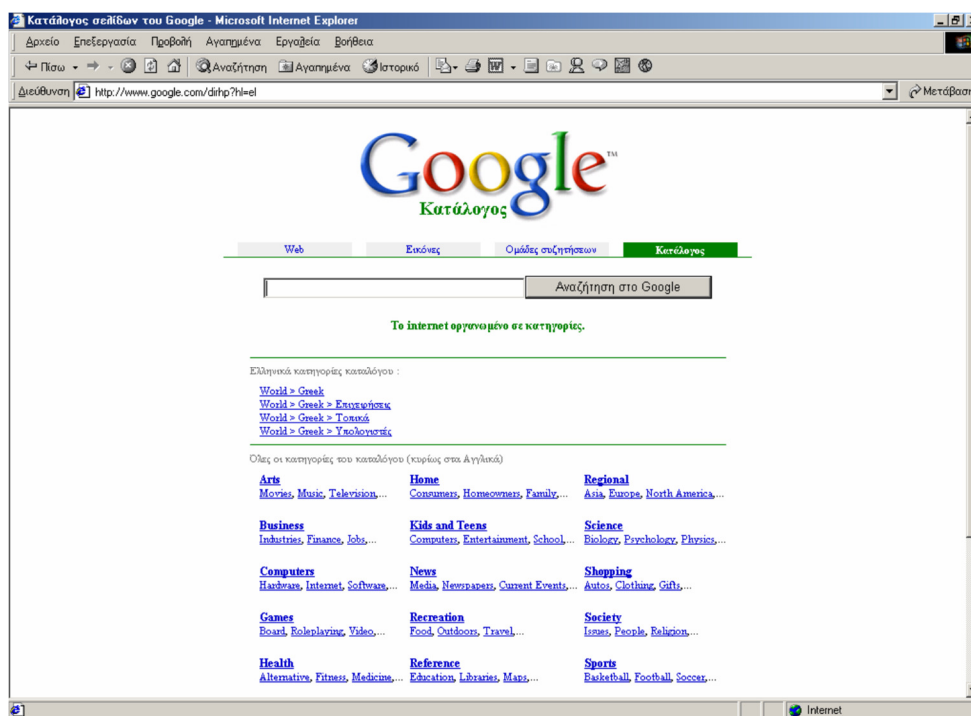
- GOOGLE ([www.google.com](http://www.google.com)),

---

<sup>35</sup> Ένας χώρος στον οποίο φιλοξενούνται πληροφορίες ενός μέλους του *κυβερνοχώρου* και ο οποίος είναι προσπελάσιμος από οποιοδήποτε σημείο της Γης, αρκεί να υπάρχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Στο χώρο αυτό, ο Σύμβουλος μπορεί να παρουσιάσει πληροφορίες για το πρόσωπό του και τις υπηρεσίες που προσφέρει, προβληματισμούς, αιτήματα για επικοινωνία, *συνδέσεις (links)* με άλλα σημεία του Διαδικτύου συγγενούς περιεχομένου κ.ά..

<sup>36</sup> <http://internetinfo.gr/internet/searchengines/index.html>

- ALTA VISTA (www.altavista.com),
- EXCITE (www.excite.com),
- HOTBOT (www.hotbot.com),
- YAHOO (www.yahoo.com),
- LYCOS (www.lycos.com).



Εικόνα 1  
Η μηχανή αναζήτησης GOOGLE

Μια κατηγορία ιδιαίτερα χρήσιμων μηχανών αναζήτησης είναι οι μεταμηχανές. Αυτές δεν διαθέτουν δική τους βάση δεδομένων, αλλά χρησιμοποιούν άλλες μηχανές για την αναζήτηση. Έτσι, μια αναζήτηση, χρησιμοποιώντας μεταμηχανή ισοδυναμεί με πολλές αναζητήσεις σε απλές μηχανές αναζήτησης, με περισσότερα αποτελέσματα.<sup>37</sup>

Εκτός, όμως, από τις πληροφορίες γενικού ενδιαφέροντος και περιεχομένου, μέσω του Διαδικτύου είναι δυνατή η παροχή πιο αναλυτικών και προσαρμοσμένων εξατομικευμένων πληροφοριών εάν τα περιεχόμενα απευθύνονται σε μια συγκεκριμένη ομάδα - στόχο. Στην περίπτωση αυτή, η ταξινόμηση και οργάνωση του περιεχομένου της πληροφόρησης είναι εξαιρετικά σημαντική και διευκολύνει την πλοήγηση του χρήστη επιτρέποντας του να επιλέξει γρήγορα αυτά που μπορεί καλύτερα να καλύψει τις ανάγκες του και να απαντήσει στα ερωτήματα του. Οι υπηρεσίες παροχής πληροφόρησης μέσω

<sup>37</sup> <https://www.e-papadakis.gr/searchengines.htm>

διαδικτύου γίνονται διαθέσιμες στους χρήστες με μια σειρά μέσων, μεταξύ των οποίων: ιστοσελίδες που παρέχουν πληροφόρηση γενικού περιεχομένου, φόρμες αναζήτησης πληροφοριών που διατίθενται on-line μέσω ιστοσελίδων, ηλεκτρονικά αρχεία, τα οποία μπορεί να περιλαμβάνουν πληροφορίες για συγκεκριμένα θέματα, φόρμες συμπλήρωσης στοιχείων, οδηγούς, εργαλεία αυτοαξιολόγησης, βάσεις δεδομένων, οι οποίες παρέχουν τη δυνατότητα υποβολής ερωτημάτων με τη χρήση διαφόρων κριτηρίων αναζήτησης αλλά και οπτικοακουστικά εργαλεία. Εν ολίγοις αναφερόμαστε στον **Παγκόσμιο Πληροφοριακό Ιστό (Διαδίκτυο)**

Άλλη χρήση του Διαδικτύου είναι **Θεματικές Ομάδες Συζητήσεων και Φόρουμ**. Πρόκειται για έναν δικτυακό τόπο που μπορεί να περιλαμβάνει ένα σύστημα καταλόγου ηλεκτρονικών διεύθυνσεων, το οποίο αποτελεί μια τακτική υπηρεσία αποστολής πληροφοριών με τη μορφή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε λίστες χρηστών κατόπιν αιτήσεως τους. Οι χρήστες για να συμπεριληφθούν σε έναν τέτοιο κατάλογο, συμπληρώνουν μια φόρμα που περιλαμβάνει τη διεύθυνση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου τους και προαιρετικά τα προσωπικά τους στοιχεία.

Προκειμένου να αυξηθεί το επίπεδο προσαρμογής της υπηρεσίας στις ανάγκες των χρηστών, είναι δυνατό να προσφέρεται ένας κατάλογος θεματικών κατηγοριών, από τον οποίο οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν το υποσύνολο των θεμάτων για τα οποία θα λαμβάνουν ενημέρωση.

Υπηρεσίες τέτοιου τύπου είναι ιδιαίτερα χρήσιμες για την παροχή πληροφοριών που απαιτούν συνεχή επικαιροποίηση. Κάθε χρήστης των ομάδων συζητήσεων και των φόρουμ μπορεί να υποβάλλει το δικό του μήνυμα, το οποίο είναι στη συνέχεια διαθέσιμο σε όλους τους άλλους, προς αναζήτηση, ανάγνωση και σχολιασμό. Σε βάθος χρόνου προκύπτει ένα σύνολο μηνυμάτων (ερωτήσεις - απαντήσεις, άρθρα, ανακοινώσεις κ.λπ.) οργανωμένα σε θεματικές ενότητες και χρονολογική σειρά. Το εργαλείο αυτό είναι ιδανικό για τη δυναμική ανάπτυξη μιας βάσης γνώσης που προκύπτει από την αλληλεπίδραση των συμβαλλομένων μελών μεταξύ τους.

Με τη βοήθεια του Διαδικτύου πολλές παραδοσιακές δραστηριότητες αρχίζουν να πραγματοποιούνται και από απόσταση. Μερικές από αυτές παρουσιάζονται παρακάτω:

## **Η Τηλεδιάσκεψη – τηλεπικοινωνία**

Η τηλεδιάσκεψη επιτρέπει την εξ' αποστάσεως επικοινωνία και διατηρεί μερικά από τα χαρακτηριστικά των άμεσων -δηλαδή πρόσωπο με πρόσωπο- συναλλαγών. Οι ομιλητές μπορούν να δουν ο ένας τον άλλο και να μιλήσουν ο ένας στον άλλο σε πραγματικό χρόνο. Αυτοί οι δύο παράγοντες είναι σημαντικοί, επειδή παρέχουν τη δυνατότητα συνομιλίας που ενσωματώνει συναισθηματικές πτυχές και άλλα στοιχεία που καθορίζονται από το πλαίσιο της συνομιλίας, τα

οποία ελαχιστοποιούνται ή αποκλείονται με τη χρήση άλλων μέσων της τεχνολογίας, όπως το τηλέφωνο και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.<sup>38</sup>

Μια οθόνη υπολογιστή, το κατάλληλο λογισμικό, μια κάμερα, ένα μικρόφωνο και η εξέλιξη των τηλεπικοινωνιών, αρκούν για να υπάρχει αλληλεπιδραστική ζωντανή επικοινωνία δηλαδή επικοινωνία σε τέσσερις διαστάσεις (φωνή, κείμενο, εικόνα, δεδομένα).

Εξαιτίας των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της, η τηλεδιάσκεψη μπορεί να είναι ιδιαίτερα χρήσιμη σε συγκεκριμένες περιστάσεις όπως: επικοινωνία με ανθρώπους που είναι γεωγραφικά ή φυσικά απομονωμένοι, ανταλλαγή πληροφοριών μελέτης και εργασίας μεταξύ επαγγελματιών και χρηστών που διαμένουν σε διαφορετικές χώρες, καθώς και οργάνωση εξ αποστάσεως συνεδριάσεων, εκπαιδευτικών μαθημάτων και σεμιναρίων επιμόρφωσης και κατάρτισης.

## **Ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce)**

Είναι οι εμπορικές συναλλαγές μέσω υπολογιστή. Έχοντας πρόσβαση στο Διαδίκτυο μπορούμε:

- να περιηγηθούμε σε διάφορα «εικονικά μαγαζιά» και να κάνουμε αγορές
- να συγκρίνουμε διάφορα προϊόντα (να ακούσουμε CD, να διαβάσουμε περιλήψεις βιβλίων, να δούμε σκηνές από ταινίες)
- να επικοινωνήσουμε με άλλους καταναλωτές

## **Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση (e-Government)**

Η Πύλη της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης ενός δημόσιου φορέα είναι να παρέχει ένα κεντρικό σημείο επαφής με τους χρήστες (πολίτες, επιχειρήσεις κλπ) για κάθε είδους πληροφόρηση (οδηγίες, ενημέρωση, ειδήσεις) ή εξυπηρέτηση (κυβερνητικές υπηρεσίες) που χρειάζονται από τον Φορέα.<sup>39</sup> Εξυπηρετεί την επικοινωνία και την συναλλαγή του πολίτη με Δημόσιες Υπηρεσίες και Οργανισμούς μέσω Διαδικτύου. Μπορούμε από το σπίτι μας:

- να ζητήσουμε κάποιο έγγραφο (το πιστοποιητικό γέννησής μας ή το απολυτήριό μας),
- να καταθέσουμε κάποια αποδεικτικά έγγραφα,
- να πληρώσουμε τους λογαριασμούς μας,
- να υποβάλουμε τη φορολογική μας δήλωση,

<sup>38</sup> <http://www.noc.uoa.gr/thlediaskech.html>

<sup>39</sup> <https://opengov.minedu.gov.gr/ηλεκτρονική-διακυβέρνηση>

- να καταθέσουμε τη φορολογική μας δήλωση ή τη δήλωση του Φ.Π.Α.,
- να έχουμε πρόσβαση σε χρήσιμες πληροφορίες (ώρες λειτουργίας της Δημόσιας Βιβλιοθήκης, τηλέφωνα και προγράμματα σε εξέλιξη του γραφείου Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης, απαραίτητα δικαιολογητικά για την εγγραφή μας στο Δημοτικό Ωδείο ή στο Κολυμβητήριο).<sup>40</sup>

## Τηλε-Ιατρική

Είναι η δυνατότητα παρακολούθησης, διάγνωσης και παροχής ιατρικών συμβουλών μέσω Διαδικτύου. Με την επίσκεψη μας σε κάποιο μικρό ιατρικό κέντρο της περιοχής, που διαθέτει υπολογιστή με βιντεοκάμερα και άλλες εξειδικευμένες συσκευές εισόδου, μπορούμε να συνδεθούμε με κάποιο μεγάλο νοσοκομείο και σύντομα να έχουμε διάγνωση από εξειδικευμένο προσωπικό. Ταυτόχρονα από το σπίτι μας μπορούμε να έχουμε πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικές με την πρόληψη ασθενειών και την καθημερινή μας υγιεινή.

Μέσω της προσβασιμότητας<sup>41</sup> παρέχεται η δυνατότητα από όλους σε ηλεκτρονικές υπηρεσίες: πρόσβαση σε ιστοχώρους (web sites) και πρόσβαση σε ηλεκτρονικές υπηρεσίες (e-banking, e-learning, e-working, e-commerce, e-government, e-health ) μέσω της ηλεκτρονικής προσβασιμότητας.

## 2.2 Η ενασχόληση των νέων στο Διαδίκτυο (θετικά και αρνητικά)

---

Σήμερα, όπου η κοινωνία μας μαστίζεται από την έλλειψη ηθικής και ανθρωπιστικών αξιών, οι ανάγκες και οι προτεραιότητες του ανθρώπου έχουν ταχθεί στην κατεύθυνση της κατάκτησης του υλιστικού ευδαιμονισμού, απορρίπτοντας ταυτοχρόνως πλήθος αρχών, καθώς και οποιαδήποτε έννοια πλήρους ασφάλειας του διαδικτύου για τους χρήστες του, και δη για τους νέους.

Λαμβάνοντας υπόψη, ότι το διαδίκτυο αποτελεί ένα υπέρογκο φάσμα παροχής πληροφοριών, είναι εύκολο να αντιληφθεί κανείς ότι από την μία παρέχει απίστευτα οφέλη, αλλά από την άλλη εγκυμονεί και αμέτρητους κινδύνους για τους νέους.

<sup>40</sup> [http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/534/3532,14515/index5\\_1.html](http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/534/3532,14515/index5_1.html)

<sup>41</sup> Η δυνατότητα χρήσης μιας υπηρεσίας από τον καθένα, ανεξαρτήτως ιδιαιτερότητας (αναπηρία, ηλικία) ή πλαισίου χρήσης

Το διαδίκτυο παρομοιάζεται με «υπερλεωφόρο πληροφοριών». Καθημερινά διακινούνται πλήθος δεδομένων με οποιαδήποτε μορφή – κείμενα, εικόνες, ήχοι, μουσική, βίντεο – φέρνοντας στην οθόνη του υπολογιστή μας ένα τεράστιο αριθμό ψηφιακών πηγών πληροφόρησης.

Σε αυτή όμως την παγκόσμια Κοινωνία της Πληροφορίας είναι πολύ δύσκολο έως ακατόρθωτο να υπάρχει ένα είδος ελέγχου της ποιότητας, της εγκυρότητας και της καταλληλότητάς των πληροφοριών που φτάνουν στον υπολογιστή μας. Είναι λοιπόν υποχρέωσή μας πλέον να ενημερωθούμε για τους κινδύνους του διαδικτύου και τους φορείς που μπορούν να μας βοηθήσουν να προστατέψουμε τους εαυτούς μας και να «σερφάρουμε» με ασφάλεια στο διαδίκτυο.

Ο όρος Παγκόσμιος Ιστός συνήθως θεωρείται συνώνυμο του όρου Διαδίκτυο, παρόλο που αποτελούν δύο διακριτές έννοιες. Ο Παγκόσμιος Ιστός <sup>42</sup> είναι ένα μοντέλο διαμοίρασης πληροφορίας (σε οποιαδήποτε ψηφιακή μορφή, αλλά κυρίως σε HTML σελίδες) που χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο ως υποδομή για να παρέχει κατανεμημένη οργάνωση και πρόσβαση των πληροφοριών.

Για την διακίνηση της πληροφορίας, ο Ιστός χρησιμοποιεί το HTTP πρωτόκολλο, <sup>43</sup> το οποίο είναι μία μόνο από τις «γλώσσες» που μιλιούνται στο Διαδίκτυο. Χωρίς το Διαδίκτυο και τις υπηρεσίες που αυτό παρέχει, ο Παγκόσμιος Ιστός δεν μπορεί να λειτουργήσει.

Το διαδίκτυο είναι εκπληκτικό και εύκολο να εξερευνηθεί μ' έναν υπολογιστή, tablet ή smartphone. Είναι η μεγαλύτερη βιβλιοθήκη του κόσμου, είναι εμπορικό κέντρο, κέντρο πληροφόρησης και σημείο κοινωνικής συνάντησης, όλα μαζεμένα σε ένα. Επιτρέπει την σύνδεση με φίλους και οικογένεια, την αναζήτηση πληροφοριών, την αγορά προϊόντων, την πληρωμή λογαριασμών, το παίξιμο παιχνιδιών, την παρακολούθηση ταινιών, το άκουσμα μουσικών κομματιών και άλλων πολλών δραστηριοτήτων που γίνονται μέσω του διαδικτύου. Και το καλύτερο από όλα, δεν απαιτούνται ιδιαίτερα δαπανηρά μέσα για να ξεκινήσει η πλοήγηση.

Από την άλλη πλευρά εκείνο που χρειάζεται είναι ένα πρόγραμμα περιήγησης του διαδικτύου (web browser), γνωστό και ως εφαρμογή ή «app». Κάθε επιτραπέζιος και φορητός υπολογιστής, tablet ή smartphone το έχει ενσωματωμένο. Ανάλογα την συσκευή, το πρόγραμμα περιήγησης του διαδικτύου λέγεται: • Microsoft Edge • Apple Safari • Google Chrome • Mozilla Firefox. Κάνοντας κλικ ή πατώντας στο εικονίδιο για την εφαρμογή περιήγησης του διαδικτύου, το πρόγραμμα περιήγησης θα ξεκινήσει. Αποτελεί ένα μοναδικό, απίστευτο και εύκολο για εξερεύνηση.

---

<sup>42</sup> [http://hermes.di.uoa.gr/exe\\_activities/diadiktio/21\\_\\_\\_\\_\\_html](http://hermes.di.uoa.gr/exe_activities/diadiktio/21_____html)

<sup>43</sup> Ξαρχάκος, Κ., Καρολίδης, Δ. (2016). *Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή*. Αθήνα: Άβακας.



Η εφαρμογή των διαδικτυακών τεχνολογιών τόσο στο χώρο της εργασίας όσο και στον ελεύθερο χρόνο αλλάζει ριζικά τα δεδομένα της ζωής των νέων. Στον τομέα της πληροφόρησης προσφέρει στο χρήστη πρόσβαση σε απεριόριστη ποσότητα γνώσεων και πληροφοριών, ενώ ταυτόχρονα παρέχει την ευχέρεια να επιλέγει ο ίδιος την ώρα, το είδος και την πηγή της πληροφόρησης. Είναι μια πραγματικότητα που ήταν αδιανόητο να την εξασφαλίσουν τα παραδοσιακά μέσα πληροφόρησης.

Στον τομέα της ηλεκτρονικής επικοινωνίας με χαμηλό κόστος επιτρέπει στον άνθρωπο να έρχεται σε επαφή με όσους επιθυμεί σε όποιο σημείο του πλανήτη κι αν βρίσκεται.

Μεταφέροντας γνώσεις και πληροφορίες στα ποικίλα ζητήματα της ανθρώπινης ζωής περιορίζεται η άγνοια και η αμάθεια. Ενεργοποιούν την κριτική σκέψη του ανθρώπου και καταπολεμούν το δογματισμό. Συγχρόνως, κάνοντας μας κοινωνούς των πολιτιστικών επιτευγμάτων εκλεπτύνουν την αισθητική φύση, καλλιεργούν το ήθος, προβάλλουν αξίες και πρότυπα διαπαιδαγωγώντας, έτσι τον άνθρωπο και ιδιαίτερα τους νέους.

