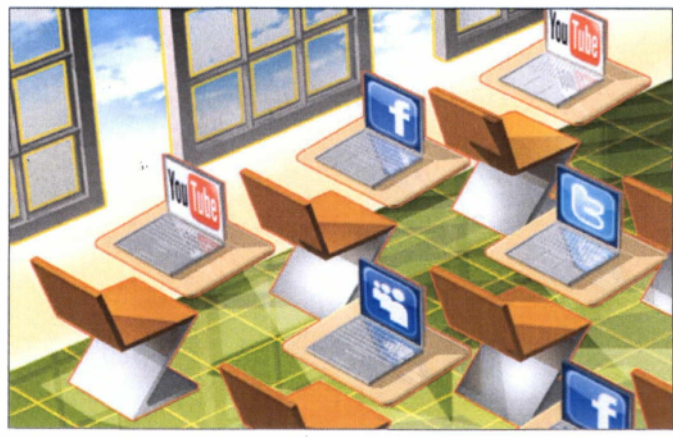




Α.Τ.Ε.Ι. ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ – ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΠΑΡΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΩΝ

«Οι τεχνολογίες Web 2.0 και οι τεχνικές της κοινωνικής δικτύωσης (Social Networking) στην υπηρεσία της Ηλεκτρονικής Μάθησης.»

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ



ΧΑΡΑΤΣΙΑΡΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ

A.M. : 2005062

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΜΠΑΡΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΣΠΑΡΤΗ 2012

Περίληψη

Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας θα δημιουργηθεί ένα μάθημα το οποίο θα υποστηρίζεται από πολλά εκπαιδευτικά σενάρια με την χρήση εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης όπως το wiki, moodle, facebook, youtube χρησιμοποιώντας τις εφαρμογές Web 2.0.

Για την επίτευξη αυτού του στόχου μελετήθηκαν οι τεχνολογίες Web 2.0, τα διάφορα είδη Wiki και διαπιστώθηκε πως το εργαλείο που θα εξυπηρετήσει καλύτερα το σκοπό της μελέτης μας θα είναι το MediaWiki.

Στην συνέχεια δημιουργήθηκε το μάθημα που σκοπό είχε την εκπαίδευση και υποστήριξη εποχιακού προσωπικού στον ΟΤΕ, εφόσον μελετήθηκαν οι κυριότερες υπηρεσίες που παρέχει το τμήμα.

Τέλος, καταλήξαμε στο συμπέρασμα πως οι τεχνολογίες Web 2.0 και πιο συγκεκριμένα τα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης, μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην εκπαίδευση με διάφορους τρόπους και να προωθήσουν τις νέες τεχνολογίες στην εκπαίδευση.

Λέξεις κλειδιά

Web 2.0, Wiki, social networks στην εκπαίδευση, MediaWiki, παιδαγωγική 2.0.

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο 1: Web 2.0.....	7
1.1 Εισαγωγή	7
1.2 Ορισμός.....	7
1.3 Ιστορία	8
1.4 Κύρια χαρακτηριστικά	8
1.5 Εφαρμογές και παραδείγματα	9
1.6 Τεχνολογίες.....	12
1.7 Χρήση εφαρμογών που εξυπηρετούν τα συμφέροντα-ανάγκες των χρηστών	13
1.7.1 Νέες διαστάσεις στην επικοινωνία μεταξύ των χρηστών	14
1.7.2 Αντικειμενικότερη ενημέρωση	14
1.7.3 Δημοκρατικότητα, αίσθηση ένταξης σε κοινότητα,	14
Συνεργασία και συνεισφορά	14
1.8 Επιπτώσεις του Web 2.0 στους χρήστες	15
1.8.1 Πιθανά προβλήματα και δυσκολίες που ανακύπτουν.....	15
1.9 Το Web 2.0 στην εκπαίδευση	16
1.9.1 Παιδαγωγική 2.0.....	17
1.9.2 Εργαλεία στην εκπαιδευτική διαδικασία	20
1.10 Η κατάσταση του Web 2.0 στην Ελλάδα	23
Κεφάλαιο 2: Wiki	25
2.1 Εισαγωγή	25
2.2 Ιστορία	25
2.3 Βανδαλισμοί και Προστασία	26
2.4 Λογισμικό Wiki και Wiki Engines	27
2.4.1 Κατηγορίες.....	27
2.4.1.1 Web-based Wiki.....	27
2.4.1.2 Personal Wiki	28
2.4.1.3 Peer-to-Peer Wiki	28
2.4.2 Σύγκριση των καλύτερων μηχανών Wiki.....	28
2.4.2.1 MediaWiki.....	29
2.4.2.2 TikiWiki	29
2.4.2.3 DokuWiki.....	29
2.4.2.4 WikkaWiki	30

2.4.2.5 TiddlyWiki	30
2.4.2.6 PmWiki.....	30
2.5 Σύγκριση Wiki sites & κοινών Websites	31
2.6 Μελέτες	32
2.7 Εφαρμογές των wiki στην εκπαίδευση.....	33
2.7.1 Wiki που δημιουργούνται από το ακαδημαϊκό προσωπικό	33
2.7.2 Wiki που δημιουργούνται από τους σπουδαστές.....	33
2.7.3 Wiki που δημιουργούνται και χρησιμοποιούνται από το προσωπικό και τους σπουδαστές	34
2.7.4 Wiki που είναι δημόσια διαθέσιμα και δημιουργήθηκαν από άτομα ή φορείς εκτός επίσημης εκπαίδευσης.....	34
2.8 Η χρήση των Wiki στις επιχειρήσεις.....	34
2.8.1 Τρόποι χρήσης των Wiki στις επιχειρήσεις	35
2.8.2 Επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν wiki	35
2.8.3 Λόγοι Χρήσης των Wiki στις Επιχειρήσεις	35
2.8.4 Χρησιμοποίηση ενός wiki από μια επιχείρηση	36
2.8.4.1 Μη χρησιμοποίηση ενός wiki από μια επιχείρηση	37
Κεφάλαιο 3: Δημιουργία και Εγκατάσταση Wiki	38
3.1 Εγκατάσταση - Δημιουργία	38
3.2 Δημιουργία βάσης δεδομένων στον τοπικό server	40
3.3 Εγκατάσταση MediaWiki	40
Κεφάλαιο 4: Δημιουργία και εισαγωγή μαθήματος στο Wiki	42
4.1 Εισαγωγή	42
4.2.1 Υποστήριξη ADSL	43
4.2.2 Ερωτήσεις και Απαντήσεις	44
4.3 Web Hosting	45
4.3.1 DNS (Domain Name System)	45
4.3.1.1 DNS υπηρεσίες	45
4.3.1.2 Τύποι DNS Εγγραφών	45
4.3.2 Web Servers.....	46
4.3.3 Υποστήριξη Web Hosting.....	46
4.3.4 Ερωτήσεις και Απαντήσεις	47
4.3.4.1 Ερωτήσεις και απαντήσεις για το Hosting	47
4.3.4.2 Ερωτήσεις και απαντήσεις για DNS υπηρεσίες.....	48

4.4 Email Hosting	50
4.4.1 Corporate Mail.....	51
4.4.1.1 Χαρακτηριστικά των Virtual Mail Accounts.....	51
4.4.1.2 Χαρακτηριστικά χρήσης της υπηρεσίας.....	51
4.4.2 Τρόποι διαχείρισης E-mail.....	52
4.4.3 Υποστήριξη Email.....	54
4.4.3.1 Βασικές ρυθμίσεις	54
4.4.3.2 Βήματα.....	54
4.4.3.3 Έλεγχος LDAP	55
4.4.3.4 Παράδειγμα ελέγχου LDAP	55
4.4.3.5 Ερωτήσεις και Απαντήσεις	56
4.5 Μισθωμένες Γραμμές (Leased Lines)	56
4.5.1 Υποστήριξη Μισθωμένων γραμμών.....	58
4.5.1.1 Βήματα.....	59
Κεφάλαιο 5: Κοινωνικά δίκτυα (Social Networks).....	60
5.1 Εισαγωγή	60
5.2 Ορισμός.....	60
5.3 Ιστορία	61
5.4 Οι πιο σημαντικές πλατφόρμες κοινωνικής Δικτύωσης	64
5.4.1 Facebook.....	65
5.4.2 MySpace.....	69
5.4.3 LinkedIn.....	70
5.5 Στατιστικά Στοιχεία και Συγκριτική Επισκόπηση των πιο σημαντικών Ιστοχώρων Κοινωνικής Δικτύωσης.....	74
5.6 Τα Κοινωνικά Δίκτυα στην εκπαίδευση	77
5.7 Εκπαιδευτική χρήση του Facebook.....	78
5.7.1 Τα πρώτα βασικά βήματα	80
5.7.2 Δημιουργία μαθήματος.....	82
5.7.3 Πιθανά σενάρια διδασκαλίας.....	83
5.7.4 Εφαρμογές του Facebook για τους εκπαιδευτικούς.....	85
5.7.5 Εφαρμογές του Facebook που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν από μαθητές και από εκπαιδευτικούς	86
5.8 Συμβουλές προς εκπαιδευτικούς	87
5.9 Τα Κοινωνικά Δίκτυα στην ελληνική πραγματικότητα	89

Εισαγωγή

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας ένα μάθημα το οποίο θα υποστηρίζεται από πολλά εκπαιδευτικά σενάρια με την χρήση εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης όπως το wiki, moodle, facebook, youtube χρησιμοποιώντας τις εφαρμογές Web 2.0.

Για την επίτευξη αυτού του στόχου, στο πρώτο κεφάλαιο, μελετήθηκαν οι τεχνολογίες Web 2.0, τα κύρια χαρακτηριστικά τους, που χρησιμοποιούνται, τι επιπτώσεις έχει στους χρήστες, καθώς επίσης και τη χρήση τους στην εκπαίδευση.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, παρουσιάστηκαν τα διάφορα είδη Wiki. Επίσης, έγινε σύγκριση των πιο διαδεδομένων μηχανών Wiki και μελετήθηκε η εφαρμογή τους στις επιχειρήσεις και στην εκπαίδευση.

Στο τρίτο κεφάλαιο, αποφασίστηκε πως το εργαλείο που θα εξυπηρετήσει καλύτερα το σκοπό της συγκεκριμένης μελέτης θα είναι το MediaWiki, διότι πρόκειται για ελεύθερο λογισμικό, άρα και δωρεάν, υποστηρίζει εύκολο ανέβασμα αρχείων και μπορεί να μεταφραστεί και σε πολλές γλώσσες.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, δημιουργήθηκε ένα μάθημα το οποίο έχει σκοπό την υποστήριξη και εκπαίδευση του εποχιακού προσωπικού που εργάζεται στον ΟΤΕ και συγκεκριμένα στο Τμήμα Εξυπηρέτησης Επιχειρησιακών Πελατών για τεχνικά θέματα (Next2b Technical). Το ενδιαφέρον επικεντρώθηκε στις κυριότερες υπηρεσίες που παρέχει το τμήμα όπως το ADSL, το Web Hosting, το Email Hosting και τις μισθωμένες γραμμές.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα Social Networks, τα χαρακτηριστικά τους, η χρήση τους, πως αυτά χρησιμοποιούνται στην εκπαίδευση, με ποιους τρόπους και τέλος δημιουργήθηκε ένα group σε ένα από τα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης.

Κεφάλαιο 1: Web 2.0

1.1 Εισαγωγή

Η διάδοση του Διαδικτύου έχει φτάσει σε αρκετά υψηλό επίπεδο στην σημερινή εποχή. Οι χρήστες του το χρησιμοποιούν καθημερινά για την ενημέρωσή τους, τη διασκέδασή τους και την επικοινωνία τους, αλλά και την εκπαίδευσή τους. Οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο, αλλά και αυτές που αναπτύσσουν λογισμικό, έχουν αντιληφθεί τις πολλές ευκαιρίες που ανοίγονται και έτσι αναπτύσσουν όλο και πιο πολύπλοκες εφαρμογές. Οι τελευταίες μάλιστα εκμεταλλεύονται την επέκταση των ευρυζωνικών δικτύων που παρέχουν μεγάλη ταχύτητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο και έτσι μπορούν να λειτουργήσουν ομαλά στους περιηγητές ιστοσελίδων (Web browser) των χρηστών τους. Πέραν από την ανάπτυξη των περίπλοκων εφαρμογών διαπιστώθηκε η ανάγκη για εύκολη εύρεση αυτών, μέσω μίας δόμησης του Διαδικτύου, αλλά και σύνθεσης αυτών για τη δημιουργία νέων. Όλα τα παραπάνω έχουν οδηγήσει στην ανάπτυξη νέων δυνατοτήτων, οι οποίες έχει καθιερωθεί να ονομάζονται ως τεχνολογίες Web 2.0.

1.2 Ορισμός

Ο όρος Web 2.0 (Ιστός 2.0), χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη νέα γενιά του Παγκόσμιου Ιστού η οποία βασίζεται στην όλο και μεγαλύτερη δυνατότητα των χρηστών του Διαδικτύου να μοιράζονται πληροφορίες και να συνεργάζονται online. Αυτή η νέα γενιά είναι μια δυναμική διαδικτυακή πλατφόρμα στην οποία μπορούν να αλληλεπιδρούν χρήστες χωρίς εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα υπολογιστών και δικτύων, όπως οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (social networking sites), τα wiki και τα εργαλεία επικοινωνίας, που δίνουν έμφαση στην ηλεκτρονική συνεργασία και ανταλλαγή μεταξύ των χρηστών.



Το ακριβές νόημά του όρου Web 2.0 παραμένει ανοιχτό προς αντιπαράθεση, και μερικοί ειδικοί, συμπεριλαμβανομένου και του Tim Berners Lee, έχουν αμφισβητήσει εάν ο όρος έχει κάποιο πραγματικό νόημα. Αν και ο όρος web 2.0 δίνει την αίσθηση ότι αποτελεί μια καινούργια έκδοση WEB, εν τέλει δεν πρόκειται για κάποιο καινούργιο πρωτόκολλο του αλλά για αλλαγές στον τρόπο που χρησιμοποιούνται ήδη υπάρχουσες τεχνολογίες και στον τρόπο που οι σχεδιαστές πληροφοριακών συστημάτων και οι χρήστες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Η κυρίαρχη τάση είναι να χρησιμοποιείται ως πλατφόρμα πάνω στην οποία θα

τρέχουν οι εφαρμογές και υπηρεσίες, πολλές από τις οποίες έτρεχαν τοπικά στους Η/Υ μέχρι σήμερα.

1.3 Ιστορία

Η φράση Web 2.0 ειπώθηκε για πρώτη φορά το 2004 κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου μεταξύ της O'Reilly Media και της MediaLive International όπου προτεινόταν ιδέες για την αναβάθμιση του παγκόσμιου ιστού. Ο Dale Dougherty και O'Reilly VP, παρατήρησε ότι το διαδίκτυο είχε αρχίσει να γίνεται πολύ δημοφιλές και σημαντικό μέρος της καθημερινότητας όλο και μεγαλύτερου ποσοστού ανθρώπων. Συνεχώς έβγαιναν νέες εφαρμογές και ιστοσελίδες οι οποίες αναγνωρίζονταν από το ευρύ κοινό σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Επιπλέον οι περισσότερες εταιρείες άρχισαν να στρέφουν την επιχειρηματική τους δράση στο διαδίκτυο και να προσπαθούν να φέρουν τους καταναλωτές τους προς αυτό το κανάλι.

Έχοντας όλα αυτά ως δεδομένα εξέτασαν το Web 2.0 ως μια δεύτερη γενιά υπηρεσιών βασισμένων στο Διαδίκτυο. Χρησιμοποίησαν αυτή την φράση σαν τίτλο για μια σειρά από συνέδρια με τον τίτλο Web 2.0 Summit. Τα συνέδρια αυτά συνεχίζονται μέχρι και σήμερα για να αποσαφηνιστεί ο όρος και να προωθηθεί η ιδέα σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

1.4 Κύρια χαρακτηριστικά

Το διαδίκτυο και όλες οι συσκευές που είναι συνδεδεμένες σε αυτό, αποτελούν μια παγκόσμια πλατφόρμα επαναχρησιμοποιούμενων υπηρεσιών και δεδομένων, τα οποία προέρχονται κυρίως από τους ίδιους τους χρήστες και στις περισσότερες περιπτώσεις διακινούνται ελεύθερα. Τα κύρια χαρακτηριστικά του WEB 2.0 είναι τα εξής:

- **Ανοιχτή πρόσβαση:** Αρκεί ένας browser, ώστε να χρησιμοποιείται σαν interface με αυτή την πλατφόρμα, η οποία λειτουργεί ανεξαρτήτως συσκευής πρόσβασης (π.χ. Η/Υ, PDA2, κινητό τηλέφωνο) και λειτουργικού συστήματος. Μόνη προϋπόθεση, η ύπαρξη σύνδεσης στο διαδίκτυο.
- **Λογισμικό ανοιχτού κώδικα:** Περιεχόμενο και εφαρμογές λογισμικού του οποίου ο πηγαίος κώδικας διατίθεται ελεύθερα σε αυτούς που θέλουν να τον εξετάσουν, τροποποιήσουν ή χρησιμοποιήσουν σε άλλες εφαρμογές.
- **Απλότητα:** Χρήση κυρίως “ελαφριάς” τεχνολογίας σε ό,τι αφορά τα πρωτόκολλα, τις γλώσσες προγραμματισμού, τα interfaces, ενώ διαπιστώνεται και μια τάση για απλότητα στον προγραμματιστικό σχεδιασμό τους.
- **Πλούσια και διαδραστικά interfaces χρηστών (Rich Internet Applications-RIA) και τεχνολογία Ajax:** με άλλα λόγια δυναμικό περιεχόμενο και ιστοσελίδες που ανανεώνουν μόνο όποιο περιεχόμενό τους αλλάζει. δυναμικό περιεχόμενο (τεχνολογία Ajax).
- **Συνεχής και άμεση ανανέωση:** Η “ελαφριά” τεχνολογία που χρησιμοποιείται επιτρέπει συνεχή ανανέωση των δεδομένων και του λογισμικού.

- **Έλεγχος από τους χρήστες:** Προώθηση του δημοκρατικού χαρακτήρα του διαδικτύου, με τους χρήστες να έχουν τον πρωταγωνιστικό ρόλο. Υιοθέτηση της τάσης για αποκέντρωση των δεδομένων, υπηρεσιών και προτύπων.
- **Δυνατότητα κατηγοριοποίησης:** του περιεχομένου από το χρήστη με σημασιολογικές έννοιες για ευκολότερη αναζήτηση της πληροφορίας.
- **Επικοινωνία:** Δυνατότητα για ανοιχτή επικοινωνία, ανάδραση, διάχυση πληροφοριών, άμεση συγκέντρωση και εκμετάλλευση της γνώσης των χρηστών για διάφορα ζητήματα.

Αμφίδρομη επικοινωνία του χρήστη με επιχειρήσεις ή οργανισμούς που μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα την επίδρασή του στη υιοθέτηση κατευθύνσεων και λήψη αποφάσεων.

1.5 Εφαρμογές και παραδείγματα

Ο όρος WEB 2.0 οφείλει την ύπαρξή του σε εφαρμογές, υπηρεσίες, εργαλεία και λειτουργίες που παρουσιάζουν καινοτομίες και ευκολίες που αναζητούσαν οι χρήστες, για αυτό το λόγο όταν υλοποιήθηκαν έτυχαν ευρείας αποδοχής και διάδοσης. Παρακάτω, περιγράφονται μερικές από τις κυριότερες:



Ιστολογία (blogs): Πρακτικά είναι ιστοσελίδες που περιέχουν απόψεις, πληροφορίες, προσωπικές καταχωρήσεις (posts), συνδέσεις με άλλες διευθύνσεις, φωτογραφίες, κλπ. Οι καταχωρήσεις είναι ταξινομημένες με χρονολογική σειρά και ξεκινούν με την άποψη ή το σχόλιο του δημιουργού τους για ένα θέμα (π.χ. πολιτική, επιστήμη, κοινωνικά, καθημερινότητα). Η διάδοσή τους οφείλεται κυρίως

στο ότι προσφέρουν τη δυνατότητα σε όποιον αναγνώστη επιθυμεί να καταθέσει το σχόλιό του, ανοίγοντας έτσι ένα δημόσιο διαδικτυακό διάλογο με πιθανούς αποδέκτες όλους τους χρήστες. Στις αρχές του 2008 μετρήθηκαν πάνω από 112.000.000 blogs παγκοσμίως, σύμφωνα με τα στατιστικά της μηχανής αναζήτησης Technorati. Λόγω αυτής της δημοτικότητας, της αίσθησης κοινωνικοποίησης μεταξύ των συμμετεχόντων και της επίδρασης που έχουν ακόμη και εκτός διαδικτύου, χαρακτηρίζονται από πολλούς σαν ένα νέο κοινωνικό φαινόμενο. Σύμφωνα με τον Rodzvilla (2002), "τα blogs είναι πολυμεσικά και εύκολα στη χρήση websites που μέσα από τη χρονολογική τους δομή και τις αρχειοθετικές τους δυνατότητες λειτουργούν ως εξατομικευμένα και διασυνδεδεμένα φίλτρα του web δημιουργώντας μια νέα online δημόσια σφαίρα που γύρισε το web πίσω στον κόσμο".

Μερικά παραδείγματα Web 2.0 εργαλείων που επιτρέπουν την δημιουργία και την φιλοξενία ιστολογίων είναι τα: Blogger, Edublogs, LiveJournal, Tumblr και Posterous.



Wikis: Τα wikis τα οποία θα αναφερθούν εκτενέστερα στο επόμενο κεφάλαιο, είναι ιστοσελίδες με περιεχόμενο το οποίο διαμορφώνει ο χρήστης με απλό τρόπο, σε αντίθεση με τις κοινές ιστοσελίδες τις οποίες μπορεί να τροποποιήσει μόνο ο ιδιοκτήτης – διαχειριστής. Κάθε φορά που ο χρήστης τροποποιεί κάτι στη σελίδα, η προηγούμενη έκδοσή της εξακολουθεί να είναι διαθέσιμη. Τα wikis είναι αρκετά

διαδεδομένα σαν μέσο συλλογικής εργασίας πάνω σε κάποιο αντικείμενο. Παρέχουν τη δυνατότητα στα μέλη μιας ομάδας χρηστών, να καταθέτουν ισότιμα τη συμβολή τους για την παραγωγή ενός κοινού έργου που αναρτάται σε έναν δικτυακό τόπο (λ.χ. μια μικρή σχολική έρευνα, παραγωγή σημειώσεων, ανταλλαγή ιδεών για ένα αντικείμενο συζήτησης κ.α.). Ο κάθε χρήστης που συμμετέχει στη συγγραφή κάποιου έργου προσθέτει την προσωπική του γνώση η οποία είναι διαθέσιμη σε όλους. Ακόμη και μέσα σε εταιρίες, οργανισμούς, υπηρεσίες, κλπ, η χρήση των wikis ως σελίδες αναφοράς της προόδου των εργασιών, διευκολύνει την ενημέρωση των εργαζομένων για ό,τι συμβαίνει στην επιχείρηση.

Ένα παράδειγμα Wiki ιστοσελίδας είναι η μεγαλύτερη ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια η Wikipedia.

Mash-ups: Ο όρος προέρχεται από τη μουσική βιομηχανία και χρησιμοποιείται για να περιγράψει τον συνδυασμό των φωνητικών ενός τραγουδιού με τη μουσική υπόκρουση ενός άλλου. Κάτι ανάλογο συμβαίνει και με το mashup, που αναφέρεται στον συνδυασμό και τη χρήση δεδομένων και εφαρμογών από διαφορετικές ιστοσελίδες σε μία. Τα mash-ups υλοποιούνται μέσω "ανοιχτών" διεπαφών προγραμματισμού (open APIs—Application Programming Interfaces) και έχουν ως στόχο την βελτίωση της λειτουργικότητας των ιστοσελίδων. Για παράδειγμα, σε ιστοσελίδες ενοικίασης σπιτιών, με την ενσωμάτωση χαρτών από μία υπηρεσία όπως η GoogleMaps, μπορεί να παρουσιάζεται στο χρήστη η ακριβής τοποθεσία των σπιτιών ώστε να παρέχεται πληρέστερη πληροφόρηση.

Ορισμένα Web 2.0 εργαλεία, που αναλαμβάνουν την δημιουργία mash-ups και προσαρμόζονται στις ανάγκες του κάθε χρήστη, είναι τα: iGoogle, Pageflakes και Netvibes.

Micro-blogging: Τα μικροϊστολόγια είναι ένα από τα πρόσφατα κοινωνικά φαινόμενα του Web 2.0. Καλύπτουν το κενό μεταξύ των ιστολογίων και των άμεσων μηνυμάτων. Πρόκειται για κοινωνικά δίκτυα, στα οποία οι χρήστες μπορούν να κάνουν μικρές αναρτήσεις που αφορούν τα ενδιαφέροντά τους, τις δραστηριότητές τους, τις απόψεις τους κ.α. Οι αναρτήσεις αυτές δεν ξεπερνούν τους 140 χαρακτήρες. Ο κάθε χρήστης ακολουθεί και ακολουθείται από άλλους χρήστες. Το ότι ακολουθεί κάποιον χρήστη σημαίνει ότι μπορεί να βλέπει τις αναρτήσεις του και να ενημερώνεται γι αυτόν. Αντίστοιχα οι χρήστες που τον ακολουθούν, παρακολουθούν τις δικές του αναρτήσεις. Τα μηνύματα μπορούν να δημοσιεύονται από κινητά τηλέφωνα, ιστοσελίδες, από υπηρεσίες άμεσων μηνυμάτων ή και από σχετικές εφαρμογές. Τα ίδια μέσα χρησιμοποιούνται και για τη λήψη μηνυμάτων.

Παραδείγματα web 2.0 εργαλείων που δραστηριοποιούνται στο χώρο του micro-blogging είναι το Twitter, Gravity, το Cirip, το Plinky, το Jaiku και το Pownce.

Social Bookmarking: Το social bookmarking (κοινωνική επισήμανση) εκφράζει τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες του διαδικτύου διαμοιράζονται, σχολιάζουν, αναζητούν, διαχειρίζονται και οργανώνουν επισημάνσεις (αγαπημένα) για διάφορες ιστοσελίδες. Οι χρήστες αποθηκεύουν τις επισημάνσεις-προτιμήσεις τους σε σελίδες και τις διαμοιράζονται με άλλους χρήστες. Οι επισημάνσεις μπορούν να διαμοιραστούν δημόσια ή σε συγκεκριμένα ιδιωτικά δίκτυα. Ο όρος social bookmarking αναδύθηκε από το tagging, δηλαδή την δυνατότητα χαρακτηρισμού με σημασιολογικές λέξεις (tags), ιστοσελίδων, φωτογραφιών, κειμένων και γενικά οποιουδήποτε διαδικτυακού υλικού. Κατά την διάρκεια του tagging, κάθε ιστοσελίδα χαρακτηρίζεται με περιγραφικές ετικέτες από του χρήστες χωρίς να απαιτείται καμία μορφή ιεραρχικής οργάνωσης. Το τελικό προϊόν αυτής της οργάνωσης ετικετών ονομάζεται "folksonomy." Η αξία αυτού του εξωτερικού συστήματος οργάνωσης προέρχεται από το γεγονός ότι τα άτομα χρησιμοποιούν το δικό τους λεξικό για να αποδώσουν νοήματα που έχουν ανιχνεύσει στη συγκεκριμένη σελίδα και τα οποία μπορεί να μην περιγράφονται ρητά μέσα σε αυτήν. Τα άτομα δηλαδή δεν κατηγοριοποιούν τις ιστοσελίδες άμεσα αλλά έμμεσα αφού περιγράφουν τρόπους με τους οποίους μπορεί να συνδεθούν αργότερα τα διαφορετικά στοιχεία. Η σύνδεση των ιστοσελίδων μεταξύ τους δε τους επιβαρύνει γνωστικά κατά τη δημιουργία του συνδέσμου. Σήμερα, πολλά εκατομμύρια χρήστες έχουν δημιουργήσει επισημάνσεις σε εκατοντάδες εκατομμύρια ιστοσελίδες. Αποτέλεσμα του social bookmarking είναι το ότι από τη μία οι χρήστες οργανώνουν τα δεδομένα τους πολύ καλύτερα και από την άλλη κοινωνικοποιούνται, μαθαίνοντας τις επιλογές των άλλων ατόμων που έχουν κοινά ενδιαφέροντα με αυτούς.

Μερικά παραδείγματα Web 2.0 εργαλείων που δραστηριοποιούνται στον χώρο του social bookmarking είναι το Diigo, το Delicious, το Stumbleupon, το CiteuLike και το Zibaba.

Podcasting: Η λέξη 'Podcast' ανακηρύχθηκε «Λέξη του Έτους 2005» από τους εκδότες του New Oxford American Dictionary καθώς άρχισε να χρησιμοποιείται ευρύτατα, λόγω της ευκολίας εγγραφής και αναπαραγωγής των mp3 αρχείων που έδινε σε όλους τους χρήστες τη δυνατότητα δημιουργίας και αναπαραγωγής podcast με μια σύνδεση στο διαδίκτυο. Το Podcasting λοιπόν είναι η πρακτική της δημιουργίας αρχείων ήχου που διατίθενται online με τρόπο τέτοιο που το λογισμικό αναγνωρίζει τα καινούρια αρχεία και τα κατεβάζει αυτόματα. Για να "παίξουν" τα podcasts δεν απαιτείται iPod ή κάποια φορητή συσκευή αναπαραγωγής mp3. Κάθε νέο podcast αναφέρεται ως επεισόδιο (episode) και πολλά επεισόδια μαζί που έχουν τη μορφή μιας σειράς αναφέρονται ως κανάλι (channel). Τα podcasts συνήθως «κατεβαίνουν» αυτόματα στις κινητές συσκευές αναπαραγωγής ήχου ή τους προσωπικούς υπολογιστές και παρέχουν ροές (feeds) με ενημερώσεις για τις νέες δημοσιεύσεις.

Παραδείγματα Web 2.0 εργαλείων που ασχολούνται με το Podcasting είναι τα: voicethread, podhawk, podcast και audacity.



Social Networks: Ως Social Network μπορεί να θεωρηθεί οποιοδήποτε site προσφέρει στους επισκέπτες, μέσω μιας πλατφόρμας, την δυνατότητα δημιουργίας προφίλ και αλληλεπίδρασης με άλλους χρήστες μέσω «κοινωνικών συνδέσεων» εντός ενός χώρου ηλεκτρονικής κοινότητας. Με το όρο φίλια αναφέρεται η σύνδεση των προφίλ των χρηστών, με την οποία «ξεκλειδώνονται» κάποια χαρακτηριστικά της πλατφόρμας όπως η ενημέρωση του ενός για τις ανανεώσεις προφίλ του άλλου ή η εμφάνιση

προσωπικών φωτογραφιών. Εκτός από φίλους στα social networking sites μπορεί κανείς να συναντήσει και τον όρο θαυμαστές (fans-followers). Ο όρος αυτός εκφράζει την μονόδρομη σχέση επικοινωνίας μεταξύ των χρηστών του δικτύου. Θεωρητικά, οι δυνατότητες αλληλεπίδρασης είναι άπειρες και συνήθως περιορίζονται από τον χαρακτήρα που θέλει να εκφράσει το κάθε social networking site. Γενικά, τα social networks μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε δύο βασικές ομάδες, τα κάθετα social networks που περιλαμβάνουν χρήστες-μέλη με κοινά ενδιαφέροντα και κοινούς στόχους και τα οριζόντια social networks, που αποτελούνται από μέλη με διαφορετικά ενδιαφέροντα που συνήθως έχουν ως σκοπό απλά να έρθουν σε επικοινωνία μεταξύ τους, να γνωριστούν και να αλληλεπιδράσουν. Ορισμένα παραδείγματα social networking site αποτελούν τα facebook, myspace, hi5, LinkedIn, twitter και το zokem.

Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί πως έχουν επίσης δημιουργηθεί εργαλεία, όπως το Ning και το Elgg, που δίνουν την δυνατότητα στον χρήστη να αναπτύξει ο ίδιος εύκολα και γρήγορα το δικό του social networking site.

Βέβαια, εκτός από τις κατηγορίες που αναφέρθηκαν παραπάνω υπάρχουν και άλλες σημαντικές κατηγορίες web 2.0 εργαλείων όπως Chat, Co-writing, Concept mapping, Conferencing, Course development, File hosting, Image processing, Personal file sharing, Podcasting-sound, Gaming, Presentation, Quiz development, Recommendation, Screencasting, Video tools, Web site creation και work organisation.

1.6 Τεχνολογίες

Παρακάτω παρουσιάζονται συνοπτικά οι σημαντικότερες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται από το Web 2.0 και το διαφοροποιούν ως προς τον τρόπο λειτουργίας και παρουσίασης των ιστοσελίδων σε σχέση με το παραδοσιακό Web:

RIA (Rich Internet Applications): Είναι πλούσια και διαδραστικά interfaces χρηστών που χρησιμοποιούν τεχνολογία Flash, Javascript, κλπ και την Ajax, που αντιπροσωπεύει την τάση του Web 2.0 για όσο το δυνατόν καλύτερη εκμετάλλευση του δικτύου. Αντί να φορτώνεται ολόκληρη η σελίδα, ανανεώνονται μόνο τα δεδομένα που αλλάζουν όσο ο χρήστης βρίσκεται ή επανέρχεται σε αυτή (π.χ. Στο Gmail ο υπολογισμός του διαθέσιμου αποθηκευτικού χώρου ανανεώνεται σε πραγματικό χρόνο ενώ από όλη τη ιστοσελίδα αλλάζει μόνο αυτή η πληροφορία).

Χρήση CSS (Cascading Style Sheets): Για να διαχωριστούν τα δεδομένα πληροφορίας από τα δεδομένα μορφοποίησης σε μια ιστοσελίδα. Αυτό, πέρα από την οικονομία στο εύρος ζώνης του δικτύου, προσφέρει και ευελιξία στον τρόπο παρουσίασης των δεδομένων, αφού ο χρήστης βλέπει τα δεδομένα ανάλογα με το CSS που ο ίδιος διαθέτει (π.χ. τα ίδια δεδομένα ανάλογα με το CSS μπορούν να παρουσιαστούν σε οθόνη υπολογιστή, κατευθείαν σε εκτυπωτή, σε μορφή ανάγνωσης για τυφλούς ή και να μετατραπούν σε φωνή και με χρήση κατάλληλου λογισμικού). Χρήση σημασιολογικών δεδομένων και microformats για την περιγραφή των δεδομένων που περιέχονται στις ιστοσελίδες. Με αυτό τον τρόπο τα δεδομένα κατηγοριοποιούνται και η αναζήτησή τους γίνεται ευκολότερη και αποδοτικότερη.



RSS feeds (Real Simple Syndication): RSS: Ο όρος RSS προέρχεται από το αγγλικό Really Simple Syndication το οποίο είναι ένα format ανταλλαγής περιεχομένου που βασίζεται στην γλώσσα XML. Τα RSS feeds, προσφέρουν τη δυνατότητα στους χρήστες να λαμβάνουν νέες πληροφορίες από διάφορες ιστοσελίδες, τη στιγμή που δημοσιεύονται, χωρίς να χρειάζεται να τις επισκεφθούν. Το RSS είναι δηλαδή ένας νέος τρόπος ενημέρωσης

για νέα, εξελίξεις και γεγονότα. Είναι γεγονός πως το διαδίκτυο αποτελείται πλέον από δισεκατομμύρια σελίδες οι οποίες περιέχουν τέτοιο πλούτο πληροφοριών που είναι σχεδόν αδύνατο για τον οποιονδήποτε να μπορεί να παρακολουθεί διαρκώς ότι νεότερο συμβαίνει στον κόσμο ή στο αντικείμενο που τον ενδιαφέρει. Στο πρόβλημα αυτό ήρθαν να δώσουν τη λύση τα RSS feeds. Με το Rss ο χρήστης μπορεί να βλέπει τότε ανανεώθηκε το περιεχόμενο των δικτυακών τόπων που τον ενδιαφέρουν, λαμβάνοντας κατευθείαν στον υπολογιστή του τους τίτλους των τελευταίων ειδήσεων και των άρθρων (ή ακόμα και εικόνων ή βίντεο) αμέσως μόλις αυτά γίνουν διαθέσιμα χωρίς να είναι απαραίτητο να επισκέπτεται καθημερινά τους αντίστοιχους δικτυακούς τόπους. Μάλιστα η ενημέρωση μπορεί να πραγματοποιείται και μέσω της φορητής συσκευής του χρήστη (κινητό τηλέφωνο, PDA, κλπ.). Με αυτό τον τρόπο η σχέση με το διαδίκτυο γίνεται αμεσότερη.

Ορισμένα web 2.0 εργαλεία που ειδικεύονται στην παροχή Rss feeds είναι το Feedburner, το RapidFeeds, το FeedJournal και το GoogleAlerts.

1.7 Χρήση εφαρμογών που εξυπηρετούν τα συμφέροντα-ανάγκες των χρηστών

“Ελαφριά” τεχνολογία σε πρωτόκολλα (REST), open source εφαρμογές πολλές φορές σχεδιασμένες με τη συμβολή και άποψη των ίδιων των χρηστών, απλότητα στο προγραμματιστικό και λειτουργικό σχεδιασμό (π.χ γλώσσα PHP αντί για C# ή Java, εφαρμογές βασισμένες στην τεχνολογία Ajax), δυνατότητα παραμετροποίησης ιστοσελίδων σύμφωνα με τις προτιμήσεις των χρηστών (Netvibes.com) και ευκολότερη αναζήτηση πληροφορίας μέσω tagging. Όλα αυτά προσφέρουν στους χρήστες καλύτερη, αμεσότερη και πιο ουσιαστική εμπειρία χρήσης του διαδικτύου. Επιπλέον, η αντικατάσταση πολλών παραδοσιακών εφαρμογών που μέχρι πριν λίγο καιρό οι χρήστες υποχρεούνταν να αγοράζουν (λειτουργικά συστήματα,

προγράμματα e-mail, Office, κλπ) με αντίστοιχες ανοιχτού κώδικα και διαδικτυακές εφαρμογές (Linux, gmail, google docs), έχει σημαντικά οικονομικά οφέλη γι' αυτούς.

1.7.1 Νέες διαστάσεις στην επικοινωνία μεταξύ των χρηστών



Εφαρμογές όπως Skype και MSN Messenger, προσφέρουν στους χρήστες, ανεξάρτητα με το που βρίσκονται, άμεση επικοινωνία με κείμενο, φωνή και εικόνα με σχεδόν μηδενικό κόστος. Επιπλέον, η πρωτοφανής διάδοση των blogs, καθιστά την επικοινωνία ευκολότερη και μαζικότερη. Ο καθένας μπορεί να εκφράσει τις σκέψεις και τις απόψεις του, έχοντας ως αποδέκτες όλους τους χρήστες του διαδικτύου, ενώ όσοι ενδιαφέρονται για αυτές μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί του μέσω σχόλιων στο blog. Ακόμη, με το social bookmarking (π.χ με το del.icio.us) μπορεί κάποιος εύκολα να βρει και να επικοινωνήσει με άτομα που έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα.

Τέλος, το φαινόμενο του social networking που αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, τείνει να αποτελέσει μία από τις κυρίαρχες μορφές κοινωνικοποίησης ιδιαίτερα μεταξύ εφήβων και νεαρών χρηστών.

1.7.2 Αντικειμενικότερη ενημέρωση

Σε πολλές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, η δυνατότητα σχολιασμού των ειδήσεων από τους χρήστες, η συζήτησή τους σε blogs και η δημοσιοποίηση video ή φωτογραφιών που οι ίδιοι "τράβηξαν", προσφέρει ακόμη μία προοπτική αντικειμενικού ελέγχου της πληροφορίας. Οι χρήστες μπορούν να γίνουν "σοφότεροι" εκμεταλλευόμενοι τις πληροφορίες και των απόψεων που καταθέτουν οι υπόλοιποι μέσω blogs, wikis, και forums. Η διαδικτυακή κοινότητα, που περιλαμβάνει από γνώμες για καταναλωτικά προϊόντα μέχρι και συμβουλές για ιατρικά θέματα, προσφέρει γνώση, εμπειρία και οι χρήστες δείχνουν να την εμπιστεύονται ολοένα και περισσότερο. Ακόμη, γνώσεις σε επιστημονικά, πρακτικά και κοινωνικά θέματα, διατίθενται ελεύθερα. Ιστοσελίδες όπως το netmums.com αποδεικνύεται ότι επιτελούν σημαντικό κοινωνικό έργο και αντικαθιστούν παραδοσιακές μορφές κοινωνικής μέριμνας.

1.7.3 Δημοκρατικότητα, αίσθηση ένταξης σε κοινότητα, Συνεργασία και συνεισφορά

Με τα wikis, τα blogs και τα forums, οι χρήστες ανεξαρτήτως γεωγραφικής θέσης και κοινωνικών, φυλετικών χαρακτηριστικών, μπορούν να ενταχθούν σε μια κοινότητα που ασχολείται με ένα θέμα που τους ενδιαφέρει. Έτσι ανταλλάσσουν απόψεις, συνεργάζονται και συνεισφέρουν στην επίτευξη ενός κοινού σκοπού. Ιδιαίτερα η εθελοντική συνεισφορά είναι τόσο διαδεδομένη ανάμεσα στους χρήστες του διαδικτύου, όσο ίσως σε κανένα άλλο τομέα της κοινωνικής ζωής. Το μέγεθος αυτού

του φαινομένου, η κατάργηση των παραδοσιακών φραγμών, η αμφίδρομη επικοινωνία του χρήστη με επιχειρήσεις ή οργανισμούς και επίδρασή του, κάνει πολλούς να υποστηρίζουν ότι μια νέα κοινωνική επανάσταση συντελείται. Μέσα από τις εφαρμογές Web 2.0, οι απόψεις των χρηστών δημοσιοποιούνται και ανάλογα με το πόσο συγκλίνουν σε μια θέση, αποκτούν τέτοια σημασία που επιχειρήσεις, οργανισμοί αλλά και πολιτικοί φορείς αναγκάζονται να τις λάβουν υπόψιν τους.

1.8 Επιπτώσεις του Web 2.0 στους χρήστες

Το παραδοσιακό Web αποτέλεσε το μέσο χάρη στο οποίο οι χρήστες απέκτησαν πρόσβαση σε πληθώρα δεδομένων στον παγκόσμιο ιστό και είχαν μια πρώτη μορφή επικοινωνίας μεταξύ τους. Θα μπορούσε λοιπόν κανείς να ισχυριστεί ότι το Web 2.0 αποτελεί την εξέλιξη που έχει σαν κινητήριο δύναμη, τους ίδιους τους χρήστες και διαμορφώνεται από τις ανάγκες τους, ανάγκες δηλαδή για αρτιότερη, ευκολότερη και αποτελεσματικότερη επικοινωνία, ανάγκες για τροποποίηση των υπηρεσιών και λειτουργιών με βάση το πώς οι ίδιοι επιθυμούν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, κλπ. Ίσως είναι η πρώτη φορά που οι χρήστες καθορίζουν τις εξελίξεις σε τόσο μεγάλο βαθμό. Σε αυτό το πλαίσιο, αξίζει να αναφερθεί ότι ακόμη και το περιοδικό Time ανακήρυξε σαν σημαντικότερο πρόσωπο της χρονιάς 2006 τους χρήστες, σαν αναγνώριση της καταλυτικής τους επίδρασης στις εξελίξεις.

1.8.1 Πιθανά προβλήματα και δυσκολίες που ανακύπτουν

Ένα από τα θέματα που προκαλεί προβληματισμό, όσον αφορά τους χρήστες, είναι η χρήση των προσωπικών τους δεδομένων, όπως αυτά προκύπτουν μέσα από τις δημοσιοποιημένες προτιμήσεις τους στο διαδίκτυο. Για παράδειγμα, διαφημιστικές και όχι μόνο, εταιρείες μπορούν να ερευνήσουν τις προτιμήσεις, αγορές και τις δημοσιευμένες σε forums και blogs απόψεις των χρηστών ώστε να τους στέλνουν μηνύματα για διάφορα σχετικά προϊόντα. Μέσα από το social bookmarking και το tagging, έχουν τη δυνατότητα να διαμορφώσουν προφίλ για τον κάθε χρήστη και να το χρησιμοποιήσουν για εμπορικούς σκοπούς χωρίς την συγκατάθεσή του. Τα στοιχεία που εισάγει (λέξεις κλειδιά) ο χρήστης στις μηχανές αναζήτησης, αποτελούν προσωπικά δεδομένα. Μερικές από αυτές (π.χ. Google) από τη στιγμή που τα αποθηκεύουν, μπορούν θεωρητικά να τα διαθέσουν σε τρίτους. Αυτό αποτέλεσε και θέμα διαμάχης πρόσφατα, με τη Google να δεσμεύεται ότι αυτά τα δεδομένα μετά από 18 μήνες θα διαγράφονται.

Η αγορά διάσημων Web 2.0 ιστοσελίδων από τις μεγάλες επιχειρήσεις του χώρου (Google, Yahoo, Microsoft, News Corporation), δημιουργεί ανησυχίες, κυρίως ως προς το ποιος τελικά κατέχει και πως εκμεταλλεύεται τα δεδομένα των χρηστών που δημιουργούνται.

Επιπλέον, η περίπτωση απώλειας, λόγω παραβίασης ασφάλειας, ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων των χρηστών (τραπεζικοί κωδικοί, ιατρικό ιστορικό, κλπ.)

μπορεί να έχει πολύ δυσάρεστες συνέπειες. Αν προσθέσουμε σε όλα αυτά και την κακόβουλη συλλογή στοιχείων (π.χ. πολιτικών, κοινωνικών απόψεων σε blogs, forums), τότε συμπεραίνουμε πως είναι απαραίτητη η ύπαρξη ενός νομικού πλαισίου και η υιοθέτηση εφαρμογών για να προστατεύονται οι χρήστες και να εγγυάται την ασφάλεια των προσωπικών τους δεδομένων. Παράλληλα πρέπει να γίνονται έλεγχοι από ειδικευμένες αρχές και να παρέχεται ενημέρωση για τις περιπτώσεις πιθανού κινδύνου.

Ακόμη, μερικές φορές η ενημέρωση που παρέχεται μέσα από forums και blogs μπορεί να μην είναι ακριβής γι' αυτό και οι χρήστες θα πρέπει πάντα να διασταυρώνουν τις πληροφορίες που παίρνουν. Μάλιστα σε θέματα μεγάλης σημασίας (νομικά, υγείας, κλπ) πρέπει να ζητούν τη γνώμη των αρμοδίων.

Επίσης, οι χρήστες οφείλουν να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί στη χρήση προγραμμάτων διαμοίρασης αρχείων (π.χ. Torrents), γιατί η παραβίαση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας μπορεί να έχει δυσάρεστες νομικές συνέπειες γι' αυτούς.

Στο χώρο της εργασίας, λόγω του ότι μέσω των εφαρμογών Web 2.0 μπορεί κάποιος να εργάζεται ακόμη και εκτός εταιρίας (π.χ. από το σπίτι του) πρέπει να υπάρχει μέριμνα ώστε να μη χρησιμοποιηθεί αυτό ως τρόπος υπερωριακής απασχόλησης, πράγμα που αντιτίθεται στα δικαιώματα του εργαζομένου.

1.9 Το Web 2.0 στην εκπαίδευση



Τα Web 2.0 εργαλεία και οι διαφορετικοί τρόποι δημιουργίας υλικού και επικοινωνίας των χρηστών, όχι μόνο ψυχαγωγούν τους χρήστες, αλλά δημιουργούν νέους τρόπους οργάνωσης της πληροφορίας για τη διευκόλυνση της μάθησης. Οι Grand et al (2006) υποστηρίζουν ότι μπορεί να σχεδιαστεί ένα κοινωνικό λογισμικό, με χρήση Web 2.0 εργαλείων, που θα αφορά τη μάθηση. Πιο συγκεκριμένα προτείνουν τουλάχιστον τρεις θεμελιώδεις αλλαγές στον τρόπο σκέψης σχετικά με τη γνώση, την κουλτούρα, τη μάθηση και την παιδαγωγική. Αρχικά οι Grand et al (2006) επισημαίνουν ότι τα Web 2.0 εργαλεία για τη μάθηση απομακρύνονται από τα παραδοσιακά πλαίσια της διδασκαλίας. Αντίθετα, η διδασκαλία επικεντρώνεται στο μαθητή, ο οποίος δομεί και κατακτά τη γνώση μόνος του. Αυτό συμβαίνει διότι, μέσω των Web 2.0 εργαλείων, οι μέθοδοι παραγωγής της γνώσης αλλάζουν και οι μαθητές έλκονται από δραστηριότητες που είναι πιο συνεργατικές. Σύμφωνα με τα παραπάνω δημιουργούνται μεγαλύτερες ευκαιρίες για πρόσβαση, συζήτηση και διαφάνεια στην αναζήτηση της γνώσης.

Όλα τα παραπάνω είναι ολοφάνερα, μιας και σήμερα οι μαθητές ολοένα και περισσότερο βρίσκονται αντιμέτωποι με μια μορφή καθημερινής γνωστικής και τεχνολογικής σύγκρουσης, αφού καθημερινά αφιερώνουν πολλές ώρες με τους φίλους τους σε ιστοχώρους κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook και το

Twitter, παράγοντας συνεργατικά προϊόντα και διαμοιράζοντας προσωπικά δημιουργήματα. Αντίθετα όμως με την προσωπική τους ζωή, οι μαθητές, στα πλαίσια των σχολικών τους υποχρεώσεων, συνδιαλέγονται μεταξύ τους με αναχρονιστικά εργαλεία, που περισσότερο τους περιορίζουν και λιγότερο τους ενδυναμώνουν και τους κινητοποιούν. Όμως, στο εκπαιδευτικό όραμα του Web 2.0 οι μαθητές αξιοποιούν με ευκολία τον κοινωνικό ιστό, βρίσκονται πλέον στο επίκεντρο των διαδικτυακών δραστηριοτήτων, αρχικοποιούν και επηρεάζουν το πρόγραμμα σπουδών, καθώς και καθορίζουν και ρυθμίζουν τη μάθηση μόνοι τους.

1.9.1 Παιδαγωγική 2.0

Σε αυτό το σημείο έρχεται να πάρει θέση η Παιδαγωγική 2.0, η οποία είναι ένα πλαίσιο, που στοχεύει να επικεντρωθεί στα επιθυμητά εκπαιδευτικά αποτελέσματα, έτσι ώστε να αξιοποιηθούν πληρέστερα τα μέσα και οι δυνατότητες για συνδεσιμότητα μέσω του Web 2.0 και των κοινωνικών εργαλείων. Προκειμένου να επιτευχθεί η Παιδαγωγική 2.0, πρέπει να ακολουθηθούν ορισμένες οδηγίες:

- **Περιεχόμενο (Content):** Θα πρέπει να αποτελείται από μικρές μονάδες περιεχομένου, οι οποίες αυξάνουν τη σκέψη και τη γνώση. Αυτές μπορεί να έχουν δημιουργηθεί από τους ίδιους τους μαθητές.
- **Πρόγραμμα σπουδών (Curriculum):** Δεν θα πρέπει να είναι σταθερό αλλά δυναμικό, ανοικτό προς διαπραγμάτευση, με διαθεματικές ευκαιρίες και με το συνδυασμό της επίσημης και της άτυπης μάθησης.
- **Επικοινωνία (Communication):** Θα πρέπει να προσφέρονται στους μαθητές πολλαπλές ευκαιρίες για ανοιχτές μορφές επικοινωνίας με πολλαπλά μέσα, στοχεύοντας στην επίτευξη της σχετικότητας, της αμεσότητας και της σαφήνειας.
- **Μαθησιακές διαδικασίες (Learning processes):** Πρέπει να είναι πλαισιοθετημένες και αναστοχαστικές, να ενσωματώνουν τις διαδικασίες σκέψης, να είναι επαναληπτικές, δυναμικές, αποδοτικές και να βασίζονται στην έρευνα.
- **Πηγές (Resources):** Θα πρέπει να περιλαμβάνουν πολλαπλές επίσημες και ανεπίσημες πηγές, που κάνουν χρήση πολλών διαφορετικών μέσων. Θα πρέπει να είναι διεπιστημονικές και διαθέσιμες σε όλο τον κόσμο.
- **Υποστήριξη (Scaffolds):** Επίσης θα πρέπει να προσφέρεται υποστήριξη στους μαθητές, σε περίπτωση που την χρειαστούν, από ένα δίκτυο ανθρώπων (συμμαθητές, εκπαιδευτικούς, ειδικούς, κοινότητες κτλ).

Μαθησιακές διεργασίες (Learning tasks): Όσον αφορά τους μαθητές, αυτοί θα πρέπει να ενασχολούνται με δραστηριότητες που θα πρέπει να είναι αυθεντικές, εξατομικευμένες, πειραματικές και μάλιστα σχεδιασμένες από τους ίδιους. Επίσης θα πρέπει να επιτρέπουν τη δημιουργία περιεχομένου και τη δοκιμή καινοτόμων ιδεών, προκαλώντας τη δημιουργικότητα των συμμετεχόντων.

Ακόμη, οι διεργασίες της μάθησης θα πρέπει να προκαλούν την αυτοανάδραση και την κριτική αναζήτηση, ώστε να ενισχύουν τη δια βίου μάθηση. Οι δραστηριότητες

αυτές όμως, θα πρέπει να είναι ανοικτές προς την κοινωνία και να επιτρέπουν σε όποιον ενδιαφέρεται να εμπλακεί, καλλιεργώντας και ένα αίσθημα ευθύνης. Επιπλέον, θα πρέπει να καλλιεργούν τη διαφορετικότητα της συνεργασίας σε επίπεδο εθνικότητας, γλώσσας, χώρας και να καταργούν τα σύνορα μεταξύ των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων. Όλες αυτές οι ιδέες, στις οποίες βασίζεται η Παιδαγωγική 2.0, παρουσιάζονται στην παρακάτω εικόνα.



Εικόνα 1.1: Σχηματική περιγραφή χαρακτηριστικών Παιδαγωγικής 2.0.

Συγκεκριμένα, η Συμμετοχή (Participation) δίνει έμφαση στη συνεργασία μεταξύ καθηγητή και μαθητή, όπου και οι δύο θα μαθαίνουν ταυτόχρονα. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω των κοινωνικών εργαλείων τα οποία διευκολύνουν τη συνεργασία των μαθητών με τους συμμαθητές τους και με το διδάσκοντα/καθοδηγητή. Τα εργαλεία αυτά επιτρέπουν στους μαθητές να δημιουργούν και να διατηρούν στο διαδίκτυο τις προσωπικές τους συλλογές από ιδέες, φωτογραφίες και επισημάνσεις. Αυτές οι συλλογές επιτρέπουν στο μαθητή να εκφράζεται και να δημοσιεύει το υλικό του. Επίσης, επιτρέπουν σε άλλους χρήστες να σχολιάζουν και να σημειώνουν τις παρατηρήσεις τους πάνω στο υλικό ενός άλλου μαθητή και να ανταλλάσσουν πόρους, δημιουργώντας μικρές κοινότητες. Έτσι προστίθεται μία νέα διάσταση στη συμμετοχική μάθηση, μιας και αυξάνονται τα επίπεδα κοινωνικοποίησης και συνεργασίας μέσω της επαφής με ειδικούς, με κοινότητες και με ομάδες ομότιμων μελών.

Επιπρόσθετα, υπάρχουν ενδείξεις ότι μπορεί να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα της μάθησης, δίνοντας στο μαθητή τον έλεγχο και καθιστώντας τον υπεύθυνο για την προσωπική του μάθηση. Με αυτόν τον τρόπο οι μαθητές έχουν την ελευθερία να αποφασίσουν πως να εμπλακούν στην ουσιαστική μάθηση από μόνοι τους. Ο όρος Εξατομίκευση (Personalization) συχνά συνδέεται με τη μαθητοκεντρική εκπαίδευση, που είναι μια επιθυμητή κατάσταση όπου οι μαθητές γνωρίζουν πώς

να επιλέγουν και να παίρνουν αποφάσεις σχετικές με τις προσωπικές μαθησιακές τους ανάγκες. Τα Web 2.0 και τα κοινωνικά εργαλεία επιτρέπουν στους μαθητές να αποφασίζουν για το πώς θα πετύχουν τους στόχους τους και πως θα καλύψουν τις ανάγκες τους για επικοινωνία και κοινωνική αλληλεπίδραση. Πέρα από την επιλογή των πηγών που θα χρησιμοποιήσουν και των ιστοχώρων που θα εγγραφούν και θα συνεισφέρουν, καθώς και των εργαλείων που θα χρησιμοποιήσουν και το πώς και το που θα τα χρησιμοποιήσουν, παρατηρείτε μία μετατόπιση της τροπικότητας της έκφρασης. Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα τα Web 2.0 εργαλεία αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι μαθητές/χρήστες εκφράζονται (π.χ. podcasting). Υπάρχουν τέσσερα βασικά σημεία που πρέπει να εξασφαλιστούν για να επιτευχθεί η εξατομίκευση: α) να διασφαλιστεί ότι οι μαθητές είναι ικανοί να παίρνουν αποφάσεις που αφορούν την εκπαίδευσή τους, β) να υπάρχει διαφοροποίηση και αναγνώριση των διαφορετικών μορφών δεξιοτήτων και γνώσεων, γ) να δημιουργούνται ποικίλα περιβάλλοντα μάθησης και δ) να περιλαμβάνουν φόρμες μαθητοκεντρικής ανάδρασης και αξιολόγησης. Η πρόκληση για τους εκπαιδευτικούς είναι να επιτρέπουν στους μαθητές να καθοδηγούνται μόνοι τους, να οικοδομούν τη γνώση τους και να έχουν τον έλεγχο της μάθησής τους. Ο ρόλος των εκπαιδευτικών είναι να παρέχουν επιλογές, να συμβουλεύουν τους μαθητές και να τους υποστηρίζουν.

Επιπρόσθετα, οι μαθητές, κατά την προσέγγιση της Παιδαγωγικής 2.0, είναι σε θέση να δημιουργούν και να παράγουν ιδέες, έννοιες και γνώση. Ο απώτερος στόχος της μάθησης σε βάθος χρόνου είναι να επιτρέψει και να ενισχύσει αυτή τη μορφή της Παραγωγικότητας και της Δημιουργικότητας (Productivity). Οι εκπαιδευτικοί έχουν αρχίσει να βλέπουν ότι τα Web 2.0 εργαλεία διευκολύνουν τη συνεισφορά σε ιδέες και περιεχόμενο, μιας και επιτρέπουν στους χρήστες/μαθητές να δημιουργούν περιεχόμενο και να το διανέμουν. Η παραγωγή του περιεχομένου μπορεί να γίνει μέσω σύγχρονης ή ασύγχρονης επικοινωνίας, όπως με χρήση εργαλείων συνδιάλεξης (chat), ιστολόγια, φόρουμ κ.ά.. Το είδος της πληροφορίας που χρησιμοποιείται για τη συγγραφή του περιεχομένου, μπορεί να προέρχεται από τη συλλογή πληροφοριών από περιοδικά, ιστοσελίδες, ημερολόγια και άρθρα, τα οποία οι μαθητές μοιράζονται μεταξύ τους. Παραδείγματος χάρη, πολλά ελληνικά σχολεία έχουν θεσπίσει τη δημιουργία ιστολογίων, στα πλαίσια των μαθημάτων, στα οποία οι μαθητές παράγουν και ανεβάζουν υλικό, το οποίο έχουν συγκεντρώσει μέσα από έρευνα και αναζήτηση, είτε ομαδικά είτε ατομικά. Η εμπλοκή των μαθητών στην παραγωγή ενός ενιαίου αποτελέσματος ενισχύει τη δημιουργικότητά τους και τους αυξάνει το αίσθημα της ικανοποίησης.

Πέρα από την Παιδαγωγική 2.0, η Web 2.0 τεχνολογία έχει δημιουργήσει μια κουλτούρα συμμετοχικής μάθησης, που ονομάζεται Μάθηση 2.0 (Learning 2.0). Κατά τη Μάθηση 2.0 γίνεται εστίαση στο γεγονός ότι η μάθηση πρέπει να επιτυγχάνεται μέσω της συμμετοχής των μαθητών σε μια κοινότητα πρακτικής, όπου η συνεργασία παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στο αποτέλεσμα της μάθησης. Ουσιαστικά ο όρος Μάθηση 2.0 είναι η συνεργατική μάθηση με χρήση εργαλείων Web 2.0 και συνδέεται με τη συνεργατική μάθηση με χρήση υπολογιστή (Computer Supporting Collaborative Learning). Η συμμετοχή στη Μάθηση 2.0 έχει θετικές επιρροές στα άτομα που εμπλέκονται με αυτή και τα οδηγεί στην ανάπτυξη

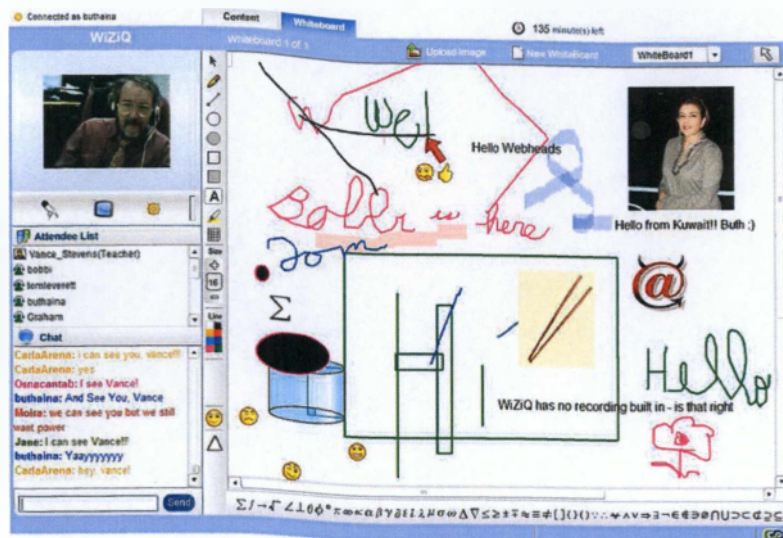
δεξιότητων. Πιο συγκεκριμένα, η εμπλοκή των χρηστών σε δραστηριότητες Μάθησης 2.0, μπορεί να εισάγει τους μαθητές στο βασικό και πολύπλοκο τομέα των ΤΠΕ, καθώς και να τους βοηθήσει να αναπτύξουν πολυμεσικές δεξιότητες. Ακόμη, οι χρήστες αποκτούν γνωστικές και μαθησιακές δεξιότητες, μερικές από τις οποίες είναι η ανακλαστική σκέψη, η εκμάθηση μεθοδολογίας μάθησης και η οργάνωση. Το επίπεδο και η ταχύτητα απόκτησης των δεξιοτήτων εξαρτάται σημαντικά από το αρχικό επίπεδο ψηφιακού αλφαριθμητισμού του κάθε χρήστη, καθώς και από τις επικοινωνιακές και συνεργατικές δεξιότητες που έχει ο καθένας.

Τέλος, μέσω της χρήσης Web 2.0 περιβαλλόντων, αυξάνεται η κινητροδότηση των μαθητών και των εκπαιδευτικών, επιτρέποντας νέες και ποικίλες μαθησιακές και διδακτικές εμπειρίες. Οι εμπειρίες αυτές συνήθως είναι συναρπαστικές και ενδιαφέρουσες, συναισθηματικές και κοινωνικές, προσωπικές και συνεργατικές και πυροδοτούν την ανακάλυψη νέων τρόπων μάθησης.

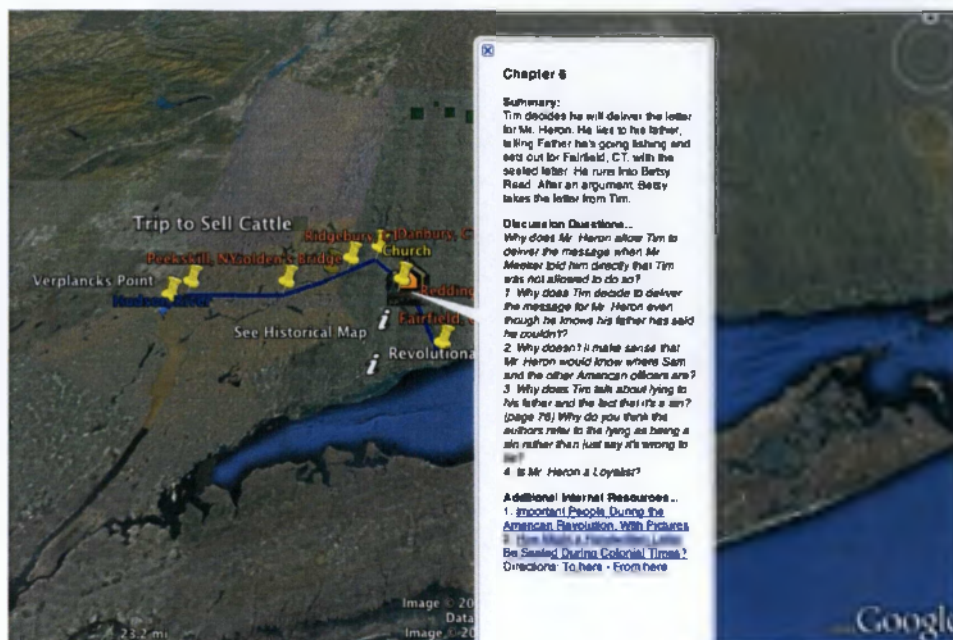
1.9.2 Εργαλεία στην εκπαιδευτική διαδικασία

Όλα τα παραπάνω οφέλη που αναφέρθηκαν, προκύπτουν από τη χρήση διαφόρων εργαλείων στην εκπαιδευτική διαδικασία. Στην ενότητα αυτή θα παρουσιαστούν μερικά παραδείγματα εργαλείων Web 2.0, τα οποία όμως έχουν σχεδιαστεί αποκλειστικά για την εκπαιδευτική διαδικασία:

Wiziq (<http://www.wiziq.com/>): Ανήκει στην κατηγορία εργαλείων τηλεδιάσκεψης (Online conferencing) και δίνει τη δυνατότητα συνεργασίας σε δασκάλους και μαθητές μέσω εικονικών τάξεων, διαδικτυακών ασκήσεων και γενικά επικοινωνίας μέσω διαδικτύου. Επιπλέον επιτρέπει τη δημοσίευση εκπαιδευτικού περιεχομένου (π.χ. διαφάνειες). Το συνεργατικό περιβάλλον τηλεδιάσκεψης επιτρέπει τη σύγχρονη εκπαιδευτική συνεργασία με τη χρήση βίντεο και ήχου ή συζήτησης (chat) και τη διαμοίραση παρουσιάσεων, εκπαιδευτικών κειμένων και εικόνων μέσω του διαδραστικού ασπροπίνακα (whiteboard). Όλα τα αντικείμενα του ασπροπίνακα μπορούν να αντιγραφούν και να επικολληθούν. Το Wiziq διαθέτει πλήρη σειρά μαθηματικών εργαλείων και όλες οι δραστηριότητες της εικονικής τάξης καταγράφονται σε αρχεία. Τέλος το Wiziq επιτρέπει το διαμοιρασμό της οθόνης (screen share). Για όλα αυτά τα χαρακτηριστικά που διαθέτει, χρησιμοποιείται από πολλά Πανεπιστήμια του εξωτερικού, όπως το Stanford, το Cambridge, το Yale και το Harvard.



GoogleLitTrips (<http://www.googlelitrrips.com/>): Ανήκει στην κατηγορία mashup και είναι ένα εργαλείο για τη διδασκαλία της λογοτεχνίας, το οποίο διαθέτει στοιχεία και από τα εργαλεία αφήγησης ιστοριών (storytelling). Διαθέτει λογοτεχνικά βιβλία για διάφορες ηλικίες, χωρισμένα ανάλογα με την ηλικία των μαθητών. Πέρα από τα λογοτεχνικά βιβλία που προτείνει και παρέχει, η κύρια υπηρεσία του είναι η δημιουργία χάρτη στο Google Earth, τον οποίο κάποιος μπορεί να επεξεργαστεί και να βάλει ειδικά βελάκια με τα οποία, πατώντας πάνω τους, μπορεί να προσθέσει πληροφορία στο σημείο εκείνο του χάρτη. Η πληροφορία μπορεί να είναι φωτογραφίες, κείμενο, βίντεο, ήχος ή κάποια διεύθυνση (url) για άλλες ιστοσελίδες. Επίσης κάποιος μπορεί να κρατά ημερολόγιο κατά τη διάρκεια που διαβάζει ένα λογοτεχνικό βιβλίο. Επιπρόσθετα, όταν κάποιος διαβάζει ένα συγκεκριμένο βιβλίο μπορεί να δει το χάρτη της εποχής και της περιοχής στην οποία εξελίχθηκε η ιστορία του βιβλίου. Ακόμη μπορεί να δει τις πόλεις και τις γειτονιές και διάφορες πληροφορίες για φυσικά φαινόμενα και καταστροφές που συνέβησαν την περίοδο εκείνη στην περιοχή που περιγράφει το βιβλίο. Μπορεί επίσης να μάθει για τις παραδόσεις και τα έθιμα της εποχής και της περιοχής. Μια ακόμη δυνατότητα που παρέχεται είναι να δει ο χρήστης τους χάρτες που αφορούν το συγγραφέα του βιβλίου και πληροφορίες για τη ζωή του. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα στους μαθητές να φτιάξουν τα δικά τους google lit trips από την αρχή ή να προσθέσουν τη δική τους πληροφορία πάνω σε ήδη υπάρχοντα. Στόχος είναι να εμβαθύνουν οι μαθητές στην ιστορία του λογοτεχνικού βιβλίου και να κατανοήσουν το όλο σκηνικό μέσα στο οποίο εξελίχθηκε η ιστορία.



TeacherTube (<http://www.teachertube.com>): Είναι ένα εργαλείο που δίνει τη δυνατότητα στους εκπαιδευτές και στους εκπαιδευόμενους να δημοσιεύουν και να διαμοιράζονται βίντεο εκπαιδευτικού χαρακτήρα. Τα βίντεο μπορούν να αξιολογηθούν από τους επισκέπτες του ιστοτόπου.