Βρίσκει επίσης, η ηλεκτρονική τεχνολογία εφαρμογές σε πλείστους τομείς της ανθρώπινης ζωής. Στην ιατρική επιστήμη χρησιμοποιείται για να πραγματοποιηθούν σεμινάρια και να γίνουν γνωματεύσεις εξ αποστάσεως.

Στην τέχνη, τα ηλεκτρονικά μέσα χρησιμοποιούνται ευρύτατα από ζωγράφους και μουσικούς στην εργασία με την αυτοματοποίηση παράγεται περισσότερο και ποιοτικότερο έργο απαλλάσσοντας έτσι τον άνθρωπο από το σωματικό κάματο.

Στην εκπαίδευση ο παραδοσιακός τρόπος διδασκαλίας δίνει τη θέση του σε πιο σύγχρονους μεθόδους που εγγυόνται καλύτερα αποτελέσματα για τους μαθητές και τους φοιτητές και αυτό γιατί σε ένα ευχάριστο και φιλικό ηλεκτρονικό περιβάλλον με κατανοητά link (συνδέσμους) προσδίδουν στη διδασκαλία για τους μαθητευόμενους – εκπαιδευόμενους αυτενέργειες και εθίζονται στην ερευνητική μάθηση. Όλα αυτά πετυχαίνονται αναβαθμίζοντας και το ρόλο του εκπαιδευτή – καθηγητή από απλό αναμεταδότη γνώσεων και πληροφοριών μετατρέποντάς τον σε καθοδηγητή, εμπνευστή και εκμαιευτή της γνώσης.

Ήδη, η online πλατφόρμα μαθημάτων Coursera<sup>44</sup> προσφέρει δωρεάν υπηρεσία μαθημάτων πανεπιστημιακού επιπέδου και δωρεάν συγγράμματα χωρίς αντίτιμο. Το διαδικτυακό Coursera έχει περίπου 4,5 εκατομμύρια εγγεγραμμένους από 196 χώρες, 423 διαλέξεις και 84 συνεργαζόμενα πανεπιστήμια απ' όλο τον κόσμο<sup>45</sup>. Επίσης, το MITX στο Χάρβαρντ συνένωσαν τις δυνάμεις τους

---

<sup>44</sup> <https://www.coursera.org/>

<sup>45</sup> <https://www.coursera.org/>

υπό την πλατφόρμα Edx<sup>46</sup>). Τα MOOC<sup>47</sup> ξεκίνησαν το Νοέμβριο του 2011, όταν ο καθηγητής Σεμπάστιαν Τρούντου του πανεπιστημίου του Στάνφορντ - και αντιπρόεδρος της Google - «άνοιξε» δοκιμαστικά στο διαδίκτυο το μάθημα «Τεχνητή Νοημοσύνη» και εγγράφηκαν 160.000 «φοιτητές» από 190 διαφορετικές χώρες.

Στην Ελλάδα είναι διαθέσιμη η διαδικτυακή εκπαιδευτική πύλη [opencourses.gr](https://opencourses.gr)<sup>48</sup> “ανοιχτά” διαδικτυακά μαθήματα που διδάσκονται στα Ακαδημαϊκά Ιδρύματα της επικράτειας (26 Ιδρύματα, 4.479 μαθήματα και 4.703 διδάσκοντες) και είναι ελεύθερα, προσβάσιμα και δωρεάν διαθέσιμα στο Διαδίκτυο για όλους. Απευθύνονται σε φοιτητές, σε αποφοίτους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, σε μαθητές, σε επαγγελματίες, αλλά και σε κάθε άνθρωπο που επιθυμεί να διευρύνει τις γνώσεις του.

Η δύναμη των ηλεκτρονικών μέσων δικτύωσης δεν είχε συνειδητοποιηθεί από το επίσημο κράτος, που στελεχωμένο από υπαλλήλους κυρίως παλαιάς νοοτροπίας υπέθεσε ότι το Facebook, το Twitter και τα υπόλοιπα δίκτυα, στα οποία οι νέοι «σπαταλούν» το χρόνο τους, ήταν απλά παιχνίδια για αφελείς, τα οποία αποσπούσαν την προσοχή από τα κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα.

Το κίνημα των Αγανακτισμένων,<sup>49</sup> τα γεγονότα του Λονδίνου, του Βανκούβερ και της Βρετανικής Κολομβίας, αλλά και η επανάσταση στην Αίγυπτο, στην Τυνησία κ.λπ., ανησύχησε τις παγκόσμιες κυβερνήσεις, που ξαφνικά συνειδητοποίησαν ότι η εποχή της αθωότητας έχει παρέλθει και ότι οι νέοι δεν είναι τόσο απορροφημένοι με τις ατομικές τους ενασχολήσεις, αλλά μπορούν να οργανώνουν - με τη δύναμη της τεχνολογίας - επαναστατικά και πρωτόγνωρα κινήματα.

Οποιαδήποτε κατάχρηση εξουσίας από τις δυνάμεις καταστολής, σε οποιαδήποτε χώρα, δημιουργεί άμεσα χιλιάδες σελίδες οργής στα ηλεκτρονικά μέσα, διαχέεται αστραπιαία στον κυβερνοχώρο και κινητοποιεί πολίτες σε όλα τα μήκη και πλάτη, οι οποίοι με διαφορετικά κίνητρα κάθε φορά, εκδηλώνουν την απόγνωση τους αδιάκριτα, αλλά συντονισμένα. Η δύναμη των κοινωνικών δικτύων λαμβάνει νέες διαστάσεις και η σύγκρουση με την καθεστώςα τάξη γίνεται πιο περίπλοκη.

Η πληροφορία είναι σύντομη, παραπεμπτική, ουσιαστική. Κάθε χώρα που δε σέβεται τον πολίτη, είναι υποψήφια για το επόμενο πεδίο των ταραχών. Ταυτόχρονα, τα ηλεκτρονικά μέσα ενδυναμώνουν το ιδεολογικό οπλοστάσιο των νέων και μεταδίδουν όλο το εικοσιτετράωρο τα τεκταινόμενα, όχι απλά ως γεγονότα, αλλά ως συναίσθημα, ως εντύπωση, ως εσωτερικήυση, ακόμα και ως τάση ή παρωδία.

---

<sup>46</sup> <https://www.edx.org>

<sup>47</sup> <https://www.mooc.org/>

<sup>48</sup> <https://opencourses.gr/>

<sup>49</sup> <https://www.eklogika.gr/page/tribute/firstday-aganaktismenoi>

Μικρές αλλαγές στον τρόπο σκέψης του κάθε χρήστη μπορεί να προκαλέσουν μεταβολές στην κουλτούρα ενός ολόκληρου υποσυστήματος και, προσεγγίζοντας μια κρίσιμη ποσότητα, να μετουσιώσουν νοοτροπίες μιας κοινωνικής αντίληψης. Η δύναμη της νέας τεχνολογίας έγκειται στη διασύνδεση με απλό τρόπο προσώπων, ιδεών και φιλοσοφιών, οι οποίες, εάν ενισχυθούν από τις συγκυρίες, μπορούν να εξελιχθούν σε πολιτική πράξη.

Από την άλλη πλευρά, πίσω από το λαμπερό περίβλημα των ηλεκτρονικών επιτευγμάτων οι κίνδυνοι που εγκυμονούνται για τη ψυχολογική και πνευματική υγεία των ανθρώπων και ιδιαίτερων των νεαρών είναι πολλοί και επώδυνοι.

Στο διαδίκτυο δεν είναι δυνατός ο έλεγχος της ποιότητας και του είδους των πληροφοριών. Οτιδήποτε επιθυμεί να αναρτήσει ένας χρήστης δημοσιεύεται. Ο άνθρωπος και κυρίως ο νέος συνεπώς μένει απροστάτευτος στη χυδαιότητα που ξεχύνεται από την οθόνη του υπολογιστή του για να φωλιάσει στο πνεύμα και την ψυχή του.

Επίσης, σημαντικό μέρος της ανθρώπινης ζωής δαπανάται άσκοπα μπροστά στον ηλεκτρονικό υπολογιστή (H/Y). Είναι βέβαια θετική η χρήση του H/Y με τις απεριόριστες δυνατότητες και τις ωφέλιμες διαδικασίες του, αλλά δεν παύει να αποτελεί μηχανήμα που θυσιάζουμε στη χρήση του τον πολύτιμο ελεύθερο χρόνο μας και κυρίως την άμεση επαφή και την ουσιαστική επικοινωνία με τον συνάνθρωπο.

Ιδιαίτερα ο νέος που καθηλώνεται ώρες μπροστά του γίνεται εσωστρεφής, αντικοινωνικός, δεν καλλιεργεί συλλογικό πνεύμα. Ταυτόχρονα, η πολύωρη επαφή του με την εικόνα του H/Y συρρικνώνει το πνεύμα του και αδρανοποιεί την κρίση του.

Το διαδίκτυο αυξάνει την ισχύ της εξουσίας του αφού συγκεντρώνει, αποθηκεύει και διασταυρώνει πληροφορίες οι οποίες αφορούν στην ιδιωτική ζωή, στις ιδέες, στα πολιτικά φρονήματα και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ανθρώπων. Μπορούν συνεχώς να καταστούν όργανο κυρίως από ανελεύθερα και αυταρχικά καθεστώτα στεγνής εκμετάλλευσης και χειραφέτησης των ανθρώπων.

Οι ξεσηκωμοί, οι ανταρσίες, οι συγκρούσεις ιστορικά δεν είχαν ανάγκη από το διαδίκτυο για να συμβούν. Σήμερα, όμως, εξ αιτίας του διαδικτύου, δεν αποτελούν ένα τοπικό, απομονωμένο φαινόμενο. Τα ηλεκτρονικά μέσα δικτύωσης αξιοποιούν τις διασυνδέσεις μεταξύ ατόμων που δε γνωρίζονται μεταξύ τους, για να τα ενώσουν υπό τα ιδεολογήματα μιας κοινής κουλτούρας και μιας ομοιόμορφης πρακτικής.

Τα ηλεκτρονικά μέσα μπορούν πολύ εύκολα να δράσουν ως πολλαπλασιαστές των κινημάτων, επειδή διασπείρουν την πληροφορία άμεσα, ανέξοδα και με γεωμετρική πρόοδο. Για παράδειγμα, οι

αντιεξουσιαστικές συμπεριφορές, μόλις κοινοποιηθούν σε αυτά, γίνονται παραδειγματικές, αποκτούν εγκυρότητα, νομιμοποιούνται και δίνουν στο χρήστη την αίσθηση πως ανήκει σε έναν παγκόσμιο επαναστατικό χώρο, πως μετέχει μιας φρενίτιδας που δύσκολα το κράτος με την πενιχρή τεχνολογική κατάρτιση αντιμετώπιζει. Η έννομη τάξη δεν μπορεί ποτέ να προβλέψει την επόμενη κίνηση ή να προλάβει το σχεδιασμό του επόμενου χτυπήματος. Ο κόσμος του διαδικτύου είναι ασύνορος και ως τέτοια είναι και η αντίληψη των νέων για τον πραγματικό χώρο.

Το διαδίκτυο ως μέσο εμπορικής επικοινωνίας εδραιώνει τη θέση του ως το κυρίαρχο μέσο διαφήμισης και επικοινωνίας. Κατ' αρχάς οι χρήστες του internet αυξάνονται σε αριθμό και ταυτοχρόνως αναλώνουν πολύ χρόνο σε αυτό, πολύ πιθανό εις βάρος άλλων μέσων μαζικής επικοινωνίας, όπως η τηλεόραση και ο ημερήσιος και περιοδικός τύπος. Η σημασία του internet για το μάρκετινγκ είναι μεγάλη όχι μόνο επειδή κάποιοι αγοράζουν προϊόντα σε αυτό, αλλά επειδή η καταναλωτική συμπεριφορά ακόμα περισσότερων επηρεάζεται από την πληροφόρηση που βρίσκουν στο internet.<sup>50</sup>

Τα πλεονεκτήματα του internet ως εμπορικό μέσο επικοινωνίας είναι τα εξής:

- Υποστηρίζει αμφίδρομη επικοινωνία με τις εφαρμογές.
- Έχει συνεχή παρουσία των σελίδων και των διαφημίσεων
- Υπάρχει ασύγχρονη επικοινωνία.
- Έλλειψη περιορισμών τόπου και απόστασης.
- Είναι δυναμικό μέσο επικοινωνίας που επιτρέπει αλλαγές, προσθήκες και διορθώσεις πληροφοριών στιγμιαία και με μικρό κόστος
- Παρέχει δυνατότητα χρήσης πολυμέσων, συνδυάζοντας κείμενο, ήχο, σταθερή και κινούμενη εικόνα.
- Παρέχει δυνατότητα για εξατομικευμένο μάρκετινγκ (one-to-one marketing).
- Παρέχει δυνατότητα μέτρησης της ανταπόκρισης του δέκτη και της αποτελεσματικότητας της επικοινωνίας.

Τα μειονεκτήματα του internet ως εμπορικό μέσο επικοινωνίας είναι τα εξής:

- Η έκθεση στο μέσο είναι αποτέλεσμα προσωπικής επιλογής του καταναλωτή.
- Οι χρήστες δεν αντιπροσωπεύουν το γενικό πληθυσμό.

---

<sup>50</sup> Βλαχοπούλου, Μ. (2003), E-Marketing, Αθήνα: Rosili,

- Το internet έχει περιορισμένο κοινό σε σχέση με άλλα ηλεκτρονικά μέσα μαζικής ενημέρωσης και ειδικά σε σχέση με την τηλεόραση, η οποία προσεγγίζει σχεδόν το σύνολο του πληθυσμού.
- Το internet ως μέσο μαζικής επικοινωνίας είναι κατακερματισμένο.

Διαφήμιση και Προώθηση μέσω Internet. Με τον παγκόσμιο ιστό πληροφοριών (world wide web) και τις υπόλοιπες υπηρεσίες του internet, όπως είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και οι ομάδες ειδήσεων, οι υπεύθυνοι της διαφήμισης αποκτούν μια νέα δυνατότητα. Μπορούν πλέον να διατηρήσουν στοιχεία της παραδοσιακής επικοινωνίας και διαφήμισης, όπως είναι η μαζικότητα ως προς την προσέγγιση του κοινού, αλλά και να καινοτομήσουν δίνοντας εναλλακτικές λύσεις σε πολύπλοκες αποφάσεις, όπως για παράδειγμα αυτές που αφορούν στην επιλεκτικότητα του κοινού.

Οι διαφημιστές ήταν από τους πρώτους υπέρμαχους του internet, αγκαλιάζοντας γρήγορα την διττή υπόσχεση του internet για παγκόσμια σύγκλιση και κατά άτομο στόχευση (one-to-one targeting). Βέβαια αυτό δεν αποτέλεσε ιδιαίτερη έκπληξη, μιας και οι διαφημιστές ανέκαθεν χρησιμοποιούσαν ως εργαλείο διαφήμισης και προώθησης οποιοδήποτε μέσο προβολής για να εκθέσουν το μήνυμά τους στα βλέμματα των δυνητικών πελατών.<sup>51</sup>

Μάλιστα, η διαφήμιση και προώθηση μέσω internet αποτέλεσε την πρώτη επιτυχημένη ιστορία αυτού του νέου μέσου, πολύ πριν την εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce). Το internet πολύ γρήγορα έγινε ένα σημαντικό κανάλι επικοινωνίας για εκείνες τις επιχειρήσεις που επεδίωκαν να προσθέσουν τη διαφήμιση και προώθηση μέσω του internet στις καμπάνιες μάρκετινγκ που ήδη περιελάμβαναν την τηλεόραση, το ραδιόφωνο και τις έντυπες καταχωρήσεις.<sup>52</sup>

Διαφήμιση μέσω internet ή διαφορετικά on-line διαφήμιση είναι το είδος της διαφήμισης που χρησιμοποιεί αποκλειστικά ως μέσο επικοινωνίας και προβολής το internet και πιο συγκεκριμένα το βασικό εργαλείο του internet, τον παγκόσμιο ιστό πληροφοριών (world wide web). Ορίζεται ως ο κάθε μορφής πληρωμένος χώρος σε έναν ιστότοπο (website) ή σε ένα e-mail που χρησιμεύει για εμπορική επικοινωνία και μπορεί να αποσκοπεί στην ενίσχυση της μάρκας στην αγορά (brand building) ή να προσπαθεί να προκαλέσει την άμεση αντίδραση του καταναλωτή (direct-response advertising).

*Εξελιγμένες Τεχνικές Internet Μάρκετινγκ.* Η διαφήμιση και προώθηση μέσω internet υλοποιείται με διάφορους τρόπους, γι' αυτό και έχει δημιουργήσει μια σειρά νέων εννοιών που σχετίζονται κυρίως με τις τεχνικές που υπάρχουν στη διάθεση των επιχειρήσεων για εκμετάλλευση. Η κυριότερη τεχνική internet μάρκετινγκ είναι η δημιουργία εταιρικού ιστοτόπου (website). Με τον

<sup>51</sup> <http://marketing.info.gr/>

<sup>52</sup> <http://internetmarketingblog.gr/>

όρο εξελιγμένες τεχνικές internet μάρκετινγκ περιγράφεται οποιαδήποτε τεχνική πέραν της δημιουργίας εταιρικού ιστοτόπου (website), η οποία αποσκοπεί στην εκμετάλλευση του internet ως ένα επιπλέον κανάλι προώθησης, προβολής, επικοινωνίας και ενημέρωσης.<sup>53</sup>

Τέτοιες τεχνικές αποτελούν:

α) *To banner ad (διαφήμιση πλαισίου)* είναι ένα μήνυμα με τη μορφή εικόνας (κινούμενης ή μη), η οποία τοποθετείται σε διάφορα σημεία ενός ιστοτόπου για διαφημιστικούς, συνήθως, λόγους. Τα banners αποτελούν τη συνηθέστερη μορφή διαφήμισης στο internet. Τα banners εμφανίστηκαν αρχικά με μηνύματα, όπως “click here” σε έντονα χρώματα. Μετά απέκτησαν κίνηση και εικόνα (animated banners). Σήμερα υπάρχουν interactive banners (π.χ. drop-down menus, check boxes, search boxes) και εξελίσσονται ώστε να υποστηρίζουν συναλλαγές χωρίς μεταφορά σε άλλη σελίδα (transactional banners). Η τεχνολογία των banners έχει εξελιχθεί και πλέον ενσωματώνουν ήχο και κινούμενη εικόνα.<sup>54</sup>

β) *Διαφημίσεις κουμπιού*. Η τεχνική των button ads (διαφημίσεων κουμπιού) είναι στην ουσία μια εικόνα, η οποία αποτελεί ένα δεσμό με κάποια ενέργεια ή διεύθυνση του internet. Τα buttons αποτελούν έναν απλό σύνδεσμο της συγκεκριμένης σελίδας με το διαφημιζόμενο ιστότοπο (website) και έχουν τη μορφή ενός μικρού κουμπιού ή μιας εικόνας (κινούμενης ή στατικής). Συνήθως παίζουν υποστηρικτικό ρόλο σε διαφημίσεις με banners ή εμφανίζονται στις σελίδες κάποιου χορηγού και συνδέουν αυτές τις σελίδες με τον κυρίως ιστότοπο (website) του χορηγού. Στην ουσία τα button ads πρόκειται για banners, τα οποία παραπέμπουν στη σελίδα του διαφημιζόμενου (click-through).

γ) *Διαζευκτικά μηνύματα* Τα interstitials (διαζευκτικά μηνύματα) είναι διαφημίσεις που εμφανίζονται στην οθόνη του χρήστη, καθώς φορτώνεται η κεντρική σελίδα. Αποκαλούνται, επίσης, pop-up windows, splash screens ή intermercials. Τα interstitials μοιάζουν στην τηλεοπτική διαφήμιση στο ότι διακόπτουν τη βασική δραστηριότητα του δέκτη του μηνύματος. Το μέγεθός τους κυμαίνεται από κάλυψη μικρού τμήματος έως πλήρη κάλυψη της οθόνης του χρήστη. Η εξέλιξή τους επιτρέπει την ενσωμάτωση πολυμέσων.

δ) *Link ή hyperlink (δεσμός)* είναι οποιαδήποτε παραπομπή ή εφαρμογή μέσα σε μια ιστοσελίδα, η οποία κατόπιν επιλογής (click) μεταφέρει το χρήστη σε κάποιο άλλο σημείο, εσωτερικά ή εξωτερικά. Τα links αυτά μπορεί να είναι είτε λέξεις είτε εικόνες. Τα links (δεσμοί) αποτελούν λέξεις, οι οποίες συνδέονται με τους αντίστοιχους ιστότοπους (websites), στων οποίων τα προϊόντα, υπηρεσίες ή επιχειρήσεις αναφέρονται. Πολλές φορές οι ιστότοποι (websites) υψηλής

---

<sup>53</sup> Πασχόπουλος, Αρσένης (2003), «Αξιοποίηση του Web-Marketing για την Προώθηση των Πωλήσεων: Προώθηση στο Διαδίκτυο», Πρόγραμμα ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, 1 η Έκδοση, Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας του Υπουργείου Ανάπτυξης

επισκεψιμότητας αποτελούν τμήμα του διαφημιστικού πακέτου –η σύνδεση δηλαδή των συγκεκριμένων λέξεων με τους αντίστοιχους ιστότοπους (websites), όπου αυτές εμφανίζονται–, ενώ αλλού αποτελούν απλώς μια προσπάθεια του δημιουργού για παροχή περισσότερων πληροφοριών στο κοινό του.

ε) *Διαδραστικές εφαρμογές και παιχνίδια.* Υπάρχουν και ορισμένες πιο εξειδικευμένες προσπάθειες που αντικαθιστούν αυτές τις παθητικές κινούμενες εικόνες με διαδραστικές εφαρμογές και παιχνίδια (interactive applications και games). Μέσα στο μικρό χώρο του banner, ο διαφημιστής καλεί τον χρήστη να παίξει ένα παιχνίδι, το οποίο στο τέλος θα τον οδηγήσει στον στοχευόμενο διαφημιστικό ιστότοπο (website) ή τον προτρέπει να χρησιμοποιήσει μια μίνι εφαρμογή, τα αποτελέσματα της οποίας θα εμφανιστούν στον αντίστοιχο ιστότοπο (website) της επιχείρησης.

στ) *Ιστότοποι προώθησης.* Ο ιστότοπος (website) μίας επιχείρησης δεν αποτελεί το μόνο χώρο προώθησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών της. Πολλές φορές ένα προϊόν (ή ακόμη και μια εκδήλωση σχετιζόμενη με κάποιο προϊόν) απαιτεί εντονότερη και ανεξάρτητη προβολή. Έτσι, δημιουργούνται ξεχωριστοί ιστότοποι (websites) με δικές τους αυτόνομες διευθύνσεις (π.χ. [www.όνομαπροϊόντος.gr](http://www.όνομαπροϊόντος.gr)), από όπου προβάλλεται το προϊόν και κοινοποιούνται όλες οι σχετικές με αυτό ειδήσεις.

ζ) *Ομάδες συζητήσεων και πίνακες μηνυμάτων.* Η αυξανόμενη δημοτικότητα των διαδικτυακών κοινοτήτων (on-line communities) αποτελεί φαινόμενο άξιο προσοχής, καθότι τέτοιες κοινότητες μπορούν να αποτελέσουν ένα ιδιαίτερα αποτελεσματικό εργαλείο μάρκετινγκ. Οι διαδικτυακές κοινότητες είναι ιδεατοί χώροι, όπου οι καταναλωτές έχουν την ευκαιρία να επικοινωνούν μεταξύ τους και με την επιχείρηση, ανταλλάσσοντας νέα τους, εμπειρίες, γνώμες και ιδέες σε ένα περιβάλλον δημιουργημένο από την ίδια την επιχείρηση. Για παράδειγμα, η Nescafe προσέφερε παλαιότερα ένα ιδεατό café για τις συναντήσεις των μελών της, ενώ η Heineken ένα μπαρ. Η επικοινωνία πραγματοποιείται είτε μέσω chat rooms (δωμάτια συζητήσεων) σε πραγματικό χρόνο, είτε με ασύγχρονες συζητήσεις μέσω newsgroups και message boards (ομάδες συζητήσεων και πίνακες μηνυμάτων). Τα chat rooms ελκύουν με τον αυθορμητισμό των συζητήσεων και την απροσδόκητη εξέλιξή τους, ενώ οι ασύγχρονες συζητήσεις προσφέρουν τη δυνατότητα πιο ώριμων και εμπεριστατωμένων απαντήσεων και μεγαλύτερη επέμβαση της επιχείρησης.

η) *Δωμάτια Συζητήσεων.* Τα chat rooms (δωμάτια συζητήσεων) είναι προγράμματα επικοινωνίας των χρηστών. Πρόκειται για εφαρμογές οι οποίες επιτρέπουν σε διάφορους χρήστες να επικοινωνούν μεταξύ τους σε πραγματικό χρόνο μέσω γραπτών μηνυμάτων. Μπορούν να συμμετέχουν δύο ή περισσότερα άτομα και η σύνδεση μπορεί να είναι είτε απευθείας μεταξύ των

χρηστών είτε μέσω κάποιου διακομιστή (server), ο οποίος λειτουργεί ως κόμβος σύνδεσης και ανταλλαγής των μηνυμάτων.

θ) *Τα δωρεάν δείγματα.* Το internet προσφέρεται για διανομή δωρεάν δειγμάτων σε ψηφιοποιημένα προϊόντα (π.χ. λογισμικό, κείμενο, μουσική), τα οποία μπορούν να φορτωθούν στον υπολογιστή του χρήστη. Είναι σημαντικό να υπάρχει εστίαση στα άτομα που έχουν υψηλή πιθανότητα να γίνουν πελάτες στο μέλλον αγοράζοντας το προϊόν, ή σε άτομα που η γνώμη τους επηρεάζει τις αγοραστικές αποφάσεις άλλων.

ι) *Προγράμματα επιβράβευσης.* Όπως και στη συμβατική αγορά, τα award programs (προγράμματα επιβράβευσης) παρέχουν κίνητρο στον καταναλωτή για να παραμείνει πελάτης της επιχείρησης. Τα μέλη ενός προγράμματος επιβράβευσης συνήθως κερδίζουν πόντους σε κάθε αγορά τους ή επίσκεψή τους στον ιστότοπο (website), οι οποίοι εξαργυρώνονται σε δωρεάν προϊόντα και υπηρεσίες.

ια) *Διαγωνισμοί.* Οι διαγωνισμοί (contests) και οι κληρώσεις είναι αρκετά συνήθεις μέθοδοι προώθησης στο internet. Χρησιμοποιούνται κυρίως για τη δημιουργία κίνησης στον ιστότοπο (website). Η τεχνική των διαγωνισμών αρχικά θεωρείται ότι υιοθετείται για να δημιουργήσει θόρυβο γύρω από την επωνυμία της επιχείρησης. Στη συνέχεια όμως μπορεί να αποτελέσει ένα έξυπνο τρόπο για ταυτόχρονη ενημέρωση των επισκεπτών γύρω από τα προϊόντα/ υπηρεσίες της επιχείρησης. Αποτελούν, δηλαδή, ένα εργαλείο για να “έρθουν” οι δυνητικοί πελάτες στον ιστότοπο (website).

ιβ) *Μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.* Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) είναι η συχνότερη δραστηριότητα των χρηστών του internet και όπως το συμβατικό ταχυδρομείο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για διαφήμιση και επικοινωνία. Πολλές επιχειρήσεις θεώρησαν τη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ως τον πλέον φθινό και ενδεδειγμένο τρόπο να αγγίξουν υποψήφιους πελάτες/ χρήστες. Αντλώντας ηλεκτρονικές διευθύνσεις από το internet απέστειλαν μαζικά διαφημιστικά μηνύματα με τα προϊόντα και τη διεύθυνση του ιστοτόπου (website) τους. Όμως, η τυφλή και χωρίς την άδεια χρήσης της ηλεκτρονικής διεύθυνσης του παραλήπτη πρακτική, γνωστή ως spam ή spamming, ξεσήκωσε πολλές διαμαρτυρίες εκ μέρους των παραληπτών της καμπάνιας και εγκαταλείφθηκε από τις περισσότερες επιχειρήσεις. Το permitted e-mail marketing είναι μία τεχνική μάρκετινγκ που επιτρέπει σε μία επιχείρηση την εκμετάλλευση της δημοφιλέστερης υπηρεσίας του internet, του e-mail, προκειμένου να ενημερώνει τους πελάτες της (ή όποιους άλλους έχουν εκδηλώσει ενδιαφέρον) σχετικά με τις δραστηριότητες της επιχείρησης.

ιγ) *Ηλεκτρονικά νέα* Τα e-Newsletters αποτελούν ένα χαμηλού κόστους μέσο που μπορεί να συμβάλει αποτελεσματικά στη συχνότερη επικοινωνία με τους πελάτες, με απώτερο σκοπό τη στενότερη σχέση με αυτούς και την αύξηση των πωλήσεων. Αναφερόμαστε εδώ στη δωρεάν



συνδρομητική αποστολή ηλεκτρονικών νέων της επιχείρησης σε άτομα που έχουν δώσει οικειοθελώς την ηλεκτρονική τους διεύθυνση στην επιχείρηση (opt-in e-Newsletters).

ιδ) *Δικτυακές ενημερωτικές διαφημίσεις.* Τα web advertorials (δικτυακή ενημερωτική διαφήμιση) είναι κείμενα διαφημιστικού περιεχομένου, τα οποία έχουν τη μορφή κανονικού άρθρου στα πλαίσια μιας ηλεκτρονικής έκδοσης. Αποτελούν πληρωμένες καταχωρήσεις σε διάφορους δικτυακούς τόπους με τη μορφή άρθρων που αναφέρονται σε συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες ή διαφημίσεις. Συνήθως, συνοδεύονται από αντίστοιχα διαφημιστικά banners ή buttons και πάντα περιλαμβάνουν links, δηλαδή δεσμούς υπερσύνδεσης (hyperlinks) με τους αντίστοιχους ιστότοπους (websites).

ιε) *Χορηγίες Επιχειρήσεων,* που υποστηρίζουν οικονομικά έναν ιστότοπο (website) ή συνεργάζονται με την επιχείρηση που τον έχει διαφημίζονται με άμεσο ή έμμεσο τρόπο. Οι χορηγίες (sponsorships) μπορεί να είναι αποτελεσματικός τρόπος επικοινωνίας με το στοχευόμενο κοινό. Το διαφημιστικό μήνυμα διοχετεύεται αναμειγμένο με το κύριο περιεχόμενο του ιστοτόπου (website), και δίνει την εντύπωση ότι ο ιστότοπος (website) επιδοκιμάζει τα προϊόντα του διαφημιζόμενου. Τέτοια προβολή, παραδείγματος χάριν, επιτυγχάνεται με προνομιακή μεταχείριση του χορηγού στους οδηγούς αγοράς μεγάλων μηχανών αναζήτησης. Ανάλογη πρακτική ακολουθείται και στα άλλα μέσα μαζικής ενημέρωσης, όπου εμμέσως προβάλλονται κάποια προϊόντα, όπως συμβαίνει συχνά μέσα στα ρεπορτάζ αγοράς των περιοδικών.<sup>55</sup>

Επικεντρώνοντας, αρχικά, όσον αφορά τα οφέλη, το διαδίκτυο συμβάλλει, τόσο στην ψυχαγωγία, όσο και στην εκπαίδευση και την μάθηση των νέων, αφού, αφενός μέσω των ποιοτικών ηλεκτρονικών παιχνιδιών, όπως για παράδειγμα το σκάκι, παρέχεται η δυνατότητα για ανάπτυξη των δεξιοτήτων και τα ταλέντων τους, και αφετέρου, με τα εκπαιδευτικά και επιμορφωτικά ηλεκτρονικά προγράμματα, οι νεαροί άνθρωποι μπορούν να λάβουν επιπλέον γνώσεις, διευρύνοντας παράλληλα τους ορίζοντές τους.

Επίσης, μέσω του διαδικτύου αναπτύσσονται και πιο πρακτικοί τομείς, οι οποίοι θα καταστήσουν ευκολότερη την καθημερινότητά τους, κάτι που μπορεί να γίνει μέσω των διαφόρων προγραμμάτων αρχειοθέτησης και ταξινόμησης εγγράφων, αλλά και επεξεργασίας κειμένων.

Ακόμα, οι νέοι χρησιμοποιώντας ως εργαλείο το διαδίκτυο μπορούν να εξοικειωθούν με αυτό, και παράλληλα, να εγκλιματιστούν στο πνεύμα της εποχής. Εκτός όμως από αυτό, θα βοηθηθούν,

---

<sup>55</sup> Δημητριάδης, Σ. & Μπάλας, Γ. (2003), Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Μάρκετινγκ, 1 η Έκδοση, Αθήνα: Rosili,

ώστε στο μέλλον να έχουν καλύτερες δυνατότητες και περισσότερα προσόντα, χαρακτηριστικά που θα τους καταστήσουν καταλληλότερους για την ανάληψη καίριων θέσεων εργασίας.

Ακόμη ένα στοιχείο που σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να διαφύγει της προσοχής, είναι πως με το διαδίκτυο παρέχονται ίσες ευκαιρίες στον τομέα της κατάκτησης της γνώσης προς όλους, άρα και προς τους νέους, αφού σήμερα η συντριπτική πλειοψηφία αυτών διαθέτει τα μέσα για την πρόσβαση στο διαδίκτυο, λαμβάνοντας ταυτόχρονα υπόψη πως το χρηματικό αντίτιμο για αυτήν την πρόσβαση είναι πλέον ελάχιστο.

Μία ακόμη δυνατότητα που προσφέρεται είναι η ευκαιρία πραγματοποίησης εξ αποστάσεως μαθημάτων, όπου μέσω μίας διαδικτυακής σύνδεσης ανάμεσα στα σχολεία και στους μαθητές ή στους φοιτητές, μπορούν ακόμα και οι νέοι, οι οποίοι κατοικούν σε παραμεθόριες περιοχές να φοιτήσουν σε εκπαιδευτικά κέντρα και ιδρύματα κεντρικών πόλεων.

Παρόλα αυτά, δεν πρέπει να αγνοούνται και οι σοβαρότατοι κίνδυνοι, οι οποίοι εγκυμονούνται από την χρήση του διαδικτύου. Έτσι, είναι σημαντικό να κατανοηθεί πως έχουν παρατηρηθεί σωματικά, αλλά και ψυχολογικά προβλήματα από την πολύωρη χρήση του διαδικτύου, καθώς, τόσο τα μάτια, όσο και η σπονδυλική στήλη, επιπονούνται αφόρητα.

Παράλληλα, η άμετρη χρήση του εργαλείου αυτού μπορεί να οδηγήσει, τόσο στην αποξένωση και την απομάκρυνση των ανθρώπων, στην χαλάρωση των ανθρώπινων σχέσεων και την αποπροσωποποίηση της ανθρώπινης επαφής, όσο και στην έγκλειση στην εικονική πραγματικότητα και στην ανάπτυξη μίας στάσης παθητικότητας, αδιαφορίας, αλλά και αδράνειας απέναντι στην πραγματική ζωή και τα προβλήματά της.<sup>56</sup>

Επιπροσθέτως, οι νέοι μέσω του διαδικτύου κινδυνεύουν να χάσουν στοιχεία της προσωπικής τους ταυτότητας και φυσιογνωμίας, αφού δεν καλλιεργείται ο γραφικός τους χαρακτήρας και δεν αναπτύσσεται η φαντασία τους. Εκτός αυτών, οι νέοι εξοικειώνονται με έναν εύκολο τρόπο πρόσληψης της γνώσης και των διάφορων πληροφοριών, κάτι που οδηγεί στην καλλιέργεια ενός αισθήματος αποστροφής προς κάθε μορφή πνευματικού μόχθου.

Τέλος, κίνδυνοι του διαδικτύου είναι επίσης, αφενός η δυνατότητα πρόσβασής τους σε ιστοσελίδες χαμηλού ποιοτικού περιεχομένου και υποκουλτούρας, όπως για παράδειγμα πορνογραφικών προγραμμάτων, αλλά και μύησης στα τυχερά παιχνίδια, και αφετέρου η πλήση εγκεφάλου που υφίστανται από διάφορες πολιτικές ή/και θρησκευτικές οργανώσεις, κάτι που έχει

---

<sup>56</sup> <https://www.thebest.gr/article/260863>

σαν αποτέλεσμα την υιοθέτηση αρνητικών προτύπων, τόσο συμπεριφοράς και δράσης, όσο και ιδεολογίας.

Είναι, επομένως, σημαντικό να κατανοηθούν όλα τα παραπάνω, αφού η ανάγκη εύρεσης τρόπων αντιμετώπισης, προκειμένου να βρεθεί η χρυσή τομή και να αναχαιτιστεί το φαινόμενο του κινδύνου των νέων από το διαδίκτυο. Χρειάζεται να αποφευχθούν οι υπερβολές, τόσο στον χρόνο, όσο και στον τρόπο χρήσης του διαδικτύου, να επιβληθεί αυστηρός έλεγχος στην ποιότητα των διακινούμενων προγραμμάτων και να γίνει προσπάθεια, ώστε τα ηλεκτρονικά προγράμματα που θα απευθύνονται στους νέους να καλλιεργούν την κριτική σκέψη, την φαντασία και την αυτοβουλία τους, και να ενθαρρύνουν την επαφή τους με το βιβλίο.

### **2.3 Ο ρόλος της πανδημίας covid-19 στη χρήση του διαδικτύου**

---

Ο COVID-19 είναι μια μολυσματική ασθένεια που προκαλείται από έναν πρόσφατα ανακαλυφθέντα κορωνοϊό όπου οι περισσότεροι άνθρωποι που αρρωσταίνουν από τον ιό εμφανίζουν από ήπια έως μέτρια συμπτώματα και θα αναρρώσουν χωρίς ειδική θεραπεία. Πολλοί όμως συνάνθρωποί μας με υποκείμενα νοσήματα όταν προσβληθούν από τον ιό, πεθαίνουν. Ο ιός που προκαλεί το COVID-19 μεταδίδεται κυρίως μέσω σταγονιδίων που δημιουργούνται όταν ένα μολυσμένο άτομο βήχει, φτερνίζεται ή εκπνέει.

Προληπτικά μέτρα αποτροπής της μόλυνσης από τον Sars-CoV-2 περιλαμβάνουν τη κοινωνική αποστασιοποίηση, την απομόνωση, τον αερισμό των εσωτερικών χώρων, την κάλυψη του προσώπου μας με μάσκες όπου και αν βρισκόμαστε έξω από το σπίτι, το πλύσιμο των χεριών μας και την αποφυγή της επαφής με το πρόσωπό μας αν δεν έχουμε πλύνει τα χέρια μας.<sup>57</sup>

Η πανδημία αυτή έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται την αξία της καθημερινότητας και έχει αναμφισβήτητα οδηγήσει σε πολλές και σημαντικές αλλαγές της καθημερινότητας.

Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει ασφαλώς ο αναγκαστικός εγκλεισμός της πανδημίας. Βιώνοντας μια νέα πραγματικότητα, μια ζωή μαζί με τον κορωνοϊό είναι ένα γεγονός, από αυτά που λένε οι επιστήμονες, το πιθανότερο σενάριο είναι να υπάρχει στην ζωή μας από εδώ και πέρα.

---

<sup>57</sup> <https://eody.gov.gr/neos-koronaios-covid-19/>

Δεν είναι δηλαδή κάτι που για 1-2 χρόνια θα μας ταλαιπωρήσει και μετά όλα καλά. Ήρθε για να μείνει. Τους καλοκαιρινούς μήνες θα μειώνονται τα κρούσματα (η εμπειρία από άλλους ιούς δείχνει ότι μετά τους 28-30°C εξασθενούν) και θα αυξάνονται ξανά τους χειμερινούς.