Τα παραπάνω είναι μερικά παραδείγματα από εργαλεία τα οποία έχουν σχεδιαστεί αποκλειστικά για την εκπαίδευση. Υπάρχουν πολλά περισσότερα, και μάλιστα

υπάρχουν και πολλά που παρ' όλο που δεν έχουν σχεδιαστεί για την εκπαίδευση, μπορούν να χρησιμοποιηθούν με επιτυχία σε αυτήν.

1.10 Η κατάσταση του Web 2.0 στην Ελλάδα

Όσοι ανήκουν στο χώρο του Interactive Marketing κάνουν συχνά λόγο για την ψηφιακή επανάσταση που έχει επιφέρει το Web 2.0, ως δεύτερη γενιά του Internet που χαρακτηρίζεται από το social networking και τη δυνατότητα των χρηστών για online collaboration. Η επικοινωνιακή αυτή επανάσταση έχει καταστήσει τον καταναλωτή κυρίαρχο των media και συνεπώς των διαφημιστικών μηνυμάτων που «καταναλώνει».

«Το Web 2.0 αποτελεί μία οικονομική επανάσταση στην βιομηχανία των υπολογιστών παρακινούμενη από την ανάγκη χρήσης του internet σαν ολοκληρωμένη πλατφόρμα εργασίας και από την αναζήτηση για την κατανόηση των κανόνων εκείνων που πρέπει να εφαρμοστούν για να έχει αυτή η πλατφόρμα ευρεία αποδοχή. Η βασικότερη αρχή είναι η εξής: Κατασκευή εφαρμογών που αξιοποιούν το δίκτυο ώστε να εξελίσσονται δυναμικά κατά την χρήση τους. Όταν τα προγράμματα και οι συσκευές είναι συνδεδεμένες με το internet οι εφαρμογές δεν αποτελούν πλέον απλές υλοποιήσεις αλλά δυναμικές υπηρεσίες». (Tim O'Reilly Oct 2006).

Το ερώτημα που γεννιέται συνεπώς είναι, αν αυτή η επανάσταση η οποία έχει αρχίσει να εισχωρεί και στην Ελλάδα, έχει γίνει αντιληπτή από τον Έλληνα και την ελληνική αγορά.

Στην συνέχεια θα αναφερθούν ορισμένα στατιστικά στοιχεία. Σε "broadcast yourself websites" όπως το Youtube.com, υπάρχουν 250.000 Έλληνες επισκέπτες που παρακολουθούν, ανεβάζουν και σχολιάζουν videos. Πολλά από αυτά είναι καθημερινά γεγονότα, σημαντικά και ασήμαντα που θα τα ζήλευαν ακόμα και οι πιο επιτυχημένοι ρεπόρτερ. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στο Google υπάρχουν περισσότεροι από 10.000 Έλληνες ανά εβδομάδα (πιθανόν ελληνίδες μητέρες) που πραγματοποιούν αναζήτηση με τη φράση «παιδικά παιχνίδια», σύμφωνα με τα στατιστικά μιας καμπάνιας search engine marketing για λογαριασμό της Fisher Price. Με το λανσάρισμα του αυτοκινήτου Toyota Auris στην Ελλάδα, έχουν γίνει σε διάστημα 1,5 μήνα περίπου 80.000 αναζητήσεις με τις λέξεις «Toyota» και «Auris», καθιστώντας την Ελλάδα πρώτη χώρα παγκοσμίως σε αναζητήσεις του παραπάνω όρου. Στο pathfinder.gr υπάρχουν 9.000 κοινότητες/"clubs" με 170.000 μέλη που ανταλλάσσουν απόψεις για μια πλειάδα θεμάτων: από τον αθλητισμό και την μόδα μέχρι την πολιτική και τη μουσική. Στο zoo.gr υπάρχουν 190.000 άτομα που κάνουν social networking, ενώ στο MSN Live Messenger 542.000 Έλληνες κάνουν chat. Στο MSN Live Spaces 285.000 επισκέπτες διαβάζουν τις προσωπικές σελίδες φίλων τους, δημιουργούν photo albums, γράφουν και ανεβάζουν videos. Επίσης, σε άλλα community και networking sites όπως το facebook.com, το hi5.com, το mspace.com, το joy.gr και το asmallworld.net χιλιάδες Έλληνες καθημερινά ασχολούνται με το δίκτυο φίλων που έχουν σχηματίσει, δημιουργούν περιεχόμενο, ανταλλάσσουν μηνύματα και έρχονται σε επαφή μεταξύ τους με τρόπο

διαδραστικό. Υπάρχουν 70.000.000 blogs παγκοσμίως ενώ καθημερινά δημιουργούνται 120.000 νέα blogs και γράφονται 1.500.000 άρθρα.

Παράλληλα, υπάρχουν blogs τα οποία δέχονται χιλιάδες επισκέψεις, ενώ εκατοντάδες είναι τα σχόλια που ανταλλάσσουν οι χρήστες. Το pestaola.gr έχει 40.000 επισκέπτες το μήνα, το blog του γνωστού συγγραφέα Νίκου Δήμου δέχτηκε σε 15 μήνες 1.000.000 επισκέψεις και 90.000 σχόλια χρηστών σε 332 άρθρα του.

Επιπλέον, η δυνατότητα της δημοσιοποίησης της άποψης για ένα προϊόν ή υπηρεσία, είναι κατά πολλούς μία από τις σημαντικότερες Web 2.0 καινοτομίες που επιφέρει αλλαγές στη φιλοσοφία της αγοράς. Οι εταιρίες που εκμεταλλεύονται αυτή τη συμβολή των χρηστών στη αξιολόγηση των προϊόντων και υπηρεσιών (π.χ. βιβλία, ξενοδοχεία) έχουν σημαντικά οφέλη. Για παράδειγμα, η amazon.com οφείλει σημαντικό μέρος της δημοτικότητάς της στις δημοσιευμένες στο διαδίκτυο γνώμες και βαθμολογίες των χρηστών για τα προϊόντα της. Στην περίπτωση της πώλησης βιβλίων, αν και τα αρχικά βιβλιογραφικά δεδομένα τα έχει πάρει από άλλη εταιρία που ειδικεύεται σε αυτό (Bowker.com), η προσθήκη κυρίως των απόψεων των χρηστών έχει αναγάγει την [amazon](http://amazon.com) σε πηγή αναφοράς βιβλιογραφικών δεδομένων για καταναλωτές, βιβλιοθηκάρους και πανεπιστημιακούς.

Οι χρήστες φαίνεται να εμπιστεύονται ολοένα και περισσότερο τη γνώμη των υπολοίπων των χρηστών. Η παραδοσιακή διαφήμιση και η επιλογή προϊόντος με κριτήριο το όνομα της φίρμας δεν είναι το ίδιο αποτελεσματικές όσο παλαιότερα. Με την έλευση του Web 2.0 παρουσιάζονται εκατοντάδες νέοι τρόποι για την προσέγγιση του χρήστη, που δημιουργούνται από τους ίδιους τους καταναλωτές, μέσω της χρήσης και διάδοσης του περιεχομένου των social media. Για τον λόγο αυτό πολλές επιχειρήσεις και οργανισμοί έχουν ήδη κατανοήσει πόσο σημαντικό είναι να προσαρμόσουν την παρουσία τους στην νέα αυτή διαδικτυακή πραγματικότητα.

Καταλήγουμε λοιπόν στο συμπέρασμα ότι οι συνήθειες των Ελλήνων, σε σχέση με την καθημερινή έκθεσή τους στα media, έχουν αλλάξει σημαντικά. Το Web 2.0 έχει ενδυναμώσει τους χρήστες προσφέροντας τους τα εργαλεία που θα τους επιτρέψουν να συμμετέχουν ενεργά στις διάφορες παραγωγικές διαδικασίες της πληροφορίας. Η τεχνολογία δίνει την ευκαιρία στους χρήστες να μην είναι πλέον απλά παθητικοί αποδέκτες μηνυμάτων, αλλά να επιλέγουν και να διαμορφώνουν την πληροφορία με τον τρόπο που εκείνοι επιθυμούν.

Κεφάλαιο 2: Wiki

2.1 Εισαγωγή

Όπως αναφέρθηκε και στο πρώτο κεφάλαιο είναι συνήθως μία ιστοσελίδα που επιτρέπει στους χρήστες της να προσθέσουν, να αφαιρέσουν, ή να επεξεργαστούν το περιεχόμενό της, πολύ γρήγορα και εύκολα, χωρίς να έχουν κάνει υποχρεωτικά εγγραφή. Έτσι, διευκολύνεται η συνεργασία πολλών ατόμων για τη συγγραφή ενός έργου. Ο όρος Wiki όμως, μπορεί να αναφέρεται και στο λογισμικό που χρησιμοποιείται για να κατασκευαστούν Wiki σελίδες.

Αυτό που στην ουσία κάνει ένα σύστημα wiki είναι να απλοποιεί τη διαδικασία δημιουργίας σελίδων HTML και να καταγράφει κάθε μεμονωμένη αλλαγή που εμφανίζεται κατά τη διάρκεια του χρόνου, έτσι ώστε σε οποιαδήποτε στιγμή μια σελίδα να μπορεί να επανέλθει σε κάποια από τις προηγούμενες καταστάσεις της. Πολλές φορές το wiki περιλαμβάνει εργαλεία που επιτρέπουν στους χρήστες να παρακολουθούν την κατάστασή του. Μπορεί ακόμη να παρέχει στους χρήστες κάποιο χώρο για να συζητούν διάφορα θέματα όπως για παράδειγμα το περιεχόμενο που προστίθεται στο site.

Τα περισσότερα wikis επιτρέπουν την πρόσβαση των χρηστών χωρίς κανέναν απολύτως περιορισμό. Έτσι όλοι έχουν το δικαίωμα να συμβάλουν στη συγγραφή του περιεχομένου της ιστοσελίδας χωρίς να υποβληθούν σε διαδικασία "εγγραφής" όπως συνήθως επιβάλλεται σε σελίδες συζητήσεων π.χ. στα περισσότερα forum. Αυτό σημαίνει ότι σε πολλές περιπτώσεις δεν είναι δυνατό να ελεγχθεί η εγκυρότητα των πληροφοριών των wiki σελίδων.

Η λέξη Wiki ερμηνεύεται μερικές φορές ως ακρώνυμο για το "What I know is" δηλαδή "Αυτό που εγώ ξέρω είναι". Είναι μια χαρακτηριστική φράση για τον τρόπο λειτουργίας του Wiki: ο κάθε χρήστης που συμμετέχει στη συγγραφή κάποιου έργου προσθέτει την προσωπική του γνώση, έτσι ώστε όλοι να μπορούν να τη μοιράζονται.

2.2 Ιστορία

Ο όρος wiki είναι μια συντομευμένη μορφή του «wiki wiki» που στη γλώσσα της Χαβάης χρησιμοποιείται συνήθως ως επίθετο ή επίρρημα και σημαίνει γρήγορο ή γρήγορα. Το πρώτο wiki, δημιουργήθηκε το 1994 και εγκαταστάθηκε στον Ιστό στις 25 Μαρτίου του 1995 από τον Ward Cunningham. Αυτός εφηύρε το όνομα και την έννοια wiki και κατασκεύασε την πρώτη μηχανή wiki.

Το Wiki αυτό είναι ευρύτερα γνωστό ως Wiki Wiki Web και φιλοξενείται στην ιστοσελίδα: <http://c2.com/cgi/wiki?WelcomeVisitors> .

Δημιουργήθηκε στην κοινότητα των design pattern σαν ένα συμπλήρωμα του Portland Pattern Repository για να διευκολύνει τη συνεργασία πολλών προγραμματιστών. Ορισμένοι υποστηρίζουν ότι μόνο το αρχικό wiki πρέπει να

λέγεται Wiki (με κεφαλαίο) ή WikiWikiWeb.

Ο Cunningham εμπνεύστηκε τον όρο wiki από τα "wiki wiki" δηλαδή τα "γρήγορα" λεωφορεία πυκνών δρομολογίων στον αερολιμένα της Χονολουλού. Το wiki Wiki ήταν η πρώτη χαβανέζικη λέξη που έμαθε στην πρώτη επίσκεψή του στα νησιά, όταν τον κατεύθυνε ο πράκτορας αερολιμένων για να πάρει το λεωφορείο wikiwiki μεταξύ των τερματικών. Ο Cunningham δήλωσε: "επέλεξα το wiki-wiki ως παρηχητικό υποκατάστατο για το "γρήγορα" και με αυτόν τον τρόπο απέφυγα την ονομασία quick-web".

Προς το τέλος της δεκαετίας του '90, η ιδέα της χρήσης των wikis σε ιδιωτικές και δημόσιες βάσεις γνώσεων άρχισε να βρίσκει μεγάλη αποδοχή. Αυτό το γεγονός ενέπνευσε τους ιδρυτές του έργου Nupedia Jimmy Wales και Larry Sanger να χρησιμοποιήσουν την τεχνολογία wiki σαν βάση για μια ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια. Η Wikipedia ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2001 και αρχικά βασίστηκε στο λογισμικό UseMod. Αργότερα μεταπήδησε στον δικό της ανοικτό κώδικα codebase, που υιοθετήθηκε στη συνέχεια από πολλά άλλα wikis.

Στις αρχές του 2000, τα wikis άρχισαν να υιοθετούνται όλο και περισσότερο στις επιχειρήσεις σαν λογισμικό που επιτρέπει τη συνεργασία πολλών χρηστών. Οι πιο συνηθισμένες χρήσεις του ήταν στις επικοινωνίες, σε intranets και στη συλλογική τεκμηρίωση προγραμμάτων, αρχικά από τεχνικούς χρήστες.

Το Δεκέμβριο του 2002, η Socialtext προώθησε την πρώτη εμπορική ανοικτή λύση wiki: Wikis ανοικτού κώδικα όπως τα MediaWiki, Kwiki και TWiki που ξεπέρασαν το 1εκ downloads στα repos του Sourceforge μέχρι και το 2004. Σήμερα ορισμένες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα wikis σαν το μοναδικό συλλογικό λογισμικό και σαν υποκατάστατο των στατικών intranets. Κατά μια άποψη, γίνεται μεγαλύτερη χρήση των wikis πίσω από τα firewalls παρά στο δημόσιο διαδίκτυο.

Το 2005 οι Los Angeles Times πειραματίστηκαν με τη χρήση wiki στο εκδοτικό τμήμα της ιστοσελίδας τους. Το έργο Wikitorial σύντομα έκλεισε καθώς βάνδαλοι το κατέστρεψαν.

2.3 Βανδαλισμοί και Προστασία

Η ανοικτή φιλοσοφία των περισσότερων wikis — το να επιτρέπεται στον καθένα να τροποποιεί το περιεχόμενο — δεν εξασφαλίζει ότι όλοι οι συντάκτες έχουν καλές προθέσεις. Ο βανδαλισμός είναι ένα σταθερό πρόβλημα για τα wikis, αν και μερικές πηγές με λίγη σχετική εμπειρία με wikis τείνουν να υπερβάλουν τον κίνδυνο του βανδαλισμού. Μελέτες της IBM ισχυρίζονται ότι το μεγαλύτερο μέρος του βανδαλισμού στη Wikipedia αφαιρείται σε 5 λεπτά ή λιγότερο. Εντούτοις, σε μερικές περιπτώσεις παίρνει περισσότερο, όπως στην περίπτωση της βιογραφίας του John Seigenthaler. Σε μερικές περιπτώσεις, προκειμένου να αποφευχθεί ο παραπέρα βανδαλισμός αποκλείονται από τη δυνατότητα συγγραφής λογαριασμοί χρηστών ή διευθύνσεις IP.

2.4 Λογισμικό Wiki και Wiki Engines

Το λογισμικό Wiki είναι ένας τύπος λογισμικού συνεργασίας που χρησιμοποιείται για την εκτέλεση ενός συστήματος Wiki. Επιτρέπει στις ιστοσελίδες να δημιουργηθούν και να εκδοθούν μέσα από ένα κοινό web browser. Εφαρμόζεται συνήθως ως server-side script που τρέχει σε έναν ή περισσότερους web servers, με το περιεχόμενο να αποθηκεύεται γενικά σε κάποιο σύστημα διαχείρισης βάσεων δεδομένων, αν και μερικές εφαρμογές χρησιμοποιείται αντί για αυτό το σύστημα αρχείων (file system) του server.

2.4.1 Κατηγορίες

2.4.1.1 Web-based Wiki

Το πρώτο τέτοιο σύστημα δημιουργήθηκε από τον Ward Cunningham το 1995. Δεδομένης της απλότητας του wiki, ένας μεγάλος αριθμός εφαρμογών που υπάρχουν σήμερα, κυμαίνεται από την πολύ απλή εφαρμογή λειτουργιών πυρήνα (core functionality) μέχρι και τα πιο σύνθετα «συστήματα διαχείρισης περιεχομένου». Η αρχική διαφορά μεταξύ των wikis και των πιο σύνθετων συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου (content management systems) είναι ότι το λογισμικό wiki τείνει να επικεντρωθεί στο περιεχόμενο, εις βάρος του ισχυρότερου ελέγχου στο layout που έχουν λογισμικά CMS όπως Drupal, WebGUI, ή εις βάρος των μη-wiki χαρακτηριστικών (άρθρα, blogs.) όπως σε Tikiwiki.

Το λογισμικό Wiki θα περικλείει όλο το λογισμικό που απαιτείται για να τρέξει ένα wiki, το οποίο περιλαμβάνει έναν web server όπως ο Apache, σε αντίθεση με τη «μηχανή Wiki», η οποία εφαρμόζει την τεχνολογία wiki. Σε μερικές περιπτώσεις, όπως το ProjectForum, ή κάποιους WikiServers, ο web server και η μηχανή wiki συσσωρεύονται μαζί ως ένα self-contained σύστημα, το οποίο μπορεί συχνά να τους καταστήσει ευκολότερους να εγκαταστήθουν. Η πλειοψηφία των μηχανών είναι open source, συχνά διαθέσιμη με GNU General Public License (GPL). Τα μεγάλα προγράμματα όπως το TWiki, η Wikipedia μηχανή, το MediaWiki, αναπτύσσονται σε συνεργασία (collaboratively). Πολλά wikis είναι ιδιαιτέρως μορφωματικά (modular), παρέχοντας APIs που επιτρέπουν στους προγραμματιστές να αναπτύξουν νέα χαρακτηριστικά χωρίς να απαιτείται αυτά να είναι συγγενικά (familiar) με ολόκληρη τη βάση κώδικα (codebase).

Είναι δύσκολο να καθοριστεί ποιες μηχανές wiki είναι οι δημοφιλέστερες, αν και ένας κατάλογος υποψηφίων περιλαμβάνει τα: TWiki, MoinMoin, PmWiki, DokuWiki και MediaWiki (Google trend history comparison).

2.4.1.2 Personal Wiki

Κάποιο λογισμικό wiki δεν προορίζεται για τη συλλογική εργασία (collaborative work), αλλά είτε για διαχείριση περιεχομένου είτε για την προσωπική οργάνωση πληροφοριών (Personal information organizing).

Αυτό καλείται μερικές φορές Desktop Wiki ή Personal (προσωπικό) Wiki. Ένα παράδειγμα αυτού είναι το Tiddlywiki.

2.4.1.3 Peer-to-Peer Wiki

Μία ιστοσελίδα wiki (wikisite) μπορεί επίσης να διαμοιραστεί μεταξύ των peers χρησιμοποιώντας ένα P2P λογισμικό. Ένα τέτοιο P2P wiki σύστημα είναι ενσωματωμένο στο Code Co-op.

2.4.2 Σύγκριση των καλύτερων μηχανών Wiki

Οι μηχανές Wiki είναι ένα μεγάλο τμήμα του λογισμικού - επιτρέπουν στο χρήστη να δημιουργήσει ένα διαδραστικό (interactive) ιστοχώρο ή μια βάση γνώσης (knowledge base) όπου κάθε μέλος μπορεί να προσθέσει και να εκδώσει το περιεχόμενο. Τα εργαλεία Wiki μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τα προσωπικά ή συλλογικά web συστήματα. Η δύναμη του λογισμικού wiki είναι στην απλότητά της χρήσης του. Η ταχυδρόμηση ενός εγγράφου με Wiki είναι μία εύκολη δουλειά, που ο καθένας μπορεί να κάνει. Η δημιουργία και η διατήρηση ενός wiki site δεν είναι ιδιαίτερες δύσκολες και απαιτούν μόνο βασικές ικανότητες προγραμματισμού. Ένα από τα πιο βασικά χαρακτηριστικά ενός wiki project είναι ότι μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία ιστοχώρου χωρίς καμία οικονομική επιβάρυνση. Θα συγκριθούν λοιπόν τα καλύτερα δωρεάν εργαλεία wiki. Καταρχήν όμως πρέπει να αποτυπωθούν μερικά βασικά κριτήρια για τη σύγκριση.

- Ποιος είναι ο δημιουργός του εργαλείου wiki; Είναι ένα μεμονωμένο πρόσωπο ή μια ομάδα;
- Είναι το wiki ένα δωρεάν λογισμικό και open source ή πρέπει να αγοραστεί μια άδεια για αυτό;
- Ποιος χρησιμοποιεί αυτό το εργαλείο; Μια καλή μηχανή wiki είναι πιθανό να έχει μια μεγάλη ομάδα υπαρχόντων χρηστών. Αυτό είναι χρήσιμο στην περίπτωση όπου χρειασθεί υποστήριξη ή υπάρχουν ερωτήσεις για τη λειτουργία του.

2.4.2.1 MediaWiki



Το MediaWiki είναι το δημοφιλέστερο λογισμικό wiki στο internet. Χρησιμοποιείται για να τρέξει η Wikipedia (τη μεγαλύτερη on line εγκυκλοπαίδεια του κόσμου) και άλλα projects του μη κερδοσκοπικού ιδρύματος WikiMedia, καθώς επίσης και πολλά άλλα wikis. Το MediaWiki είναι ένα ελεύθερο πακέτο λογισμικού που χορηγούν άδεια με το GNU General Public License.

Το MediaWiki περιλαμβάνει τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα όπως:

- Εύκολο ανέβασμα (upload) αρχείων
- Υποστηρίζει πολλές γλώσσες
- Επιλογές αναζήτησης
- Δείκτης των στοιχείων περιεχομένων (content items)
- Συζητήσεις

2.4.2.2 TikiWiki



Το TikiWiki είναι ένα ισχυρό, open source Groupware και σύστημα διαχείρισης περιεχομένου, γραμμένο σε PHP. Το TikiWiki μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δημιουργήσει web sites και intranets. Προσφέρει μεγάλους πόρους εάν χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο συνεργασίας. Επίσης παρέχει όλα τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που αναμένετε από τα παρόντα συστήματα wiki. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για δημιουργία φόρουμ, chatrooms, για λήψη ψηφοφορίας (poll taking), blog, gallery αρχείων και εικόνας, FAQ, ημερολόγιο κ.α.




2.4.2.3 DokuWiki

Το DokuWiki είναι ένα εύχρηστο σύστημα wiki. Θα ήταν η καλύτερη επιλογή για κάποιον που πρέπει να γράψει μια τεκμηρίωση (documentation) για ένα λογισμικό, επειδή διευκολύνει τη δημιουργία του δομημένου περιεχομένου (structured content). Έχει μια ισχυρή σύνταξη και τα αρχεία δεδομένων του μπορούν να διαβαστούν και έξω από το Wiki. Αυτό βοηθάει τις ομάδες των developers που δουλεύουν ένα project να αλληλεπιδράσουν πολύ εύκολα. Όλα τα δεδομένα αποθηκεύονται στα plain text αρχεία και έτσι δεν απαιτείται καμία βάση δεδομένων. Το DokuWiki (καθώς επίσης και το MediaWiki και το TikiWiki) γράφονται σε PHP.

Μερικά από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του DokuWiki είναι:

- Ανέβασμα και ενσωμάτωση εικόνων
- Πολυγλωσσική υποστήριξη
- Συνδέσεις Interwiki

2.4.2.4 WikkaWiki

 **WikkaWiki** Το WikkaWiki είναι ελεύθερο λογισμικό, ελαφρύ και πρότυπο-υποχωρητική μηχανή wiki. Επίσης Χρησιμοποιεί MySQL για την αποθήκευση των σελιδών. Το WikkaWiki είναι δίκρανο Wakka Wiki στο οποίο διάφορα νέα χαρακτηριστικά γνωρίσματα έχουν προστεθεί. Σχεδιάζεται για την ταχύτητα, των έλεγχο πρόσβασης και την ασφάλεια. Απελευθερωμένο κάτω από Άδεια ευρέος κοινού GNU.

2.4.2.5 TiddlyWiki

Το Tiddlywiki αποτελείται από μόνο ένα αρχείο HTML, το οποίο αξιοποιεί έξυπνα τις σύγχρονες δυναμικές τεχνολογίες του Web, συγκεκριμένα την Javascript και τα CSS, ώστε να παρέχει τις περισσότερες δυνατότητες ενός τυπικού, πλήρους Wiki, συμπυκνωμένες στο αρχείο του. Ακριβώς όμως επειδή είναι ένα αρχείο, μπορεί να φιλοξενηθεί σε online server ως τυπικό site προσβάσιμο από οποιονδήποτε browser, να αποθηκεύεται σε τοπικό δίσκο για τοπική επεξεργασία, σε USB flash drive, ώστε να είναι φορητό, ακόμη και να... ανταλλάσσεται ανάμεσα σε δύο φίλους μέσω e-mail! Από άποψη, δε, εμφάνισης και λειτουργικότητας δεν διαφέρει από τα τυπικά "μεγάλα" Wikis.

2.4.2.6 PmWiki

Το PmWiki είναι λογισμικό wiki, κατάλληλο για τη συνεργασία πολλών χρηστών στη σχεδίαση, δημιουργία και διαχείριση websites. Οι σελίδες του PmWiki μοιάζουν και λειτουργούν σαν κοινές σελίδες web, με τη διαφορά ότι έχουν ένα σύνδεσμο "Επεξεργασία" που επιτρέπει την εύκολη επεξεργασία του περιεχομένου τους, καθώς και την προσθήκη νέων σελίδων στο website, με τη χρήση κάποιων βασικών κανόνων. Για την δημιουργία των σελίδων του PmWiki, δεν χρειάζεται να έχετε γνώσεις HTML ή CSS. Μπορείτε να αφήσετε την δυνατότητα επεξεργασίας των σελίδων ελεύθερη στο κοινό, ή να την περιορίσετε σε μία μικρή ομάδα συντακτών. Οι δυνατότητες του PmWiki είναι οι ακόλουθες:

- **Εμφάνιση:** Το PmWiki υποστηρίζει ένα σύστημα προτύπων εμφάνισης (skins), που επιτρέπει την εύκολη αλλαγή της διάταξης και του τρόπου απεικόνισης των περιεχομένων των σελίδων, προσφέροντας μεγάλη ευελιξία στη διαμόρφωση και τη λειτουργικότητά του.
- **Ασφάλεια:** Το PmWiki επιτρέπει στους χρήστες του, να ορίσουν προστασία με χρήση κωδικού (password), για ανεξάρτητες σελίδες ή κατηγορίες σελίδων. Αυτό επιτρέπει την εύκολη δημιουργία διαφορετικών "ζωνών ασφάλειας" για

περιβάλλον συνεργασίας, όπως για παράδειγμα σε ένα εταιρικό intranet. Η προστασία κωδικού (password), μπορεί να εφαρμοστεί στην ανάγνωση, αλλαγή περιεχομένου, αποστολή αρχείων ή στην τροποποίηση της ασφάλειας των προστατευμένων ζωνών. Το PmWiki μπορεί επίσης να ρυθμιστεί έτσι ώστε να χρησιμοποιεί υπάρχουσες βιβλιοθήκες κωδικών (passwords), όπως .htaccess, LDAP servers, και βάσεις δεδομένων MySQL.

- **Προσαρμογή:** Το PmWiki ακολουθεί μία συγκεκριμένη φιλοσοφία σχεδίασης. Ο αντικειμενικός του στόχος, είναι η ευκολία στην εγκατάσταση και τη διαχείριση, διατηρώντας όλες τις μη βασικές δυνατότητες εκτός του κεντρικού του κώδικα. Αυτός ο κεντρικός κώδικας της εφαρμογής του PmWiki, επιτρέπει αλλά και προτρέπει την πρακτικά απεριόριστη παραμετροποίησή του, με τη χρήση πολλών διαφορετικών λειτουργικών επεκτάσεων, γνωστών στη κοινότητα του PmWiki με την ονομασία "Cookbook".

Το PmWiki είναι γραμμένο σε PHP και διανέμεται ελεύθερα σύμφωνα με την άδεια General Public License. Είναι έτσι κατασκευασμένο, ώστε να επιτρέπει την εύκολη εγκατάσταση, παραμετροποίηση και διαχείριση πλήθους εφαρμογών.

2.5 Σύγκριση Wiki sites & κοινών Websites

Στον παρακάτω πίνακα 2.1 παρουσιάζεται η σύγκριση των Wiki με τα παραδοσιακά Sites και από εκεί προκύπτουν τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα από τη χρήση των Wiki sites σε σχέση πάντα με τις κοινές ιστοσελίδες. Το συμπέρασμα είναι ότι τα wiki είναι πιο ανοιχτά σε συγγραφείς, πιο απλοϊκά σε κατασκευή, πιο «κοινωνικά», και ακόμα εξελισσόμενα σε αντίθεση με τις Standard ιστοσελίδες που είναι πιο περιορισμένη η σύνταξή τους, πιο πολύπλοκη η κατασκευή τους, αλλά είναι σίγουρα και πιο ασφαλή σε επιθέσεις από τα Wiki.

Wiki	Standard ιστοσελίδες
Ελεύθερη-ανοιχτή σύνταξη	Περιορισμένη σύνταξη
Γλώσσα απλής μορφής κειμένου	Standard HTML, Javascript, PHP, κλπ
Online αποθήκευση προηγούμενων εκδόσεων	Μη αποθήκευση προηγούμενων εκδόσεων online
Εύκολη δημιουργία νέων σελίδων	Δυσκολότερη δημιουργία νέων σελίδων
Χαμηλότερος βαθμός ασφάλειας	Υψηλότερος βαθμός ασφάλειας
Υπαρξη πολλαπλών συγγραφέων	Περιορισμένος αριθμός συγγραφέων
Κοινοτικό, Συνεργατικό	Προσωπικό
Διαρκής εξέλιξη	Θεωρητικά ολοκληρωμένο

Πίνακας 2.1 : Σύγκριση Wiki sites & κοινών Websites

2.6 Μελέτες

Οι Guzdial, Ludovice, Realff, Morley, και Carroll (2002) αναφέρουν ότι παρότι το CoWeb, ένα wiki-based εργαλείο χρησιμοποιήθηκε με επιτυχία σε διαφορετικά μαθήματα, το εργαλείο απέτυχε σε μια σειρά μαθημάτων μαθηματικών, μηχανικών και φοιτητών της επιστήμης των υπολογιστών. Η έρευνά τους έδειξε ότι στις αιτίες για την αποτυχία περιλαμβάνονταν ο έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των σπουδαστών και η αντίθεση των καθηγητών στη συνεργασία των μαθητευόμενων.

Οι Raitman, Ngo, Augar και Zhou (2005) έλεγξαν την αίσθηση ασφάλειας των μαθητευόμενων όταν χρησιμοποιούν ένα wiki για συνεργασία. Δημιούργησαν ένα wiki με login και ένα χωρίς. Οι μαθητευόμενοι προτίμησαν την έκδοση με login (μεγαλύτερο αριθμός σελίδων, αριθμός επεξεργασίας σελίδων κτλ). Το ασφαλές περιβάλλον έδωσε στους σπουδαστές μια αίσθηση εμπιστοσύνης στα αποτελέσματα καθώς και μια σαφή μορφή διεκδίκησης της προέλευσης των κειμένων.

Ο Notari(2006) σημειώνει ότι η συνεργασία είναι λιγότερο πιθανό να είναι πετυχημένη χωρίς κατάλληλη καθοδήγηση με τη μορφή ενός σεναρίου. Το σενάριο είναι μια περιγραφή ενός παιδαγωγικού σχεδιασμού με διαφορετικές διακριτές φάσεις . Ένα καλό σενάριο απαιτεί την περιγραφή του τι ακριβώς πρέπει να υλοποιήσουν οι μαθητευόμενοι, τους τρόπους σύνθεσης των ομάδων, τον τρόπο με τον οποίο οι εργασίες κατανέμονται μεταξύ των ομάδων αλλά και μέσα στις ομάδες και ο χρονικός προσδιορισμός των φάσεων.

Οι Ebner, Kickmeier-Rust και Holzinger(2008) αναφέρουν ότι η επιτυχία των wikis στα περισσότερα εκπαιδευτικά παραδείγματα συνδέεται άμεσα με έμμεσα κίνητρα ή ακόμη και μορφές πιέσεων από τους διδάσκοντες ή ερευνητές. Το γεγονός αυτό έρχεται σε αντίθεση με τις αρχικές προθέσεις των wikis και αποδυναμώνει τις ψυχοπαιδαγωγικές τους επιδράσεις. Από το 287 μαθητευόμενους της έρευνάς τους, κανένας φοιτητής δεν δημιούργησε καινούριο άρθρο ή επεξεργάστηκε κάποιο υπάρχον κατά τη διάρκεια ενός εξαμήνου. Οι ερευνητές κατέληξαν ότι χρειάζεται χρόνος για να αναπτυχθεί η γενιά που συμμετέχει και δίνει και ανταλλάσει περιεχόμενο online.

2.7 Εφαρμογές των wiki στην εκπαίδευση

Με τα wiki μπορεί να υλοποιηθεί, άμεσα και διαδραστικά, οποιοδήποτε κοινό έργο συναποφασιστεί από μια ομάδα ανθρώπων. Το ενδιαφέρον της παραγωγής του έργου με το εργαλείο αυτό βρίσκεται στο ότι όλα τα μέλη της ομάδας έχουν ίσα δικαιώματα στην παραγωγή του, η συμβολή τους αποτυπώνεται στην ιστοσελίδα, και επίσης ότι δίνεται η δυνατότητα-κατά την πρόοδό του, να αναθεωρείται ο τρόπος δουλειάς και η οργάνωσή της. Επίσης είναι ιδιαίτερα σημαντικό, ότι τόσο τα μέλη της ιστοσελίδας, όπως και ο επισκέπτης της, μπορούν να βλέπουν κάθε στιγμή, τις διαφορετικές φάσεις της εξέλιξης της εργασίας- και ειδικά τα μέλη, να την αναθεωρούν και να επιστρέφουν σε παλιότερες επιλογές, που είχαν απορρίψει, καθώς αυτές δεν έχουν χαθεί. Μοιάζει τόσο πολύ η πορεία με την οποία στήνεται ένα κοινό έργο με το wiki, με τον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσεται η επιστήμη ως κοινό έργο, (μέσα από αναθεωρήσεις, ανταλλαγή ιδεών και επιχειρημάτων κλπ), έτσι ώστε το εργαλείο αυτό να αποτελεί εξαιρετικό μέσο διδασκαλίας και εκπαιδευτικό προϊόν ταυτόχρονα. Υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες χρήσεων wiki στην εκπαίδευση.