Επίσης, σύμφωνα πάντα με τις οδηγίες των ειδικών, εάν κάποιος νοσήσει θα πρέπει να μείνει σπίτι του για να μην μεταδώσει τον ιό. Ενώ κάποιος υγιής, ιδιαίτερα εάν ανήκει σε ευπαθή ομάδα πληθυσμού, καλό είναι να αποφεύγει την πολυκοσμία και την επαφή με άλλους ανθρώπους. Όσο δηλαδή μένουμε μέσα – τόσο το καλύτερο. Βέβαια με τους εμβολιασμούς η κατάσταση θα βελτιωθεί.

Την καίρια σημασία της **ψηφιακής συνδεσιμότητας** στην καθημερινή ζωή ανέδειξε η πανδημία. Δεν είναι τυχαίο ότι τόσο στη χώρα μας, όσο και σε άλλες χώρες παγκοσμίως, κατά τη διάρκεια της καραντίνας, όπως αναφέρουν παράγοντες της αγοράς, παρουσιάστηκε έκρηξη της ζήτησης υπηρεσιών φωνής, δεδομένων internet και Messaging, στην προσπάθεια να διατηρηθεί ‘ζωντανή’ η ανθρώπινη επαφή και να συνεχίσει απρόσκοπτα να λειτουργεί η οικονομία.

Ενδεικτικά, σύμφωνα με μελέτη της EY σε 9 χώρες (Ιταλία, Καναδάς, Ρουμανία, Ισπανία, ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο, Ταϊλάνδη, Ελλάδα και Ινδία), η αρχική φάση του lockdown του Μαρτίου 2020, προκάλεσε, απότομη αύξηση της κίνησης δεδομένων στα δίκτυα έως και 70%.<sup>58</sup>

Στη χώρα μας, το 2020, παρουσιάστηκε ιδιαίτερα υψηλή αύξηση των όγκων, κυρίως στα δεδομένα (περίπου 66%), αλλά και στα λεπτά ομιλίας (περίπου 6%), λόγω της παραμονής στο σπίτι και της ανάγκης για συνδεσιμότητα.<sup>59</sup>

Οπότε, γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι περνούν από εδώ και πέρα μεγαλύτερο μέρος της ζωής τους στο σπίτι. Όλο και περισσότερη ώρα βρίσκονται μπροστά στην οθόνη του υπολογιστή και με την πανδημία το φαινόμενο εντείνεται: Οι οικογενειακές συγκεντρώσεις γίνονται μέσω τηλεδιάσκεψης και όχι διά ζώσης, η κουβέντα με ένα φιλικό ζευγάρι διεξάγεται στο **messenger** και όχι στην τραπεζαρία, όπως παλιά. Ακόμη και οι εκτός γραφείου δραστηριότητες μεταφέρονται πλέον στο διαδίκτυο, από τις **online αγορές** μέχρι την επιλογή **μουσικής σε streaming** και η κουβέντα με φίλους ή περίπου φίλους στα **social media**.

Αφού οι άνθρωποι είναι μέσα στο σπίτι και έχουν απαγορευτεί οι έξοδοι (πχ. για φαγητό) σημαίνει αυτόματα ότι το **delivery** φαγητού έχει αυξηθεί. Το **Online-shopping** επίσης έχει αυξηθεί σημαντικά. Με το πάτημα ενός κουμπιού και χωρίς να βγούμε έξω μην κολλήσουμε (ή μεταδώσουμε) τον ιό έχουμε τα πάντα στην πόρτα μας. Έτσι, πολλά καταστήματα μετατράπηκαν σε **e-shops**, δηλαδή σε ηλεκτρονικά καταστήματα και για τη λειτουργία του εμπορίου χάρη σε ψηφιακές εφαρμογές, όπως το **click-away**, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τις δυσμενείς οικονομικές

<sup>58</sup> <https://www.consilium.europa.eu/el/policies/coronavirus/covid-19-travel-and-transport/>

<sup>59</sup> <https://mindigital.gr/>

συνθήκες λόγω της πανδημίας και να μπορέσουν να επιβιώσουν πουλώντας τα προϊόντα τους στους πελάτες.

Από την άλλη πλευρά οι εταιρείες υπηρεσιών **courier** έχουν αυξηθεί κατακόρυφα εξ αιτίας του τεράστιου όγκου εργασίας τους λόγω αύξησης της ζήτησης των αγαθών με την παράδοση του «πόρτα πόρτα»

Στο ίδιο μήκος κύματος με τα παραπάνω, έχουν αυξηθεί οι παραγγελίες από τα **online-supermarket** για παράδοση της “τσάντας με τα ψώνια” στο σπίτι. Οι άνθρωποι μπορούν δηλαδή να παραγγείλουν διάφορα προϊόντα –ρύζι, μακαρόνια κλπ και να τα έχουν στο σπίτι – χωρίς να χρειάζεται να επισκεφτούν τα supermarket με τον κίνδυνο να εκτεθούν στον ιό. Μέχρι προσφάτως, το **delivery από supermarket** υπήρχε κυρίως στις μεγάλες πόλεις. Χρησιμοποιούσαν την υπηρεσία αυτή κυρίως ηλικιωμένοι που δεν μπορούσαν να βγουν έξω. Αυτό γίνεται τώρα και από μικρότερες ηλικίες να χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία αυτή σε super-market ή mini-market.

Μένοντας στο σπίτι υπάρχει βέβαια και η ανάγκη για **ψυχαγωγία**. Η ανάγκη για **home entertainment** έχει αυξηθεί κατακόρυφα. Τηλεοράσεις με μεγάλες οθόνες, **smart tvs, home cinemas, play station, tablets, laptops**, κ.α βρίσκονται πλέον σε κάθε σπίτι. Επίσης, οι συνδρομές σε **Netflix, Nova, Cosmote tv**, κλπ. έχουν και αυτές εκτοξευθεί.

Με το κλείσιμο των Πανεπιστημίων και άλλων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, ΚΕΚ, ΙΕΚ κλπ., αλλά και των δομών της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης (νηπιαγωγεία και δημοτικά) και των δομών της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (γυμνάσια και λύκεια) εισήχθη στην καθημερινότητα των παιδιών και των εφήβων η **τηλεκπαίδευση**. Μία μορφή ελεύθερης εκπαίδευσης στην οποία δεν απαιτείται ο εκπαιδευτής και οι εκπαιδευόμενοι να βρίσκονται στον ίδιο τόπο. Ο εκπαιδευτής επικοινωνεί με τους εκπαιδευόμενους με κάποιο μέσο αμφίδρομης επικοινωνίας σύγχρονης ή ασύγχρονης.<sup>60</sup>

Μέσω του δικτύου υπολογιστών ο εκπαιδευτικός μπορεί να αποστείλει τέτοιες πληροφορίες ψηφιακής μορφής στους εκπαιδευόμενους μαθητές οι οποίοι βρίσκονται σε μακρινές αποστάσεις. Το δίκτυο υπολογιστών είναι ένα μέσο επικοινωνίας σύγχρονης ή ασύγχρονης. Αυτό το μέσο μπορεί να συνδυαστεί και με άλλα μέσα επικοινωνίας όπως είναι η αμφίδρομη τηλεόραση (**interactive TV, ITV**) ή η **τηλεδιάσκεψη με φωνή (audio)** και **εικόνα (video)** μέσω του Internet. Προγράμματα όπως το **CU-SeeMe, NetMeeting, ClassPoint** μπορούν να χρησιμοποιηθούν για μετάδοση video και audio σε πραγματικό χρόνο.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> <http://e-learning.sch.gr/>

<sup>61</sup> <https://www.sch.gr/tag/τηλεδιάσκεψη>

Με το δίκτυο υπολογιστών σε μία **τηλεδιάσκεψη** πολλών καθηγητών - εκπαιδευτών μπορούν να γίνονται παρουσιάσεις κειμένων εικόνων, γραφικών και ήχου, να σχεδιάζονται παρουσιάσεις μαθημάτων με πολυμέσα (**multimedia courses**). Τα πολυμέσα παρουσιάζουν στον υπολογιστή κείμενα, προγράμματα software, εικόνες video και ήχου και με αυτά μπορεί να σχεδιαστεί εκπαιδευτικό λογισμικό (**educational software**). Στην εκπαίδευση εξ αποστάσεως χρησιμοποιούνται αυτά τα μέσα επικοινωνίας σε συνδυασμό μεταξύ τους ώστε να υπάρξει όσο το δυνατόν καλύτερη καθοδήγηση των εκπαιδευόμενων. "Ο όρος **Distributed Education**, σημαίνει τον συνδυασμό τεχνολογιών μετάδοσης πληροφοριών για διδασκαλία και μάθηση" <sup>62</sup>

Η εξάπλωση της πανδημίας ώθησε την Ελλάδα να πραγματοποιήσει το δικό της ψηφιακό άλμα. Έδωσε μία πολύ μεγάλη ευκαιρία για να εξελιχθεί η χώρα μας σε ένα σύγχρονο ψηφιακό κράτος, το οποίο υποχρεώθηκε να υλοποιήσει ψηφιακές εφαρμογές προκειμένου να αντιμετωπίσει τις συνέπειες του Covid-19.

Εν μέσω της πανδημίας, το κράτος στις αρχές του 2020 προκειμένου οι πολίτες - που δεν ήταν δυνατή η αυτοπρόσωπη παρουσία τους στις διάφορες υπηρεσίες - να έχουν πρόσβαση σε εκατοντάδες υπηρεσίες του δημοσίου σε ηλεκτρονικά έγγραφα και πιστοποιητικά, τέθηκε σε εφαρμογή η **ψηφιακή πύλη του Δημοσίου**, που ξεκίνησε τη λειτουργία της από το Μάρτιο κι αποτελεί «θεμέλιο» της δημόσιας διοίκησης, απαριθμώντας 724 ηλεκτρονικές υπηρεσίες με δυνατότητα να φτάσει τις 1.000. <sup>63</sup>

Τέθηκε παράλληλα σε λειτουργία από το υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης η εφαρμογή του **gov.gr** για κινητά τηλέφωνα (iOS και Android). Πρόκειται για έναν «ψηφιακό χαρτοφύλακα» με πολλαπλές λειτουργίες, μέσω του οποίου οι πολίτες αποκτούν τη δυνατότητα να διεκπεραιώνουν συναλλαγές με το κράτος και να αποστέλλουν έγγραφα και πιστοποιητικά ηλεκτρονικά. <sup>64</sup>

Η εφαρμογή του gov.gr για κινητά τηλέφωνα ακολουθεί την ίδια φιλοσοφία με την πλατφόρμα της Ενιαίας Ψηφιακής Πύλης. Η βασική λειτουργία παραμένει η ηλεκτρονική έκδοση εγγράφων. Παράλληλα, παρέχονται υπηρεσίες όπως η βεβαίωση του γνησίου υπογραφής για εξουσιοδοτήσεις και υπεύθυνες δηλώσεις. Η είσοδος στην εφαρμογή του gov.gr γίνεται με τη χρήση των κωδικών **Taxisnet** ή **web banking**.

---

<sup>62</sup> <https://ejournals.epublishing.ekt.gr/index.php/openjournal/article/viewFile/22800/19866>

<sup>63</sup> <http://www.opengov.gr/digitalandbrief/?p=2142>

<sup>64</sup> <https://www.infocom.gr/2020/12/22/episimi-mobile-efarmogi-gov-gr-leitourgia-data-gov-gr/52900>

Η εφαρμογή «**infogov**» είναι πλέον διαθέσιμη στα λειτουργικά συστήματα «android» και «ios». Στόχος της εφαρμογής είναι να ενημερώνει τους πολίτες για τις πρωτοβουλίες και δράσεις της κυβέρνησης και παράλληλα να αποτελέσει πηγή πληροφοριών για θέματα που απασχολούν τους πολίτες.

### **Η εφαρμογή περιέχει τις ακόλουθες κατηγορίες:**

- Κοινωνική Αλληλεγγύη & Πρόνοια
- Παιδεία
- Υγεία
- Ανάπτυξη & Οικονομία
- Εργασία & Κοινωνική Ασφάλιση
- Περιβάλλον & Ενέργεια, Αγροτική Ανάπτυξη
- Πολιτισμός & Αθλητισμός
- Δημόσια διοίκηση & Αυτοδιοίκηση
- Άλλα Θέματα

Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν σε ποια/ες από τις παραπάνω κατηγορίες θεμάτων θέλουν να ενημερώνονται μέσω αυτόματων ειδοποιήσεων, ενεργοποιώντας την αντίστοιχη επιλογή «**notification**» για την κάθε κατηγορία. <sup>65</sup>

Άλλη σημαντική εφαρμογή που υποστηρίζει το gov.gr είναι η **ηλεκτρονική συνταγογράφηση**. Οι γιατροί και οι φαρμακοποιοί χρησιμοποιούν την εφαρμογή ηλεκτρονικής καταχώρησης και εκτέλεσης συνταγών φαρμάκων. Για την εγγραφή στην υπηρεσία απαιτούνται οι προσωπικοί κωδικοί πρόσβασης στο Taxisnet. <sup>66</sup>

Τα Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών (ΚΕΠ) προσφέρουν σημαντικές υπηρεσίες προς τους πολίτες που παρέχονται **on line**, αυτές είναι: <sup>67</sup>

### **Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες ΟΑΕΔ**

1. Βεβαίωση χρόνου ανεργίας (τρέχουσα κατάσταση)
2. Βεβαίωση χρόνου ανεργίας για προηγούμενο χρονικό διάστημα
3. Βεβαίωση ανεργίας για την παροχή ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης σε ανέργους ηλικίας έως 29 ετών

<sup>65</sup> <https://www.efka.gov.gr/el/infogov>

<sup>66</sup> <https://www.gov.gr/ipiresies/ugeia-kai-pronoia/epaggelmaties-ugeias/elektronike-suntagographese>

<sup>67</sup> <http://www.kep.gov.gr/portal/page/portal/kep/>

4. Βεβαίωση εξατομικευμένης προσέγγισης
5. Βεβαίωση επιδοτούμενης ανεργίας
6. Βεβαίωση συμμετοχής σε δράσεις συμβουλευτικών υπηρεσιών
7. Βεβαίωση οικονομικών συναλλαγών
8. Ανανέωση Δελτίου ανεργίας
9. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο βοήθημα ανεργίας αυτοτελώς και ανεξαρτήτως απασχολούμενων ΕΤΑΠ-ΜΜΕ
10. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο βοήθημα ανεργίας αυτοτελώς και ανεξαρτήτως απασχολούμενων ΟΑΕΕ
11. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο ειδική παροχή προστασίας της μητρότητας
12. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο ειδικό βοήθημα λόγω επίσχεσης εργασίας
13. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο ειδικό βοήθημα μετά από τρίμηνη παραμονή στα μητρώα ανέργων
14. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο ειδικό βοήθημα μετά τη λήξη της τακτικής επιδότησης λόγω ανεργίας
15. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο ειδικό βοήθημα σε όσους εξέτισαν ποινή στερητική της ελευθερίας
16. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο επίδομα μακροχρόνιων ανέργων
17. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο επίδομα νεοεισερχόμενων στην αγορά εργασίας (ΕΣΠΑ)
18. Εκδήλωση ενδιαφέροντος συμμετοχής στο συμπληρωματικές παροχές μητρότητας

### **Παραγγελία ΦΕΚ σε έντυπη μορφή από το Εθνικό Τυπογραφείο**

1. Εισιτήριο Ελεύθερης Πρόσβασης σε Υπηρεσίες Πρωτοβάθμιας Φροντίδας Υγείας  
Χορήγηση Επιδόματος Κατανάλωσης Πετρελαίου Θέρμανσης  
Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες NAT
2. Βεβαίωση ύψους Μηνιαίων Αποδοχών Κύριας και Επικουρικής
3. Ενημερωτική Εκτύπωση Βεβαίωσης για φορολογική χρήση
4. Συγκεντρωτικά Εκκαθαριστικά Σημειώματα Εξαμήνου

### **Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες Υπουργείου Οικονομικών**

1. Έκδοση ηλεκτρονικού παραβόλου (e-Παράβολο)
2. Αποδεικτικό Φορολογικής Ενημερότητας
3. Χορήγηση Επιδόματος Κατανάλωσης Πετρελαίου Θέρμανσης
4. Έκδοση αντιγράφου ποινικού μητρώου

### **Ασφαλιστικές Ενημερότητες ΙΚΑ-ΕΤΑΜ**

1. Βεβαίωση μη Οφειλής – Ασφαλιστικής Ενημερότητας



2. Βεβαίωση Οφειλής

### **Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες ΟΓΑ – Αγροτικής Εστίας ΛΑΕ**

1. Βεβαιώσεις Συντάξεων ΟΓΑ για Φορολογική Χρήση
2. Αίτηση Προγραμμάτων Αγροτικής Εστίας
3. Καταχώρησης Κράτησης Δωματίου για τα Προγράμματα Κοινωνικού και Ιαματικού Τουρισμού ΛΑΕ/ΟΓΑ
4. Βεβαίωση Οικογενειακών Επιδομάτων για Φορολογική χρήση

### **Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες ΟΑΕΕ**

1. Βεβαίωση Εισφορών
2. Βεβαίωση Αποδοχών
3. Τριμηνιαίο Ενημερωτικό Σημείωμα Συντάξεων

### **Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες ΕΛΓΑ**

1. Βεβαίωση καταβολής εισφορών υπέρ ΕΛ.Γ.Α.
2. Ασφαλιστική ενημερότητα
3. Βεβαίωση καταβολής αποζημιώσεων ΕΛ.Γ.Α. και Κ.Ο.Ε.
4. Βεβαίωση καταβολής αποζημιώσεων φυτικής παραγωγής
5. Βεβαίωση καταβολής αποζημιώσεων ζωικού κεφαλαίου
6. Ανάλυση καταβολής εισφορών υπέρ ΕΛ.Γ.Α.
7. Βεβαίωση Αποδοχών Ανταποκριτή (για συνεργάτες ΕΛΓΑ)
8. Βεβαίωση Αποδοχών Οριοδείκτη (για συνεργάτες ΕΛΓΑ)
9. Ανάλυση Αποδοχών Ανταποκριτή (για συνεργάτες ΕΛΓΑ)

### **Μητρώο Κοινωνικής Ασφάλισης (ΑΜΚΑ)**

1. Τροποποίηση Στοιχείων – Ενημέρωση υπάρχοντος ΑΜΚΑ
2. Απόδοση νέου ΑΜΚΑ
3. Έκδοση βεβαίωσης ΑΜΚΑ

### **Ηλεκτρονική Κατάθεση Δελτίου Απογραφής Στρατευσίμων**

1. Βεβαιώσεις Εθνικού Δημοτολογίου
2. Χορήγηση βεβαίωσης γέννησης
3. Χορήγηση βεβαίωσης ιθαγένειας
4. Χορήγηση βεβαίωσης οικογενειακής κατάστασης

## 5. Χορήγηση βεβαίωσης οικογενειακής κατάστασης για ΟΓΑ

### Εκλογές

1. Αίτηση ετεροδημότη
2. Αίτηση εκλογέα κατοίκου εξωτερικού

Οι ανωτέρω ψηφιακές εφαρμογές βελτιώνουν τη δυνατότητα ταυτοποίησης του πολίτη στα πολλαπλά μητρώα του Δημοσίου, κάτι που οδηγεί στη μείωση της γραφειοκρατίας, άρα σε καλύτερη, ταχύτερη και πιο αποδοτική παροχή υπηρεσιών από το Δημόσιο προς τον πολίτη.<sup>68</sup>

Επίσης, έχει καταγραφεί αύξηση της παραγωγικότητας στη δημόσια διοίκηση λόγω μείωσης του κόστους παροχής υπηρεσιών και επικοινωνίας με το κοινό, υπάρχει καλύτερος συντονισμός ανάμεσα στους φορείς λόγω χρήσης κοινών προτύπων, υφίσταται καλύτερη αξιοποίηση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών και παρέχεται η δυνατότητα νέων υπηρεσιών.

Από την άλλη πλευρά έχουν καταγραφεί θετικά οι ποιοτικότερες υπηρεσίες για πολίτες και επιχειρήσεις, λόγω της μείωσης του χρόνου εξυπηρέτησης και της αύξησης της ασφάλειας και της ακεραιότητας των δεδομένων.<sup>69</sup>

Κατά τη διάρκεια των περιορισμών κυκλοφορίας αναφορικά με τον COVID-19, οι χρήστες του διαδικτύου μπόρεσαν να πραγματοποιήσουν πληρωμές, ενώ οι τράπεζες ήταν κλειστές, μέσω των διαδικτυακών συστημάτων πληρωμής τις λεγόμενες online συναλλαγές μέσω **e-banking**.<sup>70</sup>

Έτσι, η πανδημία COVID-19 ανάγκασε τις διάφορες Κυβερνήσεις να κάνουν διοικητικές μεταρρυθμίσεις αναφορικά με τις διαδικασίες πληρωμών τους. Ο στόχος των κυβερνήσεων με αυτές τις διοικητικές μεταρρυθμίσεις είναι να αυξήσουν την ηλεκτρονική κατάθεση φόρων και να μειώσουν τις επιπτώσεις που έχει η μετάδοση της πανδημίας του COVID-19.<sup>71</sup>

Η **τηλεργασία** εφαρμόστηκε εσπευσμένα λόγω της πανδημίας στο δημόσιο τομέα, αλλά όπως φαίνεται πρόκειται να αποτελέσει μια μόνιμη θεσμική κατοχύρωση, η οποία μπορεί να διευκολύνει και στη βελτίωση της παραγωγικότητας και της απόδοσης αλλά και της αυτονομίας του προσωπικού.

---

<sup>68</sup> <https://mindigital.gr/archives/885>

<sup>69</sup> <http://www.idika.gr/>

<sup>70</sup> <https://www.hellasdirect.gr/blog/e-banking-lockdown-trapezikes-sinallages/>

<sup>71</sup> <https://www.capital.gr/epikairoτητα/3449826/allazoun-ta-panta-stis-sunallages-me-to-dimosio>

Αντικείμενο προτεινόμενου νόμου είναι η δημιουργία ενός ενιαίου και σύγχρονου θεσμικού πλαισίου για την εφαρμογή της τηλεργασίας στις δημόσιες υπηρεσίες, τόσο σε κανονικές συνθήκες όσο και σε συνθήκες κρίσης (π.χ. COVID-19).<sup>72</sup>

Υποχρεωτική τηλεργασία στο μέγιστο δυνατό ποσοστό εφαρμόζεται και για τις ιδιωτικές επιχειρήσεις που βρίσκονται σε περιοχές πολύ αυξημένου κινδύνου, εφόσον συνάδει προς τη φύση των καθηκόντων, ανεξαρτήτως εάν αφορά ευάλωτη/αυξημένου κινδύνου ομάδα, προβλέπει η Κοινή Υπουργική Απόφαση (ΚΥΑ) σχετικά με τα έκτακτα μέτρα προστασίας της δημόσιας υγείας από τον κίνδυνο περαιτέρω διασποράς του κορονοϊού COVID-19 στο σύνολο της Επικράτειας.<sup>73</sup>

Αντίθετα με τις θετικές αναφορές που παρουσιάστηκαν πιο πάνω, ένα από τα μειονεκτήματα της ψηφιακής χρήσης είναι το γεγονός ότι πολλοί άνθρωποι, κυρίως ηλικιωμένοι, δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο. Παράλληλα, οι πλείστοι ηλικιωμένοι ανήκουν στις ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού, και δυστυχώς δεν μπορούν να αξιοποιήσουν την εφαρμογή αυτή. Επίσης, αποτελεί μειονέκτημα το ότι και τα άτομα ειδικών ομάδων (ΑΜΕΑ) δεν μπορούν να έχουν άμεση επαφή και επικοινωνία με τις υπάρχουσες ψηφιακές εφαρμογές, ώστε να εξυπηρετηθούν και να ζητήσουν περαιτέρω συμβουλές ή βοήθεια.<sup>74</sup>

Άλλη παράμετρος που θα πρέπει να τονιστεί είναι τα μειονεκτήματα των εφαρμογών της τηλεεκπαίδευσης και της τηλεκατάρτισης. Συχνά εμφανίζεται η εξής δυσκολία: "η παρεμβολή του μέσου προκαλεί μεταβολές στη διαδικασία μετάδοσης της πληροφορίας και στην οργάνωση της επικοινωνίας." Δηλαδή η ανθρώπινη επικοινωνία μεταβάλλεται με την παρεμβολή του μέσου." (Peraya, 1994). Ο Peraya θεωρεί ότι "καθηγητές και σχεδιαστές της ύλης μαθημάτων που είχαν εξασκηθεί να διδάσκουν σε διδασκαλία πρόσωπο με πρόσωπο. δεν μπορούσαν να σχεδιάσουν ικανοποιητικά το περιεχόμενο μαθημάτων στην εκπαίδευση από απόσταση γιατί από τα γραπτά κείμενα παρέλειπαν ορισμένες πληροφορίες που είχαν συνηθίσει να τις λένε προφορικά στην τάξη" (Peraya, 1994).

Άλλο μειονέκτημα καταγράφεται η έλλειψη σωστού εκπαιδευτικού περιεχομένου. Υπάρχουν πολλά στοιχεία που αποδεικνύουν ότι κάποιες παλιές μέθοδοι εκπαίδευσης που έχουν αποτύχει στο παρελθόν, εξακολουθούν ακόμη να εφαρμόζονται και συχνά να καλύπτονται κάτω από το όνομα "εκπαίδευση μέσω υπολογιστή" και να διαφημίζονται σαν μέθοδοι της "σύγχρονης επανάστασης των υπολογιστών" ή της "μεγάλης Λεωφόρου των Πληροφοριών."

<sup>72</sup> <https://www.taxheaven.gr/news/50589/ypoxrewtikh-h-thlergasia-sto-40-twn-ergazomenwn>

<sup>73</sup> <https://www.ieidiseis.gr/ellada/item/82993-allazei-i-tilergasia-ston-idiotiko-tomea>

<sup>74</sup> <https://hellenicus.lib.aegean.gr/handle/11610/12742>

Παραδείγματος χάριν, πολλοί άνθρωποι φαίνεται να πιστεύουν ότι όλα τα μαθήματα αλλά και όλα τα διαγωνίσματα, οι γραπτές εξετάσεις και τα τεστ, μπορούν να παραδίδονται με ηλεκτρονικό τρόπο μέσα από τον υπολογιστή. Αυτό θα μπορούσε να παρακάμψει την ανάγκη να υπάρχουν οι δάσκαλοι. Σχηματίζεται η εσφαλμένη εντύπωση ότι οι δάσκαλοι, όπως και άλλοι που προσφέρουν τις επαγγελματικές υπηρεσίες τους στην εκπαίδευση ολοένα και περισσότερο παύουν να είναι απαραίτητοι στις νέες εκπαιδευτικές διαδικασίες και υποβαθμίζεται ο ρόλος τους στο προσεχές μέλλον.

Είναι αναγκαίο να προσεχθεί ότι, συχνά, η εκπαίδευση που προσφέρεται από ηλεκτρονικά μέσα είναι χαμηλής ποιότητας, είναι υποβαθμισμένη και οδηγεί τα άτομα σε απομόνωση. Ένας από τους λόγους που συμβαίνει αυτό είναι ότι οι μεγάλες εταιρίες παραγωγής λογισμικού (software) χωρίς να έχουν την κατάλληλη πείρα και τις απαραίτητες γνώσεις ασχολούνται με τη σχεδίαση "εκπαιδευτικού λογισμικού (**educational software**).". Οι προγραμματιστές και οι καλλιτέχνες γραφικών με υπολογιστές γράφουν συνήθως μόνοι τους το εκπαιδευτικό λογισμικό (educational software), χωρίς να συμμετέχουν στο σχεδιασμό του δάσκαλοι ή κάποιοι άνθρωποι που έχουν σχέση με την εκπαίδευση.<sup>75</sup>

Επιπλέον, η εμπορευματοποίηση στις εκπαιδευτικές διαδικασίες εισάγει άλλους κινδύνους. Όπως είναι αναμενόμενο, η τεχνολογία υπολογιστών θα χρησιμοποιηθεί σε μεγάλη κλίμακα για να παραδίδονται ηλεκτρονικά ορισμένες υπηρεσίες. Αυτό, όμως θα ανοίξει το δρόμο για να πάρουν τον έλεγχο της εκπαίδευσης κάποιες οικονομικές εταιρίες που έχουν αυξημένες πιθανότητες να επιβληθούν και να ασκήσουν επιρροή στο χώρο της εκπαίδευσης όπως ακριβώς συμβαίνει σήμερα με τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων που κατευθύνονται από τα οικονομικά συμφέροντα των επιχειρήσεων.<sup>76</sup>

Ωστόσο, η τεχνολογία της επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί για να βελτιωθούν οι εκπαιδευτικές διαδικασίες ώστε τα εκπαιδευτικά συστήματα να γίνουν πιο ανοιχτά, πιο δίκαια και να δίνουν περισσότερες ευκαιρίες και δυνατότητες στους μαθητές, τους σπουδαστές και γενικότερα στους εκπαιδευόμενους σε όποια εκπαιδευτική βαθμίδα κι αν βρίσκονται.

---

<sup>75</sup> [https://www.greek-language.gr/greekLang/modern\\_greek/bibliographies/edu\\_soft/02.html](https://www.greek-language.gr/greekLang/modern_greek/bibliographies/edu_soft/02.html)

<sup>76</sup> <https://www.antapocrisis.gr/>



### 3.1 Ο σκοπός της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα

---

Η παρούσα έρευνα πρόκειται να μελετήσει και να εξετάσει τη χρήση του διαδικτύου από φοιτήτριες και φοιτητές του Πανεπιστημίου Πατρών, όλων των ειδικοτήτων. Πιο συγκεκριμένα, θα έχει ως σκοπό να καταγράψει τις διαδικτυακές συνήθειες και ασχολίες του φοιτητικού πληθυσμού, να διερευνήσει αν το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο των γονέων, η συχνότητα σύνδεσης και ο χρόνος πρόσβασης επηρεάζουν τη διαδικτυακή χρήση, καθώς και να αποτυπώσει πώς σχετίζεται η χρήση του διαδικτύου με τα κοινωνικά πλαίσια των νέων ατόμων (οικογένεια, φίλοι, πανεπιστήμιο). Επίσης πρόκειται να διερευνήσει τις διαδικτυακές συνήθειες των νέων κατά το χρονικό διάστημα της πανδημίας και των επιβαλλόμενων περιορισμών.

Ο σκοπός αυτός αναλύεται στα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

- Ποια είναι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων;
- Ποιες είναι οι διαδικτυακές συνήθειες και δραστηριότητές τους;
- Ποιοι είναι οι παράγοντες επηρεασμού σε κοινωνικό και συναισθηματικό επίπεδο;
- Ποιες οι χρήσεις του διαδικτύου κατά την πανδημία – covid-19;

### 3.2 Μέθοδος, δείγμα και εργαλείο της έρευνας

---

Η προσέγγιση της παρούσας έρευνας θα πραγματοποιηθεί με τη χρήση της ποσοτικής μεθόδου. Η ποσοτική έρευνα χρησιμοποιεί μετρήσιμα εργαλεία και ως εκ τούτου δίνει έγκυρα αποτελέσματα, διασφαλίζοντας την εγκυρότητα και αξιοπιστία των ευρημάτων και παράγει αριθμητικά δεδομένα, τα οποία μπορούν να οδηγήσουν σε στατιστικές αναλύσεις.<sup>77</sup> Οι έρευνες ποσοτικού χαρακτήρα, στηρίζονται σχεδόν αποκλειστικά σε κλειστές ερωτήσεις, με απαντήσεις προκαθορισμένες από την ερευνήτρια οι οποίες είναι εκ των προτέρων κωδικοποιημένες διευκολύνοντας την ποσοτικοποίηση των στοιχείων. Χρησιμοποιούνται κυρίως όταν χρειάζεται να διαπιστωθούν τα χαρακτηριστικά, οι ικανότητες, καθώς και οι δραστηριότητες συγκεκριμένου πληθυσμού, σε συγκεκριμένο χρόνο και χώρο.<sup>78</sup>

Το δείγμα του πληθυσμού είναι προπτυχιακοί φοιτήτριες και φοιτητές του Πανεπιστημίου

---

<sup>77</sup> Newby, P. (2019), Μέθοδοι έρευνας στην εκπαίδευση, Εκδοτικός οίκος: Πεδίο

<sup>78</sup> Reiner Schnell, Paul B. Hill, Elke Esser, επιστημ. Επιμέλεια: Ναγόπουλος, Ν. & Γκιόσος Ι., (2014), Μέθοδοι εμπειρικής κοινωνικής έρευνας, Εκδόσεις: Προπομπός

Πατρών, όλων των ειδικοτήτων των τμημάτων.

Για τη συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιείται ένα έντυπο ανώνυμο ερωτηματολόγιο, τα δεδομένα του οποίου είναι εύκολο να κωδικοποιηθούν και να επεξεργαστούν. Πιο συγκεκριμένα, το ερωτηματολόγιο θα αποτελείται από τέσσερις θεματικές ενότητες και θα περιλαμβάνει δέκα πέντε (15) ερωτήσεις.<sup>79</sup>

Η πρώτη θεματική ενότητα περιλαμβάνει τέσσερις ερωτήσεις (από 1-4) που αφορούσαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων (φύλο, ηλικία, ειδικότητα σπουδαστή), και στο επίπεδο εκπαίδευσης των γονέων. Οι ερωτήσεις καταγράφουν βασικές πληροφορίες για το δείγμα της έρευνας και εισάγουν με ομαλό τρόπο τις φοιτήτριες και τους φοιτητές στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Η δεύτερη θεματική ενότητα περιλαμβάνει πέντε ερωτήσεις (από 5-9) που καταγράφουν τις διαδικτυακές συνήθειες και δραστηριότητες των ερωτηθέντων.

Η τρίτη θεματική ενότητα περιλαμβάνει πέντε ερωτήσεις (από 10-14) που καταγράφει τους παράγοντες επηρεασμού σε κοινωνικό και συναισθηματικό επίπεδο.

Η τέταρτη θεματική ενότητα περιλαμβάνει δύο ερωτήσεις (από 15-16) που καταγράφει με το πως επηρεάστηκε η χρήση του διαδικτύου λόγω πανδημίας.

Το ερωτηματολόγιο θα συνοδεύεται με μία δήλωση της ερευνήτριας, με σκοπό να ενημερώνει τις φοιτήτριες και τους φοιτητές για τον κύριο σκοπό της έρευνας που πρόκειται να διεξαχθεί. Επίσης, θα τονίζει ότι η συμμετοχή θα είναι ανώνυμη και εθελοντική, με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί ένα κλίμα ασφάλειας, οικειότητας και εμπιστοσύνης.

### 3.3 Ερευνητική διαδικασία

---

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας της Google για κατασκευή ερωτηματολογίων, τον ιστόχωρο «Φόρμες Google» (“Google Forms”)<sup>80</sup> ήταν ανώνυμο και διανεμήθηκε διαδικτυακά στις ομάδες που έχουν δημιουργήσει οι προπτυχιακοί φοιτητές των όλων των τμημάτων του Πανεπιστημίου Πατρών, στις οποίες είναι μέλη.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα από 26 Μαΐου 2021 έως 25 Αυγούστου 2021 σε φοιτητές των τμημάτων του Πανεπιστημίου Πατρών. Συμμετείχαν 67 φοιτητές των

---

<sup>79</sup> Παράρτημα

<sup>80</sup> <https://www.google.com/forms/about/>

τιμημάτων που δέχθηκαν εθελοντικά να συμμετάσχουν στην έρευνα συμπληρώνοντας το αναφερθέν ερωτηματολόγιο.

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την διενέργεια της ανάλυσης των δεδομένων της έρευνας μας ήταν η περιγραφική στατιστική. Η επεξεργασία και η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα IBM SPSS Statistics 28.0.0.0<sup>81</sup> και εκφράστηκαν τα αποτελέσματα σε συχνότητα αλλά και σε ποσοστό έναντι των απαντήσεων που έδωσαν οι φοιτήτριες και οι φοιτητές.

---

<sup>81</sup> <https://www.upatras.gr/it/statistiko-programma-spss>



## Κεφάλαιο 4: Αποτελέσματα της έρευνας

Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 67 φοιτητές, άνδρες και γυναίκες

### ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ

N	Valid	67
	Missing	0

Το πλήθος των απαντήσεων είναι 67.

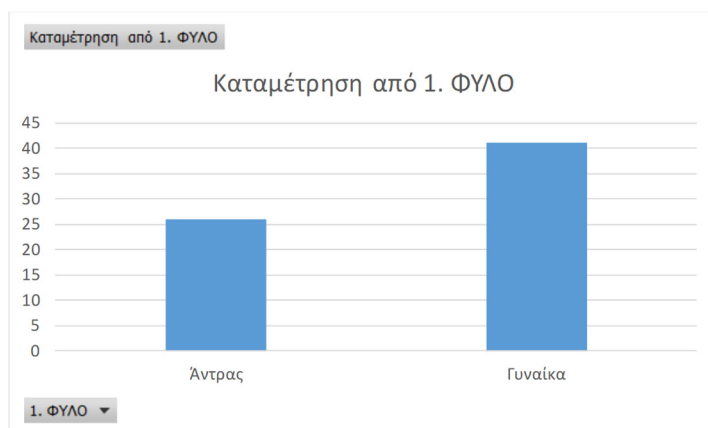
## ΜΕΡΟΣ Α: ΤΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

### ΦΥΛΟ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΑΝΔΡΑΣ	26	38,8	38,8	38,8
	ΓΥΝΑΙΚΑ	41	61,2	61,2	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

### Πίνακας 1: Κατανομή δείγματος ως προς το φύλο

Το δείγμα της έρευνας μας ως προς το *φύλο* αποτελείται από άτομα, 26 άνδρες σε ποσοστό (38,8%) και 41 γυναίκες σε ποσοστό (61,2%), (Πίνακας 1). Τα δεδομένα επιβεβαιώνουν τη πολύ μεγάλη συμμετοχή των γυναικών σε έρευνες.



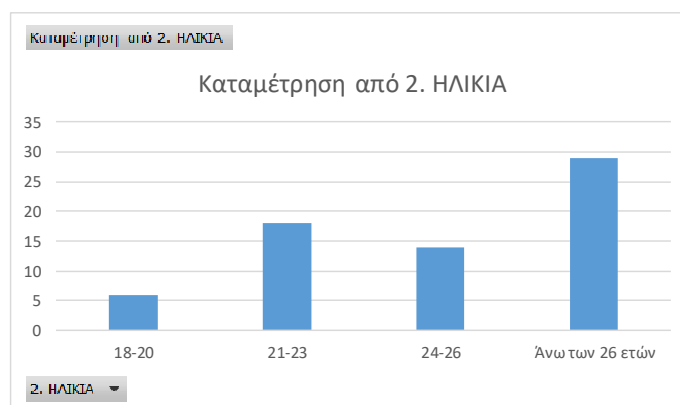
Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 1 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα τα φύλα και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

## ΗΛΙΚΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18 ΕΩΣ 20	6	9,0	9,0	9,0
21 ΕΩΣ 23	18	26,9	26,9	35,8
24 ΕΩΣ 26	17	25,4	25,4	61,2
ΑΝΩ ΤΩΝ 26 ΕΤΩΝ	26	38,8	38,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Πίνακας 2: Κατανομή δείγματος ως προς την ηλικιακή ομάδα**

Η κατανομή των συμμετεχόντων στην έρευνα ως προς την ηλικία παρουσιάζει υψηλή συγκέντρωση στην ηλικιακή ομάδα άνω των 26 ετών σε ποσοστό (38,8%) (Πίνακας 2).