2.7.1 Wiki που δημιουργούνται από το ακαδημαϊκό προσωπικό

Δημιουργία και διαμοιρασμός εκπαιδευτικού υλικού μεταξύ των μελών του ιδρύματος –σχολείου (πρόγραμμα σπουδών, βιβλία κειμένων, έγγραφα διαγωνισμάτων κ.λπ.). Η χρήση ενός wiki επιτρέπει τη σταδιακή εξέλιξη του υλικού παρά τη συγγραφή του από την αρχή. Δημιουργία και διατήρηση λιστών σχετικών μαθημάτων, τμημάτων, καταγραφή δυσκολιών στη διεξαγωγή ενός μαθήματος, οι εναλλακτικές ιδέες των μαθητών, οι διδακτικοί χειρισμοί για την άρση τους (διατμηματικά/διασχολικά wiki). Με τα wiki μια ομάδα εκπαιδευτικών μπορεί να συλλέξει διδακτικό υλικό (ασκήσεις, προβλήματα, εικόνες, animation, video, σχέδια μαθήματος, θέματα κλπ) που να εμπλουτίζεται και να αναθεωρείται συνεχώς από τα μέλη της (διατμηματικά/διασχολικά wiki).

2.7.2 Wiki που δημιουργούνται από τους σπουδαστές

Οι μαθητευόμενοι συνεργάζονται για την υλοποίηση ομαδικών εργασιών που αποδομούνται σε διαφορετικές σελίδες. Το ιστορικό αναθεώρησης σελίδων επιτρέπει στο δάσκαλο να ελέγχει τη συνεισφορά των διαφορετικών μελών και να παρατηρεί την ανάπτυξη των εργασιών. Αυτό μπορεί να συμβαίνει σε όλη τη διαδικασία σύνταξης των κειμένων έτσι ώστε να δίνεται ανατροφοδότηση πριν από την υποβολή της εργασίας. Έτσι επιτυγχάνεται ο συντονισμός, η συγκέντρωση υλικού και η συζήτηση.

2.7.3 Wiki που δημιουργούνται και χρησιμοποιούνται από το προσωπικό και τους σπουδαστές

Με τη βοήθεια ενός wiki μπορεί να δημιουργηθεί ένα βαθμολογικό σύστημα για τις εργασίες, ιδανικό για να επιτρέπει τους σπουδαστές να εμπλακούν στον καθορισμό του τρόπου αξιολόγησης των εργασιών τους. Επίσης μπορεί να σχεδιαστεί ένα θεματικό γλωσσάρι όπου το προσωπικό μπορεί να προσδιορίσει τους όρους προς ανάλυση και τα στοιχεία προς ενημέρωση από τους φοιτητές. Επιπλέον μπορεί να αποτελέσει ένα μέρος για συχνές ερωτήσεις όπου οι σπουδαστές ή το προσωπικό μπορούν να θέσουν ερωτήσεις και το να απαντούν σε αυτές τις ερωτήσεις.

2.7.4 Wiki που είναι δημόσια διαθέσιμα και δημιουργήθηκαν από άτομα ή φορείς εκτός επίσημης εκπαίδευσης

Μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως πηγή πληροφοριών. Η μελέτη μιας υπάρχουσας σελίδας wiki, το ιστορικό αναθεώρησης της και οι σελίδες συζήτησης μπορεί να λειτουργήσουν ως μηχανισμός μελέτης του πώς κατασκευάζεται η γνώση. Επιπλέον παρατηρείται ανάπτυξη δεξιοτήτων έρευνας και σύνταξης εγγράφων μέσω της συμβολής σε ένα υπάρχον wiki. Το Wikipedia ενθαρρύνει ενεργά τις μαθησιακές δραστηριότητες που αφορούν συνεισφορά στα άρθρα του.

2.8 Η χρήση των Wiki στις επιχειρήσεις

Τα wikis είναι εργαλεία ανοικτού κώδικα (open source) που επιτρέπουν σε επισκέπτες να γράφουν και να δημοσιεύουν περιεχόμενο ορατό σε έναν δικτυακό τόπο (website). Έχουν σχεδιαστεί σαν εύχρηστα συνεργατικά εργαλεία και έχουν προέλθει από τις τάξεις συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου.

Ένα business wiki είναι από τα ισχυρά Enterprise 2.0 εργαλεία, που μπορούν να μετασχηματίσουν τη φύση της επικοινωνίας σε μια επιχείρηση. Ενώ η κανονική επικοινωνία στις επιχειρήσεις ρέει σε ευθεία γραμμή, από την κορυφή προς τα κάτω, ένα business wiki μπορεί να δημιουργήσει μια αντίστροφη ροή από τη βάση προς την κορυφή (bottom up).

Μια πρόσφατη αναφορά από το [Forrester](#) εκτιμά ότι οι επιχειρήσεις ξόδεψαν περίπου 63 εκατομμύρια δολάρια για wikis τον περασμένο χρόνο. Τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν για μια επιχείρηση από την δημιουργία και διατήρηση ενός wiki είναι αρκετά.

2.8.1 Τρόποι χρήσης των Wiki στις επιχειρήσεις

Υπάρχουν δύο τρόποι που μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα wiki:

- Ως Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (content management system, CMS) σε δικτυακό τόπο:

Η αύξηση της κίνησης και του αριθμού επισκέψεων μιας ιστοσελίδας συνδέεται με την παροχή σε εξωτερικούς χρήστες της δυνατότητας να συμμετέχουν στην δημιουργία περιεχόμενου. Μια επιχείρηση με σημαντική διαδικτυακή παρουσία θα πρέπει να επιτρέπει στους πελάτες της ή στους αναγνώστες της να μπορούν να εκδίδουν επιλεγμένες σελίδες, σαν έναν τρόπο οικοδόμησης μιας κοινότητας γύρω από τον ιστότοπο ή την επιχείρηση. Θα πρέπει, ωστόσο, οι όροι χρήσης να είναι σαφείς και να παρακολουθούνται προσεκτικά οι καταχωρίσεις στις σελίδες αυτές. Οι διαδικτυακές κοινότητες απαιτούν επένδυση χρόνου και προσπάθειας στην παρακολούθηση και διατήρησή τους.

- Ως εργαλείο για εσωτερική διαχείριση εγγράφων και ροή εργασιών:

Τα wikis είναι πολύ χρηστικά εργαλεία για την αποθήκευση οδηγιών για τους πωλητές ή ως για την άμεση συνεισφορά σε μια παρουσίαση από πολλά τμήματα της επιχείρησης. Εφόσον οι σελίδες ενός wiki μπορούν να διατεθούν με δικαιώματα πρόσβασης και έκδοσης, δεν υπάρχει πλέον το πρόβλημα ελέγχου των εκδόσεων ενός εγγράφου, ανάλογα με τους υπαλλήλους στους οποίους απευθύνεται.

Το περιεχόμενο των σελίδων ενός wiki είναι προσβάσιμο από οποιονδήποτε φυλλομετρητή δικτύου, με αποτέλεσμα να λειτουργεί σαν ένας server (εξυπηρετητής) αρχείων, χωρίς το κόστος και τις τεχνικές απαιτήσεις για τη συντήρηση ενός περίπλοκου δικτύου υπολογιστών. Τα δεδομένα που εισάγονται στις σελίδες ενός wiki δεν κινδυνεύουν να χαθούν, αφού είναι δυνατή η επαναφορά προηγούμενων εκδόσεων και έτσι η διόρθωση τυχόν σφαλμάτων.

Με τη χρήση ενός wiki βελτιώνεται η συνεργασία και η επικοινωνία των ανθρώπων μιας επιχείρησης. Οι ομάδες εργασίας και τα άτομα μπορούν να ενημερώνονται και να δραστηριοποιούνται συνεχώς.

2.8.2 Επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν wiki

Φαίνεται ότι οι μικρές επιχειρήσεις πειραματίζονται περισσότερο στη χρήση wikis. Ωστόσο, υπάρχουν και πολύ γνωστές επιχειρήσεις που έχουν δημιουργήσει wikis με επιτυχία.

Η Nokia χρησιμοποιεί Socialtext wiki για να διευκολύνει την ανταλλαγή πληροφορίας ανάμεσα στις ομάδες εργασίας της. Η Yahoo χρησιμοποιεί πρόγραμμα Twiki για να αντιμετωπίσει τα προβλήματα που προκαλεί η απόσταση στα μέλη των ομάδων της. Η Michelin της Κίνας επίσης χρησιμοποιεί Twiki σαν εργαλείο διαχείρισης γνώσης. Άλλες εταιρείες είναι: Kodak, Cingular, Disney, Motorola, SAP.

2.8.3 Λόγοι Χρήσης των Wiki στις Επιχειρήσεις

- Υποστήριξη πωλήσεων (sales support) - Οι πωλήσεις έχουν μια τεράστια ανάγκη πληροφοριών και χρόνο που περιορίζει. Μια επιχείρηση Wiki είναι ένας καλός τρόπος για έναν οργανισμό να υποστηρίξει τις πωλήσεις του και για τις πωλήσεις να μοιραστούν πληροφορίες.
- Επικοινωνία project (project communication)- Μια επιχείρηση Wiki δεν πρόκειται να παρέχει Gantt charts αλλά είναι ένας πολύ αποτελεσματικός τρόπος να ρυθμιστεί η επικοινωνία που είναι ζωτικής σημασίας στην επιτυχία του project.
- Άτυπη εκμάθηση (informal learning)- Το wiki βοηθάει τους ανθρώπους να ψάξουν και να μοιραστούν τη γνώση που ενισχύει την οργανωτική απόδοση.
- Υποστήριξη εφαρμογής (application support)- Το Wikis είναι ένας ιδανικός τρόπος να φέρει σε επαφή ανθρώπους γρήγορα και να κρατηθούν ενήμεροι για τις σύνθετες εφαρμογές.
- Επικοινωνίες καναλιών (channel communication)- Η καλή επικοινωνία είναι ουσιαστική για την αποτελεσματικότητα του καναλιού. Το Wikis καθιστά εύκολη τη δημιουργία δυναμικών επικοινωνιών διπλής κατεύθυνσης (two way communications) μεταξύ ενός οργανισμού και του δικτύου του.
- Μη-κέρδη (non profits) - Επειδή τα μη-κέρδη έχουν συχνά διαφορετικούς συμμετόχους (stakeholders), το wikis είναι ένας ιδανικός τρόπος να ευνοηθούν οι επικοινωνίες και η ανάδραση (feedback).
- Intranets - Σε πολλές περιπτώσεις η επιχείρηση Wikis αναλαμβάνει ως πρώτη ανάγκη τις εσωτερικές επικοινωνίες και τη διακίνηση της γνώσης.
- Έρευνα αγοράς (market research) - Οι επιχειρήσεις Wikis, ειδικά εκείνες που ενσωματώνουν εκτεταμένες ικανότητες blog (extensive blog capabilities), αποτελούν μια ισχυρή πλατφόρμα για τη σύλληψη και τη διανομή των σχετικών πληροφοριών για τα projects, τις αγορές, τις τάσεις των ανταγωνιστών και της βιομηχανίας.
- Προγραμματισμός προϊόντων (product planning)- Μια επιχείρηση Wiki είναι ένας άριστος τρόπος για τη διαμοίραση ιδεών, τη συμμετοχή στη διαδικασία σχεδιασμού προϊόντων καθώς επίσης και την παροχή μιας ισχυρής πλατφόρμας επικοινωνίας καθώς εφαρμόζεται το concept των προϊόντων.
- Εξυπηρέτηση πελατών (customer service)- Πολλοί μεγάλοι οργανισμοί αρχίζουν να χρησιμοποιούν ένα wiki σαν ένα τρόπο για την εξυπηρέτηση πελατών και τη διαμοίραση των πληροφοριών. Κατόπιν, με την πάροδο του χρόνου οι επιχειρήσεις παίρνουν όλο και περισσότερο τους πελάτες που εμπλέκονται στη συνεργασία και στη διαδικασία διαμοίρασης γνώσης.

2.8.4 Χρησιμοποίηση ενός wiki από μια επιχείρηση

Μια επιχείρηση θα πρέπει να αποφασίσει τη χρησιμοποίηση ενός wiki, εφόσον θέλει :

- Να εγκαταστήσει ένα εσωτερικό δίκτυο (intranet) γρήγορα και οικονομικά χωρίς να υπονομεύσει την λειτουργικότητα, την ασφάλεια ή τη διάρκεια
- Να δημοσιεύσει μια σειρά εγγράφων της επιχείρησης σε μια τοποθεσία πρόσβαση από όλους και να επιτρέπει στους υπαλλήλους της να διαχειρίζονται αυτά τα έγγραφα με ελάχιστη προσπάθεια ή καθυστέρηση

- Να διοργανώνει και να διαχειρίζεται σημειώσεις από συζητήσεις, θέματα ομάδων και ημερολόγια της επιχείρησης.
- Να διαθέτει ένα εργαλείο διαχείρισης έργου που είναι δωρεάν ή φθινό, επεκτάσιμο, και προσβάσιμο μέσω ενός φυλλομετρητή διαδικτύου
- Να προσφέρει μια κεντρική τοποθεσία όπου μπορούν να είναι ορατά και να ανταλλάσσονται έγγραφα και να αναθεωρούνται από άτομα ή ομάδες κατανεμημένες.

2.8.4.1 Μη χρησιμοποίηση ενός wiki από μια επιχείρηση

Δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται ένα wiki, όταν η επιχείρηση:

- Χρειάζεται να χρησιμοποιεί περίπλοκους τύπους αρχείων. Κάποια wikis μπορούν να υποστηρίξουν μόνο κείμενο ή αρχεία HTML. Σε αυτή την περίπτωση χρειάζονται πλατφόρμες wiki που στηρίζονται σε PHP/SQL και όχι σε PERL.
- Δεν διαθέτει προσωπικό που θα είναι υπεύθυνο για τη χρήση του wiki. Θα πρέπει κάποιος να φροντίζει προσέχει την ονομασία των σελίδων και τη διατήρηση συνδέσμων, ώστε να είναι λειτουργική η αναζήτηση όρων μέσα σε αυτό.
- Δεν προωθεί την συνεργατικότητα στο χώρο εργασίας της. Η κριτική του περιεχομένου από ομοτίμους (peer review) δεν είναι πάντοτε η καλύτερη λύση για τη διατήρηση του περιεχομένου
- Επιδιώκει την ανταλλαγή απόψεων. Το καλύτερο εργαλείο για την δημοσίευση γνώμης και τη διεξαγωγή συζητήσεων είναι το blog.

Κεφάλαιο 3: Δημιουργία και Εγκατάσταση Wiki

Για την εκπόνηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας επιλέχθηκε το Mediawiki διότι στόχος είναι να δημιουργηθεί ένα μάθημα το οποίο θα υποστηρίζεται από πολλά εκπαιδευτικά σενάρια, με την χρήση τεχνικών και εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά τα προσφέρει το Mediawiki, το οποίο εξυπηρετεί και στο γεγονός ότι προσφέρει εύκολο ανέβασμα αρχείων.

Το πακέτο MediaWiki είναι διαθέσιμο από τη σελίδα <http://www.mediawiki.org/>. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε οποιαδήποτε πλατφόρμα (Windows, Linux, Bsd, Solaris) με την προϋπόθεση ύπαρξης υπηρεσίας Web Server (Apache, IIS, κτλ). Ο κώδικας του MediaWiki είναι σε γλώσσα php οπότε και πρέπει να υπάρχει ήδη εγκατεστημένη στο σύστημά PHP, επίσης το σύστημά που θα χρησιμοποιηθεί πρέπει να διαθέτει πακέτο βάσεων δεδομένων MySQL (ελάχιστη δυνατή έκδοση MySQL 4). Εφόσον χρειάζονται παραπάνω δυνατότητες για το MediaWiki ενδεχομένως να χρειαστεί εγκατάσταση επιπλέον υπηρεσιών στο σύστημά. Για να υπάρχουν οι παραπάνω δυνατότητες επιλέχθηκε το XAMPP, το οποίο είναι ένα πακέτο προγραμμάτων ελεύθερου λογισμικού, ανοικτού κώδικα και ανεξάρτητου πλατφόρμας το οποίο περιέχει τον εξυπηρετητή ιστοσελίδων http Apache, την βάση ιστοσελίδων MySQL και ένα διερμηνέα για σενάρια γραμμένα σε γλώσσες προγραμματισμού PHP και Perl. Υπάρχουν βέβαια και άλλα εργαλεία σαν το XAMPP όπως το WampServer, το οποίο ωστόσο παρέχει τις ίδιες δυνατότητες.

3.1 Εγκατάσταση - Δημιουργία

Ο Xampp Server δίνει την δυνατότητα γρήγορης εγκατάστασης των Apache, Php, MySQL, PhpMyadmin, Filezilla χωρίς να απαιτείται κάποια επιπλέον ρύθμιση.



Η τελευταία έκδοση του Xampp όταν γράφτηκε το άρθρο αυτό είναι η Xampp 1.7.4 και περιλαμβάνει τα εξής:

- Apache 2.2.17
- MySQL 5.5.8
- PHP 5.3.5
- phpMyAdmin 3.3.9
- FileZilla FTP Server 0.9.37
- Tomcat 7.0.3 (with mod_proxy_ajp as connector)

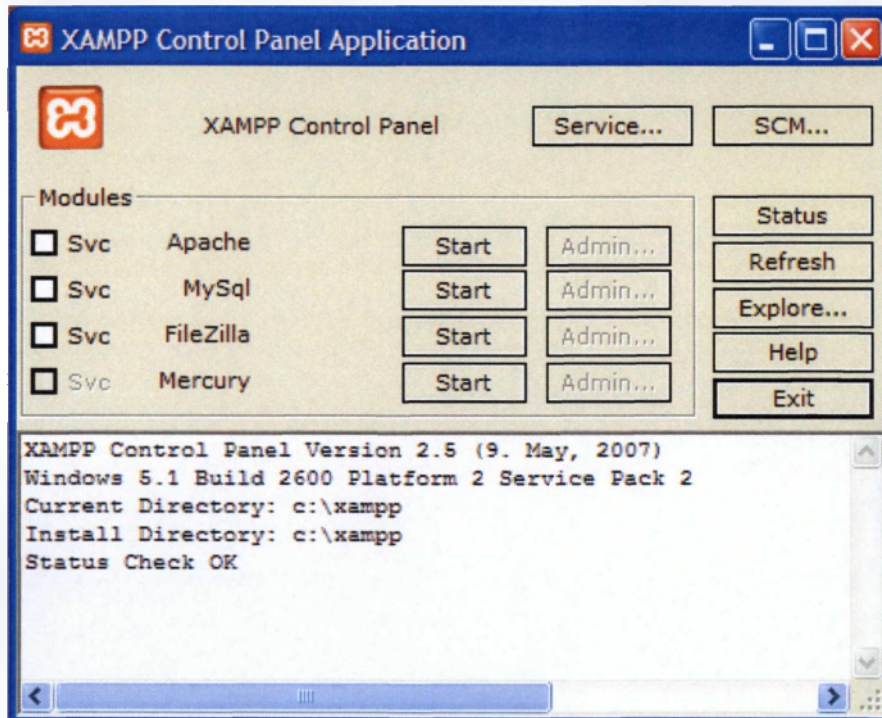
Το Xampp διατίθεται δωρεάν από την επίσημη ιστοσελίδα:

<http://www.apachefriends.org/en/xampp.html>

Αφού γίνει η λήψη της τελευταίας έκδοσης γίνεται εκκίνηση του οδηγού εγκατάστασης.

Στην συνέχεια, αφού γίνει ανάγνωση των όρων χρήσης γίνεται αποδοχή της άδειας GNU (General Public License) και ολοκληρώνεται η εγκατάσταση ακολουθώντας τα επόμενα βήματα. Για τον κατάλογο προορισμού του φακέλου εγκατάστασης προτείνεται να αφήσουμε την default επιλογή.

Όταν ολοκληρωθούν οι προεπιλογές εμφανίζονται στην τελική οθόνη οι επιλογές εγκατάστασης. Αφού διαπιστωθεί ότι οι ρυθμίσεις είναι σωστές επιλέγεται το next για να ξεκινήσει την εγκατάσταση. Αφού ολοκληρωθεί η εγκατάσταση του λογισμικού, θα εμφανιστεί το Control Panel του Xampp στην γραμμή εργασιών του Xampp.



Εικόνα 3.1: Το Control Panel του Xampp

Στην παραπάνω εικόνα εμφανίζεται ο πίνακας ελέγχου του Xampp, από τον οποίο μπορεί να γίνει εκκίνηση ή διακοπή του Web server (Apache), της μηχανής της βάσης δεδομένων (MySQL), του Ftp server (FileZilla) καθώς και ενός Smtpr server (Mercury). Τέλος, ανοίγοντας έναν web browser και εισάγοντας την διεύθυνση <https://localhost/xampp/> εμφανίζεται η παρακάτω εικόνα 3.2:



Εικόνα 3.2:

Εφόσον δεν έχει γίνει αλλαγή των αρχικών ρυθμίσεων μέσα στον φάκελο όπου είναι εγκατεστημένος ο xampp, τότε ο web server είναι στο φάκελο htdocs.

3.2 Δημιουργία βάσης δεδομένων στον τοπικό server

Αφού ολοκληρωθεί η εγκατάσταση του XAMPP, για την δημιουργία βάσης δεδομένων, θα πρέπει να γίνει εισαγωγή της ακόλουθης διεύθυνσης από κάποιον φυλλομετρητή: <http://localhost/phpmyadmin>.

Στην συνέχεια γίνεται επιλογή της «Δημιουργία νέας βάσης» αφού δωθεί όνομα βάσης, για παράδειγμα `Chrismysql`, επιλέγεται `collation: utf8_unicode_ci`.

Τέλος γίνεται επιλογή του πλήκτρου «Δημιουργία». Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται μια κενή βάση δεδομένων.

3.3 Εγκατάσταση MediaWiki

Για την εγκατάσταση του πακέτου MediaWiki χρησιμοποιείται κάποιο φυλλομετρητής.

Ξεκινώντας εισάγεται στο πεδίο διευθύνσεων η εξής διεύθυνση:

<http://localhost/wiki>

και στην συνέχεια επιλέγεται `set up the wiki`.

Αν το σύστημά που χρησιμοποιείται διαθέτει όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες, και δεν υπάρχει κάποιο πρόβλημα δικαιωμάτων θα εμφανιστεί η οθόνη ρυθμίσεων. Στην συνέχεια πρέπει να εισαχθούν οι ρυθμίσεις για το Wiki (Όνομα, στοιχεία administrator).

Για να ολοκληρωθεί η εγκατάσταση πρέπει να μετακινηθεί το αρχείο LocalSettings.php από τον φάκελο /home/.../wiki/config/ στον φάκελο /home/.../wiki/.

Το MediaWiki είναι έτοιμο και μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τη διεύθυνση <https://localhost/wiki/index.php>

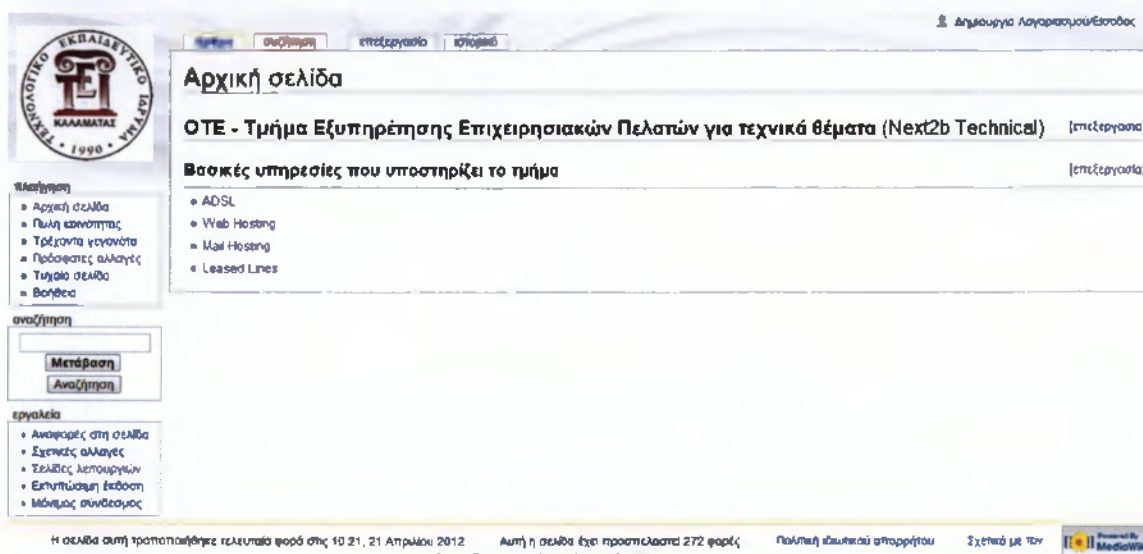
Κεφάλαιο 4: Δημιουργία και εισαγωγή μαθήματος στο Wiki

4.1 Εισαγωγή

Έχοντας ολοκληρώσει την εγκατάσταση του Mediawiki, στο σημείο αυτό θα δημιουργηθεί ένα μάθημα το οποίο έχει σκοπό την υποστήριξη και εκπαίδευση του εποχιακού προσωπικού του ΟΤΕ που εργάζεται στο Τμήμα Εξυπηρέτησης Επιχειρησιακών Πελατών για τεχνικά θέματα (Next2b Technical).

Πρόκειται για το τηλεπικοινωνιακό κέντρο του ΟΤΕ που παρέχει τηλεφωνική τεχνική υποστήριξη σε εταιρικούς πελάτες. Το κέντρο του, εκτός από το μόνιμο προσωπικό που το συγκροτεί, έχει και εποχιακό προσωπικό το οποίο ανανεώνεται 1-2 φορές το χρόνο. Θα πρέπει λοιπόν να γίνει ενημέρωση του νέου ειδικευμένου προσωπικού και πολλές φορές δεν αρκούν οι σημειώσεις που υπάρχουν σε έντυπη μορφή διότι οι υπηρεσίες και οι τεχνολογίες αλλάζουν πάρα πολύ συχνά. Θα δημιουργηθεί λοιπόν αυτό το μάθημα συλλέγοντας και ανεπίσημη γνώση που δεν έχει ακόμα αποτυπωθεί.

Μελετήθηκαν λοιπόν και παρουσιάζονται οι κυριότερες υπηρεσίες που παρέχει το τμήμα, όπως το ADSL, το Web Hosting, το Email Hosting και οι μισθωμένες γραμμές. Στην Παρακάτω εικόνα βλέπουμε την αρχική σελίδα του Wiki που δημιουργήθηκε για τις ανάγκες αυτού του μαθήματος.



Εικόνα 4.1: Αρχική σελίδα Wiki

4.2 ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line)

Το Asymmetric Digital Subscriber Line (Ασύμμετρη Ψηφιακή Συνδρομητική Γραμμή) ή ADSL είναι μια μορφή DSL, δηλαδή μια τεχνολογία μετάδοσης δεδομένων που λειτουργεί πάνω σε παραδοσιακή τηλεφωνική γραμμή αλλά πετυχαίνει υψηλότερους ρυθμούς μεταφοράς από τα παραδοσιακά modem. Το απλό χάλκινο καλώδιο (γνωστό και ως τοπικός βρόχος, local loop ή last mile) που συνδέει σχεδόν κάθε σπίτι με το τοπικό τηλεφωνικό κέντρο, έχει πολύ περισσότερες δυνατότητες από την υποστήριξη της απλής τηλεφωνίας. Έτσι, με τη χρήση του ανώτερου τμήματος του εύρους ζώνης του βρόχου - εκείνο το οποίο μένει αναξιοποίητο από την κλασική τηλεφωνία (PSTN ή ISDN) - επιτυγχάνονται υψηλές ταχύτητες μετάδοσης δεδομένων. Το γεγονός αυτό προσφέρει κι ένα ακόμη πλεονέκτημα: η παραδοσιακή τηλεφωνία και η μετάδοση δεδομένων μπορούν να λειτουργούν ταυτόχρονα και ανεξάρτητα η μία από την άλλη, εφόσον χρησιμοποιούν διαφορετικό φάσμα συχνοτήτων στην τηλεφωνική γραμμή.

Ωστόσο οι συχνότητες που χρησιμοποιεί το ADSL εξασθενούν συντομότερα από αυτές της τηλεφωνίας, με αποτέλεσμα να μπορεί να λειτουργήσει σε αποστάσεις έως 5 χλμ. από το τηλεφωνικό κέντρο. Επιπλέον, όσο μεγαλώνει η απόσταση από το τηλεφωνικό κέντρο τόσο μειώνεται η ταχύτητα μετάδοσης δεδομένων που μπορεί να επιτευχθεί από το ADSL.

Χαρακτηριστικό του ADSL είναι το ότι οι ταχύτητες λήψης και αποστολής δεδομένων διαφέρουν - σε αυτό οφείλει και τη λέξη «ασύμμετρη» στο όνομά του. Για παράδειγμα, μια τυπική ταχύτητα για ADSL στην Ελλάδα είναι η 1024/256 Kbps, ενώ η μέγιστη ταχύτητα που μπορεί να επιτύχει είναι τα 24/1 Mbps. Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό είναι ότι η σύνδεση ADSL είναι μόνιμη και διαθέσιμη ανά πάσα στιγμή (always-on). Δηλαδή δεν απαιτείται σύνδεση και αποσύνδεση από το δίκτυο όπως συμβαίνει με τις τηλεφωνικές κλήσεις.

4.2.1 Υποστήριξη ADSL

Η υπηρεσία που παρέχεται ονομάζεται **ConnX@Work**.

Η πρόσβαση απαιτεί και προϋποθέτει τα εξής:

- ADSL εξοπλισμό (Modem ή Router)
- ADSL γραμμή
- ADSL πρόσβαση (username@otenet.gr και Password)

Βήματα

1. Εύρεση πελάτη σε Webcam (Web-based πλατφόρμα διαχείρισης πελατών) και πιστοποίηση ενεργού επιχειρησιακού πακέτου
2. Έλεγχος ενδείξεων συνδεσμολογίας modem/router
3. Έλεγχος κατάστασης σύνδεσης από Phaedra & Log Files
4. Έλεγχος στοιχείων από το "ΈΛΕΓΧΟΣ LDAP" στο <http://n2u/>
5. Έλεγχος γραμμής από "Μέτρηση ADSL γραμμών" στο <http://n2u/>
6. Έλεγχος στατιστικών σύνδεσης και λόγους αποσύνδεσης από το "Στατιστικά σύνδεσης" στο <http://n2u/>
7. Εφόσον δεν έχει κάποιο ενεργό firewall ο πελάτης θα πρέπει να γίνει "Έλεγχος Ping" στο <http://n2u/>. Από εδώ φαίνεται εάν υπάρχει απώλεια πακέτων και χαμηλές ταχύτητες
8. Δοκιμαστική σύνδεση τοπικά (απο test PC ή με Remote Desktop)

Έχοντας κάνει τα παραπάνω και λαμβάνοντας υπόψη ότι οι 5 συνηθέστερες βλάβες που δηλώνονται στο 13888 είναι:

- Δεν συγχρονίζει η ADSL
- Συγχρονίζει αλλά δεν παίρνει IP
- Χαμηλές ταχύτητες
- Συχνές αποσυνδέσεις
- Απώλεια πακέτων (Packet Loss)

Θα πρέπει να καταγραφούν κάποια απαραίτητα στοιχεία ώστε να δρομολογηθεί η βλάβη.

Σε περίπτωση ωστόσο που συγχρονίζει η ADSL αλλά ο πελάτης δηλώνει ότι δεν βλέπει σελίδες, διεξάγεται έλεγχος μήπως υπάρχει διπλό session μέσω Phaedra.

4.2.2 Ερωτήσεις και Απαντήσεις

- Πώς μπορώ να αλλάξω τον κωδικό σύνδεσής μου;

Θα πρέπει να ακολουθήσετε τις οδηγίες που υπάρχουν στην σελίδα αλλαγής password. Αν χρησιμοποιείτε router για την σύνδεση σας, θα χρειαστεί να αλλάξετε την παραμετροποίηση του.

- Έχω ξεχάσει ή δεν γνωρίζω τα στοιχεία σύνδεσης μου. Τι μπορώ να κάνω;

Θα πρέπει να στείλετε e-mail με το αίτημά σας στο next2b@otenet.gr.

4.3 Web Hosting

Η υπηρεσία web hosting είναι ένας τύπος υπηρεσίας φιλοξενίας που επιτρέπει σε ιδιώτες, εταιρίες και οργανισμούς να κάνουν το website τους προσβάσιμο μέσω του διαδικτύου. Η εταιρία-πάροχος τέτοιου είδους υπηρεσιών παρέχει είτε χώρο για φιλοξενία κάποιου website σε κάποιον ιδιόκτητο κοινόχρηστο server της (shared/virtual web hosting), είτε χώρο για φιλοξενία ολόκληρου server στο data center της (dedicated web hosting). Η δεύτερη περίπτωση αφορά σε περιπτώσεις website με πολύ υψηλές απαιτήσεις σε περιεχόμενο, επισκεψιμότητα και ασφάλεια.

4.3.1 DNS (Domain Name System)

Για να επισκεφτεί κάποιος ένα website θα πρέπει να συνδεθεί από τον υπολογιστή του μέσω του διαδικτύου με το web server όπου βρίσκεται το περιεχόμενό του. Αυτό για να πραγματοποιηθεί χρειάζεται να γνωρίζει τη μοναδική διεύθυνση αυτού του server στο διαδίκτυο, την IP του (π.χ. 193.92.150.50). Επειδή προφανώς είναι πολύ δύσκολο να θυμάται κάποιος τις IPs όλων των servers που φιλοξενούν τα sites που επιθυμεί να επισκεφτεί, χρησιμοποιούνται οι διευθύνσεις (URL) τους (π.χ. www.teikal.gr). Την απαιτούμενη αντιστοίχιση των διευθύνσεων με τις IPs αναλαμβάνει και πραγματοποιεί το DNS (Domain Name System).

4.3.1.1 DNS υπηρεσίες

Είναι οι απαραίτητες DNS εγγραφές που ορίζονται στον DNS Server του ΟΤΕ για την εξυπηρέτηση του Domain στο Διαδίκτυο (π.χ. www εγγραφή)

4.3.1.2 Τύποι DNS Εγγραφών

- **CNAME:** Οι εγγραφές CNAME (Canonical Name), δημιουργούν ένα ψευδώνυμο (alias) σε κάποιο domain. Θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα alias από το "myblog.my-domain.gr" προς το "www.myblog.gr", και κάθε αναφορά στο "myphotos.my-domain.gr" θα πήγαινε στο "www.myblog.gr", ανεξαρτήτως αν το myblog.gr αλλάξει την IP διεύθυνση του.
- **A record:** Ένα "A" record, γνωστό και ως "address" record, συνδέει ένα domain name με μία διεύθυνση IP. Αν υπάρχει κάποιος server στο Internet που είναι ρυθμισμένος να διαχειρίζεται τη κίνηση για αυτό το domain, μπορεί τότε να εισαχθεί το όνομα του domain (π.χ. www.myname.gr) και η IP διεύθυνση του (π.χ. 123.58.8.23), και τότε όποιος πληκτρολογεί το domain συνδέεται με το server.
- **SPF record:** Τα SPF records είναι ειδική περίπτωση mx εγγραφής. Χρησιμοποιούνται για να αποστέλλονται τα email από συγκεκριμένη IP.