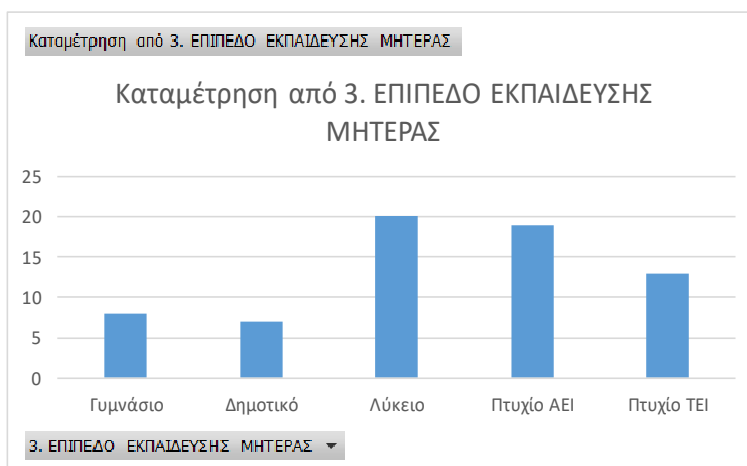
Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 2 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα το εύρος των ηλικιών και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

## ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΜΗΤΕΡΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΔΗΜΟΤΙΚΟ	7	10,4	10,4	10,4
ΓΥΜΝΑΣΙΟ	9	13,4	13,4	23,9
ΛΥΚΕΙΟ	19	28,4	28,4	52,2
ΠΤΥΧΙΟ ΤΕΙ	13	19,4	19,4	71,6
ΠΤΥΧΙΟ ΑΕΙ	19	28,4	28,4	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Πίνακας 3: Κατανομή δείγματος ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης της μητέρας

Όσον αφορά την κατανομή των φοιτητών σε σχέση με το *εκπαιδευτικό επίπεδο των μητέρων* τους, σημαντική παρατήρηση αποτελεί το υψηλό ποσοστό αποφοίτων λυκείου και πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, σε ποσοστό 28,4 % η κάθε εκπαιδευτική βαθμίδα, (Πίνακας 3).



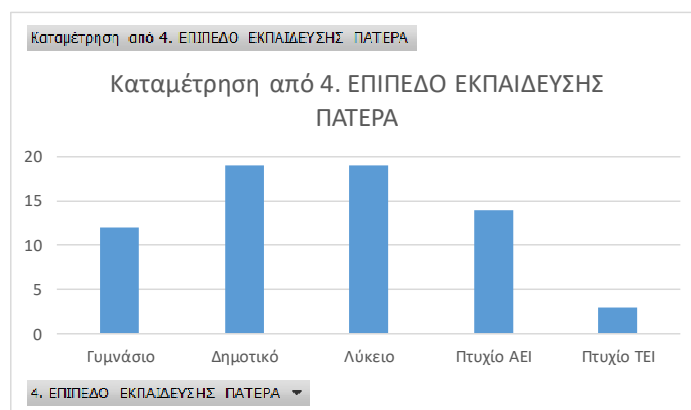
Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 3 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα το εύρος το επίπεδο εκπαίδευσης της μητέρας και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

### ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΠΑΤΕΡΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΔΗΜΟΤΙΚΟ	19	28,4	28,4	28,4
	ΓΥΜΝΑΣΙΟ	13	19,4	19,4	47,8
	ΛΥΚΕΙΟ	18	26,9	26,9	74,6
	ΠΤΥΧΙΟ ΤΕΙ	3	4,5	4,5	79,1
	ΠΤΥΧΙΟ ΑΕΙ	14	20,9	20,9	100,0
Total		67	100,0	100,0	

### Πίνακας 4: Κατανομή δείγματος ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης του πατέρα

Όσον αφορά την κατανομή των φοιτητών σε σχέση με το *εκπαιδευτικό επίπεδο των πατεράδων* τους, παρατηρείτε ότι μεγάλα ποσοστά κατά 28,4 % των πατεράδων είναι απόφοιτοι δημοτικού και κατά 26,9% είναι απόφοιτοι λυκείου, (Πίνακας 4).



Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 4 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα το εύρος το επίπεδο εκπαίδευσης του πατέρα και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

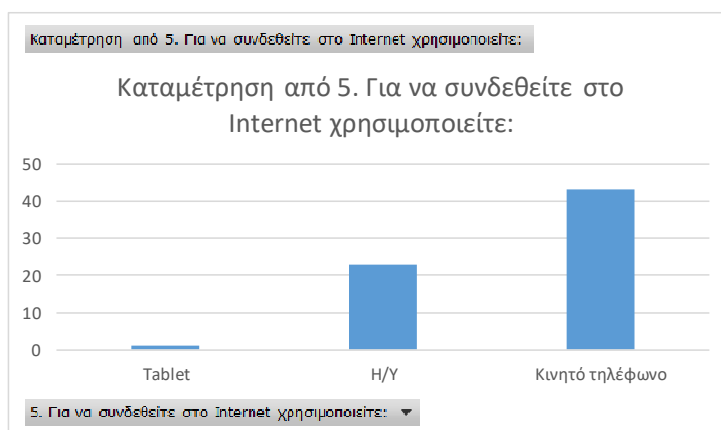
## **ΜΕΡΟΣ Β: ΟΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

### **ΓΙΑ ΝΑ ΣΥΝΔΕΘΕΙΤΕ ΣΤΟ INTERNET ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΗΛΕΚΤΡ ΥΠΟΛΟΓ	23	34,3	34,3	34,3
TABLET	1	1,5	1,5	35,8
ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦ	43	64,2	64,2	100,0
Total	67	100,0	100,0	

#### **Πίνακας 5: Τα μέσα σύνδεσης στο διαδίκτυο**

Ο Πίνακας 5 παρουσιάζει τα μέσα που χρησιμοποιούν οι φοιτητές για να συνδεθούν στο διαδίκτυο. Η πλειοψηφία των φοιτητών χρησιμοποιούν το κινητό τους τηλέφωνο για να συνδέονται στο διαδίκτυο σε ποσοστό 64,2%. Επίσης, σε ποσοστό 34,3% συνδέονται στο διαδίκτυο μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή.



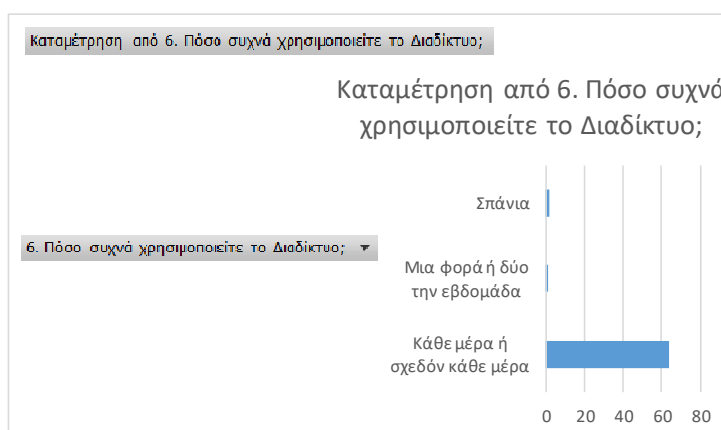
Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 5 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα τα μέσα σύνδεσης στο διαδίκτυο και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

### ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΣΠΑΝΙΑ	2	3,0	3,0	3,0
ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ Ή ΣΧΕΔΟΝ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ	64	95,5	95,5	98,5
ΜΙΑ ΦΟΡΑ Ή ΔΥΟ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	1	1,5	1,5	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Πίνακας 6: Χρήση του διαδικτύου

Ο Πίνακας 6 παρουσιάζει τη *συχνότητα της χρήσης* του διαδικτύου από τους φοιτητές. Το 95,5% των φοιτητριών και φοιτητών χρησιμοποιεί καθημερινά το διαδίκτυο.



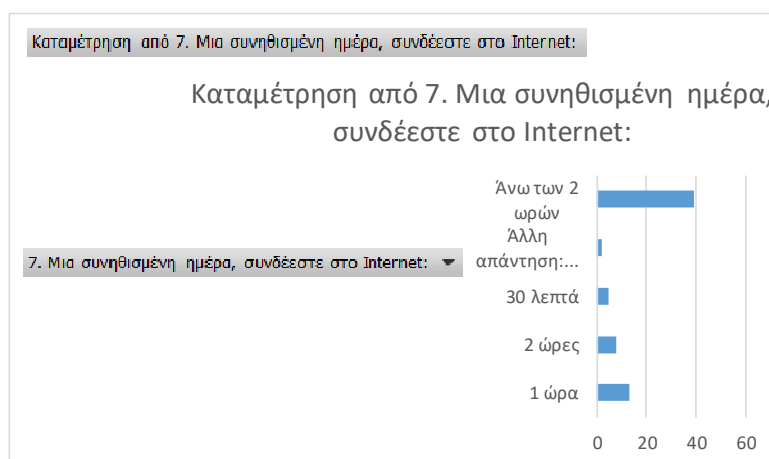
Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 6 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα τη χρήση του διαδικτύου και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

### ΜΙΑ ΣΥΝΗΘΙΣΜΕΝΗ ΗΜΕΡΑ, ΣΥΝΔΕΕΣΤΕ ΣΤΟ INTERNET

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30 ΛΕΠΤΑ	7	10,4	10,4	10,4
	1 ΩΡΑ	13	19,4	19,4	29,9
	2 ΩΡΕΣ	7	10,4	10,4	40,3
	ΑΝΩ ΤΩΝ 2 ΩΡΩΝ	38	56,7	56,7	97,0
	ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕ	2	3,0	3,0	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

### Πίνακας 7: Ημερήσια χρήση διαδικτύου

Ο Πίνακας 7 παρουσιάζει την *καθημερινή χρήση* του διαδικτύου από τους νέους φοιτητές και φοιτήτριες. Διαπιστώνεται ότι σε καθημερινή βάση το 56,7% του συνολικού πληθυσμού χρησιμοποιεί το διαδίκτυο περισσότερων των δύο ωρών.



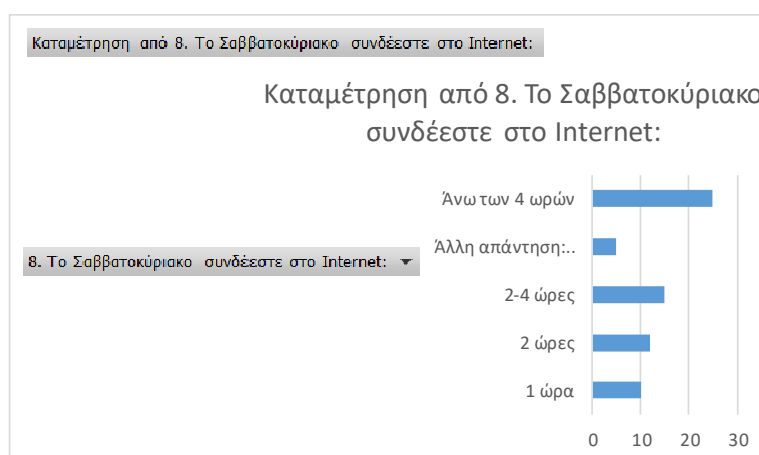
Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 7 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα την καθημερινή χρήση του διαδικτύου και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

## ΤΟ ΣΑΒΒΑΤΟΚΥΡΙΑΚΟ ΣΥΝΔΕΕΣΤΕ ΣΤΟ INTERNET

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 ΩΡΑ	10	14,9	14,9	14,9
	2 ΩΡΕΣ	12	17,9	17,9	32,8
	2 ΕΩΣ 4 ΩΡΕΣ	15	22,4	22,4	55,2
	> 4 ΩΡΩΝ	25	37,3	37,3	92,5
	ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕ	5	7,5	7,5	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

### Πίνακας 8: Η χρήση του διαδικτύου το σαββατοκύριακο

Ο Πίνακας 8 παρουσιάζει τη χρήση του διαδικτύου τα σαββατοκύριακα από τους νέους φοιτητές και φοιτήτριες. Διαπιστώνεται ότι το σαββατοκύριακο ποσοστό 59,7% του συνολικού πληθυσμού χρησιμοποιεί το διαδίκτυο από δύο έως τέσσερις ώρες, τουλάχιστον.



Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 8 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα την χρήση του διαδικτύου τα σαββατοκύριακα και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

## ΓΙΑ ΠΟΙΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΣΥΝΔΕΕΣΤΕ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. ΑΝΑΖΗΤΩ ΠΛΗΡΟΦ ΓΙΑ ΑΚΑΔΗΜ ΘΕΜΑΤΑ	7	10,4	10,4	10,4
	2. ΠΑΙΖΩ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ	1	1,5	1,5	11,9
	3. ΚΑΤΕΒΑΖΩ ΚΑΙ ΒΛΕΠΩ ΤΑΙΝΙΕΣ	1	1,5	1,5	13,4
	4. ΚΑΤΕΒΑΖΩ ΚΑΙ ΒΛΕΠΩ ΤΑΙΝΙΕΣ	6	9,0	9,0	22,4
	5. ΣΕΡΦΑΡΩ ΧΩΡΙΣ ΛΟΓΟ	2	3,0	3,0	25,4
	6. ΣΥΜΜΕΤΕΧΩ ΣΕ ΣΕΛΙΔΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	3	4,5	4,5	29,9
	7. ΣΥΜΜΕΤΕΧΩ ΣΕ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΥΝΟΜΙΛΙΑ	2	3,0	3,0	32,8
	16,00	1	1,5	1,5	34,3
	25,00	2	3,0	3,0	37,3
	37,00	1	1,5	1,5	38,8
	56,00	2	3,0	3,0	41,8
	67,00	1	1,5	1,5	43,3
	134,00	1	1,5	1,5	44,8
	135,00	1	1,5	1,5	46,3
	136,00	1	1,5	1,5	47,8
	137,00	1	1,5	1,5	49,3
	145,00	1	1,5	1,5	50,7
	157,00	2	3,0	3,0	53,7
	167,00	1	1,5	1,5	55,2
	234,00	1	1,5	1,5	56,7
	267,00	1	1,5	1,5	58,2
	345,00	2	3,0	3,0	61,2
	347,00	2	3,0	3,0	64,2
	567,00	1	1,5	1,5	65,7
	1346,00	1	1,5	1,5	67,2
	1567,00	2	3,0	3,0	70,1
	2345,00	1	1,5	1,5	71,6
	2346,00	1	1,5	1,5	73,1
	3456,00	4	6,0	6,0	79,1
	12346,00	1	1,5	1,5	80,6
	34567,00	1	1,5	1,5	82,1



123457,00	1	1,5	1,5	83,6
123467,00	1	1,5	1,5	85,1
123567,00	1	1,5	1,5	86,6
134567,00	3	4,5	4,5	91,0
234567,00	1	1,5	1,5	92,5
1234567,00	5	7,5	7,5	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Πίνακας 9: Λόγοι σύνδεσης στο διαδίκτυο

Ο Πίνακας 9 αποτυπώνει τους λόγους που οι φοιτητές συνδέονται στο διαδίκτυο. Το 10,4% του συνολικού δείγματος συνδέεται στο διαδίκτυο αποκλειστικά με σκοπό να αναζητήσει πληροφορίες για ακαδημαϊκά θέματα.

Το 32,8% δηλώνει μια επιλογή της χρήσης του διαδικτύου, είτε για αναζήτηση ακαδημαϊκών θεμάτων, είτε για διασκέδαση (διαδικτυακά παιχνίδια, μουσική, ταινίες, διάφορα θέματα), είτε συμμετέχει σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, είτε σε διαδικτυακές συνομιλίες.

Το 67,2 % δηλώνει περισσότερες της μίας επιλογής χρήσης του διαδικτύου.

## **ΜΕΡΟΣ Γ: ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΕ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΚΑΙ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ**

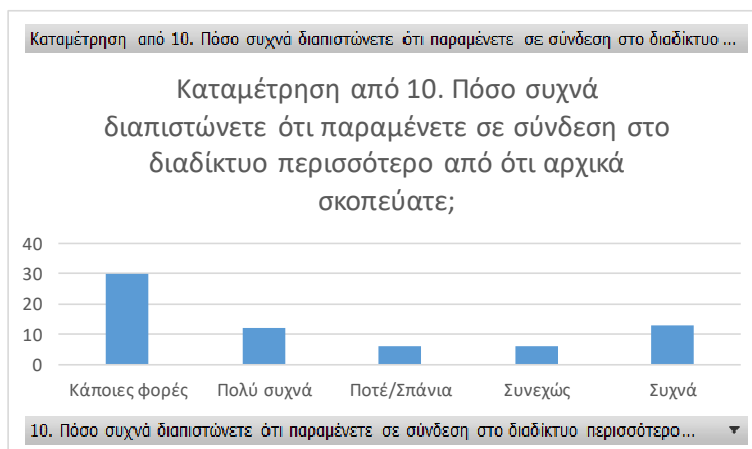
### **ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΔΙΑΠΙΣΤΩΝΕΤΕ ΟΤΙ ΠΑΡΑΜΕΝΕΤΕ ΣΕ ΣΥΝΔΕΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΑΠΟ ΟΤΙ ΑΡΧΙΚΑ ΣΚΟΠΕΥΑΤΕ**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΠΟΤΕ Ή ΣΠΑΝΙΑ	7	10,4	10,4	10,4
ΚΑΠΟΙΕΣ ΦΟΡΕΣ	30	44,8	44,8	55,2
ΣΥΧΝΑ	13	19,4	19,4	74,6
ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	11	16,4	16,4	91,0
ΣΥΝΕΧΩΣ	6	9,0	9,0	100,0
Total	67	100,0	100,0	

### Πίνακας 10: Ακούσια χρήση διαδικτύου

Ο Πίνακας 10 καταγράφει ότι σε ποσοστό 44,8% του δείγματος παραμένει σε σύνδεση στο διαδίκτυο περισσότερο από ότι αρχικά σκόπευε κάποιες φορές. Επίσης, παρατηρείται υψηλό ποσοστό 44,8% του δείγματος να πράττει τα ίδια συνεχώς, συχνά και πολύ συχνά. Μόνο ένα μικρό

ποσοστό της τάξης των 10,4% κοντρολάρει το χρόνο παραμονής του στο διαδίκτυο σε σχέση με την αρχική του εκτίμηση.



Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 10 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα τη συχνότητα παραμονής στο διαδίκτυο και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

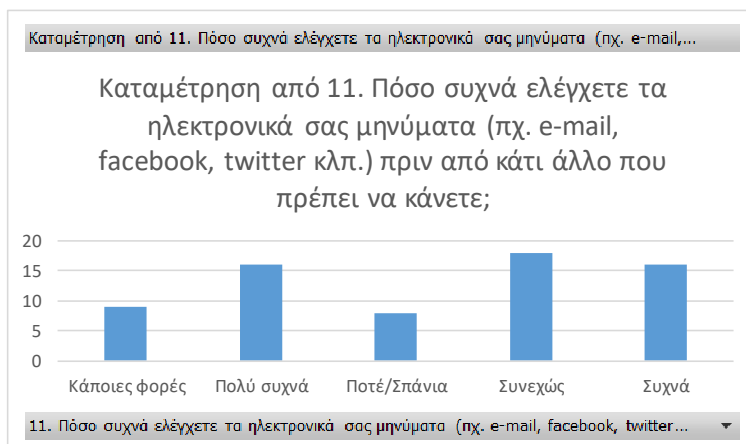
### ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΕΛΕΓΧΕΤΕ ΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΑΣ ΜΗΝΥΜΑΤΑ EMAILS, FACEBOOK, TWITTER ΚΛΠ ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΚΑΤΙ ΑΛΛΟ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΠΟΤΕ Ή ΣΠΑΝΙΑ	8	11,9	11,9	11,9
ΚΑΠΟΙΕΣ ΦΟΡΕΣ	9	13,4	13,4	25,4
ΣΥΧΝΑ	16	23,9	23,9	49,3
ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	16	23,9	23,9	73,1
ΣΥΝΕΧΩΣ	18	26,9	26,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Πίνακας 11: Συχνότητα ελέγχου ηλεκτρονικών μηνυμάτων έναντι σημαντικών εργασιών**

Ο Πίνακας 11 παρουσιάζει τη συχνότητα ελέγχου από τους χρήστες των ηλεκτρονικών μηνυμάτων πριν από οποιαδήποτε εργασία που απαιτεί να πραγματοποιηθεί. Έτσι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό 74,70% συχνά, πολύ συχνά και συνεχώς ελέγχουν τα ηλεκτρονικά τους μηνύματα (e-mails, facebook, twitter κλπ πριν από κάτι άλλο που πρέπει να κάνουν. Μόνο ένα μικρό ποσοστό 11,9%

δίνει προτεραιότητα σε εργασίες και εν ασχολίες που πρέπει να γίνουν παραβλέποντας τη χρήση των ηλεκτρονικών του μηνυμάτων.



Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 11 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα τη συχνότητα ελέγχου ηλεκτρονικών μηνυμάτων έναντι σημαντικών εργασιών και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

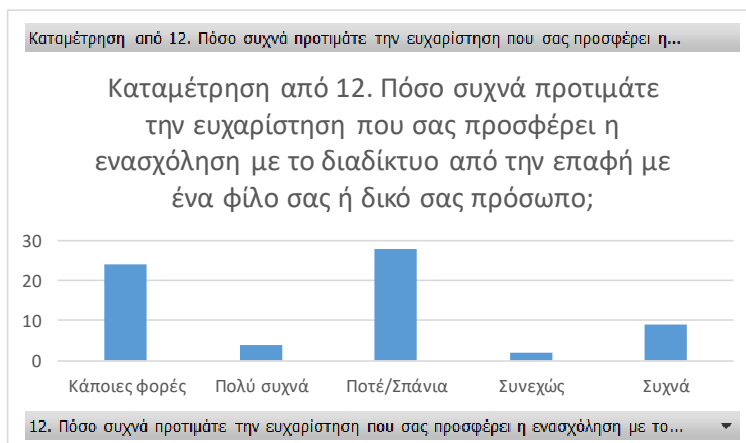
### ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΠΡΟΤΙΜΑΤΕ ΤΗΝ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΣΗ ΠΟΥ ΣΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΑΦΗ ΜΕ ΕΝΑ ΦΙΛΟ ΣΑΣ Ή ΔΙΚΟ ΣΑΣ ΠΡΟΣΩΠΟ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΠΟΤΕ Ή ΣΠΑΝΙΑ	28	41,8	41,8	41,8
	ΚΑΠΟΙΕΣ ΦΟΡΕΣ	24	35,8	35,8	77,6
	ΣΥΧΝΑ	9	13,4	13,4	91,0
	ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	4	6,0	6,0	97,0
	ΣΥΝΕΧΩΣ	2	3,0	3,0	100,0
Total		67	100,0	100,0	

#### Πίνακας 12: Προτίμηση διαδικτύου έναντι διαπροσωπικής επαφής

Ο Πίνακας 12 δείχνει τις προτιμήσεις του δείγματος όσον αφορά την ευχαρίστηση που προσφέρει η διαπροσωπική επαφή έναντι της προτίμησης του διαδικτύου. Μεγάλο ποσοστό 77,6% δηλώνει ότι προτιμάει την επικοινωνία με ένα φιλικό του πρόσωπο παρά το «σερφάρισμα» στο

διαδίκτυο. Το 22,4% (καθόλου μικρό ποσοστό) δείχνει την προτίμησή του για το διαδίκτυο έναντι της διαπροσωπικής επαφής.



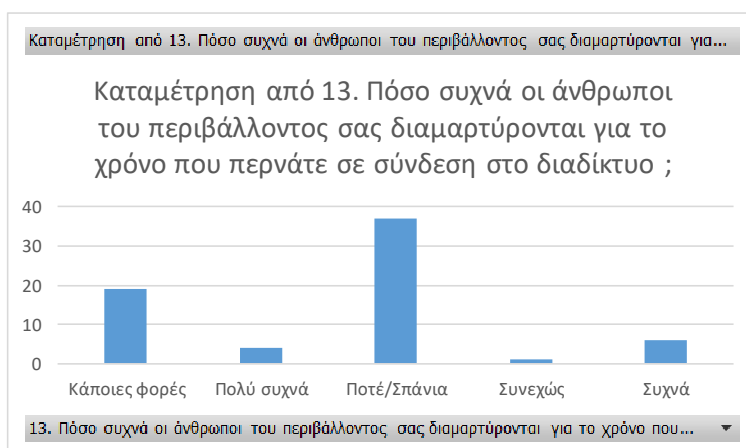
Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 12 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα την προτίμηση διαδικτύου έναντι διαπροσωπικής επαφής και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

### ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟ ΣΑΣ ΔΙΑΜΑΡΤΥΡΟΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΠΟΥ ΠΕΡΝΑΤΕ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΠΟΤΕ Ή ΣΠΑΝΙΑ	38	56,7	56,7	56,7
ΚΑΠΟΙΕΣ ΦΟΡΕΣ	18	26,9	26,9	83,6
ΣΥΧΝΑ	6	9,0	9,0	92,5
ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	4	6,0	6,0	98,5
ΣΥΝΕΧΩΣ	1	1,5	1,5	100,0
Total	67	100,0	100,0	

#### Πίνακας 13: Ενόχληση οικείων για υπέρμετρη χρήση του διαδικτύου

Ο Πίνακας 13 καταγράφει την ενόχληση των οικείων για την υπέρμετρη χρήση του διαδικτύου. Μόνο ποσοστό 16,5% δηλώνεται ότι διαμαρτύρονται οι οικείοι του για το χρόνο που περνάει στο διαδίκτυο. Η συντριπτική πλειοψηφία σε ποσοστό 83,6% δηλώνει τη μη ενόχληση των οικείων τους για υπέρμετρη χρήση του διαδικτύου.



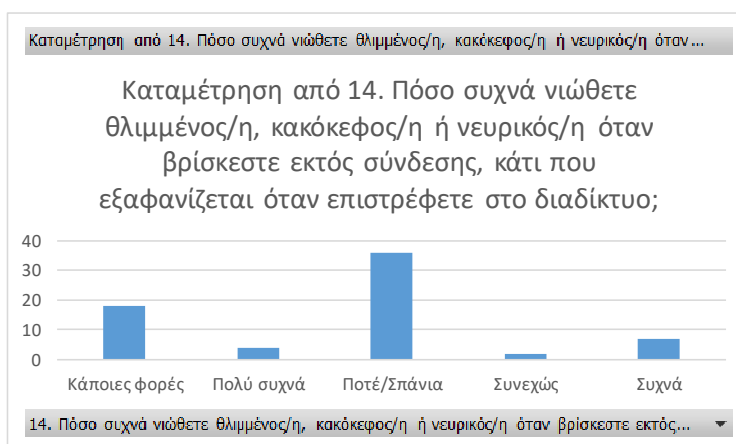
Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 13 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα την ενόχληση οικειών για υπέρμετρη χρήση του διαδικτύου και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

**ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΝΟΙΩΘΕΤΕ ΘΛΙΜΜΕΝΟΣ-Η ΚΑΚΟΚΕΦΟ-Η Ή ΝΕΥΡΙΚΟΣ- Η ΟΤΑΝ ΒΡΙΣΚΕΣΤΕ ΕΚΤΟΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΤΙ ΠΟΥ ΕΞΑΦΑΝΙΖΕΤΑΙ ΟΤΑΝ ΕΠΙΣΤΡΕΦΕΤΕ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΠΟΤΕ Ή ΣΠΑΝΙΑ	36	53,7	53,7	53,7
ΚΑΠΟΙΕΣ ΦΟΡΕΣ	18	26,9	26,9	80,6
ΣΥΧΝΑ	7	10,4	10,4	91,0
ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	4	6,0	6,0	97,0
ΣΥΝΕΧΩΣ	2	3,0	3,0	100,0
Total	67	100,0	100,0	

**Πίνακας 14: Συναισθηματική κατάσταση κατά το χρόνο αποσύνδεσης του διαδικτύου**

Ο Πίνακας 14 αποτυπώνει την συναισθηματική κατάσταση του δείγματος κατά το χρόνο αποσύνδεσής τους από το διαδίκτυο. Ποσοστό 53,7% δηλώνει ότι δεν νοιώθει κακόκεφο, θλιμμένο ή νευρικό όταν δεν μπορεί να συνδεθεί στο διαδίκτυο. Ποσοστό 26,9% δηλώνει ότι κάποιες φορές αισθάνεται άσχημα όταν δεν έχει τη δυνατότητα να συνδεθεί στο διαδίκτυο, ενώ ποσοστό 19,4% δηλώνει πολύ συχνά κακή διάθεση και νευρικότητα, όταν δεν έχει τη δυνατότητα να συνδεθεί στο διαδίκτυο.



Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 14 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα τη συναισθηματική κατάσταση κατά το χρόνο αποσύνδεσης του διαδικτύου και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

## **ΜΕΡΟΣ Δ: ΟΙ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ – COVID-19**

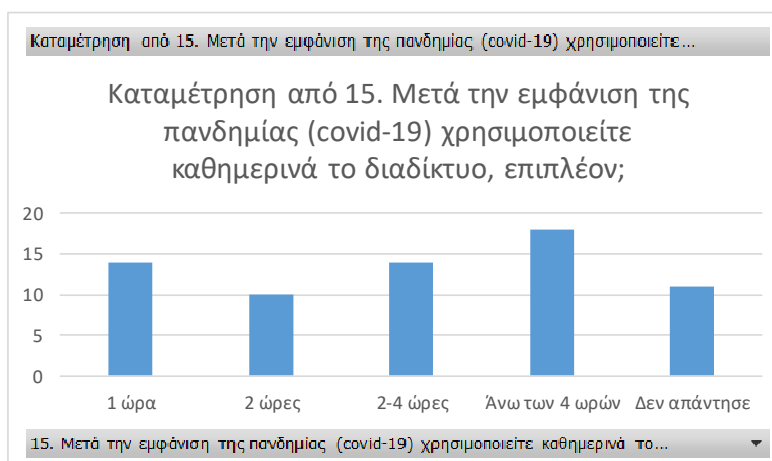
### **ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19 ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ, ΕΠΙΠΛΕΟΝ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 ΩΡΑ	14	20,9	20,9	20,9
	2 ΩΡΕΣ	10	14,9	14,9	35,8
	2 ΕΩΣ 4 ΩΡΕΣ	14	20,9	20,9	56,7
	> 4 ΩΡΕΣ	18	26,9	26,9	83,6
	ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕ	11	16,4	16,4	100,0
Total		67	100,0	100,0	

#### **Πίνακας 15: Καθημερινή χρήση του διαδικτύου κατά την πανδημία covid-19**

Ο Πίνακας 15 παρουσιάζει τις απαντήσεις του δείγματος για την επιπλέον χρήση του διαδικτύου μετά την εμφάνιση της πανδημίας covid-19. Ποσοστό 20,9% δηλώνει ότι χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο μία επιπλέον ώρα μετά την εμφάνιση της πανδημίας. Ποσοστό 14,9% δηλώνει ότι χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο δύο επιπλέον ώρες μετά την εμφάνιση της πανδημίας. Ποσοστό 20,9% δηλώνει ότι χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο δύο έως τέσσερις επιπλέον ώρες μετά την εμφάνιση της πανδημίας. Ποσοστό 26,9% δηλώνει ότι χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο επιπλέον άνω των τεσσάρων ωρών μετά την εμφάνιση της πανδημίας, ενώ ποσοστό 16,4% δεν απάντησε. Από τα

παραπάνω τεκμαίρεται ότι ποσοστό 47,8% συνολικά χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο επιπλέον περισσότερων των δύο ωρών μετά την εμφάνιση της πανδημίας.



Το ραβδόγραμμα του Πίνακα 15 αναπαριστά τα δεδομένα οπτικά χρησιμοποιώντας ράβδους στον οριζόντιο άξονα την καθημερινή χρήση του διαδικτύου κατά την πανδημία covid-19 και στον κάθετο άξονα τον αριθμό του δείγματος, επιτρέποντας στον αναγνώστη να συγκρίνει τις διάφορες τιμές και να εξαχθούν συμπεράσματα γρήγορα και εύκολα.

### ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΧΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ INTERNET ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΑΝΔΗΜΙΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. ΤΗΛΕΡΓΑΣΙΑ	6	9,0	9,0	9,0
	2. ΤΗΛΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	6	9,0	9,0	18
	3. ON LINE ΑΓΟΡΕΣ	7	10,4	10,4	28,4
	4. ON LINE ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟ	3	4,5	4,5	32,9
	12,00	2	3,0	3,0	35,9
	23,00	4	6,0	6,0	41,9
	24,00	1	1,5	1,5	43,4
	34,00	6	9,0	9,0	52,4
	123,00	4	6,0	6,0	58,4
	134,00	3	4,5	4,5	62,9
	234,00	8	11,9	11,9	74,8
	1234,00	17	25,2	25,2	100,0
	Total	67	100,0	100,0	

**Πίνακας 16: Διαδικτυακές χρήσεις κατά την πανδημία – covid-19**

Ο Πίνακας 16 αποτυπώνει τις χρήσεις που οι φοιτητές χρησιμοποιούν στο διαδίκτυο. Το 9% του συνολικού δείγματος συνδέεται στο διαδίκτυο αποκλειστικά με σκοπό την τηλεργασία. Επιπλέον, το 9% συνδέεται στο διαδίκτυο αποκλειστικά με σκοπό την τηλεκαίτευση. Το 10,4% συνδέεται αποκλειστικά στο διαδίκτυο με σκοπό να πραγματοποιήσει online αγορές και το 4,5% συνδέεται με σκοπό να πραγματοποιήσει online συναλλαγές με τράπεζες και δημόσιο.

Το 41,9% δηλώνει περισσότερες της μιας επιλογές της χρήσης του διαδικτύου κατά την πανδημία.

Το 25,2 % δηλώνει και τις τέσσερις χρήσεις του διαδικτύου κατά την πανδημία.



## Συμπεράσματα

---

Η παρούσα εμπειρική μελέτη είχε ως σκοπό να διερευνήσει τη χρήση του διαδικτύου από τους προπτυχιακούς φοιτητές του Πανεπιστημίου Πατρών όλων των τμημάτων και όλων των ειδικοτήτων. Πιο συγκεκριμένα, είχε ως στόχο να καταγράψει τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των φοιτητριών και των φοιτητών, τις διαδικτυακές συνήθειες και δραστηριότητες τους, να καταγράψει τους παράγοντες επηρεασμού σε κοινωνικό και συναισθηματικό επίπεδο, καθώς και να εντοπίσει τις χρήσεις του διαδικτύου κατά την εποχή της πανδημίας covid-19.

Από την ανάλυση των δεδομένων προκύπτει ότι το Internet είναι ένα από τα πιο βασικά εργαλεία πληροφόρησης, διασκέδασης και επικοινωνίας για τους φοιτητές στη σημερινή εποχή. Πιο συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η πλειοψηφία του δείγματος παίζει παιχνίδια και οι μισοί προτιμούν να κατεβάζουν και ακούν μουσική και να αναζητούν πληροφορίες για διάφορα ακαδημαϊκά θέματα. Αρκετά δημοφιλείς συνήθειες- ασχολίες είναι η συμμετοχή σε διαδικτυακές συνομιλίες και η συμμετοχή σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης.

Τα ποσοστά των φοιτητών που παίζουν παιχνίδια και που συμμετέχουν σε διαδικτυακές συνομιλίες είναι αρκετά υψηλά συγκριτικά με παλαιότερες έρευνες, όπου η συμμετοχή σε δωμάτια συζητήσεων αγγίζει το 11,7% και το ποσοστό που παίζει διαδικτυακά παιχνίδια φτάνει στο 11%. Επίσης, τα ποσοστά των φοιτητών που παίζουν παιχνίδια και που συμμετέχουν σε διαδικτυακές συνομιλίες διαφέρουν αρκετά από τα αποτελέσματα της έρευνας του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας, όπου τα  $\frac{3}{4}$  των συμμετεχόντων συνδέεται στο Internet για να επικοινωνήσει και να συνομιλήσει και μόλις το  $\frac{1}{4}$  για να παίξει.

Η έρευνα απόδειξε ότι η πρόσβαση στο διαδίκτυο πραγματοποιείται κυρίως μέσω του κινητού τηλεφώνου, σε ποσοστό 64,2%. Πάνω από τη φωτεινή οθόνη ενός «έξυπνου» κινητού λίγα αντικείμενα ενσωματώνουν καλύτερα την αμφισημία της τεχνολογικής προόδου με απεριόριστες δυνατότητες διασύνδεσης, ενημέρωσης και εξυπηρέτησης μέσα στην παλάμη του χεριού.

Η παρούσα μελέτη έδειξε ότι οι φοιτητές πολλές φορές συνδέονται με σκοπό την αναζήτηση χρήσιμων πληροφοριών σχετικά με ακαδημαϊκά θέματα, γεγονός που επιβεβαιώνουν και άλλες έρευνες.

Οι διαδικτυακές δραστηριότητες που προτιμούν οι φοιτήτριες και οι φοιτητές διαφέρουν ανάλογα με τις έρευνες και αυτό μπορεί να οφείλεται σε κοινωνικό - πολιτισμικούς παράγοντες οι οποίοι διαφοροποιούνται ανάλογα με τη χώρα και την περιοχή διεξαγωγής της έρευνας. Ένας άλλος παράγοντας μπορεί να είναι η χρονική διαφορά υλοποίησης των ερευνών, καθώς με το πέρασμα των χρόνων μπορεί να έχουν αλλάξει τα ενδιαφέροντα των νέων και οι απαιτήσεις της κοινωνίας.

Σημαντικό εύρημα της παρούσας μελέτης είναι το ποσοστό των φοιτητών που χρησιμοποιούν υπερβολικά το διαδίκτυο (59,7%) χρησιμοποιεί το διαδίκτυο από δύο έως τέσσερις ώρες, τουλάχιστον. Παρατηρείται ότι τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας είναι αντικρουόμενα με τα ευρήματα άλλων προηγούμενων ερευνών. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι όλες οι έρευνες δεν χρησιμοποιούν το ίδιο εργαλείο διάγνωσης για την διαδικτυακή εξάρτηση ή στη χρονική διαφορά που υπάρχει στην διεξαγωγή των ερευνών (10-20 χρόνια περίπου).

Τα διψήφια ποσοστά διαδικτυακού εθισμού μπορούν να αποτελούν φυσικό επακόλουθο της ευρείας διάδοσης του Internet στον ελληνικό φοιτητικό πληθυσμό με το πέρασμα του χρόνου ή ενδείξεις για την εκδήλωση ενός υπαρκτού κοινωνικού προβλήματος. Επίσης, ένας από τους στόχους της έρευνας ήταν να μελετήσει τη σχέση του φύλου με τη διαδικτυακή χρήση. Από τα αποτελέσματα της έρευνας βρέθηκε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ του φύλου και των ομάδων χρήσης του διαδικτύου, δηλαδή η χρήση του διαδικτύου δεν επηρεάζεται από το φύλο του χρήστη. Αυτό το στοιχείο φαίνεται να ενισχύει τα αποτελέσματα άλλων εμπειρικών μελετών που υποστηρίζουν ότι το φύλο δεν αποτελεί διαφοροποιητικό παράγοντα για τον διαδικτυακό εθισμό.

Τα διαφορετικά αποτελέσματα δείχνουν ότι πλέον οι νεαρές γυναίκες έχουν εξοικειωθεί με τη χρήση του Internet όσο και οι νεαροί άνδρες. Αυτό δείχνει ότι παύουν να υπάρχουν τα στερεότυπα που δείχνουν ότι στην κοινωνία κάθε φύλο έχει διαφορετική συμπεριφορά, όπως ότι τα αγόρια ασχολούνται περισσότερο με τις Νέες Τεχνολογίες και είναι πιο επιρρεπή στο να εμφανίσουν συμπτώματα διαδικτυακής εξάρτησης.