- **PTR record:** Η PTR (Domain Name Pointers), παρέχει τη δυνατότητα αντιστοίχισης domain names με άλλα domain names. Κατά κύριο λόγο χρησιμοποιείται για το Reverse DNS mapping των IP addresses σε canonical names, μέσω της in-addr.arpa διαμόρφωσης.
- **MX record:** Τα "MX" (Mail exchanger) records χρησιμοποιούνται για να καθορίσουν έναν server στο Internet ο οποίος είναι ρυθμισμένος να διαχειρίζεται τα e-mails για το domain.

4.3.2 Web Servers

Υπάρχουν δύο ειδών Web Servers, οι Windows και οι Linux, όπου με βάση κάποιων χαρακτηριστικών μπορούμε να παρέχουμε φιλοξενία σελίδας στον καθένα από αυτούς τους Servers. Ο παρακάτω πίνακας αναφέρει αυτά τα χαρακτηριστικά για κάθε μια από αυτές τις δύο πλατφόρμες.

Windows	Linux
.asp	.php (5.2.x)
.htm (HTML)	
MsSQL (2005)	MySQL (5.0.x)
IIS (ver. 6)	
.aspx (.NET 1.1 – NET 3.5)	Joomla, drupal, cms
Fpe (Front page extensions)	Για jsp σελίδες πρέπει να ενεργοποιηθεί tomcraft (ver. 5.0.x)

Πίνακας 4.2: Τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει το Website για κάθε πλατφόρμα

4.3.3 Υποστήριξη Web Hosting

1. Web Starter Pack
2. Web Pack 1
3. Web Pack 2
4. Web Pack 3

Εφόσον ο πελάτης έχει ενεργό κάποιο από τα παραπάνω πακέτα Web Hosting, βασική προϋπόθεση είναι να έχει και ενεργές τις DNS υπηρεσίες καθώς και οι Name Servers του Domain του να είναι ο ns1.otenet.gr και ns2.otenet.gr.

Κάποια από τα πιο συνηθισμένα αιτήματα των πελατών είναι τα εξής:

- α) A record
- β) CNAME records
- γ) Permissions
- δ) Rollback

α) Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα μια εγγραφή DNS τύπου A (A record), γνωστή και ως address record, συνδέει ένα domain name με μία διεύθυνση IP.

β) Οι εγγραφές CNAME (Canonical Name), δημιουργούν ένα ψευδώνυμο (alias) σε κάποιο domain. Θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα alias από το "myblog.my-domain.gr" προς το "www.myblog.gr", και κάθε αναφορά στο "myphotos.my-domain.gr" θα πήγαινε στο "www.myblog.gr", ανεξαρτήτως αν το myblog.gr αλλάξει τη IP διεύθυνση του.

γ) Όσον αφορά τα Permissions (Δικαιώματα) ορίζεται η αλλαγή των δικαιωμάτων σε αρχεία και καταλόγους που βρίσκονται στο Web Site του πελάτη και επιθυμεί ο ίδιος να τα αλλάξει. Οι τύποι των Permissions είναι οι εξής: Read, write και Execute.

δ) Rollback ονομάζεται η διαδικασία κατά την οποία το site επιστρέφει σε προηγούμενη ημερομηνία που όλα λειτουργούσαν σωστά. Αυτό το αίτημα συνήθως δίνεται από τους πελάτες σε περίπτωση που «Hackers» επέμβουν και καταστρέφουν το site τους ή ακόμα και σε περιπτώσεις που οι ίδιοι οι διαχειριστές του site κάνουν κάποιο λάθος στον κώδικα της ιστοσελίδας και πάψει να λειτουργεί σωστά.

4.3.4 Ερωτήσεις και Απαντήσεις

4.3.4.1 Ερωτήσεις και απαντήσεις για το Hosting

- Προσπαθώ να συνδεθώ μέσω FTP στους Web Servers του ΟΤΕ χωρίς επιτυχία. Τι φταίει;

Πρέπει καταρχήν να ενεργοποιήσετε το hosting του, ώστε να σας επιτραπεί η πρόσβαση μέσω FTP προγράμματος. Για την ενεργοποίηση μπορείτε να στείλετε e-mail με το αίτημά σας στο next2b@otenet.gr.

- Επιθυμώ το site μου να είναι της μορφής <http://domain.gr> χωρίς να εμφανίζεται το www. Τι πρέπει να κάνω;

Θα πρέπει να στείλετε e-mail με το αίτημά σας στο next2b@otenet.gr

- Πώς μπορώ να ελέγγω τα στατιστικά επισκεψιμότητας της σελίδας μου;

Θα πρέπει να στείλετε e-mail με το αίτημά σας στο next2b@otenet.gr για να ζητήσετε να ενεργοποιηθεί. Όταν η υπηρεσία ενεργοποιηθεί, μπορείτε να ελέγξετε τα στατιστικά στην σελίδα: <http://stats.otenet.gr/domain> όπου domain το domain σας χωρίς το .gr ή .com.

- Χρησιμοποιώ το πρόγραμμα Microsoft Front Page για να δημιουργήσω την ιστοσελίδα μου χωρίς επιτυχία. Τι κάνω λάθος;

Για να μπορέσετε να χρησιμοποιήσετε με επιτυχία το Microsoft Front Page, θα πρέπει καταρχήν να έχετε ενεργοποιήσει τα Front Page Extensions για το domain σας, εφόσον το site σας φιλοξενείται σε πλατφόρμα Windows. Επισκεφθείτε τη διεύθυνση: <http://controlpanel.otenet.gr>.

- Πώς μπορεί να αναλάβει ο ΟΤΕ την δημιουργία ή συντήρηση της ιστοσελίδας μου;

Θα πρέπει να στείλετε e-mail με το αίτημά σας στο salesinfo@otebusiness.gr ή επικοινωνήσετε με το ΟΤΕbusiness / Commercial Support, στο τηλέφωνο 13818. (Υποστήριξη Εμπορικών θεμάτων)

- Πώς μπορώ να κατοχυρώσω Domain Name της μορφής .gr ή .com;

Για την κατοχύρωση domain της μορφής .gr ή .com.gr, θα πρέπει να στείλετε e-mail με το αίτημά σας στο salesinfo@otebusiness.gr ή επικοινωνήστε με το ΟΤΕbusiness / Commercial Support, στο τηλέφωνο 13818. (Υποστήριξη Εμπορικών θεμάτων - Αστική χρέωση, 24ωρη εξυπηρέτηση).

Για την κατοχύρωση domain της μορφής .com, .biz, .coop, .edu, info, .int, .museum, .net, και .org μπορείτε να επισκεφθείτε την σελίδα του Internic και να επιλέξετε έναν από τους Registrars που είναι εγκεκριμένοι από την υπηρεσία ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers).

- Πώς μπορώ να καταχωρήσω τον web/mail server μου στους DNS του ΟΤΕ;

Θα πρέπει να στείλετε e-mail με το αίτημά σας στο next2b@otenet.gr αναφέροντας το όνομα του server και την IP που έχετε αποδώσει σε αυτόν.

π.χ

Server Name: Mail.company.gr

Server IP: 195.0.0.1 ή Server Name: Web.company.gr, Server IP: 195.0.0.2

4.3.4.2 Ερωτήσεις και απαντήσεις για DNS υπηρεσίες

- Τι είναι το domain και τι μου προσφέρει;

Το domain είναι ένα όνομα περιοχής, το οποίο μπορεί να κατοχυρωθεί από τους χρήστες (ιδιώτες ή εταιρείες) με σκοπό τη δυνατότητα παρουσίασής τους στο Διαδίκτυο (π.χ. με τη δημιουργία προσωπικής ή εταιρικής ιστοσελίδας).

- Πως μπορώ να ελέγξω αν ένα domain με κατάληξη gr είναι διαθέσιμο;

Θα πρέπει να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα

<http://www.gr/> πατήστε Έλεγχος ονόματος χώρου .GR (Web whois) και πληκτρολογήστε στο πεδίο Όνομα Χώρου το όνομα domain που σας ενδιαφέρει να κατοχυρώσετε.

- Πως μπορώ να αποκτήσω ένα domain με κατάληξη gr;

Θα πρέπει να στείλετε e-mail με το αίτημά σας στο salesinfo@otebusiness.gr ή επικοινωνήστε με το OTEbusiness / Commercial Support, στο τηλέφωνο 13818.

- Τι είναι οι DNS υπηρεσίες που προσφέρει ο ΟΤΕ με την καταχώρηση ενός domain με κατάληξη gr;

Είναι οι απαραίτητες DNS εγγραφές που ορίζονται στον DNS Server του ΟΤΕ για την εξυπηρέτηση του Domain σας στο Διαδίκτυο (π.χ. www εγγραφή)

- Πως μπορώ να ζητήσω DNS εγγραφές για το domain που έχω καταχωρήσει στον ΟΤΕ;

Μπορείτε να το ζητήσετε αποστέλλοντας ένα e-mail στη διεύθυνση next2b@otenet.gr από την e-mail διεύθυνση επικοινωνίας που έχετε δηλώσει αναφέροντας το όνομα του domain και τις DNS εγγραφές που επιθυμείτε να δηλωθούν. Εναλλακτικά, μπορείτε να αποστείλετε fax στο νούμερο 210-6798566 σε επιστολόχαρτο της εταιρείας που να περιλαμβάνει:

- σφραγίδα της εταιρείας και υπογραφή υπευθύνου
- το όνομα domain
- τις DNS εγγραφές που επιθυμείτε να δηλωθούν.
- Αν ο κάτοχος του domain είναι ιδιώτης, το fax θα περιλαμβάνει φωτοτυπία των 2 όψεων της αστυνομικής ταυτότητας ή φωτοτυπία διαβατηρίου.
- Έχω domain και πακέτο φιλοξενίας στον ΟΤΕ. Σε ποιες ενέργειες πρέπει να προβώ έτσι ώστε να ενεργοποιήσω τις DNS υπηρεσίες του πακέτου;

Θα πρέπει να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα <http://my.otenet.gr> και να επιλέξετε Ενεργοποίηση, πληκτρολογώντας τον Κωδικό Πελάτη και το Συνθηματικό.

Στην επόμενη σελίδα θα επιλέξετε την υπηρεσία Web Hosting κάνοντας κλικ στο κουμπί ΕΠΙΛΟΓΗ.

Στην επόμενη σελίδα θα επιλέξετε ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ των DNS υπηρεσιών. Στην ερώτηση εάν επιθυμείτε νέο domain θα επιλέξετε ΟΧΙ. Θα επιλέξετε το όνομα domain από τη λίστα.

Θα δηλώσετε μια ηλεκτρονική διεύθυνση e-mail στην οποία θα σας αποσταλεί μήνυμα, όταν ενεργοποιηθούν οι DNS υπηρεσίες.

- Έχω domain εκτός ΟΤΕ και πακέτο φιλοξενία στον ΟΤΕ. Σε ποιες ενέργειες πρέπει να προβώ έτσι ώστε να ενεργοποιήσω τις DNS υπηρεσίες του πακέτου;

Θα πρέπει να ζητήσετε από τον καταχωρητή του ονόματος domain να αλλάξει τους name servers για το domain σας και να καταχωρήσει τους name servers του ΟΤΕ (ns1.otenet.gr και ns2.otenet.gr).

Αφού πραγματοποιηθεί αυτό, θα πρέπει να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα <http://my.otenet.gr> και να επιλέξετε Ενεργοποίηση, πληκτρολογώντας τον Κωδικό Πελάτη και το Συνθηματικό.

Στην επόμενη σελίδα θα επιλέξετε την υπηρεσία Web Hosting κάνοντας κλικ στο κουμπί ΕΠΙΛΟΓΗ. Στην επόμενη σελίδα θα επιλέξετε ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ των DNS υπηρεσιών.

Στην ερώτηση εάν επιθυμείτε νέο domain θα επιλέξετε ΝΑΙ. Στο πεδίο Όνομα domain θα πληκτρολογήσετε το όνομα domain. Θα δηλώσετε μια ηλεκτρονική διεύθυνση e-mail στην οποία θα σας αποσταλεί μήνυμα όταν ενεργοποιηθούν οι DNS υπηρεσίες.

- Έχω ήδη καταχωρήσει ένα domain με κατάληξη gr και επιθυμώ ο καταχωρητής του domain να γίνει ο ΟΤΕ. Σε ποιες ενέργειες πρέπει να προβώ;

Θα πρέπει να στείλετε e-mail με το αίτημά σας στο domain-names@ote.gr ή επικοινωνήστε με το ΟΤΕbusiness / Commercial Support, στο τηλέφωνο 13818.

- Έχω ένα domain στον ΟΤΕ. Πως μπορώ να αλλάξω τους name servers - εξυπηρετητές;

Μπορείτε να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα <http://my.otenet.gr> όπου στην επιλογή Διαχείριση Domain Names έχετε την δυνατότητα να ορίσετε τους name servers που επιθυμείτε.

Τέλος, μπορείτε να το ζητήσετε αποστέλλοντας ένα e-mail στη διεύθυνση next2b@otenet.gr από την e-mail διεύθυνση επικοινωνίας που έχετε δηλώσει αναφέροντας το όνομα του domain και τους name servers που επιθυμείτε να δηλωθούν, Εναλλακτικά μπορείτε να αποστείλετε fax στο νούμερο 210-6798566 σε επιστολόχαρτο της εταιρείας που να περιλαμβάνει:

- σφραγίδα της εταιρείας και υπογραφή υπευθύνου
- το όνομα domain
- τους name servers που επιθυμείτε να δηλωθούν
- Αν ο κάτοχος του domain είναι ιδιώτης, το fax θα περιλαμβάνει φωτοτυπία των 2 όψεων της αστυνομικής ταυτότητας ή φωτοτυπία διαβατηρίου.

4.4 Email Hosting



Η υπηρεσία Mail Hosting αφορά διευθύνσεις της μορφής ονομα@company.gr, όπου company.gr είναι το κατοχυρωμένο domain name και το όνομα του κάθε λογαριασμού ξεχωριστά (στο οποίο δεν υπάρχει περιορισμός χαρακτήρων). Οπότε θα πρέπει να υπάρχει κατοχυρωμένο domain name, να έχει αγοραστεί συνδρομή Web Hosting και βέβαια οι name servers του Domain name θα πρέπει να είναι οι ns1.otenet.gr και ns2.otenet.gr.

4.4.1 Corporate Mail

Η υπηρεσία Corporate Mail από τον ΟΤΕ είναι ένα ολοκληρωμένο και αξιόπιστο εργαλείο ηλεκτρονικού ταχυδρομείου το οποίο εξυπηρετεί τις ανάγκες μίας εταιρίας και των στελεχών της. Παρέχεται μέσω Mail Server του ΟΤΕ και δεν χρήζει την εγκατάσταση οποιουδήποτε λογισμικού στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές των χρηστών. Οι μοναδικές απαιτήσεις για την παροχή της υπηρεσίας είναι η ύπαρξη Domain Name, η σύνδεση με το Internet και η ύπαρξη Web Browser στους υπολογιστές των χρηστών.

Παρέχονται:

- Σύστημα αυτόνομης διαχείρισης των Virtual Mails
- Virtual Mails ανάλογα με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις σας
- Web Mail πρόσβαση
- Αποτελεσματική προστασία από ιούς που αποστέλλονται ή λαμβάνονται μέσω e-mail και συνημμένων αρχείων με την παροχή Anti-virus.

4.4.1.1 Χαρακτηριστικά των Virtual Mail Accounts

Παρακάτω θα αναφερθούν τα χαρακτηριστικά του συστήματος αυτόνομης διαχείρισης για τα Virtual Mail Accounts.

- Σύστημα αυτόνομης διαχείρισης για τα Virtual Mails. Δυνατότητα προσθήκης και κατάργησης e-mail λογαριασμών από τον διαχειριστή του συστήματος. Ανά χρήστη ορισμός του μέγιστου αποθηκευτικού χώρου (quota), ανάλογα με το επιλεγμένο πακέτο συνδρομής. Διαμόρφωση φίλτρων τα οποία θα ισχύουν για όλους τους χρήστες των e-mail λογαριασμών.
- Δυνατότητα πρόσβασης στα Virtual Mail Accounts μέσω Web Mail αλλά και μέσω οποιουδήποτε άλλου προγράμματος διαχείρισης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (π.χ. Microsoft Outlook ή Outlook Express). Ο τρόπος λειτουργίας και χρήσης σε αυτή την περίπτωση προσδιορίζεται από το πρόγραμμα διαχείρισης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που χρησιμοποιείται.

4.4.1.2 Χαρακτηριστικά χρήσης της υπηρεσίας

Μέσω της web πρόσβασης στο σύστημα των Virtual Mail Accounts, ο κάθε χρήστης έχει τη δυνατότητα να:

- αποστέλλει email σε οποιαδήποτε έγκυρη ηλεκτρονική διεύθυνση του Internet.
- διαβάζει e-mail που έχουν αποσταλεί από οποιαδήποτε έγκυρη ηλεκτρονική διεύθυνση.
- αποθηκεύει e-mail σε προσωπικούς φακέλους (personal folders), ώστε η διαχείριση της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας να είναι πιο αποδοτική.
- διαχειρίζεται προσωπικούς φακέλους (personal folders).

- μπορεί να αποστείλει, αλλά και να διαβάσει συνημμένα αρχεία (π.χ. word documents, excel αρχεία, images κλπ).
- δημιουργήσει ηλεκτρονική ατζέντα, ώστε να μπορεί να διαχειριστεί εύκολα τους συνήθεις παραλήπτες της ηλεκτρονικής του αλληλογραφίας.
- παραμετροποιήσει μερικώς τη λειτουργικότητα και τη χρηστικότητα του web περιβάλλοντος κατά τη διαδικασία αποστολής και παραλαβής των e-mail (Προσωπικές Προτιμήσεις για Αποστολή & Παραλαβή Mail)
- δημιουργήσει την ηλεκτρονική του υπογραφή, ώστε σε κάθε email που αποστέλλετε να αναφέρονται πλήρως τα εργασιακά στοιχεία που τον προσδιορίζουν (π.χ. Ονοματεπώνυμο, Διεύθυνση /Τμήμα στην εταιρεία, Θέση στην εταιρεία, Τηλέφωνο εργασίας, Fax εργασίας κλπ).
- αλλάξει το password
- δημιουργήσει αυτόματα φίλτρα, υπό τη μορφή κανόνων, για τα εισερχόμενα e-mail (π.χ. μπορεί να δημιουργήσει κάποιο κανόνα που να δηλώνει ότι όλα τα e-mail όπου αποστολέας τους είναι κάποια συγκεκριμένη ηλεκτρονική διεύθυνση, τότε να αποθηκεύονται σε έναν συγκεκριμένο φάκελο). Τα φίλτρα αναφέρονται: στον αποστολέα, στον παραλήπτη, στο θέμα, στο κυρίως κείμενο, προβεί σε ρύθμιση αυτόματης προώθησης των e-mail, δηλαδή όλα τα εισερχόμενα e-mail να αποστέλλονται σε κάποια άλλη ηλεκτρονική διεύθυνση.
- μεταβάλλει τα προσωπικά του στοιχεία (π.χ. όνομα, επίθετο κλπ)
- ενεργοποιήσει και να ρυθμίσει το mail διακοπών, δηλαδή το email που θα αποστέλλεται αυτόματα σε όλους τους αποστολείς email κατά το διάστημα που ο χρήστης θα απουσιάζει σε διακοπές.
- χρησιμοποιήσει το ημερολόγιο της υπηρεσίας.

4.4.2 Τρόποι διαχείρισης E-mail

- 1) E-mail Clients
- 2) Web Interface

- **E-mail Clients:** Δυνατότητα εγκατάστασης οποιουδήποτε λογισμικού στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές των χρηστών. Τα πιο δημοφιλή προγράμματα είναι:
 - Windows Live Email 2011
 - Microsoft Outlook Professional 2010
 - Mozilla Thunderbird

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω υπάρχει δυνατότητα εγκατάστασης οποιουδήποτε λογισμικού, το μόνο που χρειάζεται είναι κάποιες ρυθμίσεις, θα περιγραφούν αναλυτικότερα παρακάτω στο κεφάλαιο 4.4.3.

- **Web Interface:** Δυνατότητα διαχείρισης του λογαριασμού ή των λογαριασμών αλληλογραφίας των χρηστών, ενημέρωση για τα e-mail, διαθέσιμη φόρμα αναζήτησης μέσω της οποίας υπάρχει δυνατότητα να βρει ο χρήστης το e-mail που τον αφορά βάσει φακέλου, θέματος, αποστολέα ή περιεχομένου. Για παράδειγμα, αν επιλέξετε τον φάκελο INBOX και επιλέξετε

Αναζήτηση τότε θα εμφανιστούν στην οθόνη σας όλα τα εισερχόμενα e-mail με τις λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιήσατε. Για πρόσβαση στην υπηρεσία υπάρχει η διεύθυνση: <https://corpmail.otenet.gr> ή εναλλακτικά διεύθυνση: <http://webmail.domain.ext> όπου domain.ext είναι το domain name που έχει ορίσει και κατοχυρώσει ο πελάτης. Η Web πλατφόρμα εμφανίζεται στην παρακάτω εικόνα.

Καλώς ήρθατε στην υπηρεσία Corporate Mail του ΟΤΕ.

Για την υεοδό σας στο Corporate Mail θα πρέπει να ακολουθήσετε το παρακάτω βήματα:

Εάν είστε ο Διαχειριστής (Administrator) του συστήματος ηλεκτρολογίζετ:

1. στο πύοιο "email" ηλεκτρολογίζετ το `username@company.gr`. Όταν ολοκληρωθεί είναι το "Κωδικό Πρόσβασης Διαχειριστή" που δηλώνετ κατό τη διαδικασία οαργανοποίησης της υπηρεσίας σας στο Activation site και `company.gr` το domain που έχει ενεργοποιήσει.
2. στο πύοιο "password" τον "Κωδικό Πρόσβασης Διαχειριστή" που δηλώνετ κατό τη διαδικασία.

Εάν είστε απλός χρήτης θα πρέπει να ενημερωθείτε από τον Διαχειριστή του συστήματος (Administrator) για το e-mail σας και τον Κωδικό Πρόσβασης (Password) και να ηλεκτρολογίζετ:

1. στο πύοιο "email" τη διεύθυνση του e-mail σας
2. στο πύοιο "password" τον Κωδικό Πρόσβασης (Password) που επέλεξε ο Διαχειριστής του συστήματος (Administrator) για εός.

Για απύοιο πληροφορίες και τεχνική υποστήριξη μπορεί να επικοινωνήσετ με το ΟΤΕ Business Customer Service τηλεφωνικά στο 13818 ή μέσω e-mail στο support@otebusiness.gr.

Αν είστε φορέας του Σύυοιός παρακαλώτε να επικοινωνήσετ με το αρμόδιο helpdesk Σύυοιός (hdscz@ote.gr) ή 800 11 97 888).

Συβουλός & Ανάπτυξη ΟΤΕ Α.Ε. - Copyright © 2008 ΟΤΕ S.A. All rights reserved

Εικόνα 4.3: Η Web πλατφόρμα διαχείρισης του e-mail.

4.4.3 Υποστήριξη Email

4.4.3.1 Βασικές ρυθμίσεις

Παρακάτω αναφέρονται συνοπτικά οι ρυθμίσεις που προτείνονται στους πελάτες, μέσω του παρακάτω πίνακα:

Διακομιστής Εισερχόμενης Αλληλογραφίας (POP3)	mail.otenet.gr
Χρήση SSL	ΟΧΙ
Θύρα	110
Διακομιστής Εξερχόμενης Αλληλογραφίας	mailgate.otenet.gr ή mailgate.domain.gr
Χρήση ελέγχου ταυτότητας	ΝΑΙ
Χρήση SSL	ΝΑΙ
Θύρα	465
Εμφανιζόμενο Όνομα	Επιθυμητό όνομα
Διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	Το email του χρήστη ή του διαχειριστή
Κωδικός Πρόσβασης	Το Password του παραπάνω λογαριασμού

Πίνακας 4.4: Βασικές ρυθμίσεις για email clients.

Σε περίπτωση που ο χρήστης έχει εγκατεστημένο το email του σε κάποιον Email Client και δεν χρησιμοποιεί σύνδεση otenet, θα πρέπει να ενεργοποιήσει την επιλογή "my outgoing servers requires authentication".

4.3.3.2 Βήματα

Η πρόσβαση απαιτεί και προϋποθέτει τα εξής:

- Ο Πελάτης πρέπει να υπάρχει στο Webcam(Διαχειριστικό πρόγραμμα υπηρεσιών των πελατών) και να έχει ενεργή υπηρεσία Corporate mail.
- Το domain να υπάρχει στο ΙΤΕ και να έχει τους Name Servers ns1.otenet.gr και ns2.otenet.gr.
- Σε περίπτωση που ο πελάτης δεν διατηρεί τους παραπάνω name servers θα πρέπει να επιλέξει σε ποια εταιρία θα παραμείνει.
- Θα πρέπει να έχει σωστές ρυθμίσεις και στοιχεία σε υπαρκτό λογαριασμό email.
- Το username με το οποίο έχει συνδεθεί για να στείλει Mail να μην είναι κομμένο. Ο έλεγχος γίνεται από το http://n2u στο πεδίο έλεγχος LDAP.

4.4.3.3 Έλεγχος LDAP

Είναι πιθανό λόγω προβλημάτων στο οικιακό δίκτυο των πελατών, λόγω ιού ή ακόμα και λόγω μαζικής αποστολής ανεπιθύμητων μηνυμάτων, κάποιος λογαριασμός mail να αποκλειστεί. Σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει ο πελάτης να ελέγξει το δίκτυο του και στην συνέχεια να στείλει mail στο abuse@otenet.gr ώστε να του ανοιχθεί εκ νέου η πρόσβαση. Εάν όμως δεν έχει κάνει τις απαραίτητες ενέργειες θα ξαναγίνει αποκλεισμός.

4.4.3.4 Παράδειγμα ελέγχου LDAP

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, για να ελεγχθεί αν ένα email είναι κομμένο θα πρέπει να γίνει έλεγχος μέσω του `http://nu2` στο πεδίο LDAP. Αν επιλεγθεί λοιπόν το παραπάνω πεδίο για το username `Chris7` θα εμφανιστούν τα παρακάτω αποτελέσματα αν φυσικά έχει αποκλειστεί το συγκεκριμένο email.

LDAP Search Results for string:Chris7

Found 1 entries

Gecos: ATHENS, SEPOLIA,2105135740

RadiusProfile: DSL_ANTISPAM_DYNAMIC

radiusAccountStatus:Activated

radiusExpDate: 2030/12/31 00:00:00

radiusMaxLogins: 1

shadowExpire: 22279

mailExpire: 22279

pageExpire: 22279

shadowLastChange:14172

pageQuota: 10

mailQuota: 50

homeDirectory: /pages/users/m/i/Chris7/.

LoginShell: bin/ftponly

gidNumber: 137

uidNumber: 307347

Filter: OFF

Portal Search results for string: Chris7

Εδώ θα πρέπει να παρατηρηθεί στο πεδίο `radiusProfile` στο οποίο εμφανίζεται το `DSL_ANTISPAM_DYNAMIC`. Αν λοιπόν εμφανιστεί αυτή η ένδειξη σημαίνει ότι το email του χρήστη `Chris7` είναι αποκλεισμένο.

4.4.3.5 Ερωτήσεις και Απαντήσεις

- Μπορώ να λάβω ή να στείλω μηνύματα μέσω του Corporate Mail αν έχω συνδεθεί με άλλον ISP;

Μπορείτε να λάβετε μηνύματα συμπληρώνοντας ως POP3 Server τον pop.domain.ext σε οποιοδήποτε πρόγραμμα αλληλογραφίας.

Για να στείλετε e-mail αλλά και να λάβετε e-mails ενώ είστε συνδεδεμένος με άλλον ISP, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την web εφαρμογή που σας προσφέρει ο ΟΤΕ στη διεύθυνση: <http://webmail.domain.ext>.

*Προσοχή: Όπου domain.ext εισάγετε το δικό σας domain name.

- Ποιος είναι ο μέγιστος αποθηκευτικός χώρος που μου αντιστοιχεί στο Corporate Mail;

Ο μέγιστος αποθηκευτικός χώρος που σας αντιστοιχεί είναι διαφορετικός σε κάθε πακέτο(Κοιταμε το ποιο πακέτο διαθέτει ο πελάτης και βλέπουμε στο WebCam τον χώρο που του αντιστοιχεί).

- Ποιος είναι ο μέγιστος όγκος που μπορεί να έχει ένα εξερχόμενο e-mail χρησιμοποιώντας το Corporate Mail;

Ο μέγιστος όγκος που μπορεί να έχει ένα εξερχόμενο e-mail χρησιμοποιώντας το Corporate Mail είναι 10 Mbytes.

- Ποιος είναι ο μέγιστος αριθμός παραληπτών στους οποίους μπορώ να στείλω e-mail χρησιμοποιώντας το Corporate Mail;

Ο μέγιστος αριθμός παραληπτών στους οποίους μπορείτε να στείλετε e-mail χρησιμοποιώντας το Corporate Mail είναι 20.

4.5 Μισθωμένες Γραμμές (Leased Lines)

Οι Μισθωμένες Γραμμές (Leased Lines) είναι τηλεφωνικές γραμμές η οποίες ενοικιάζονται για αποκλειστική χρήση από τον μισθωτή.

Αυτή είναι μια γρήγορη και αξιόπιστη εξειδικευμένη σύνδεση για επιχειρηματική χρήση. Οι μισθωμένες γραμμές παρέχουν 24 ώρες μόνιμη πρόσβαση σε καθορισμένο κόστος, εξαλείφοντας την ανάγκη για μηνιαίο προϋπολογισμό από τηλεφωνική χρήση.

Συγκεκριμένα, πρόκειται για τηλεπικοινωνιακές γραμμές που συνδέουν ένα σημείο της επιχείρησης με άλλο της ίδιας (ή τρίτης), χωρίς τη μεσολάβηση του ΟΤΕ. Χαρακτηρίζονται από εγγυημένη χωρητικότητα, που στην πράξη σημαίνει ότι μπορούν να αξιοποιηθούν βάσει των αναγκών της εκάστοτε επιχείρησης.

Οι Μισθωμένες Γραμμές χρησιμοποιούνται για τηλεφωνική επικοινωνία, τηλεμοιοτυπία (fax), μετάδοση δεδομένων, μετάδοση ραδιοφωνικών ή/και

τηλεοπτικών προγραμμάτων, σύνδεση τηλεφωνικών κέντρων, εικονοτηλεφώνων, συστημάτων ασφαλείας (συναγερμού, σειρήνων, video cameras) και σύνδεση στο Internet.

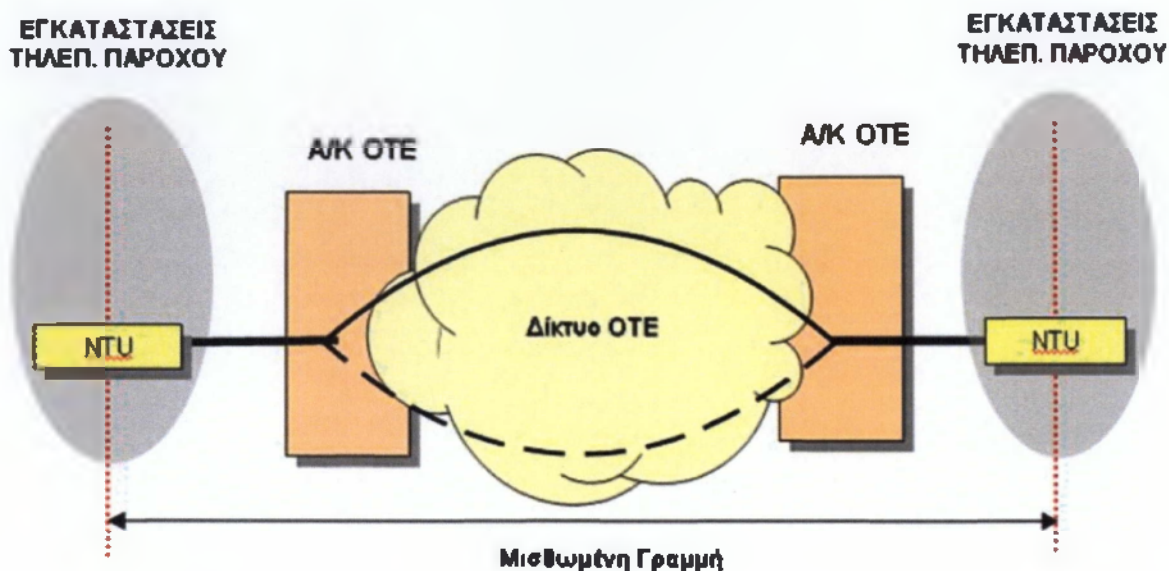
Αντίθετα από τις επιλεγόμενες γραμμές, που πρέπει να δημιουργούνται κάθε φορά, που απαιτείται σύνδεση μεταξύ δύο σημείων, οι μισθωμένες ή μόνιμες γραμμές παρέχουν μια επικοινωνιακή γραμμή έτοιμη να χρησιμοποιηθεί ανά πάσα στιγμή. Υπάρχουν αναλογικές και ψηφιακές μισθωμένες γραμμές, οι οποίες προσφέρονται από τους διάφορους τηλεπικοινωνιακούς φορείς.

Στον παρακάτω πίνακα θα αναφερθούν τα πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα αλλά και τη βασική χρήση των μισθωμένων γραμμών.

Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα	Βασική Χρήση
Υψηλή διαθεσιμότητα	Μεγάλο μηνιαίο πάγιο	Διασύνδεση τοπικών δικτύων, που βρίσκονται σε μεγάλη απόσταση
Ασφάλεια	Αν η γραμμή είναι ψηφιακή τότε δύσκολη η εφεδρεία σε περίπτωση προβλήματος	Μόνιμη σύνδεση στο Internet
Μικρό κόστος σε σχέση με την ποσότητα των δεδομένων που μεταδίδονται	-	-

Πίνακας 4.5: Πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και βασική χρήση των μισθωμένων γραμμών.

Σχηματική Περιγραφή:



Σχηματική Περιγραφή 4.6 : Σχηματική Περιγραφή Μισθωμένης Γραμμής στο δίκτυο του ΟΤΕ

4.5.1 Υποστήριξη Μισθωμένων γραμμών

- Metro Ethernet: Το Metro Ethernet αποτελεί την εξέλιξη της τεχνολογίας Ethernet η οποία χρησιμοποιείται στα τοπικά δίκτυα, και η οποία εφαρμόζεται για δίκτυα ευρείας ζώνης σε συνδυασμό με υψηλές ταχύτητες. Η τεχνολογία βασίζεται στην παροχή υπηρεσιών Ethernet πάνω από ένα δίκτυο οπτικών ινών ευρείας ζώνης. Υπάρχουν τρεις υλοποιήσεις της συγκεκριμένης τεχνολογίας και οι οποίες είναι οι εξής:
 - 1) Ethernet Relay Service (ERS)
 - 2) Ethernet Wire Service (EWS)
 - 3) Ethernet Multipoint Service (EMS)
- Ευθεία γραμμή: Οι Μισθωμένες Ευθείες Γραμμές του ΟΤΕ (ψηφιακές και αναλογικές) προσφέρουν μόνιμη σύνδεση μέσω μισθωμένου ψηφιακού κυκλώματος και επιτρέπουν την υψηλής ποιότητας σύνδεση μεταξύ δύο σημείων με μεγάλο εύρος ταχυτήτων, από 64Kbps έως 155 Mbps.
- LMDS: Η υπηρεσία LMDS (Local Multipoint Distribution System) προσφέρει επικοινωνία μεταξύ δύο τουλάχιστον σημείων με ασύρματη διασύνδεση. Η υπηρεσία απευθύνεται σε επιχειρήσεις με δύο ή περισσότερα υποκαταστήματα που έχουν ανάγκη να επικοινωνούν συχνά μεταξύ τους, πραγματοποιώντας κλήσεις φωνής και ανταλλάσσοντας δεδομένα.
- HC (Hellascotm): Το δίκτυο Hellascotm προσφέρει υψηλές απαιτήσεις στη μεταφορά δεδομένων σε ψηφιακό περιβάλλον με σταθερή (εγγυημένη) ταχύτητα. Πρόκειται για ένα ειδικά σχεδιασμένο τηλεπικοινωνιακό δίκτυο μεταβίβασης δεδομένων, το οποίο παρέχει σταθεροποιητικά ψηφιακά κυκλώματα όλο το 24ωρο, με απόλυτη ασφάλεια, αξιοπιστία και υψηλή

ποιότητα επικοινωνίας με σταθερό μίσθωμα ανεξάρτητα από τον όγκο των πληροφοριών. Για το δίκτυο Hellascom ο ανώτερος χρόνος αποκατάστασης είναι τρεις ώρες.

4.5.1.1 Βήματα

1. Εύρεση πελάτη σε Webcam (Web-based πλατφόρμα διαχείρισης πελατών) και πιστοποίηση ενεργού επιχειρησιακού πακέτου
2. Αντιγραφή(Copy) την ετικέτα του προϊόντος το οποίο αφορά η βλάβη
3. Άνοιγμα Service request (SR) και καταγραφή των στοιχείων του MPLS με βάση το είδος του δικτύου.
 - α) Hellascom: Χρειάζεται να σημειωθεί ο αριθμός γραμμής και το NMS.
 - β) Metro Ethernet: Θα πρέπει να καταγραφεί ο τετραψήφιος αριθμός και να αναφερθεί που βρίσκεται ακριβώς το σημείο που υπάρχει βλάβη
 - γ) Ευθεία: Θα πρέπει να σημειωθεί ο αριθμός ευθείας
 - δ) LMDS: Χρειάζεται να αναφερθούν τα δύο σημεία που έχουν την βλάβη.
4. Στο πεδίο SR comments επικόλληση(Paste) την ετικέτα προϊόντος που έγινε αρχικά αντιγραφή
5. Στην περιγραφή καταγράφεται αναλυτικά το πρόβλημα, ένα τηλέφωνο επικοινωνίας και ένα όνομα.
6. Τέλος στο Status επιλέγεται open.

4.6 Καταγραφή βλαβών και άνοιγμα Service request

Σε κάθε περίπτωση τηλεφωνικής εξυπηρέτησης, υποστήριξης, βλάβης, είτε αυτή επιλυθεί, είτε όχι θα πρέπει να καταγράφονται κάποια στοιχεία και εφόσον το πρόβλημα χρειάζεται να περάσει και από άλλα τμήματα και στάδια θα πρέπει να ανοίγεται ένα Service Request(SR).

Όταν το πρόβλημα επιλυθεί κατά την διάρκεια της κλήσης, θα πρέπει απλά να καταγράφονται κάποια στοιχεία τα οποία θα βοηθήσουν ίσως τις επόμενες φορές που θα καλέσει ο συγκεκριμένος πελάτης και θα υπάρχουν και σαν ιστορικό. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει απλά να περιγραφεί ο λόγος που κάλεσε ο πελάτης και εφόσον έγιναν από μέρους μας κάποιες ενέργειες να σημειωθούν επίσης και αυτές. Τέλος αν το πρόβλημα δεν είναι εφικτό να επιλυθεί κατά τη διάρκεια της κλήσης πρέπει να σημειωθούν η ετικέτα προϊόντος, τα στοιχεία επικοινωνίας και η περιγραφή του προβλήματος αναλυτικά. Στο status φυσικά επιλέγουμε OPEN.

Κεφάλαιο 5: Κοινωνικά δίκτυα (Social Networks)

5.1 Εισαγωγή

Είναι πραγματικότητα ότι οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης (SNS) υιοθετούνται ολοένα και περισσότερο από αρκετούς χρήστες, η πλειοψηφία των οποίων είναι μαθητές. Οι τελευταίοι μάλιστα αφιερώνουν ένα σημαντικό μέρος του ελεύθερου χρόνου τους σε δραστηριότητες στο διαδίκτυο και ειδικά σε κοινωνικά δίκτυα όπως για παράδειγμα το Facebook, τα οποία πλέον έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς τους.

Εστιάζοντας στην εκπαίδευση, θα ήταν χρήσιμο να θεωρηθεί και ως ένας βασικός λόγος για τον οποίο θα μπορούσαν οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης να χρησιμοποιηθούν στην παιδαγωγική διαδικασία και στην εκπαίδευση γενικότερα. Τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα μπορούν να παρέχουν πολλά υποσχόμενους επίσημους και ανεπίσημους τρόπους μάθησης. Έρευνες, μερικές από τις οποίες θα παρουσιαστούν και σε αυτό το κεφάλαιο, έχουν δείξει ότι τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να υποστηρίξουν διάφορες δραστηριότητες και αυτό γιατί συντελούν στην αλληλεπίδραση, στην συνεργασία, στην ενεργή συμμετοχή, στο διαμοιρασμό πόρων και πληροφοριών καθώς επίσης και στην ανάπτυξη κριτικής σκέψης.

5.2 Ορισμός



Η κοινωνική δικτύωση, θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι είναι μια μορφή συγκέντρωσης ατόμων σε «κοινότητες» κάτι αντίστοιχο με την έννοια της γειτονιάς. Στόχος είναι η διαμόρφωση κοινωνικών σχέσεων ανάμεσα σε άτομα ή ομάδες ατόμων τα οποία για παράδειγμα μοιράζονται κοινές αντιλήψεις ή έχουν κοινά ενδιαφέροντα. Τα κοινωνικά δίκτυα στο διαδίκτυο είναι υπηρεσίες που υποστηρίζουν την κοινωνική δικτύωση και

που στην ουσία αποτελούν «προσωπικούς χώρους» για επικοινωνία και διαμοιρασμό περιεχομένου. Κατά τους (Ajjan & Hartshorne, 2008) χαρακτηρίζονται από ευκολία στη χρήση, διευκολύνουν τη δημιουργία αυθόρμητων σχέσεων, και διευρύνουν την αλληλεπίδραση και την επικοινωνία μεταξύ των χρηστών τους.

5.3 Ιστορία



Η ιστορία των κοινωνικών δικτύων ξεκινάει από τα μέσα της δεκαετίας του '90 όπου τα πρώτα κοινωνικά δίκτυα κάνουν την εμφάνισή τους. Το 1997 δημιουργήθηκε το Sixdegrees.com, αυτή η επιχείρηση ήταν η πρώτη στο είδος της που επέτρεψε στο χρήστη να δημιουργήσει το προφίλ του, να έχει έναν κατάλογο των φίλων του και

έπειτα να μπορεί να έρθει σε επαφή μαζί τους. Η επιχείρηση όμως δεν χειρίστηκε πολύ καλά το θέμα και έκλεισε τελικά τρία χρόνια αργότερα. Ο λόγος για αυτό ήταν, ότι πολλοί άνθρωποι που χρησιμοποιούσαν το διαδίκτυο εκείνη την περίοδο δεν είχαν διαμορφώσει πολλά κοινωνικά δίκτυα ως εκ τούτου υπήρξε μικρό περιθώριο των ελιγμών. Κάθε ένα από αυτά τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα υπήρξε σε κάποια μορφή πριν από Sixdegrees.com φυσικά. Τα προφίλ υπήρχαν στις περισσότερες ιστοσελίδες γνωριμιών και σε πολλές κοινοτικές ιστοσελίδες. Οι ιστοσελίδες φίλων AIM και ICQ υποστήριζαν τους καταλόγους φίλων, αν και εκείνοι οι φίλοι δεν ήταν ορατοί σε άλλους. Ενώ οι άνθρωποι που συγκεντρώνονταν ήδη στο Διαδίκτυο, οι περισσότεροι δεν είχαν επεκτείνει τα δίκτυα των φίλων τους που ήταν σε σύνδεση στο δίκτυο. Οι χρήστες παραπονέθηκαν ότι υπήρχαν λίγα πράγματα να κάνουν μετά την αποδοχή των αιτημάτων φιλίας, και οι περισσότεροι χρήστες δεν ενδιαφέρονταν για να γνωρίσουν αγνώστους. Η ιστοσελίδα Classmates.com θεωρείται όμως ως από τις πρωτοπόρες ιστοσελίδες που επέτρεψε στους χρήστες να συνδεθούν με άλλους χρήστες. Άρχισε το 1995 ως περιοχή σπουδαστών συνδέοντας τους με τους με τους συμφοιτητές τους και απαριθμούσε εκείνη την περίοδο πάνω από 40 εκατομμύρια εγγραμμένους χρήστες.

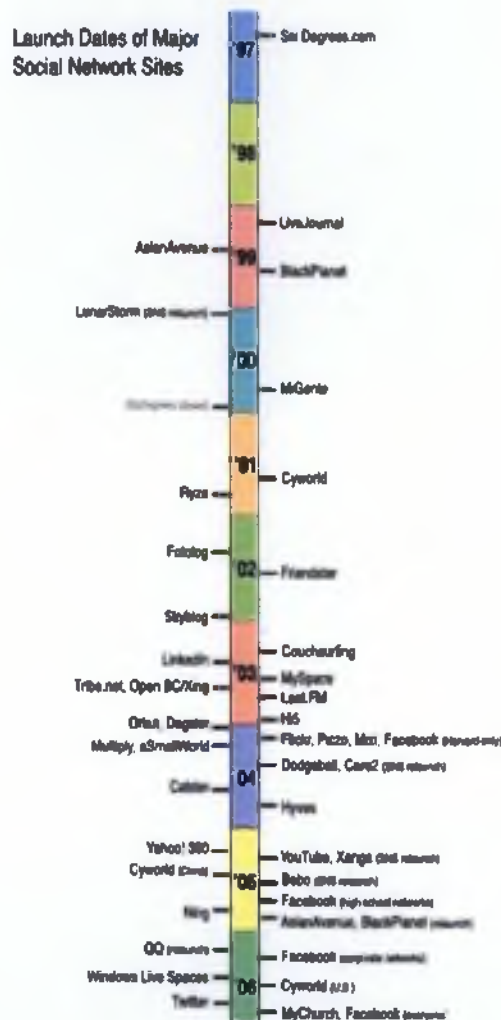
Εντούτοις, το Classmates.com δεν επέτρεπε στους χρήστες να δημιουργήσουν συνδέσεις με άλλους χρήστες, για την ακρίβεια επέτρεπε στους χρήστες να συνδέονται ο ένας με τον άλλον μόνο μέσω των σχολείων που είχαν παρακολουθήσει. Από το 1997 μέχρι περίπου το 2001, διάφορα εργαλεία άρχισαν να υποστηρίζουν τους διάφορους συνδυασμούς προφίλ και ανάρτησαν δημόσια τους φίλους. Το AsianAvenue, BlackPlanet, και MiGente επέτρεπαν στους χρήστες να δημιουργήσουν προσωπικό και επαγγελματικό προφίλ και οι χρήστες μπορούσαν να προσδιορίσουν τους φίλους τους στα προσωπικά προφίλ τους χωρίς να επιδιώκουν την έγκρισή τους. Επιπλέον, αμέσως μετά από την έναρξή του, το 1999, το LiveJournal απαρίθμησε τις μονο-κατευθυντικές συνδέσεις στις σελίδες των χρηστών.

Έτσι ενώ το Six Degrees επέτρεπε στους χρήστες να δημιουργήσουν ένα κατά βάση στατικό προφίλ, το LiveJournal ήταν ένα κοινωνικό δίκτυο που ανανεωνόταν διαρκώς, ενθαρρύνοντας έτσι τους χρήστες του να με το να διαδέχονται η μία την άλλη ανάρτηση, να δημιουργήσουν ομάδες και να αλληλεπιδρούν. Ήταν πραγματικά ο προάγγελος για την ζωντανή ενημέρωση που βλέπουμε σε κοινωνικά

δίκτυα σήμερα. Η κορεατική εικονική παγκόσμια ιστοσελίδα Cyworld άρχισε το 1999 και πρόσθεσε τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα SNS το 2001. Επιπλέον, όταν ο σουηδικός κοινοτικός Ιστός LunarStorm έγινε κοινωνικό δίκτυο το 2000, περιείχε καταλόγους φίλων, guestbooks, και τις σελίδες ημερολογίων. Το επόμενο κύμα άρχισε όταν προωθήθηκε το Ryze.com το 2001 για να βοηθήσει τους ανθρώπους να ενδυναμώσουν τα επιχειρησιακά δίκτυά τους. Ο ιδρυτής του Ryze αναφέρει ότι εισήγαγε αρχικά την ιστοσελίδα στους φίλους του-μέλη της κοινότητας επιχειρήσεων και τεχνολογίας του Σαν Φρανσίσκο, συμπεριλαμβανομένων των επιχειρηματιών και των επενδυτών πίσω από πολλά μελλοντικά κοινωνικά δίκτυα. Συγκεκριμένα, οι άνθρωποι πίσω από το Ryze, το Tribe.net, LinkedIn, και το Friendster περιπλέχτηκαν στενά, προσωπικά και επαγγελματικά. Θεώρησαν ότι θα μπορούσαν να υποστηρίξουν ο ένας τον άλλον χωρίς ανταγωνισμό. Στο τέλος, το Ryze ποτέ δεν απέκτησε μαζική δημοτικότητα, το Tribe.net έτεινε να προσελκύσει μια εμπαθή βάση χρηστών, το LinkedIn έγινε ισχυρή υπηρεσία επιχείρησης, και το Friendster γνώρισε 2 χρόνια δόξας, έχοντας εκατομμύρια χρήστες στις βάσεις δεδομένων του.



Το 2003 το Myspace δημιουργήθηκε ως εναλλακτική λύση του Friendster και άλλων. Το Myspace επέτρεψε στους χρήστες να προσαρμόσουν και να επέμβουν στην εμφάνιση του προφίλ τους, το οποίο αποδείχθηκε πολύ δημοφιλές στους χρήστες, εκτοξεύοντας το Myspace μ' αυτό τον τρόπο, στο να γίνει γρήγορα το μεγαλύτερο σε απευθείας σύνδεση κοινωνικό δίκτυο. Με την άνοδο στη δημοτικότητα του σε απευθείας σύνδεση κοινωνικών δικτύων, πολλοί άλλοι τύποι ιστοσελίδων άρχισαν να περιλαμβάνουν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα της κοινωνικής δικτύωσης. Τα παραδείγματα περιλαμβάνουν τις ιστοσελίδες διαμοίρασης πολυμέσων (π.χ. YouTube, και Zoomr), τις ιστοσελίδες blogging (π.χ. BlogSpot), οι επαγγελματικές περιοχές δικτύωσης (LinkedIn και Ryze), και οι ιστοσελίδες ειδήσεων (Digg, Reddit, και del.icio.us). Όλες αυτές οι περιοχές έχουν διαφορετικούς στόχους αλλά υιοθετούν την κοινή στρατηγική που υπάρχει και στο κοινωνικό δίκτυο για να βελτιώσουν τις περιοχές τους. Οι αναφορές που γίνονται παραπάνω σαφώς δεν είναι πλήρεις δομένου ότι κάθε φορά νέες περιοχές δημιουργούνται.



Σχήμα 5.1: Σχηματική απεικόνιση της εξέλιξης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης

Από το 2003 και μετά, πολλές νέες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης προωθήθηκαν. Τα περισσότερα έλαβαν τη μορφή profile-centric ιστοσελίδων, που προσπάθησαν να μιμηθούν την ξαφνική επιτυχία του Friendster ή στοχεύουν σε συγκεκριμένο κοινό.

Ενώ λοιπόν τα κοινωνικά οργανωμένα δίκτυα αποσκοπούν σε ευρύ ακροατήρια, οι επαγγελματικές ιστοσελίδες όπως η LinkedIn, η Visible Path, και η Xing εστιάζουν στους επιχειρηματίες. Τα "Passion-centric" όπως το Dogster, βοηθούν τους ξένους να συνδεθούν βασισμένοι στα κοινά ενδιαφέροντα τους. Το Care2 βοηθά τους ακτιβιστές να συναντηθούν, το Couchsurfing συνδέει τους ταξιδιώτες με τους ανθρώπους του καναπέ, και το MyChurch ενώνει τις χριστιανικές εκκλησίες και τα μέλη τους. Επιπλέον, καθώς τα κοινωνικά μέσα αυξήθηκαν, οι ιστοχώροι που είναι βασισμένοι στη διανομή πολυμέσων άρχισαν να γίνονται και οι ίδιοι κοινωνικά δίκτυα. Τα παραδείγματα περιλαμβάνουν το Flickr (photo sharing), το Last.FM (music listening habits), και YouTube (video sharing). Λίγοι άνθρωποι έδωσαν προσοχή στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης που κέρδιζαν τη δημοτικότητα σε άλλες περιοχές, ακόμη και σε εκείνα που δημιουργήθηκαν από σημαντικές εταιρίες. Παραδείγματος χάριν, το Orkut της Google απέτυχε να χτίσει μια βιώσιμη αμερικάνικη βάση χρηστών, αλλά έγινε το εθνικό κοινωνικό δίκτυο της

Βραζιλίας. Το Windows Live Spaces της Microsoft (MSN) δεν προωθήθηκε σημαντικά στην αμερικάνικη κοινωνία αλλά έγινε εξαιρετικά δημοφιλές αλλού.

Το MySpace άρχισε το 2003 να ανταγωνίζεται το Friendster, Xanga, και AsianAvenue, σύμφωνα με τον Tom Anderson. Οι έφηβοι άρχισαν να χρησιμοποιούν μαζικά το MySpace το 2004. Καθώς οι έφηβοι άρχισαν να γίνονται μέλη, ενθάρρυναν τους φίλους τους να ενωθούν. Αντί να απαγορεύεται η εγγραφή ανήλικων χρηστών, το MySpace άλλαξε την πολιτική χρηστών του ώστε να επιτρέψει στους ανηλικούς να γίνουν μέλη. Ενώ το MySpace προσέλυσε την πλειοψηφία της προσοχής των μέσων μαζικής επικοινωνίας στις ΗΠΑ και στο εξωτερικό, οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης πολλαπλασιάζονταν και αυξανόταν στη δημοτικότητα παγκοσμίως. Το Friendster κέρδισε την πρωτιά στα νησιά του Ειρηνικού, το Orkut έγινε το πρώτο στη Βραζιλία πριν να αυξηθεί η δημοτικότητα του στην Ινδία. Το Mixi έγινε ευρέως διαδεδομένο στην Ιαπωνία, ενώ το LunarStorm απογειώθηκε στη Σουηδία. Οι Ολλανδοί αγκάλιασαν το Hyves, ενώ στην Πολωνία υποδέχτηκαν το Grono. Το Hi5 υιοθετήθηκε στις μικρότερες χώρες στην Λατινική Αμερική, τη Νότια Αμερική, και την Ευρώπη, και το Bebo έγινε πολύ δημοφιλής στο Ηνωμένο Βασίλειο, τη Νέα Ζηλανδία, και την Αυστραλία. Επιπλέον, οι προηγούμενες δημοφιλείς ιστοσελίδες επικοινωνίας και κοινωνικών υπηρεσιών άρχισαν να υλοποιούν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Η κινεζική υπηρεσία μηνυμάτων QQ έγινε αμέσως το μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο παγκοσμίως όταν πρόσθεσε τα προφίλ και κατέστησε τους φίλους ορατούς, ενώ το εργαλείο Cyworld φόρουμ στρίμωξε την κορεατική αγορά με την εισαγωγή των αρχικών σελίδων (homepages) και των φίλων.

Η εικόνα των πραγμάτων διαφοροποιήθηκε σημαντικά το 2006, όταν μια νέα υπηρεσία, το Facebook -που αρχικά προσανατολιζόταν στην Αμερικάνικη κολεγιακή κοινότητα- απευθύνθηκε στο σύνολο των διαδικτυακών χρηστών ελεύθερα, δίνοντας παράλληλα τη δυνατότητα ενσωμάτωσης add-on εφαρμογών που είχαν αναπτυχθεί από τρίτους εκτός της υπηρεσίας. Παράλληλα, η υπηρεσία παρείχε τη δυνατότητα σχηματισμού ατομικών κοινωνικών δικτύων, διασυνδέοντας έτσι πέρα από χρήστες και Κοινωνικά Δίκτυα μεταξύ τους. Από το σημείο αυτό κι έπειτα, οι Ιστοχώροι Κοινωνικής Δικτύωσης καθίστανται οι ταχύτερα και μαζικότερα αναπτυσσόμενες ιστοσελίδες στον Παγκόσμιο Ιστό, χωρίς να γνωρίζουν γεωγραφικά σύνορα.

5.4 Οι πιο σημαντικές πλατφόρμες κοινωνικής Δικτύωσης

Η δημιουργία προσωπικού προφίλ, η αναζήτηση φίλων, η διασύνδεση, η δημιουργία ομάδων φίλων και διαδικτυακών κοινοτήτων, η δημοσίευση και διαμοίραση εικόνων, βίντεο και φωτογραφιών, ο σχολιασμός κι η σήμανση φωτογραφιών κι εικόνων, καθώς κι η ανταλλαγή μηνυμάτων είναι κάποιες μόνο από τις πολυάριθμες λειτουργικές δυνατότητες των Ιστοχώρων Κοινωνικής Δικτύωσης. Άλλοτε στοχεύοντας σε έναν περισσότερο ανοιχτό και διαδραστικό κόσμο κι άλλοτε στην ενδυνάμωση της προσωπικής ή επαγγελματικής ταυτότητας του χρήστη μέσω της διασύνδεσης με φιλικές ή επιχειρηματικές επαφές, οι Ιστοχώροι Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελούν αδιαμφισβήτητα μία από τις πλέον προσφιλείς δραστηριότητες στο πλαίσιο του Νέου Παγκόσμιου Ιστού 2.0, του Παγκόσμιου Ιστού των χρηστών ως δρώντων ενεργών υποκειμένων. Στη συνέχεια

παρουσιάζεται μια συνοπτική επισκόπηση των λειτουργικών δυνατοτήτων τριών ιδιαίτερα δημοφιλών και χαρακτηριστικών Ιστοτόπων Κοινωνικής Δικτύωσης, του Facebook, του MySpace και του LinkedIn. Στο τέλος του κεφαλαίου παρέχονται στατιστικά στοιχεία σύγκρισης των ανωτέρω σύμφωνα με τη μηχανή αναζήτησης Alexa.com.

5.4.1 Facebook

Η σχετικά σύντομη ιστορία του διαδικτύου είναι γεμάτη με ιστορίες ιστοσελίδων και διαδικτυακών υπηρεσιών που κάποτε έσφουζαν από χρήστες αλλά σύντομα εγκαταλείφθηκαν εξαιτίας νέων, ταχύτερων και καλύτερα σχεδιασμένων εφαρμογών κι υπηρεσιών. Αυτή η στιγμή δε φαίνεται να πλησιάζει για το Facebook. Η δημοφιλής ιστοσελίδα έχει εξελιχτεί σε σημαντικό μέρος της κοινωνικής ζωής των μελών της, το γεγονός αυτό περιγράφεται ως «τεχνολογικό κλείδωμα». Ο όρος χρησιμοποιείται για να δηλώσει ότι όσο περισσότερο μια κοινωνία υιοθετεί μια συγκεκριμένη τεχνολογία, τόσο πιο απίθανο είναι οι χρήστες της να την αντικαταστήσουν.

Η ιστορία όμως του δημοφιλέστερου Κοινωνικού Δικτύου στην Ελλάδα, ξεκινάει το 2004 στο Πανεπιστήμιο του Harvard, όταν ο τότε τριτοετής φοιτητής Mark Zuckerberg σκέφτηκε να δημιουργήσει ένα ηλεκτρονικό δίκτυο για την επικοινωνία μεταξύ των συμφοιτητών του. Ενώ αρχικά το Facebook προοριζόταν μόνο για φοιτητές του Harvard, δεν άργησε να επεκταθεί και σε άλλα πανεπιστήμια της Βοστώνης, παραμένοντας πάντα σε πλαίσια πανεπιστημιακά και μαθητικά. Το Σεπτέμβριο του 2006 όμως, η ιστοσελίδα έγινε προσβάσιμη σε όλο τον κόσμο κι έκτοτε ξεκινάει η ραγδαία άνοδος της.

Το Facebook.com στοχεύοντας στην «υποστήριξη των ανθρώπων να διαμοιράζονται και να διαμορφώνουν έναν κόσμο περισσότερο ανοιχτό και συνδεδεμένο» φιλοξενεί τεράστιο αριθμό ενεργών -ίσως φανατικών- χρηστών ανά τον κόσμο, που χρησιμοποιούν την υπηρεσία για να διατηρούν επικοινωνία με τους φίλους τους, να φορτώνουν και να δημοσιεύουν απεριόριστο αριθμό φωτογραφιών, να διαμοιράζονται υπερσυνδέσμους και βίντεο, κι εν γένει να συνδέονται και να διατηρούν ένα μεγάλο δίκτυο νέων φίλων. Άλλωστε ακριβώς σε αυτή την ιδέα βασίζονται οι δημιουργοί του Facebook.com, στους ανθρώπους και στη διάθεσή τους να δημιουργήσουν ένα δίκτυο από επαφές με τρίτους φίλους, συναδέλφους, γνωστούς.

Αν και οποιαδήποτε προσπάθεια αποτύπωσης των λειτουργικών δυνατοτήτων της υπηρεσίας θα ήταν μάλλον ανεπαρκής, καθώς έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε να αποτελεί την PHP ιστοσελίδα με τη δεύτερη μεγαλύτερη κινητικότητα, ενώ διατηρεί χιλιάδες βάσεις δεδομένων MySQL. Υπάρχουν τρεις βασικές λειτουργίες:

- Η δημιουργία ενός προσωπικού προφίλ
- Η αναζήτηση επαφών και τη διασύνδεση με «φίλους»
- Η εξερεύνηση, ανακάλυψη και αξιοποίηση των «εφαρμογών» (applications) του Facebook.com.

Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει τις επαφές στις οποίες επιθυμεί να αποστείλει «Πρόσκληση Φίλου» (Friend Request) προκειμένου να τις εισάγει στο δίκτυό του στα πλαίσια του Facebook.com. Για τις διευθύνσεις των επαφών που διαπιστώνεται ότι δε διατηρούν ήδη κάποιο λογαριασμό στην υπηρεσία, υπάρχει δυνατότητα αποστολής πρόσκλησης για εγγραφή.

Ένας άλλος μηχανισμός αναζήτησης βασίζεται στην «τάξη συμμαθητών». Στην περίπτωση αυτή ο χρήστης εισάγει το σχολείο, το Πανεπιστήμιο, ή το Κολέγιο που τον ενδιαφέρει, καθώς και τη χρονιά αποφοίτησης και το σύστημα επιστρέφει αυτόματα μια λίστα με τους χρήστες της υπηρεσίας που σχετίζονται με τα ανωτέρω. Παρόμοια είναι κι η διαδικασία για τους εργαζόμενους σε μια επιχείρηση, όπου ο χρήστης εισάγει την επωνυμία της εταιρείας και το σύστημα αναζητά τις επαφές που έχουν δηλώσει ότι σχετίζονται με αυτή.

Σε μια γενικότερη αναζήτηση οι χρήστες διατηρούν τη δυνατότητα ανεύρεσης άλλων χρηστών μέσω του ονόματός τους ή της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, δυνατότητα που βρίσκεται μάλιστα ενσωματωμένη στη βασική γραμμή εργαλείων του Facebook.com. Αυτού του τύπου όμως η αναζήτηση δεν είναι πάντα αποδοτική, καθώς προκειμένου να εμφανιστεί κάποιο αποτέλεσμα το όνομα πρέπει να έχει πληκτρολογηθεί ακριβώς όπως καταχωρήθηκε από τον εν λόγω χρήστη κατά τη δημιουργία του προφίλ του στην υπηρεσία. Η λειτουργία της Αναζήτησης επομένως είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς αποτελεί το βασικό «εργαλείο» για τη δημιουργία δικτύου φίλων.

Συνεχίζοντας, το Προφίλ Χρήστη (Profile) συνιστά τη σελίδα αυτό-έκφρασης των συμμετεχόντων, περιλαμβάνοντας στοιχεία και πληροφορίες της καθημερινότητας και της «πραγματικής» τους ζωής. Οι πληροφορίες που είναι καταχωρημένες στο Προφίλ Χρήστη, αποτελούν τα στοιχεία που θα προβάλλονται στους τρίτους που επισκέπτονται τις σελίδες αυτές. Πληροφορίες όπως τα Βασικά Στοιχεία (Basic Info), η Εκπαίδευση και Εργασία (Education and Work) καθώς και μια Φωτογραφία Προφίλ (Profile Picture) βοηθούν μεταξύ άλλων και στην αναγνώριση του χρήστη από τρίτους που τον αναζητούν, είτε από τη μηχανή αναζήτησης συμμαθητών ή συναδέλφων όπως περιγράφηκε παραπάνω. Στις σελίδες του προσωπικού Προφίλ τους, μπορούν να αναρτήσουν φωτογραφίες καθώς και σχόλια «ετικέτες» (tags) επί αυτών για τους ίδιους και τους φίλους τους που αποτυπώνονται σε αυτές. Οι φίλοι μπορούν να γνωρίζουν ανά πάσα στιγμή πως αισθάνονται οι χρήστες, πως σκέφτονται ή τι κάνουν μέσω της ενημέρωσης της «κατάστασής» τους (User's Status), ενώ επιπλέον παρέχεται δυνατότητα σχολιασμού (Comment ή Like).

Κι ενώ όλα ξεκινούν με την Αναζήτηση Φίλων και τη δημιουργία ενός Προφίλ Χρήστη, η υπηρεσία μέσω ενός συνόλου λειτουργιών παρέχει πολλές περισσότερες δυνατότητες. Στη συνέχεια περιγράφονται επιγραμματικά και συνοπτικά οι βασικότερες από αυτές σε επίπεδο γενικής επισκόπησης, εφαρμογών και χαρακτηριστικών.

Ξεκινώντας με τη γενική επισκόπηση όπως ήδη έχει συζητηθεί το Προφίλ Χρήστη (Profile) περιλαμβάνει πληροφορίες που είναι ορατές από τους φίλους και τα μέλη των δικτύων στα οποία συμμετέχει. Τα Δίκτυα (Networks), όπως έχει ήδη σημειωθεί μπορεί να διαμορφώνονται βάσει γεωγραφικής περιοχής, εργασίας, εκπαιδευτικού ιδρύματος κ.λπ.. Με τη συμμετοχή τους σε ένα Δίκτυο, τα μέλη μπορούν να έχουν

πρόσβαση στα προφίλ της πλειονότητας των υπολοίπων μελών και να συμμετάσχουν στις Ομάδες (Groups) που σχηματίζονται. Μέσω των επιλογών της Διαχείρισης Ιδιωτικότητας (Privacy Settings) οι χρήστες μπορούν να ορίσουν ποιες πληροφορίες θα είναι διαθέσιμες και σε ποιους άλλους χρήστες, ενώ παράλληλα παρέχεται η δυνατότητα να δημιουργήσουν Λίστα Αποκλεισμού (Block List) με τις επαφές που δεν θέλουν να συσχετίζονται.

Εξ' ορισμού το σύστημα επιτρέπει πρόσβαση στις σελίδες του χρήστη από τους φίλους του και τα μέλη των δικτύων του. Οι φίλοι κάθε χρήστη είναι συγκεντρωμένοι κι οργανώνονται στη Σελίδα Φίλων (Friends) μέσω της οποίας η αναζήτηση κάποιου φίλου είναι πολύ απλή κι η πρόσβαση στις αντίστοιχες σελίδες καθίσταται άμεση. Μέσω της Σελίδας Φίλων οι χρήστες μπορούν να οργανώσουν και να ανανεώσουν τις πληροφορίες που αφορούν τις επαφές τους, καθώς και να τις ομαδοποιήσουν. Η επικοινωνία με τους φίλους σε επίπεδο πραγματικού χρόνου (real-time communication) καθίσταται δυνατή μέσω του Facebook Chat, χωρίς να απαιτείται κάποια επιπλέον εφαρμογή. Παράλληλα οι χρήστες μέσω της Θυρίδας Εισερχόμενων Μηνυμάτων (Inbox) μπορούν να λάβουν μηνύματα οποιαδήποτε στιγμή (ακόμα κι αν βρίσκονται εκτός σύνδεσης) από όλους τους χρήστες του Facebook.com. Τα μηνύματα που είναι ορατά μόνο μεταξύ αποστολέα και παραληπτών παραμένουν ιδιωτικά.

Σε επίπεδο δικτύωσης δημοσίων σχέσεων, τοπικές επιχειρήσεις, φίρμες, μουσικοί και κάθε είδους οργανισμοί, μπορούν να οργανώσουν μια Σελίδα Παρουσίας (Pages) στα πλαίσια της υπηρεσίας, χωρίς χρέωση. Οι χρήστες μπορούν να εγγραφούν ως Οπαδοί (Fans) της σελίδας και να ενημερώνονται για πληροφορίες που τους αφορούν. Επεκτείνοντας τις Σελίδες Παρουσίας, οι οργανισμοί και λοιπές επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν το σύστημα Διαφήμισεων του Facebook.com (Facebook Ads) για διευρυμένη επικοινωνία πληροφοριών που επιθυμούν ή ακόμα και για εξειδικευμένη-στοχευμένη διαφήμιση σε επιλεγμένες ομάδες χρηστών.

Οι Εφαρμογές (Applications) της υπηρεσίας επεκτείνουν τις δυνατότητες των χρηστών περιλαμβάνοντας σειρά επιλογών. Με χρήση της εφαρμογής των Φωτογραφιών (Photos), όπως ήδη συζητήθηκε, οι χρήστες μπορούν να δημοσιεύσουν απεριόριστο αριθμό φωτογραφιών και να τις οργανώσουν σε άλμπουμ. Στις φωτογραφίες μπορούν να προστεθούν «ετικέτες» (Tags) με σχόλια που αφορούν εκείνους ή τους φίλους τους. Με χρήση επιλεγμένων ρυθμίσεων ιδιωτικότητας, μπορεί να καθοριστεί η ορατότητα κι η πρόσβαση των φωτογραφιών από επιλεγμένο δίκτυο φίλων ή χρηστών. Η εφαρμογή Σημειώσεων (Notes) παρέχει δυνατότητα έκφρασης των χρηστών μέσω του γραπτού λόγου. Στις Σημειώσεις μπορούν οι χρήστες να επισημάνουν με «ετικέτες» (Tags) τους φίλους τους, όπως ακριβώς με τις φωτογραφίες, κι αντίστοιχα να αναζητήσουν σημειώσεις οι οποίες συνδέονται από «ετικέτες» για τους ίδιους ή τους φίλους τους. Ακόμα, παρέχεται η δυνατότητα εισαγωγής ενός εξωτερικού Ιστολογίου (Blog) εφόσον οι χρήστες επιθυμούν να το δημοσιεύσουν στην υπηρεσία.