Τα αποτελέσματα της μελέτης έδειξαν ότι το μορφωτικό επίπεδο ούτε του πατέρα ούτε της μητέρας διαδραματίζει κάποιο ρόλο στη χρήση του διαδικτύου από τους φοιτητές. Η πλειοψηφία των φοιτητών κάνει καθημερινή χρήση του διαδικτύου και συνδέεται καθημερινά περισσότερο των δύο ωρών. Τα ευρήματα αυτά δείχνουν ότι το διαδίκτυο έχει πλήρως ενσωματωθεί στην καθημερινή ζωή των νέων και αποτελεί την πιο δημοφιλή δραστηριότητα. Γεγονός είναι ότι το διαδίκτυο χρησιμοποιείται ευρέως από νέες και νέους που φοιτούν ήδη στα πανεπιστημιακά ιδρύματα. Η καθημερινή χρήση του διαδικτύου είναι πραγματικό γεγονός και επιβεβαιώνεται και από τις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν από την Μονάδα Εφηβικής Υγείας του Πανεπιστημίου Αθηνών και από την Ελληνική Εταιρεία Μελέτης της Διαταραχής Εθισμού στο Διαδίκτυο.

Στην παρούσα μελέτη βρέθηκε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική αύξηση της σχέσης με τη συχνότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο και της διαδικτυακής χρήσης τα σαββατοκύριακα έναντι των καθημερινών ημερών. Το στοιχείο που δείχνει ότι το 56,7% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο περισσότερο από δύο ώρες τις καθημερινές και το 59,7% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο περισσότερο από τέσσερις ώρες τα σαββατοκύριακα, συμφωνεί με το αποτέλεσμα και συναφών ερευνών που πραγματοποιούν

μελέτες, όπως αυτή της Μονάδας Εφηβικής Υγείας του Πανεπιστημίου Αθηνών, καθώς το 8% χρησιμοποιεί το Internet περίπου τρεις ώρες την ημέρα.

Μία άλλη παράμετρο της έρευνας είναι η μέτρηση της συχνότητας ελέγχου από τους χρήστες των ηλεκτρονικών μηνυμάτων πριν από οποιαδήποτε άλλη εργασία που απαιτεί να πραγματοποιηθεί. Έτσι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό 74,70% δηλώνει ότι συχνά, πολύ συχνά και συνεχώς ελέγχουν τα ηλεκτρονικά τους μηνύματα (e-mails, facebook, twitter κλπ πριν από κάτι άλλο που πρέπει να κάνουν.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ειδικότερα το Facebook, είναι ένα μέσο φτιαγμένο από φοιτητές για φοιτητές, κατάφερε να γίνει το δημοφιλέστερο κοινωνικό δίκτυο στον πλανήτη και να γίνει προσβάσιμο σε όλους, διαθέτοντας όλα τα χαρακτηριστικά ενός κοινωνικού μέσου, διατηρώντας ακόμη την εκπαιδευτική του λειτουργία στην ακαδημαϊκή ζωή των χρηστών, μέσω των ομάδων που φτιάχνουν οι φοιτητές για ζητήματα που αφορούν τις σχολές τους.

Από την άλλη μεριά, οι ειδικοί προειδοποιούν πως οι κακοί τρόποι δεν είναι καν το μεγαλύτερο πρόβλημα. Το email και τα μηνύματα, αλλά και εφαρμογές όπως το Facebook, το Twitter ή το Pinterest, διεκδικούν αδιάκοπα τον χρόνο και την προσοχή μας. Έρευνες έχουν δείξει πως κάθε φωτεινή ένδειξη για «νέο μήνυμα» προκαλεί «έκρηξη» ντοπαμίνης, της ίδιας νευροχημικής ουσίας που απελευθερώνεται στον εγκέφαλο με την κατανάλωση αλκοόλ ή ναρκωτικών. Σύμφωνα με πρόσφατη αμερικανική μελέτη, έξι στους δέκα νέους ασχολούνται κατά μέσο όρο ένα οκτάωρο την ημέρα με τα κινητά τους τηλέφωνα. Παράλληλα, ένας στους τρεις Αμερικανούς θεωρεί πως είναι εθισμένος στο «έξυπνό» του τηλέφωνο.

Η μελέτη προσπάθησε ακόμα να ερευνήσει κατά πόσο οι νέοι που χρησιμοποιούν συστηματικά το Internet παραμελούν δραστηριότητες με τους οικείους τους και κατά πόσο προτιμούν να περάσουν χρόνο στο διαδίκτυο αντί να κάνουν παρέα με τους φίλους τους.

Στα πλαίσια ελέγχου δεν βρέθηκε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της παραμέλησης δραστηριοτήτων με τους φίλους τους και της διαδικτυακής χρήσης, καθώς η πλειοψηφία των φοιτητών σε ποσοστό 77,6% δεν αμελεί τις διαπροσωπικές επαφές και υποχρεώσεις για να βρίσκει περισσότερο χρόνο στο διαδίκτυο.

Θα πρέπει να τονιστεί ότι δεν είναι καθόλου προσπελάσιμο το ποσοστό των 22,4% που δηλώνει ότι συχνά – πολύ συχνά – συνεχώς την προτίμηση του διαδικτύου έναντι της διαπροσωπικής επαφής. Αυτά τα υψηλά ποσοστά φαίνεται να είναι φυσικό επακόλουθο της εθιστικής συμπεριφοράς και επιβεβαιώνουν τις συνέπειες που προκαλεί η διαδικτυακή εξάρτηση στον χρήστη σε διαπροσωπικό και κοινωνικό επίπεδο όπως απομάκρυνση και απομόνωση από το εξωτερικό του

και κοινωνικό του περιβάλλον. Επομένως, η προβληματική και υπερβολική χρήση του διαδικτύου επηρεάζει αρνητικά την ποιότητα ζωής των νέων.

Από το πρώτο κύμα της πανδημίας επιτεύχθηκαν αλλαγές όπως ήταν η γρήγορη ανταπόκριση της Πολιτείας στην παροχή υπηρεσιών προς τους πολίτες με ηλεκτρονικό τρόπο. Η λειτουργία της Ενιαίας Ψηφιακής Πύλης gov.gr η οποία έδωσε νέα ώθηση στις ψηφιακές υπηρεσίες της δημόσιας διοίκησης, με άμεσες ευκαιρίες για τον πολίτη. Παράλληλα, αναπτύχθηκε το Εθνικό Μητρώο Επικοινωνίας, ώστε ο πολίτης να έχει μία και μοναδική ταυτότητα επικοινωνίας με τη δημόσια διοίκηση. Ταυτόχρονα, ενσωματώθηκαν πλήθος ψηφιακών υπηρεσιών που παρέχονταν ήδη από φορείς της δημόσιας διοίκησης ώστε να υπάρχει ένα και μόνο σημείο ψηφιακής αλληλεπίδρασης πολίτη-κράτους, ενώ σταδιακά προστίθενται και νέες. Έτσι, η τηλεργασία, η τηλεεκπαίδευση και οι online συναλλαγές με τράπεζες και δημόσιο ήταν στην καθημερινότητα των πολιτών, πόσο μάλλον των νέων χρηστών. Αποτέλεσαν και θα συνεχίζουν να αποτελούν και στο μέλλον ακόμη και να εξαλειφθεί η πανδημία καθημερινή δραστηριότητα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας μελέτης διαπιστώνεται ότι η υπερβολική ενασχόληση της χρήσης του διαδικτύου είναι πραγματικό γεγονός και πρόβλημα που συναντάται στην καθημερινή ζωή των νέων τόσο των αγοριών όσο και των κοριτσιών. Τα εξαρτημένα άτομα τείνουν να απομακρύνονται και να αποξενώνονται από το οικογενειακό και το φιλικό τους περιβάλλον καθώς και να μην δίνουν ιδιαίτερη προσοχή και σημασία στις υποχρεώσεις τους. Η συνεχής χρήση στο διαδίκτυο μπορεί να οδηγήσει στην εμφάνιση πολλών προβλημάτων και στη μετέπειτα πορεία της ζωής των νέων, όπως κοινωνική απομόνωση, προσήλωση στον εικονικό κόσμο αντλώντας ικανοποίηση και ευχαρίστηση από αυτόν, δημιουργία προβληματικών διαπροσωπικών σχέσεων και προσωπική ή επαγγελματική αποτυχία.

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι οι κρατικές δομές είναι απαραίτητο να καλλιεργήσουν και να αναπτύξουν την ψηφιακή παιδεία και να λάβουν τα απαραίτητα μέτρα για την αντιμετώπιση και την καταπολέμηση του διαδικτυακού φαινομένου. Για τον λόγο αυτό η πολιτεία θα μπορούσε να υλοποιεί, ανά τακτά χρονικά διαστήματα, προγράμματα ενημέρωσης για τους όλους, και ιδιαίτερα για τα νέα άτομα, με θέμα την ορθολογική και τη σωστή χρήση του διαδικτύου, καθώς και σεμινάρια επιμόρφωσης των εκπαιδευτικών και των καθηγητών με θέμα την έγκαιρη διάγνωση περιπτώσεων εθισμού.



### 1. ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

#### Συμπλήρωση Ερωτηματολογίου

Σας παρακαλώ να συμμετάσχετε στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου το οποίο δημιουργήθηκε με σκοπό να αξιοποιηθεί στα πλαίσια της έρευνας μου με τίτλο: Νέοι και Διαδίκτυο. Έρευνα σε φοιτητές/φοιτήτριες του Πανεπιστημίου Πατρών, που αφορά την προετοιμασία της πτυχιακής εργασίας του τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών.

Χωρίς τη δική σας συμβολή η έρευνα αυτή δεν είναι δυνατόν να πραγματοποιηθεί γι' αυτό και ζητώ να αφιερώσετε λίγο από τον πολύτιμο χρόνο σας για να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο.

Να γνωρίζετε ότι το ερωτηματολόγιο συμπληρώνετε ανώνυμα και τα στοιχεία σας θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς αποκλειστικά και μόνο για το σκοπό της εν λόγω ερευνητικής εργασίας.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την συμμετοχή σας.

Μαμαλούκα Γερασιμίνα

#### 1. Φύλο:

Άντρας  
Γυναίκα

#### 2. Ηλικία:

18-20  
21-23  
24-26  
Άνω των 26 ετών

#### 3. Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας:

Δημοτικό  
Γυμνάσιο  
Λύκειο  
Πτυχίο ΤΕΙ  
Πτυχίο ΑΕΙ

#### 4. Επίπεδο εκπαίδευσης πατέρα:

Δημοτικό  
Γυμνάσιο  
Λύκειο  
Πτυχίο ΤΕΙ  
Πτυχίο ΑΕΙ

#### 5. Για να συνδεθείτε στο Internet χρησιμοποιείτε:

H/Y  
Tablet  
Κινητό τηλέφωνο

**6. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το Διαδίκτυο;**

Σπάνια

Κάθε μέρα ή σχεδόν κάθε μέρα

Μια φορά ή δύο την εβδομάδα

Μια φορά ή δύο φορές το μήνα

**7. Μια συνηθισμένη ημέρα, συνδέεστε στο Internet:**

30 λεπτά

1 ώρα

2 ώρες

Άνω των 2 ωρών

Άλλη απάντηση:...

**8. Το Σαββατοκύριακο συνδέεστε στο Internet:**

1 ώρα

2 ώρες

2-4 ώρες

Άνω των 4 ωρών

Άλλη απάντηση:..

**9. Για ποιους λόγους συνδέεστε στο Διαδίκτυο;**

Αναζητώ πληροφορίες για ακαδημαϊκά θέματα

Παίζω παιχνίδια

Κατεβάζω και ακούω μουσική

Κατεβάζω και βλέπω ταινίες

Σερφάρω χωρίς λόγο

Συμμετέχω σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης

Συμμετέχω σε διαδικτυακή συνομιλία

**10. Πόσο συχνά διαπιστώνετε ότι παραμένετε σε σύνδεση στο διαδίκτυο περισσότερο από ότι αρχικά σκοπεύατε;**

Ποτέ/Σπάνια

Κάποιες φορές

Συχνά

Πολύ συχνά

Συνεχώς

**11. Πόσο συχνά ελέγχετε τα ηλεκτρονικά σας μηνύματα (πχ. e-mail, facebook, twitter κλπ.) πριν από κάτι άλλο που πρέπει να κάνετε;**

Ποτέ/Σπάνια

Κάποιες φορές

Συχνά

Πολύ συχνά

Συνεχώς

**12. Πόσο συχνά προτιμάτε την ευχαρίστηση που σας προσφέρει η ενασχόληση με το διαδίκτυο από την επαφή με ένα φίλο σας ή δικό σας πρόσωπο;**

Ποτέ/Σπάνια

Κάποιες φορές

Συχνά

Πολύ συχνά

Συνεχώς

**13. Πόσο συχνά οι άνθρωποι του περιβάλλοντος σας διαμαρτύρονται για το χρόνο που περνάτε σε σύνδεση στο διαδίκτυο ;**

Ποτέ/Σπάνια

Κάποιες φορές

Συχνά

Πολύ συχνά

Συνεχώς

**14. Πόσο συχνά νιώθετε θλιμμένος/η, κακόκεφος/η ή νευρικός/η όταν βρίσκεστε εκτός σύνδεσης, κάτι που εξαφανίζεται όταν επιστρέψετε στο διαδίκτυο;**

Ποτέ/Σπάνια

Κάποιες φορές

Συχνά

Πολύ συχνά

Συνεχώς

**15. Μετά την εμφάνιση της πανδημίας (covid-19) χρησιμοποιείτε καθημερινά το διαδίκτυο, επιπλέον;**

1 ώρα

2 ώρες

2-4 ώρες

Άνω των 4 ωρών

Άλλη επιλογή:...

**16. Αναφέρετε χρήσεις του Internet κατά την πανδημία**

Τηλεργασία

Τηλεκπαίδευση

On line αγορές

On line συναλλαγές με τράπεζες και δημόσιο

Άλλες επιλογές



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

---

### Ελληνική βιβλιογραφία

Αλεξανδρής, Ν., Μπελεσιώτης, Β. Σ., & Παναγιωτόπουλος, Θ. (2002), *Εισαγωγή στην Επιστήμη των Υπολογιστών*. Αθήνα: Βαρβαρήγου.

Βαφόπουλος, Μιχ., (2013), *Πώς θα ζήσω με το διαδίκτυο*; Αθήνα: Μεταίχμιο.

Βλαχοπούλου, Μ., (2003), *E-Marketing*. Αθήνα: Rosili.

Γιακουμάκης, Ε., Γκυρτής, Κ., Μπελεσιώτης, Β., Ξυνός, Π., & Στεργιοπούλου-Καλαντζή, Ν. (2000). *Εφαρμογές Πληροφορικής - Υπολογιστών*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.

Γναρδέλλης, Χ., (2003), *Εφαρμοσμένη Στατιστική*, Αθήνα: Παπαζήσης.

Γουλιτίδης, Χρ., *ECDL 5 - Ενότητα 1 - Βασικές έννοιες πληροφορικής και επικοινωνιών*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Γουλιτίδης, Χρ., *ECDL 5 - Ενότητα 7 - Πλοήγηση στον Ιστό και Επικοινωνία*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Δημητριάδης, Σ. & Μπάλας, Γ. (2003). *Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Μάρκετινγκ*, 1η Έκδοση, Αθήνα: Rosili.

Καλαφατούδης, Σ., Δροσίτης, Ι., & Κοΐλιας, Χ. (2012). *Εισαγωγή στις Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας*. Αθήνα: Νέων Τεχνολογιών.

Κοΐλιας, Χ., & Παναγιωτάκος, Δ. (1994). *Ερμηνευτικό Λεξικό Όρων Πληροφορικής*. Αθήνα: Νέων Τεχνολογιών.

Ξαρχάκος, Κ., Καρολίδης, Δ. (2016). *Μαθαίνετε εύκολα Microsoft Office 2016*. Αθήνα: Άβακας.

Ξαρχάκος, Κ., Καρολίδης, Δ. (2016). *Χρήση Ηλεκτρονικού Υπολογιστή*. Αθήνα: Άβακας.

Πασχόπουλος, Αρσ., (2003), «*Αξιοποίηση του Web-Marketing για την Προώθηση των Πωλήσεων: Προώθηση στο Διαδίκτυο*», Πρόγραμμα ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ, 1η Έκδοση, Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας του Υπουργείου Ανάπτυξης.

Τσέλιος, Νικ., (2007), *Εισαγωγή στην επιστήμη του Ιστού*. Αθήνα: Κλειδάριθμος

Φλώρος, Γ., Σιώμος, Κων., Σφακιανάκης, Εμμ., (2012), *Εθισμός στο διαδίκτυο και άλλες διαδικτυακές συμπεριφορές υψηλού κινδύνου*. Αθήνα: Λιβάνη.

Comer, D. E. (2014). *Δίκτυα και Διαδίκτυα Υπολογιστών*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.

Newby, P. (2019), *Μέθοδοι έρευνας στην εκπαίδευση*, Αθήνα: Πεδίο.

Reiner Schnell, Paul B. Hill, Elke Esser, επιστημ. Επιμέλεια: Ναγόπουλος, Ν. & Γκικόσος Ι., (2014), *Μέθοδοι εμπειρικής κοινωνικής έρευνας*, Αθήνα: Προπομπός.

## **Ηλεκτρονικές διευθύνσεις**

<https://el.wiktionary.org/>

<http://gymsifnou.kyk.sch.gr/Xrhsh%20diadiktyou/2%20h%20texnologia%20toy%20diadiktyoy.htm>

<http://broadband.cti.gr/el/evrizonikotita/evrizonikotita.php>

<https://www.webnode.gr>

[7lyk-acharn.att.sch.gr/attachments/article/10/...](http://7lyk-acharn.att.sch.gr/attachments/article/10/...)

<https://www.socialmedialife.gr/109139/twitter-ti-einai-kai-pos-leitourgei>

<https://www.socialmedialife.gr/109338/linkedin-ti-einai-kai-pos-leitourgei>

<https://www.retrocomputers.gr/2012-04-19-12-21-04/history-of-internet>

<https://www.retrocomputers.gr/2012-04-19-12-21-04/history-of-internet>

[http://web.teipir.gr/new/ecs/pelab\\_1/tcp/inter2.htm](http://web.teipir.gr/new/ecs/pelab_1/tcp/inter2.htm)

<https://www.retrocomputers.gr/2012-04-19-12-21-04/history-of-internet>

<https://www.eduportal.gr/tpe-dap/>

[eln.teilam.gr/sites/default/files/Lesson01.pdf](http://eln.teilam.gr/sites/default/files/Lesson01.pdf) · PDF

[meleagros.iep.edu.gr/uploaded\\_files/EFARMOGES\\_PLIROFORIKIS.pdf](http://meleagros.iep.edu.gr/uploaded_files/EFARMOGES_PLIROFORIKIS.pdf)

<https://opencourses.uoc.gr/courses/course/view.php?id=345>

<https://www.sch.gr/manual/email/programs>

<http://internetinfo.gr/internet/searchengines/index.html>

<https://www.e-papadakis.gr/searchengines.htm>

<http://www.noc.uoa.gr/thlediaskech.html>

<https://opengov.minedu.gov.gr/ηλεκτρονική-διακυβέρνηση>

[http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/534/3532,14515/index5\\_1.html](http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSB100/534/3532,14515/index5_1.html)

[http://hermes.di.uoa.gr/exe\\_activities/diadiktio/21.html](http://hermes.di.uoa.gr/exe_activities/diadiktio/21.html)

<https://www.coursera.org/>

<https://www.edx.org>

<https://www.mooc.org/>

<https://opencourses.gr/>

<https://www.eklogika.gr/page/tribute/firstday-aganaktismenoi>

<http://marketing.info.gr/>

<http://internetmarketingblog.gr/>

<https://www.thebest.gr/article/260863>

<https://www.encephalos.gr/pdf49-3-02g.pdf>

<https://www.Foititikanea.gr>

<https://doi.org/10.12681/grsr.9069>

<http://epublishing.ekt.gr>

<https://www.google.com/forms/about/>

<https://www.upatras.gr/it/statistiko-programma-spss>