Στο πλαίσιο διαχείρισης των κοινωνικών συγκεντρώσεων, η εφαρμογή των Εκδηλώσεων (Events) οργανώνει τη διαχείρισή τους, ενώ παράλληλα παρέχει τη δυνατότητα δημιουργίας εκδήλωσης ή αναζήτησης κι επισκόπησης των τρεχόντων

events που αφορούν στους χρήστες ή τους φίλους τους. Μέσω των Δημοσιευμένων Αντικειμένων (Posted Items) οι χρήστες μπορούν πολύ εύκολα να διαμοιραστούν οποιαδήποτε πληροφορία του διαδικτύου μέσω της υπηρεσίας, όπως ιστοσελίδες, ιστολόγια, βίντεο, τραγούδια αλλά και περιεχόμενο της υπηρεσίας όπως προφίλ χρηστών, σημειώσεις, φωτογραφίες, ομάδες, εκδηλώσεις. Σε αντιστοιχία με την εφαρμογή των Φωτογραφιών, στο πλαίσιο της εφαρμογής των Βίντεο (Video) οι χρήστες δημοσιεύουν βίντεο στη σελίδα του προφίλ τους, αποστέλλουν μηνύματα-βίντεο σε άλλους χρήστες και προβάλλουν βίντεο που οι ίδιοι δημιούργησαν. Η Αγορά (Marketplace) δίνει τη δυνατότητα αναζήτησης ή καταχώρησης οποιουδήποτε αντικειμένου προς αγορά, πώληση, ενοικίαση ή οποιαδήποτε άλλη μορφή συναλλαγής, ακόμη και για αναζήτηση ή προσφορά εργασίας. Ολοκληρώνοντας με τις εφαρμογές, τα Δώρα (Gifts) επιτρέπουν την αγορά ηλεκτρονικών δώρων από τους χρήστες με χαμηλό αντίτιμο και την ηλεκτρονική παράδοσή τους μέσω τις υπηρεσίας σε άλλους χρήστες.

Μια σειρά λειτουργικών χαρακτηριστικών (features) ενισχύουν τις δυνατότητες της υπηρεσίας ενδυναμώνοντας την επικοινωνία και διάδραση των χρηστών. Έτσι οι Τροφοδοσίες Νέων (News Feed) διαμορφώνουν μια λίστα που συνεχώς ανανεώνεται και περιλαμβάνει ενημερωμένες τις πιο πρόσφατες «ιστορίες» (history) για τις δραστηριότητες των φίλων των χρηστών. Η λίστα νέων τοποθετείται στην αρχική σελίδα του λογαριασμού του χρήστη και τον ενημερώνει μεταξύ άλλων για τυχόν νέες δημοσιεύσεις φωτογραφιών από φίλους του ή άλλες δραστηριότητές τους. Συμπληρωματικά οι Σύντομες Τροφοδοσίες (Mini Feeds) επιτρέπουν σύντομα κι εύκολα στους χρήστες να ενημερωθούν για τις τελευταίες εξελίξεις όσον αφορά τους φίλους τους.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό επικοινωνίας είναι ο Τοίχος (Wall) που λειτουργεί σαν φόρουμ, όπου οι χρήστες κι οι φίλοι τους εκφράζονται καταχωρώντας σχόλια και σκέψεις. Ανεπιθύμητες καταχωρήσεις μπορούν να διαγραφούν από τους ιδιοκτήτες του προφίλ, ενώ οι επιλογές ιδιωτικότητας επιτρέπουν τον καθορισμό «περιορισμένης» δημοσιότητας του Τοίχου ή ακόμα και απενεργοποίησή του. Η λειτουργία του Λεξικού (Lexicon) παρακολουθεί τις χρήσεις επιλεγμένων λέξεων ή φράσεων που κάνουν οι χρήστες στα προφίλ, στις ομάδες και ακόμα και στους Τοίχους τους διαμορφώνοντας έτσι σχετικές τάσεις. Η λειτουργία του Κινητού (Mobile) επιτρέπει την αξιοποίηση τριών δυνατοτήτων που σχετίζονται με πρόσβαση και χρήση της υπηρεσίας του Facebook.com μέσω συσκευής κινητού τηλεφώνου. Έτσι οι χρήστες μπορούν να αποκτήσουν πρόσβαση στην υπηρεσία μέσω της έκδοσης που είναι ειδικά σχεδιασμένη για κινητές συσκευές (Facebook Mobile Web), ενώ παράλληλα δημοσιεύσεις φωτογραφιών υποστηρίζονται μέσω του Facebook Mobile Uploads. Στην ίδια βάση το Facebook Mobile Texts υποστηρίζει την ανταλλαγή άμεσων μηνυμάτων με φίλους καθώς και την αναζήτηση πληροφοριών στην υπηρεσία. Η λειτουργία Καταγραφής Δημόσιας Αναζήτησης (Public Search Listing) επιτρέπει την προβολή του ονόματος και της φωτογραφίας του προφίλ των χρηστών σύμφωνα με τα αποτελέσματα της αναζήτησης. Πρόσβαση στο προφίλ παρέχεται μόνο για τις περιπτώσεις χρηστών που καθορίζουν αντίστοιχη δυνατότητα βάσει των ρυθμίσεων ιδιωτικότητας του λογαριασμού τους. Η Πλατφόρμα για Κινητά (Facebook Platform for Mobile)

επιτρέπει στους προγραμματιστές να επεκτείνουν τις εφαρμογές τους ώστε να είναι συμβατές με τις κινητές συσκευές.

5.4.2 MySpace

Το MySpace.com είναι ένας «χώρος για φίλους» αλλά και χώρος για κάθε χρήστη χωριστά, υποστηρίζοντας τη δικτύωση και συνεργασία των ατόμων. Η εγγραφή στην υπηρεσία γίνεται δωρεάν και το πρώτο βήμα για δικτύωση γίνεται με τη Δημιουργία Προφίλ. Στο προφίλ τους οι χρήστες δημοσιεύουν πληροφορίες που τους αφορούν, φωτογραφίες, βίντεο και μουσική. Παράλληλα με τη δημιουργία του προσωπικού προφίλ, οι χρήστες μπορούν να προβάλλουν προφίλ τρίτων, καθώς και να τους προσθέσουν στο δίκτυο των φίλων τους, ενώ φυσικά υποστηρίζεται μέσω εξειδικευμένων μηχανών αναζήτησης η ανεύρεση συμμαθητών και συναδέλφων. Μέσω της υπηρεσίας μάλιστα παρέχεται η δυνατότητα ανεύρεσης και συμμετοχής σε μουσικά γκρουπ, σελίδες καλλιτεχνών, δημιουργών ταινιών αλλά και κωμικών. Ακόμα, υποστηρίζεται η συγγραφή ιστολογίων και η καταχώρηση σχολίων.

Οι λειτουργικές δυνατότητες της υπηρεσίας θα μπορούσαν να συγκεντρωθούν σε τρεις κατηγορίες με προσανατολισμό : στους φίλους, στους ίδιους τους χρήστες, και στη σύνδεση των χρηστών με φίλους. Καθώς το MySpace.com αποτελεί έναν χώρο για Φίλους υποστηρίζει, όπως είναι λογικό, δυνατότητες αναζήτησης, δημιουργίας επαφών κι εξειδικευμένης αναζήτησης παλιών φίλων. Η βασική λειτουργία αναζήτησης επιτρέπει στους χρήστες να εντοπίζουν φίλους, μέλη της οικογένειας και χρήστες με κοινά ενδιαφέροντα. Πέραν της αναζήτησης φίλων, η δημιουργία νέων επαφών υποστηρίζεται κι από τις δυνατότητες επισκόπησης της λίστας φίλων των επαφών των χρηστών, αναζητώντας έτσι πιθανά «κοινούς φίλους» ή με την εισαγωγή διευθύνσεων ηλεκτρονικών ταχυδρομείων και «ταίριασμα» με τις επαφές που ήδη διατηρούν λογαριασμό στην υπηρεσία.

Το MySpace.com αποτελεί χώρο προσωπικής έκφρασης και δημιουργίας. Οι χρήστες μέσω της υπηρεσίας εκφράζονται περιγράφοντας στοιχεία που αφορούν στο άτομό τους, ενώ παρέχεται η δυνατότητα εξατομίκευσης της εμφάνισης της προσωπικής τους σελίδας ή αναδιάταξη της δομής της σύμφωνα με τις προτιμήσεις τους μέσα από απλά βήματα. Στο προφίλ τους οι χρήστες μπορούν να δημοσιεύσουν φωτογραφίες και βίντεο, ενώ ύστερα από αναζήτηση μπορούν να αναρτήσουν μουσικά κομμάτια της επιλογής τους. Καθιστώντας ακόμα ευκολότερη και απλούστερη τη διαμοίραση του προφίλ τους, οι χρήστες μπορούν να εξασφαλίσουν μια διεύθυνση URL μέσω της οποίας επιτυγχάνεται άμεση μετάβαση στην προσωπική τους σελίδα.

Με στόχο την υποστήριξη των χρηστών ώστε να παραμένουν διαρκώς Συνδεδεμένοι, η υπηρεσία παρέχει διαρκή ενημέρωση για τη δραστηριότητα των φίλων και την τρέχουσα «κατάστασή» τους (status), ενώ η ενημέρωση όλων των φίλων από πλευράς του χρήστη διευκολύνεται με τη δυνατότητα αποστολής Ανακοινώσεων στους αντίστοιχους «Πίνακες». Ακόμα κι εν κινήσει, το MySpace Mobile επιτρέπει τη λήψη ειδοποιήσεων κειμένου όταν αποστέλλεται κάποιο μήνυμα, καταχωρείται κάποιο σχόλιο, ή αποστέλλεται αίτημα φιλίας στο λογαριασμό χρήστη. Επιπλέον υποστηρίζεται κι η ενημέρωση της τρέχουσας

κατάστασης (status) μέσω της κινητής συσκευής του χρήστη. Οι δυνατότητες διασύνδεσης όμως δε σταματούν εδώ, οι χρήστες εύκολα διαμοιράζονται τη διάθεση ή την τρέχουσα κατάστασή τους μέσω των ιστολογίων που μπορούν να ενσωματώσουν στο προφίλ τους, αλλά ακόμα και μέσω της υπηρεσίας ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων κειμένου (MySpace IM). Στην ίδια βάση υποστήριξης της άμεσης επικοινωνίας, λειτουργεί το Φόρουμ χρηστών κι οι υπηρεσίες ανταλλαγής μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ανάμεσα στους λογαριασμούς των χρηστών.

Ενισχύοντας τη δραστηριότητα της Κοινότητας (Community) των χρηστών, το MySpace.com μέσω ενός συνόλου 1.000 περίπου Εφαρμογών (Applications) επεκτείνει περαιτέρω τις δυνατότητες των χρηστών, ενώ μέσω των Ταξινομήσεων (Classifieds) επιτρέπει την αναζήτηση από θέσεις εργασίας κι ενοικιαζόμενους χώρους, αντικείμενα προς πώληση και κάθε είδους όχημα, μέχρι εισιτήρια, εκδηλώσεις, κατοικίδια και σειρά άλλων διαθέσιμων προς συναλλαγή προϊόντων κι υπηρεσιών. Μέσω της λειτουργίας των Εκδηλώσεων (Events), οι χρήστες ενημερώνονται για τον «Κοινωνικό Προγραμματισμό» των ημερών, ενώ μέσω των Forums συζητούν για οποιοδήποτε κοινό θέμα τους απασχολεί. Οργανώνοντας και συμμετέχοντας σε Ομάδες (Groups) αναπτύσσουν σχέσεις αλληλεπίδρασης, ενώ το «Κανάλι Αντίκτυπου» (MySpace Impact Channel) επιτρέπει την επικοινωνία των χρηστών με τρίτους χρήστες γύρω από τις επιδιώξεις και τα ζητήματα ενδιαφέροντός τους, αναπτύσσοντας έτσι έναν κόμβο κοινωνικής δέσμευσης, μέσω του οποίου υποστηρίζονται Μη Κερδοσκοπικοί Οργανισμοί και καμπάνιες ενημέρωσης που στοχεύουν σε έναν καλύτερο κόσμο. Τέλος, μέσω της λειτουργίας της Εργασίας (Jobs) οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν θέσεις εργασίας ή ευκαιρίες επαγγελματικής κατάρτισης.

Στο πλαίσιο της υπηρεσίας MySpace.com οι χρήστες συναντούν ευκαιρίες Διασκέδασης (Entertainment) που αφορούν σε αναζήτηση, ενημέρωση και συζήτηση γύρω από βιβλία (books), διασημότητες (celebrities), θέματα που αφορούν σε κωμωδίες (comedy) και κωμικά βιβλία (comedy books), αλλά και μόδα (fashion), ταινίες (films), παιχνίδια (games) και ωροσκόπια (horoscopes). Οι δυνατότητες διασκέδασης των χρηστών επεκτείνονται ακόμα και σε τραγουδιστικές εμπειρίες μέσω του MySpace Karaoke.

5.4.3 LinkedIn

Το LinkedIn.com αποτελεί το μεγαλύτερο επαγγελματικό δίκτυο, με περισσότερα από 40.000.000 μέλη και ως στόχο έχει τη σύνδεση των χρηστών με εργοδότες, συναδέλφους και συνεργάτες υποστηρίζοντας την ανταλλαγή γνώσεων, ιδεών κι ευκαιριών. Η φιλοσοφία της υπηρεσίας βασίζεται στην δημιουργία επαγγελματικών προφίλ από πλευράς των χρηστών, στη διατήρηση επαφών με τους συναδέλφους και τους φίλους τους, στην αναζήτηση κι ανεύρεση ειδικών επαγγελματιών και τέλος στην εξερεύνηση κι εξεύρεση ευκαιριών εργασίας.

Στην Αρχική Σελίδα του Προφίλ τους οι χρήστες διατηρούν το «ταμπλό» του επαγγελματικού τους κόσμου, περιλαμβάνοντας ενημερώσεις περί των εξελίξεων

του δικτύου τους και γύρω από τα πιο πρόσφατα νέα. Παράλληλα, οι χρήστες μπορούν να μεταβούν άμεσα στη Θυρίδα Μηνυμάτων τους και να ενημερωθούν στις εξελίξεις που αφορούν στους συναδέλφους, στις άλλες επαφές τους ή και στην εταιρεία που έχουν δηλώσει ενδιαφέρον. Ακόμα μπορούν να συζητήσουν με συναδέλφους και να πραγματοποιήσουν αναζητήσεις για θέσεις εργασίας που ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους. Μέσω της Θυρίδας Εισερχομένων (Inbox) ο χρήστης μπορεί να οργανώσει τα μηνύματα που δέχεται καθώς και τις αιτήσεις συνδέσεων. Ο Πίνακας Νέων (News) μέσω τροφοδοσιών ενημερώσεων, επιτρέπει την ενημέρωση και συζήτηση γύρω από ζητήματα που αφορούν στην εταιρεία εργασίας του χρήστη και η πρόσβαση στα στοιχεία του πίνακα επιτρέπεται μόνο στο δίκτυο των συναδέλφων. Στον Πίνακα ταξινομούνται τα νέα σε καρτέλες «πολυσυζητημένων» (με τις δημοφιλέστερες ενημερώσεις), «εταιρίας» (που περιλαμβάνει τις ενημερώσεις τις σχετικές με την εταιρία του χρήστη), «άλλων εταιριών» (με ενημερώσεις για εταιρίες σχετικής δραστηριότητας με την εταιρία του χρήστη) και «κλάδος» (με νεότερα που αφορούν στον κλάδο που δραστηριοποιείται η εταιρεία του χρήστη). Τα άρθρα ενημερώσεων μπορούν να διαμοιραστούν μεταξύ των χρηστών και των επαφών τους προκειμένου να συζητηθούν και να σχολιασθούν.

Πέραν των ενημερώσεων που αφορούν στις «νεώτερες ειδήσεις», οι Ενημερώσεις Δικτύου (Network Updates) μέσω τροφοδοσιών ενημερώσεων, προβάλλουν την τρέχουσα δραστηριότητα των επαφών του χρήστη όπως η τρέχουσα κατάστασή τους (status), οι πρόσφατες ομάδες στις οποίες συμμετέχουν και πιθανόν νέες συνάψεις επαφών. Υποστηρίζοντας περαιτέρω τη διασύνδεση των χρηστών του, το LinkedIn.com σημειώνει για κάθε χρήστη, μια λίστα πρόσφατα εγγεγραμμένων τρίτων χρηστών που εργάστηκαν στην ίδια με αυτόν εταιρεία ή φοίτησαν στο ίδιο σχολείο ή Κολλέγιο. Σε μια προσπάθεια αποτίμησης της κινητικότητας του προφίλ, η υπηρεσία ενημερώνει τον χρήστη για το επίπεδο επισκεψιμότητας της προσωπικής του σελίδας από άλλους χρήστες, ενώ επιπλέον υποστηρίζονται ενημερώσεις ακόμα και για τον αριθμό των αναζητήσεων που εμφάνισαν ως αποτέλεσμα το όνομα του χρήστη. Επιπλέον πρόσθετα Στοιχεία Ελέγχου επιτρέπουν την εξατομίκευση των ενημερώσεων που θα προβάλλονται στο προφίλ κάθε χρήστη, μέσω απλών τεχνικών drag-and-drop.

Η αναζήτηση του Προφίλ κάθε χρήστη υποστηρίζεται όχι μόνο από τις μηχανές αναζήτησης του LinkedIn.com αλλά και από αυτές του Διαδικτύου. Οι χρήστες επιλέγουν το είδος και την έκταση των πληροφοριών που θα είναι διαθέσιμες προς τρίτους χρήστες της υπηρεσίας, ενώ η εφαρμογή της «Γρήγορης Αποτύπωσης» (Snapshot) αποτυπώνει την επισκόπηση του προφίλ περιλαμβάνοντας πληροφορίες σε μια διευρυμένη επαγγελματική κάρτα (Business Card). Παράλληλα με την επισκόπηση των προφίλ, οι χρήστες μέσω μιας σειράς επιλογών μπορούν να αποστείλουν μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) στον κάτοχο του προφίλ, να τον «προσθέσουν» στο δίκτυό τους, να τον «συστήσουν» (recommend), να προωθήσουν το προφίλ του σε πιθανόν κοινούς γνωστούς, να αναζητήσουν μέσω του προφίλ για συστάσεις που έχει λάβει ο χρήστης από εταιρίες, να καταχωρήσουν μια γρήγορη σύσταση «ενός κλικ», να εκτυπώσουν το προφίλ, να το αποθηκεύσουν σε μορφή .pdf ή να καταφορτώσουν την vCard του προφίλ (πρότυπο διαμόρφωσης αρχείων για τη διαχείριση επαγγελματικών καρτών) στο βιβλίο διευθύνσεών τους.

Ακόμη στο προφίλ εμφανίζεται η τρέχουσα κατάσταση του χρήστη (status), που περιλαμβάνει επαγγελματική ενημέρωση προς το δίκτυο επαφών του, αλλά και μια φωτογραφία για ευκολότερη διασταύρωση της ταυτότητάς του.

Πέραν όμως του προφίλ που είναι διαθέσιμο μόνο στους χρήστες της υπηρεσίας, αναπτύσσεται κι ένα Δημόσιο Προφίλ (Public Profile) που αναζητείται ακόμα κι από μηχανές αναζήτησης του Διαδικτύου και στο οποίο οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν τα προβαλλόμενα στοιχεία. Ακόμα, δίνεται η δυνατότητα επιλογής μιας διεύθυνσης URL που θα συνδέεται με το προφίλ τους καθιστώντας ακόμα ευκολότερη κι αμεσότερη τη μετάβαση σε αυτό. Μια Περίληψη (Summary) συνοψίζει τις επαγγελματικές εμπειρίες των χρηστών και τους στόχους τους, ενώ η καρτέλα Εμπειριών (Experiences) προβάλλει αναλυτικότερα και βάσει χρονολογικής σειράς τις θέσεις εργασίας και τα αντικείμενα, τις εταιρείες και τις χρονικές περιόδους που αφορούν στην επαγγελματική πορεία του χρήστη. Κατά παρόμοιο τρόπο οι χρήστες ενημερώνουν για την εκπαιδευτική τους κατάρτιση και μόρφωση (Education), ενώ μέσω των Πρόσθετων Πληροφοριών (Additional Information) διαμοιράζονται επιλεγμένες ιστοσελίδες, ενδιαφέροντα, ομάδες κι ενώσεις στις οποίες δραστηριοποιούνται αλλά και διακρίσεις ή βραβεύσεις τους. Οι Συστάσεις (Recommendations) ,τέλος, παραθέτουν επιτεύγματα του χρήστη και περιλαμβάνουν αξιολογήσεις τρίτων χρηστών που έχουν συνεργαστεί μαζί του.

Μέσω των Ερωτήσεων κι Απαντήσεων (Questions and Answers - Q&A) οι χρήστες καταχωρούν τις γνώσεις και τα ενδιαφέροντά τους, ενώ οι ερωταποκρίσεις που καταθέτουν επισυνάπτονται στο προφίλ τους. Οι Ρυθμίσεις Επικοινωνίας (Contact Settings) επιτρέπουν στους χρήστες μεταξύ άλλων να καθορίζουν το είδος των μηνυμάτων που δέχονται, τις επιλογές ευκαιριών που τους ενδιαφέρουν αλλά και τις μεθόδους επικοινωνίας, παρέχοντας υποδείξεις στους χρήστες που ενδιαφέρονται να έρθουν σε επαφή μαζί τους. Μέσω των επιλογών Αναζήτησης (Search) η υπηρεσία υποστηρίζει ανεύρεση επιλεγμένων πληροφοριών καθορίζοντας τα κριτήρια αναζήτησης από τα επιλεγόμενα εργαλεία. Το Πλαίσιο Γρήγορων Αναζητήσεων (Quick Search) επιτρέπει οποιαδήποτε στιγμή από οποιοδήποτε σημείο της υπηρεσίας, να αναζητηθούν επιλεγμένα άτομα, εργασίες, απαντήσεις ή και ομάδες. Ειδικότερα η αναζήτηση χρηστών πέρα από επιλογή κριτηρίων (Επαγγελματικός Τίτλος, Εταιρία Εργασίας, Σχόλιο Εκπαίδευσης κι άλλα χαρακτηριστικά) επιτρέπει ταξινόμηση των αποτελεσμάτων βάσει σχετικότητας, βαθμού δεσμού, συστάσεων και τέλος βάσει των όρων αναζήτησης. Οι χρήστες μπορούν είτε να αποθηκεύσουν τις αναζητήσεις που εκτέλεσαν, είτε να επανακαθορίσουν τα κριτήρια, ενώ οι πιο σύνθετες αναζητήσεις επιτρέπουν καθορισμό ενός συνόλου κριτηρίων για αποτελεσματικότερη ανεύρεση πληροφοριών.

Οι Εφαρμογές της Υπηρεσίας (Applications) επιτρέπουν εύκολη και γρήγορη εγκατάσταση λειτουργικών επεκτάσεων που αναπτύσσονται σε συνεργασία με άλλες εταιρίες και υποστηρίζουν μεταξύ άλλων την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των χρηστών, την παρουσίαση της εργασίας των χρηστών στο επαγγελματικό τους δίκτυο και πολλές άλλες δυνατότητες. Ενδεικτικά αναφέρονται δυνατότητες κατάρτισης λίστας επιλεγμένων βιβλίων, ασφαλούς διαμοίρασης αρχείων,

διασύνδεσης του προφίλ της υπηρεσίας με εξωτερικά ιστολόγια, προγραμματισμού και διαχείρισης ταξιδιών και σειρά άλλων επιλογών.

Η λειτουργία Εργασιών (Jobs) επιτρέπει την αξιοποίηση του δικτύου των χρηστών για αναζήτηση εργασίας ή συνεργατών. Ύστερα από ειδικό καθορισμό κριτηρίων καθίσταται δυνατή η αναζήτηση προσφοράς εργασίας βάσει περιοχής, επίπεδο απαιτούμενης εμπειρίας, εταιρίας ή κλάδου. Τα αποτελέσματα προκύπτουν τόσο βάσει του δικτύου των χρηστών και των συνολικών καταχωρήσεων στον Ιστοχώρο του LinkedIn.com, όσο και μέσω συνεργαζόμενων ιστοσελίδων. Αντίστοιχα οι εταιρίες καταχωρώντας προσφερόμενες θέσεις εργασίας, απευθύνονται σε ένα ακροατήριο περισσότερων των 20.000.000 υποψηφίων, με δυνατότητες εξειδικευμένης αναζήτησης. Τα νέα των ανακοινώσεων προσφερόμενων θέσεων εργασίας αναρτούνται στην αρχική σελίδα του προσωπικού προφίλ των χρηστών.

Η δικτύωση και διάδραση των χρηστών ενισχύεται και από την δυνατότητα να δημιουργήσουν και να συμμετάσχουν σε Ομάδες (Groups). Τα κοινά ενδιαφέροντα, οι εμπειρίες, οι συνεργασίες, οι στόχοι των χρηστών αποτελούν αφορμές δημιουργίας ομάδων για διατήρηση επαφών κι αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών. Τα Ευρετήρια Ομάδων (Group Directory) καθιστούν ευκολότερη την αναζήτηση κι ανεύρεση του κατάλληλου γκρουπ μέσω ορισμού κατάλληλων κριτηρίων αναζήτησης. Οι χρήστες έπειτα μπορούν να εγγραφούν στην Ομάδα καθώς και να προσκαλέσουν επαφές τους. Στα πλαίσια του λογαριασμού των χρηστών, η σελίδα των γκρουπ (my groups) επιτρέπει εύκολη πλοήγηση μεταξύ των ομάδων στις οποίες συμμετέχουν οι χρήστες, ενημέρωση για την πρόσφατη δραστηριότητα και δυνατότητα συμμετοχής σε ιδιωτικές συζητήσεις. Η επιλογή των συζητήσεων (discussions) επιτρέπει στους χρήστες να προβάλλουν τις συζητήσεις που έχουν αναπτυχθεί στα πλαίσια της ομάδας είτε βάσει χρονολογικής σειράς, είτε βάσει δημοτικότητας, προβάλλοντας συγκεντρωμένες τις συζητήσεις στις οποίες είχε συμμετέχει ο χρήστης.

Οι Ερωτήσεις (Questions) επιτρέπουν στους χρήστες να υποβάλλουν ερωτήσεις (asking a question) και να λαμβάνουν μια σειρά απαντήσεων μέσω του δικτύου τους και του συνόλου των χρηστών της υπηρεσίας. Οι ερωτήσεις αυτές εμφανίζονται στο Προφίλ των χρηστών, αλλά μπορούν να αποσταλούν και υπό μορφή μηνυμάτων σε επιλεγμένο αριθμό επαφών. Οι χρήστες μπορούν να απαντούν σε ερωτήσεις (answering questions) που επιβάλλουν επαφές του δικτύου τους ή άλλοι χρήστες και να λαμβάνουν ανατροφοδότηση των επιπλέον σχολίων που προκύπτουν. Επιπλέον υποστηρίζονται εξειδικευμένες αναζητήσεις απαντήσεων (advanced answer search) με χρήση «λέξεων - κλειδιά», ενώ οι επιλογές ιδιωτικότητας (privacy) επιτρέπουν τον καθορισμό του βαθμού δημοσιότητας των ερωτήσεων και των απαντήσεων των χρηστών.

Η λειτουργία των Παρόχων Υπηρεσιών (Service Provides), σε στυλ «Χρυσού Οδηγού», συγκεντρώνει ένα ευρύ σύνολο επαγγελματιών. Η υπηρεσία συνοδεύεται από δυνατότητα καθορισμού ειδικών κριτηρίων προκειμένου να επιστρέψει αποτελέσματα συμβατά με τις επιθυμίες του χρήστη. Οι χρήστες μπορούν να καταχωρήσουν συστάσεις για επαγγελματίες ακόμα κι αν οι ίδιοι δε διατηρούν

προφίλ στην υπηρεσία, συμβάλλοντας έτσι στην αξιολόγηση των υπηρεσιών που παρέχονται και ενημερώνοντας άλλους ενδιαφερόμενους χρήστες. Οι επαγγελματίες στη περίπτωση που δεν είναι καταχωρημένοι στην υπηρεσία ή δεν έχουν λάβει συστάσεις από χρήστες, μπορούν να Αιτηθούν Σύσταση με αποστολή σχετικού μηνύματος σε επιλεγμένους χρήστες. Κατά αντιστοιχία οι Εταιρικές Σελίδες (Company Pages) προβάλλουν το προφίλ των εγγεγραμμένων εταιριών στην υπηρεσία. Η προσπέλαση του προφίλ (profiles accessing) γίνεται μέσω της Σελίδας Αναζήτησης Εταιρειών, στην οποία προβάλλονται και οι διαθέσιμες πληροφορίες για την εκάστοτε εταιρεία. Τα στοιχεία του προφίλ της κάθε εταιρείας περιλαμβάνουν δεδομένα συσχετιζόμενων εταιρειών, στατιστικών αναφορών, περιγραφής δραστηριότητας, τυχόν μέλη του δικτύου των χρηστών που εργάζονται σε αυτή, στοιχεία νέων προσλήψεων και αλλαγών.

Και στην περίπτωση του LinkedIn.com, η πρόσβαση στην υπηρεσία υποστηρίζεται και με χρήση κινητών συσκευών. Έτσι οι χρήστες διατηρούν ανά πάσα στιγμή δυνατότητα ενημέρωσης της τρέχουσας κατάστασής τους (status), αποστολής μηνυμάτων ή προσκλήσεων σύνδεσης κι εκτέλεσης αναζητήσεων με ταυτόχρονη αποθήκευση των αποτελεσμάτων. Οι επιλογές Ρύθμισης κι Εξατομίκευσης (Settings and Personalization) του προφίλ επιτρέπουν μεταξύ άλλων στους χρήστες να καθορίζουν τις επιλογές των δημόσια προσβάσιμων προφίλ τους, να διαχειρίζονται τις συστάσεις που έχουν λάβει, να ενημερώνουν τις προσωπικές πληροφορίες τους αλλά και να καθορίζουν τις ρυθμίσεις λήψεως ειδοποιήσεων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ακόμα οι ρυθμίσεις ιδιωτικότητας, προσαρμόζουν τις δυνατότητες προβολής του προφίλ χρήστη, της πρόσφατης δραστηριότητας και των φωτογραφιών. Ειδικότερα περί των ειδοποιήσεων, η υπηρεσία υποστηρίζει λήψεις ενημερώσεων RSS για τα ιστολόγια που έχει διασυνδέσει ο χρήστης με το προφίλ του.

5.5 Στατιστικά Στοιχεία και Συγκριτική Επισκόπηση των πιο σημαντικών Ιστοχώρων Κοινωνικής Δικτύωσης

Καθώς ο βαθμός αποδοχής κι υιοθέτησης των πρακτικών Κοινωνικής Δικτύωσης με χρήση διαδικτυακών υπηρεσιών πολλαπλασιάζεται σταθερά στη διάρκεια των τελευταίων ετών, ειδικότερα μεταγενέστερα του 2004 και με την εμφάνιση του Facebook, οι λειτουργικές δυνατότητες των Ιστοχώρων Κοινωνικής Δικτύωσης επεκτείνονται και διευρύνονται καλύπτοντας όλο και μεγαλύτερο εύρος εφαρμογών. Ακόμα κι αν ο κόσμος χρειάστηκε 20.000 χρόνια για να φιλοξενήσει 20.000.000 κατοίκους, οι Ιστοχώροι Κοινωνικής Δικτύωσης χρειάστηκαν σημαντικά λιγότερο από μια δεκαετία. Ακόμα κι αν αποτελούν σε πολλές περιπτώσεις αφορμή -ίσως βάσιμου- προβληματισμού ως προς ζητήματα διασφάλισης προσωπικών δεδομένων και απώλειας της ιδιωτικότητας των χρηστών, η διαδικτυακή κοινωνική δικτύωση γίνεται αντικείμενο έρευνας τόσο επιστημόνων, όσο κι επιχειρηματιών που διαβλέπουν σε αυτή προοπτικές ανάπτυξης και κερδοφορίας.

Τελικά οι Ιστοχώροι Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελούν την κυρίαρχη τάση στον Νέο Παγκόσμιο Ιστό (Web 2.0) συνιστώντας ένα πολυμορφικό εργαλείο διασύνδεσης,

αλληλεπίδρασης και διάδρασης χρηστών στο πλαίσιο του Διαδικτύου, όχι μόνο σε επίπεδο ενασχόλησης ή ελεύθερου χρόνου, αλλά κι επαγγελματικής δραστηριότητας ή ακόμα και κοινωνικής ευαισθητοποίησης μέσω της συμμετοχής σε αντίστοιχους Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς. Σε κάθε περίπτωση, η εξέλιξη των εν λόγω υπηρεσιών αν και δεν μπορεί να προβλεφθεί με ασφάλεια, μπορεί να θεωρηθεί ότι καθορίζεται από τους ίδιους τους χρήστες, οι οποίοι άλλωστε αποτελούν και το βασικό συστατικό στοιχείο διατήρησης και τροφοδότησής τους.

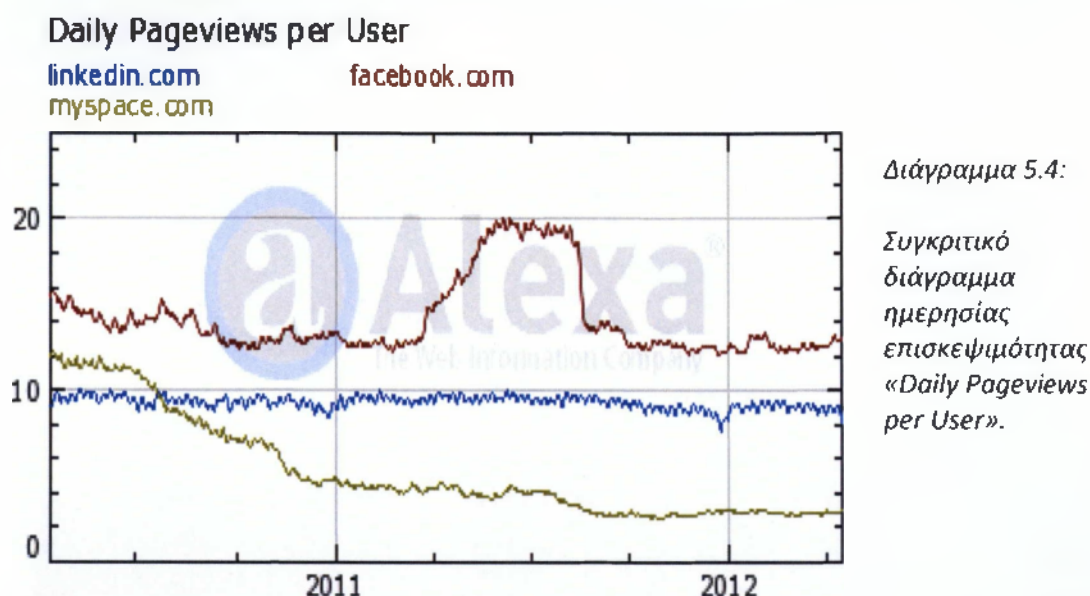
Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι:

- Περισσότεροι από 629 εκατομμύρια ενεργοί χρήστες ήταν εγγεγραμμένοι το 2011
- Το 50% μπαίνουν στο σύστημα τουλάχιστον μια φορά την ημέρα
- Ο μέσος χρήστης έχει 130 φίλους
- Ο μέσος χρήστης δημιουργεί 90 στοιχεία (περιεχόμενο) κάθε μήνα
- Περισσότερα από 30 δισεκατομμύρια στοιχεία (σύνδεσμοι, νέα, σημειώσεις, φωτογραφικά άλμπουμ, κτλ.) μοιράζονται κάθε μήνα
- Οι χρήστες εγκαθιστούν 20 εκατομμύρια εφαρμογές καθημερινά
- Περίπου 10.000 νέα site συνδέονται με το Facebook καθημερινά
- Περισσότεροι από 200 εκατομμύρια χρήστες αποκτούν πρόσβαση στο Facebook μέσω κινητού.
- Το 48% των ατόμων ηλικίας 18-34 ελέγχουν το Facebook μόλις ξυπνήσουν
- Το 28% ελέγχουν το facebook από το Smart phone τους πριν σηκωθούν από το κρεβάτι.
- 6-7 δισεκατομμύρια εικόνες ανεβαιβάζουν οι χρήστες κάθε μήνα

Για μια πληρέστερη και πιο εύληπτη εικόνα της διάστασης του φαινομένου παραθέτουμε στη συνέχεια μερικά συγκριτικά στοιχεία που αφορούν στους τρεις βασικούς Ιστοχώρους Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook.com, MySpace.com, LinkedIn.com) σύμφωνα με την περιγραφή που προηγήθηκε. Τα αποτελέσματα προέκυψαν με τη βοήθεια της μηχανής αναζήτησης Alexa.com. Η αναζήτηση των στοιχείων πραγματοποιήθηκε τον Απρίλιο του 2012 και περιλαμβάνουν:

- Την ημερομηνία ίδρυσης των εν λόγω Ιστοχώρων (online since)
- Την κατάταξη των ιστοσελίδων στην παγκόσμια και στην Ελληνική λίστα (traffic rank)
- Το μέσο χρόνο παραμονής του χρήστη στην Ιστοσελίδα (Average time on site)
- Τα ποσοστά των παγκόσμιων χρηστών που επισκέπτονται τις εν λόγω σελίδες (daily reach)
- Τα ποσοστά των παγκόσμιων προβολών ιστοσελίδων που αντιστοιχίζονται στις υπό εξέταση ιστοσελίδες (page views)
- Το μέσο αριθμό προβολών σελίδων ανά χρήστη ανά ημέρα (page views/user)
- Τα ποσοστά των επισκέψεων που καταφθάνουν μέσω μηχανής αναζήτησης (search)

Η μελέτη του Διαγράμματος 5.3 επιτρέπει την παρατήρηση της σταθερής πορείας της Ιστοσελίδας Κοινωνικής Δικτύωσης Facebook.com, από την 2η θέση στις αρχές του 2010 στη 1η θέση στα τέλη του 2011 κι έπειτα την επαναφορά του στην 2η θέση μέχρι και σήμερα. Τα αντίστοιχα στοιχεία για το Myspace.com αποτυπώνουν μια πτωτική πορεία από την 20^η περίπου θέση στις αρχές του 2010 στην 155η θέση σήμερα. Τέλος για το LinkedIn.com παρατηρείται μεγαλύτερο εύρος μεταπτώσεων, σε σταθερή όμως ανοδική πορεία από την 50η περίπου θέση κατά τις αρχές του 2010 μέχρι την 12η σήμερα.



Ολοκληρώνοντας τη συγκριτική μελέτη των γραφημάτων στατιστικών στοιχείων περί της κινητικότητας των Ιστοχώρων Κοινωνικής Δικτύωσης που εξετάζονται, στο Διάγραμμα 5.4 συγκρίνεται το ποσοστό των παγκοσμίων ημερησίων προβολών σελίδων που αντιστοιχίζεται σε καθεμιά από τις τρεις ιστοσελίδες. Έτσι, παρατηρείται για την ιστοσελίδα του Facebook.com η σταθερή πορεία από το 2010 μέχρι και τα μέσα του 2011 με ποσοστό περίπου 15%. Στην συνέχεια βλέπουμε την διακύμανση του ποσοστού από 15% περίπου έως 20% κατά τα μέσα του έτους 2011 και τέλος την σταθερή πορεία που έχει μέχρι τώρα στο 13 - 14%. Για την ιστοσελίδα Myspace.com τα στοιχεία διαμορφώνουν μια πτωτική πορεία που ξεκινά με ένα ποσοστό της τάξης του 12% το 2010 για να καταλήξει στο 3% περίπου σήμερα. Ολοκληρώνοντας με τη ιστοσελίδα LinkedIn.com τα ποσοστά που παρατηρούνται κυμαίνονται περίπου σταθερά στο 10% για όλη τη μελετώμενη περίοδο.

5.6 Τα Κοινωνικά Δίκτυα στην εκπαίδευση

Η χρήση των κοινωνικών δικτύων σε εκπαιδευτικό και διδακτικό πλαίσιο είναι πολύτιμη. Οι μαθητές περνούν πολύ χρόνο σε αυτές τις online δραστηριότητες δικτύωσης. Σύμφωνα με επίσημες μελέτες τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην αλληλεπίδραση, τη συνεργασία, την ενεργό συμμετοχή, την

ενημέρωση, την κατανομή των πόρων, την υποστήριξη των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων καθώς η νέα διαδικτυακή εποχή (Web 2.0) αναδεικνύει καινούργιες μορφές πολιτισμού και μάθησης. Η διαπίστωση πως οι νέοι μαθαίνουν πολύ πιο εύκολα μέσα από δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με τη διασκέδαση και τη δημιουργική συμμετοχή σε κοινωνικά δίκτυα αποτελεί ισχυρό κίνητρο ένταξης των κοινωνικών δικτύων στην διαδικασία μάθησης.

Σ' αυτή τη νέα εποχή όμως, όπου δημιουργείται ένα δυναμικό πλέγμα σχέσεων μεταξύ των φορέων πληροφόρησης, του κοινού και της τεχνολογίας, πολιτιστικοί και εκπαιδευτικοί φορείς καλούνται να επαναπροσδιορίσουν τις αξίες και το ρόλο τους εφόσον θέλουν να παραμείνουν στις επάλξεις ως κέντρα διαχείρισης της πληροφορίας, δημιουργικής μάθησης, προώθησης της νέας τεχνολογίας και συνοχής του κοινωνικού ιστού. Κρίνεται επομένως απαραίτητο οι βιβλιοθήκες, τα σχολεία, τα Πανεπιστήμια, τα πνευματικά κέντρα και γενικότερα οργανισμοί εκπαίδευσης και επιμόρφωσης να ενισχύσουν το ρόλο τους ως χώροι ανακάλυψης, ερμηνείας και απόκτησης εμπειριών και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της δημιουργικής έκφρασης των πολιτών μέσα από την λογική της δια βίου μάθησης. Η λογική αυτή αναδεικνύεται μέσα από τις υπηρεσίες του Web 2.0 και τα κοινωνικά δίκτυα.

Η αξιοποίηση των διαδικτυακών περιβαλλόντων του Web 2.0 στην Εκπαίδευση συμβαδίζει με τις αρχές που διέπουν τις σύγχρονες θεωρίες μάθησης. Σύμφωνα με τον εποικοδομητισμό του J. Piaget, ο μαθητής μαθαίνει σε ένα περιβάλλον πλούσιο σε εξωτερικά ερεθίσματα, το οποίο του δίνει τη δυνατότητα να αλληλεπιδρά μαζί του, καθώς ο ίδιος κατασκευάζει με ενεργητικό τρόπο τη γνώση στις διάφορες φάσεις εξέλιξής του. Σύμφωνα με τις κοινωνιοπολιτισμικές θεωρήσεις, η μάθηση συντελείται μέσα σε συγκεκριμένα πολιτισμικά πλαίσια και ουσιαστικά δημιουργείται από την αλληλεπίδραση του ατόμου με άλλα άτομα, σε συγκεκριμένες επικοινωνιακές περιστάσεις και μέσω της υλοποίησης συνεργατικών δραστηριοτήτων. Τα διαδικτυακά περιβάλλοντα κοινωνικής δικτύωσης ενσωματώνουν πλήθος δυνατοτήτων αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας των μαθητών: υποστηρίζουν την ανταλλαγή ιδεών, τη συνεργασία για παραγωγή κοινού έργου, την οικοδόμηση περιεχομένου, την έκφραση μέσω πολυτροπικών κειμένων. Παράλληλα, παρέχουν τη δυνατότητα επέκτασης του φυσικού χώρου και χρόνου της σχολικής τάξης, δημιουργώντας ένα διαφορετικό – συμπληρωματικό μαθησιακό πλαίσιο.

5.7 Εκπαιδευτική χρήση του Facebook

Το Facebook θεωρείται ως ένα ευνοϊκό εκπαιδευτικό εργαλείο, λόγω της δομής και των διαφόρων υπηρεσιών κοινής ωφελείας. Από την άλλη πλευρά, πώς και για το ποιους σκοπούς αυτά τα εργαλεία θα χρησιμοποιηθούν σε εκπαιδευτικά πλαίσια αναμένει ακόμη το ενδιαφέρον των ερευνητών. Σε σχετικές μελέτες υποστηρίζεται ότι το Facebook και άλλα κοινωνικά δίκτυα διευκολύνουν την άτυπη μάθηση, λόγω του ενεργού ρόλου τους στην καθημερινή ζωή των μελών. Το κοινωνικό δίκτυο υποστηρίζει τη συνεργατική μάθηση, τα άτομα καλλιεργούν την κριτική σκέψη και

ενισχύεται η επικοινωνία και ο γραπτός λόγος. Επιστήμονες ισχυρίζονται ότι τα κοινωνικά δίκτυα είναι παιδαγωγικά εργαλεία, γιατί οι άνθρωποι μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν για συνδεσιμότητα και κοινωνική στήριξη, συνεργατική ανακάλυψη και ανταλλαγή πληροφοριών, δημιουργία περιεχομένου, γνώση, συσσώρευση πληροφοριών και τροποποίηση. Σε αυτή τη μελέτη, η εκπαιδευτική χρήση του Facebook εξετάζεται κάτω από τρία θέματα, την επικοινωνία, την συνεργασία και την ανταλλαγή υλικού.

- **Επικοινωνία:** Η εκπαιδευτική χρήση του Facebook για επικοινωνία συνίστανται σε δραστηριότητες, όπως η δυνατότητα επικοινωνίας μεταξύ των μαθητών και τους εκπαιδευτές, διευκολύνοντας την συζήτηση στην τάξη, μετά τις ανακοινώσεις για μαθήματα και την ενημέρωση σχετικά με τους πόρους και τις συνδέσεις που σχετίζονται με τα μαθήματα.
- **Συνεργασία:** Το Facebook παρέχει ευκαιρίες στα μέλη να συμμετάσχουν σε νέα δίκτυα, γεγονός το οποίο ανοίγει χώρους για τη συνεργατική μάθηση (Selwyn, 2007b). Οι άνθρωποι μπορούν να ανταλλάξουν ιδέες, να ανταλλάσσουν πληροφορίες και να συνεργάζονται με όποιους έχουν κοινά συμφέροντα, τις ιδέες και τις ανάγκες. Η εκπαιδευτική χρήση του Facebook για συνεργασία συνίστανται σε δραστηριότητες, όπως είναι τα άτομα να συμμετέχουν σε ακαδημαϊκές ομάδες που σχετίζονται με τα σχολεία, τα τμήματά τους ή τάξεις και να δημιουργούν τα έργα της ομάδας με την ανταλλαγή σχεδίων και ιδεών.
- **Ανταλλαγή υλικού:** Καθώς οι άνθρωποι μπορούν να ανταλλάσσουν ιδέες και πληροφορίες στο Facebook, μπορούν επίσης να μοιραστούν τους πόρους, τα υλικά τους, σχέδια και έγγραφα. Με τις δυνατότητες, όπως η μεταφόρτωση βίντεο και φωτογραφιών, και προσθέτοντας και ακολουθώντας τους συνδέσμους σε εξωτερικές πηγές ή σελίδες, παρέχει στους χρήστες του Facebook οπτικά υλικά και πόρους. Η εκπαιδευτική χρήση του Facebook για

κοινή χρήση των πόρων και του υλικού αποτελείται από δραστηριότητες, όπως ανταλλαγή πολυμέσων, βίντεο, ακουστικού υλικού και άλλων.

Οι δυνατότητες που παρέχει το facebook σε έναν εκπαιδευτικό είναι απεριόριστες. Οι εφαρμογές και τα προγράμματα που διαθέτει διευκολύνουν το εκπαιδευτικό του έργο και προάγουν την επικοινωνία του με τους μαθητές και εκτός σχολικού περιβάλλοντος.

Η δημιουργία μιας διαδικτυακής κοινότητας, το group της τάξης, μπορεί να προσφέρει ποικίλες δυνατότητες στον εκπαιδευτικό και τους μαθητές, στις οργανωτικές και εκπαιδευτικές διαδικασίες. Συγκεκριμένα, ο εκπαιδευτικός μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας του facebook μπορεί να επικοινωνεί με την τάξη του και να ανταλλάσσει χρήσιμο υλικό, σχετικό με το μάθημα που διδάσκει. Μπορεί να καταχωρεί σημειώσεις του μαθήματος, να κοινοποιεί φωτογραφικό και ηχογραφημένο υλικό σχετικό με την ύλη του μαθήματος, να λύνει τυχόν απορίες μαθητών, καθώς και να συζητά μαζί τους για πιθανά εκπαιδευτικά ζητήματα. Οι

μαθητές με τη σειρά τους, μπορούν να συνεργάζονται μεταξύ τους για την υλοποίηση ομαδικών εργασιών που τους έχουν ανατεθεί, να μοιράζονται εκπαιδευτικό υλικό που έχουν αναζητήσει στο διαδίκτυο, να εκφράζουν τους προβληματισμούς τους για πιθανά εκπαιδευτικά θέματα και να συμμετέχουν σε συζητήσεις για την επίλυση τους. Πολλές φορές η αξιολόγηση των εργασιών μπορεί να πραγματοποιηθεί ηλεκτρονικά, μέσω του κοινωνικού αυτού δικτύου, με σχόλια του εκπαιδευτικού προς τους μαθητές για την βελτίωση αυτών, καθώς επίσης και με ανάρτηση των βαθμολογιών τους.

Ο εκπαιδευτικός σε συνεργασία με τους μαθητές μπορεί να δημιουργήσει τον διαδικτυακό τόπο του σχολείου στο facebook. Μέσω αυτού, μπορούν όλα τα μέλη να ενημερώνονται σχετικά με την δραστηριότητα του σχολείου, τις επερχόμενες εκδηλώσεις και τα σημαντικότερα νέα της σχολικής κοινότητας. Τα μέλη μπορούν να κοινοποιούν συμβάντα, να δημοσιεύουν πληροφορίες και να αναρτούν φωτογραφικό υλικό και βίντεο από τη σχολική ζωή. Παράλληλα, μπορεί να δημιουργηθεί ηλεκτρονική εφημερίδα του σχολείου στην οποία οι μαθητές θα έχουν την δυνατότητα, για παράδειγμα, να αρθρογραφούν σχετικά με θέματα της επικαιρότητας αλλά και ζητήματα της σχολικής καθημερινότητας, να συμμετέχουν σε ψηφοφορίες για θέματα που απασχολούν τη ζωή στο σχολείο και να συμμετέχουν σε online παιχνίδια που μπορεί να προσφέρει αυτή η ιστοσελίδα.

Το facebook, ως κοινωνικό δίκτυο, μπορεί να προσφέρει σε εκπαιδευτικούς και μαθητές τη δυνατότητα επικοινωνίας με εκπαιδευτικούς και μαθητές άλλων κρατών. Αυτή η αλληλεπίδραση μέσω της διαδικτυακής συνομιλίας μπορεί να συμβάλλει δραστικά στις εκπαιδευτικές διαδικασίες. Εκπαιδευτικοί και μαθητές συναντούν νέες κουλτούρες, ανταλλάσσουν πληροφορίες σχετικά με εκπαιδευτικά ζητήματα, αλληλεπιδρούν με ανθρώπους διαφορετικού βεληνεκού, με διαφορετική γλώσσα, νοοτροπία και συνήθειες στη σχολική κοινότητα, αλλά και στην καθημερινή ζωή.

Επίσης, αυτός ο τύπος κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να λειτουργήσει και ως μέσο επικοινωνίας με τους γονείς των μαθητών. Οι γονείς έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν τη διαδικτυακή δραστηριότητα της τάξης και του σχολείου, να ενημερώνονται για την πρόοδο των παιδιών τους ανά τακτά χρονικά διαστήματα από τους καθηγητές καθώς και να παραλαμβάνουν τον έλεγχο προόδου του παιδιού τους διαδικτυακά, κερδίζοντας τον χρόνο της μετακίνησης τους στο σχολείο.

5.7.1 Τα πρώτα βασικά βήματα

Αρχικά θα πρέπει να δημιουργήσουμε ένα λογαριασμό στο Facebook. Στην συνέχεια έχοντας ολοκληρώσει την εγγραφή και έχοντας κάνει login στο συγκεκριμένο λογαριασμό, θα δούμε στη συνέχεια την παρακάτω εικόνα στην οποία φαίνονται τα βασικά συστατικά μίας σελίδας στο Facebook. Τα συστατικά αυτά έχουν αριθμηθεί και παρατίθεται στην παρακάτω εικόνα 5.5 με μία σύντομη περιγραφή για το κάθε ένα.

- 8) Από το συγκεκριμένο κουμπί ο χρήστης μπορεί να δει τα μηνύματα και τις συζητήσεις που έχει κάνει. Επίσης μπορεί να προβεί και σε κάποιες ενέργειες όπως διαγράφη, προώθηση, αρχειοθέτηση κ.α.
- 9) Ο χρήστης πατώντας το κουμπί αυτό των Ειδοποιήσεων, έχει την δυνατότητα να δει τις τελευταίες Ειδοποιήσεις που τον αφορούν, όπως αν κάποιος του έκανε "Like" σε κάποια εικόνα ή κάποιο σύνδεσμο που ανέβασε στο Προφίλ του.
- 10) Πατώντας το κουμπί αυτό, δίνεται στο χρήστη η δυνατότητα να δει συγκεντρωμένες τις ομάδες στις οποίες είναι μέλος ο ίδιος καθώς επίσης και τις ομάδες οι οποίες τον έχουν προσκαλέσει να γίνει μέλος.
- 11) Στο πλαίσιο αυτό ο χρήστης δημοσιεύει τις σκέψεις του, κάποιο σύνδεσμο από Video ή από κάποια άλλη ιστοσελίδα και οτιδήποτε άλλο θέλει να ανακοινώσει.
- 12) Ο χρήστης πατώντας τη συγκεκριμένη επιλογή, όπως και στην επιλογή (8), μπορεί να δει τα εισερχόμενα και τα απεσταλμένα μηνύματά, να περιηγηθεί σε αυτά με τη βοήθεια φίλτρων, να συνθέσει καινούριο μήνυμα το οποίο μπορεί να το στείλει είτε σε μεμονωμένα άτομα είτε σε ομάδες ατόμων και γενικότερα να διαχειριστεί όλα τα μηνύματά του,
- 13) Πατώντας το συγκεκριμένο κουμπί, ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει νέα εκδήλωση καθώς και να δει τις ήδη υπάρχουσες εκδηλώσεις, γενέθλια κ.α,
- 14) Με αυτό το κουμπί ο χρήστης μπορεί να δει τις προσκλήσεις και τα αιτήματα των «φίλων» του για εφαρμογές και παιχνίδια καθώς επίσης και εφαρμογές που χρησιμοποιούν οι «φίλοι» του και προτεινόμενες εφαρμογές
- 15) Και τέλος, κεντρικά της Αρχικής Σελίδας, εμφανίζεται η ροή των δικών μας μηνυμάτων και των φίλων μας .

5.7.2 Δημιουργία μαθήματος

Για να γίνει ευκολότερα κατανοητό θα δημιουργηθεί ένα παράδειγμα μαθήματος το οποίο θα βοηθήσει τόσο στην κατανόηση όσο και στην εξοικείωση του facebook στην εκπαίδευση.

Ξεκινώντας με τη δημιουργία ενός group για το μάθημα. Η συγκεκριμένη ηλεκτρονική ομάδα έχει σαν στόχο την επιμόρφωση των εκπαιδευτικών στην αξιοποίηση του Facebook στην διδακτική πράξη. Στη δημιουργία του group καλό θα ήταν να δημιουργηθεί και ένας ξεχωριστός λογαριασμός ο οποίος θα χρησιμοποιείται μόνο για το μάθημα.



Εικόνα 5.6: Το Group του μαθήματος

Στη συνέχεια θα πρέπει και οι μαθητές (μέλη) του group να γίνουν «φίλοι» του διδάσκοντα. Ακολούθως θα πρέπει να αποδεχτούμε τα αιτήματα φιλίας των μελών μας και να τα προσθέσουμε στην ομάδα μας. Έτσι ολοκληρώνουμε το πρώτο μας βήμα καθώς έχει δημιουργηθεί μια διαδικτυακή κοινότητα.

Στο σημείο αυτό καλό θα ήταν, να ασχοληθούμε λίγο με ζητήματα ιδιωτικότητας και προστασίας των μελών μας από έκθεση των προσωπικών δεδομένων.

5.7.3 Πιθανά σενάρια διδασκαλίας

Σε αυτό το σημείο θα δημιουργηθούν κάποια πιθανά σενάρια διδασκαλίας υποθέτοντας ότι πρόκειται για κάποιον δάσκαλο – καθηγητή που διδάσκει σε σχολείο. Κάποια από αυτά τα σενάρια θα τα χρησιμοποιηθούν και στο παράδειγμα μας.

- **Σενάριο πρώτο:** Αμέσως μετά το μάθημα «ανεβάζουμε» μαγνητοφωνημένη τη διάλεξη που μόλις δώσαμε και ταυτόχρονα και σημειώσεις του μαθήματος. Εμπλουτίζουμε το εκπαιδευτικό υλικό τους με φωτογραφίες, βίντεο και συνδέσμους. Με τον τρόπο αυτό ο μαθητής έχει τη δυνατότητα να έρθει σε επαφή με το υλικό διδασκαλίας, χωρίς χωροχρονικούς περιορισμούς και να καλύψει τα πιθανά κενά του. Επιπλέον κερδίζουμε την εμπιστοσύνη των μαθητών μιας και δίνουμε το παράδειγμα της εξωστρέφειας, με το να τους παρέχουμε τις σημειώσεις και την ηχογράφιση του μαθήματος κάτι που μέχρι σήμερα δύσκολα κάνει ένας εκπαιδευτικός.

- **Σενάριο δεύτερο:** Παροτρύνουμε τους μαθητές (μέλη) να διατυπώνουν απορίες δημόσια στον «τοίχο» του εργαλείου, σχετικά με κάποιες εργασίες που τους ανατέθηκαν ή με κάποια σημεία της θεωρίας που τους παραδώσαμε στην τάξη. Είναι σημαντικό να απαντήσουν μέσω του κοινωνικού δικτύου, και την απάντησή θα διαβάσουν όλοι όσοι συμμετέχουν. Έτσι θα πετύχουμε και να λυθούν οι απορίες των ασκήσεων και να τηρήσουμε την αρχή της ίσης ενημέρωσης όλων των μαθητών.
- **Σενάριο τρίτο:** Ένας μαθητής κάνει λόγο για μια αντίστοιχη άσκηση που βρήκε σε διαδικτυακό τόπο. Καλό θα είναι να τον παροτρύνουμε δημόσια να στείλει το link για το επιπλέον υλικό που βρήκε ώστε όλοι να μπορούν να το δουν. Έτσι θα αρχίσουμε να περνάμε στο νου των μαθητών μας την ιδέα της διακίνησης της γνώσης απομακρύνοντάς τους από το στερεότυπο της μυστικοπάθειας –λόγω ανταγωνισμού- που διακρίνει το σχολικό περιβάλλον σήμερα.
- **Σενάριο τέταρτο:** Πραγματοποιούμε αποστολή σχολίων για τις εργασίες που αναθέσαμε στους μαθητές μας, πιθανώς «ανέβασμα» συμπληρωματικού υλικού, άτυπης αξιολόγησης της προόδου τους ή ακόμη και ανακοινώσεων σχετικά με το μάθημα. Δημιουργούμε εκδηλώσεις και προσκαλούμε τους μαθητές μας υπενθυμίζοντάς τους κατ' αυτό τον τρόπο κάποια γεγονότα που πρόκειται να συμβούν. Με αυτό τον τρόπο υπάρχουν πολλές πιθανότητες να διαβαστεί από τους μαθητές, μιας και αυτό είναι το αγαπημένο τους μέσο επικοινωνίας.
- **Σενάριο πέμπτο:** Καθιερώνουμε μέρες και ώρες της εβδομάδας στις οποίες μπορούμε να έρθουμε σε επαφή «διαδικτυακή» με όσους γονείς επιθυμούν. Από τη μία θα άρουμε πιθανή δυσπιστία για το μάθημα, από την άλλη θα κερδίσουμε την επαφή με κάποιους γονείς, κάτι που λείπει σήμερα από την εκπαίδευση και το έχουν ανάγκη τόσο αυτοί όσο και ο εκπαιδευτικός. Επιπλέον της ενημέρωσης για την πρόοδο των παιδιών τους, οι γονείς θα έχουν τη δυνατότητα να δουν κάποια σημεία προόδου, από τη διαδικτυακή δραστηριότητα της τάξης.
- **Σενάριο έκτο:** Σε περιπτώσεις ανάθεσης ομαδικών εργασιών, η πλατφόρμα ενός κοινωνικού δικτύου, μπορεί να αποτελέσει το καλύτερο εργαλείο για την παρακίνηση των μαθητών. Δημιουργούμε ομάδες εργασίας και αναθέτουμε συγκεκριμένα τμήματα δουλειάς. Οργανώνουμε τους μαθητές σε group κι αφήνουμε να χρησιμοποιούν το group για την οργάνωση της δουλειάς τους. Κάνουμε παρεμβάσεις όπου είναι απαραίτητο και παρακολουθούμε τον τρόπο με τον οποίο οι κοινότητες ανακαλύπτουν τα πλεονεκτήματα του εργαλείου που χρησιμοποιούν. Είναι κάτι που λείπει από τη σημερινή εκπαιδευτική πρακτική, με τη γραμμική διδασκαλία και την αποστήθιση, ενώ επιπλέον καλλιεργεί την άμυλα μέσω του υγιούς συναγωνισμού μιας και η σύγκριση της προόδου των ομάδων από τους εμπλεκόμενους, τους ωθεί σε μεγαλύτερη προσπάθεια.

- **Σενάριο έβδομο:** Δημιουργούμε την ηλεκτρονική εφημερίδα του σχολείου. Παροτρύνουμε τους μαθητές μας να αρθρογραφήσουν για εκπαιδευτικά θέματα διαφόρων μαθημάτων, για το σχολείο, την εκπαιδευτική διαδικασία, την επιστήμη, την επικαιρότητα, τη γειτονιά τους, τον τόπο τους, χρησιμοποιώντας εκτός από κείμενο, εικόνες, ήχους και video. Διοργανώνουμε ψηφοφορίες για ζητήματα που απασχολούν τους μαθητές σε σχέση με το σχολικό περιβάλλον, τους δίνουμε βήμα, τους κάνουμε να νιώσουν μέρος ενός «ζωντανού» οργανισμού κι όχι ενός αποστεωμένου, δυσκίνητου, γραφειοκρατικού μηχανισμού. Αυτός άλλωστε δεν είναι ένας από τους ρόλους του σύγχρονου σχολείου;
- **Σενάριο όγδοο:** Αν πραγματοποιήσουμε μια μικρή έρευνα θα διαπιστώσουμε ότι τελικά δεν είναι λίγοι διδάσκοντες οι οποίοι χρησιμοποιούν Web 2.0 τεχνολογίες στο μάθημά τους. Μπορούμε να έρθουμε σε επαφή με κάποιον από αυτούς και κατόπιν συνεννοήσεως να χρησιμοποιήσουμε την πλατφόρμα του κοινωνικού δικτύου για επικοινωνία της τάξης μας με μαθητές άλλου σχολείου. Το εγχείρημα χρειάζεται σωστή οργάνωση ώστε η διαδικτυακή επαφή των μαθητών να έχει ορισμένους κανόνες, να έχει αντικείμενο-θέμα και να παράγει και ένα παραδοτέο. Έτσι θα αποφύγουμε την εκτροπή σε ανούσιες ή και επιβλαβείς συζητήσεις και θα προάγουμε τη δια-σχολική επικοινωνία. Επιπροσθέτως μπορείτε να έρθετε σε επαφή με ανάλογα group του κοινωνικού δικτύου σε άλλες χώρες. Θα ήταν ιδιαίτερα ενδιαφέρον να παρακολουθήσουμε τους μαθητές μας να συνομιλούν διαδικτυακά με μαθητές άλλης χώρας ενώ για τους ίδιους η γνωριμία με άλλες κουλτούρες θα μπορούσε να αποτελέσει ένα παράθυρο στον κόσμο, διευρύνοντας την αντίληψή τους.

Όπως αναφέραμε πριν, τα παραπάνω παραδείγματα αποτελούν προτάσεις για το πώς μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει στην πράξη ένα εργαλείο κοινωνικής δικτύωσης στην εκπαιδευτική διαδικασία. Από κει και πέρα, εναπόκειται στη δημιουργική φαντασία του διδάσκοντα για την περεταίρω αξιοποίηση τέτοιων εργαλείων, μιας και αυτά προσφέρουν μια πληθώρα εφαρμογών οι οποίες κατάλληλα χειριζόμενες μπορούν να κεντρίσουν το ενδιαφέρον των μαθητών. Επιπλέον παρουσιάζεται μία λίστα με τις εφαρμογές του εργαλείου κοινωνικής δικτύωσης Facebook οι οποίες έχουν δημιουργηθεί για εκπαιδευτικούς σκοπούς και οι οποίες μπορεί να μας φανούν χρήσιμες.

5.7.4 Εφαρμογές του Facebook για τους εκπαιδευτικούς

- **«Ημερολόγιο»:** Η εφαρμογή αυτή μπορεί να χρησιμοποιηθεί ώστε να υπενθυμίζει στους μαθητές τις επερχόμενες εργασίες, τα τεστ και γενικά οτιδήποτε πρέπει να γίνει μέχρι κάποια συγκεκριμένη ημερομηνία, ούτως ώστε να διατηρείται ευκολότερα το χρονοδιάγραμμα του μαθήματος. Αποτελείται από 30 κουτάκια στα οποία ο καθηγητής μπορεί να συμπληρώσει στην κάθε ημέρα αυτό που θέλει να υπενθυμίσει στους μαθητές.

- «**Courses**»: Αυτή η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα στον εκπαιδευτικό να διαχειριστεί τα μαθήματα επιτρέποντάς του να δημιουργήσει και να διαμορφώσει μία δικιά του σελίδα από την οποία οι μαθητές θα μπορούν να στέλνουν τις εργασίες τους και να συνεργάζονται.
- «**Mathematical Formulas**»: Η εφαρμογή αυτή είναι ένας πολύς καλός τρόπος, για τους καθηγητές μαθηματικών, να μοιράζονται τύπους και λύσεις ασκήσεων.
- «**Webinaria**» Με την εφαρμογή αυτή ο καθηγητής μπορεί να μοιράζεται με τους μαθητές του τα βίντεο των διαλέξεων, ώστε η ανασκόπηση του μαθήματος να γίνεται πιο εύκολα.
- «**Book Tag**»: Με αυτή την εφαρμογή μπορεί ο εκπαιδευτικός να δημιουργήσει λίστες με βιβλία προς ανάγνωση για τους μαθητές καθώς επίσης και να δημιουργήσει κουίζ.
- «**Language Exchange**»: Η εφαρμογή αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στους καθηγητές ξένων γλωσσών. Με αυτή την εφαρμογή η μαθητές μπορούν να κάνουν εξάσκηση στην ξένη γλώσσα μιλώντας με άτομα από το εξωτερικό και με αυτό τον τρόπο να εφαρμόζουν αυτά που διδάσκονται στην τάξη.
- «**Files**»: Με την εφαρμογή αυτή ο καθηγητής μπορεί να ανεβάζει όλα τα σημαντικά αρχεία που θέλει να μοιραστεί με τους μαθητές του, όπως για παράδειγμα τη διδακτέα ύλη, συμπληρωματικό υλικό για διάβασμα και τις εκφωνήσεις των εργασιών.
- «**Make a Quiz!**»: Η εφαρμογή αυτή δίνει τη δυνατότητα στους καθηγητές να δημιουργήσουν, με μεγάλη ευκολία, κουίζ με τα οποία μπορούν να εξετάσουν τις γνώσεις των μαθητών τους και να δουν έπειτα τη βαθμολογία τους.

5.7.5 Εφαρμογές του Facebook που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν από μαθητές και από εκπαιδευτικούς

Αυτές οι εφαρμογές είναι ιδανικές και για μαθητές και για εκπαιδευτικούς. Περιλαμβάνουν πρόσβαση σε έγγραφα, ερευνητικό υλικό και παρουσιάσεις.

- «**Notely**»: Η εφαρμογή αυτή είναι πού χρήσιμη μιας και έχει σχεδιαστεί για καθαρά εκπαιδευτικούς σκοπούς. Δίνει στον μαθητή ή τον καθηγητή τη δυνατότητα να έχει το ημερολόγιό του, να κρατάει σημειώσεις, να δημιουργεί λίστες με δραστηριότητες που έχει να κάνει καθώς επίσης και να χρονοπρογραμματίζει τις εργασίες του.
- «**Notecentric**»: Η εφαρμογή αυτή επικεντρώνεται στις σημειώσεις που μπορεί να κρατήσει ένας μαθητής στο μάθημα. Οι μαθητές μπορούν να προσθέτουν μαθήματα, να κρατάνε σημειώσεις και να τις μοιράζονται με τους συμμαθητές τους.
- «**Rate My Professors**»: Η εφαρμογή αυτή δίνει την ευκαιρία στους μαθητές να βαθμολογήσουν τους καθηγητές του.

- **«Links»:** Με την εφαρμογή αυτή είναι εύκολο μαθητές και καθηγητές να μοιράζονται links με ενδιαφέροντα πράγματα που βρήκανε στο διαδίκτυο και σχετίζονται με το μάθημα.
- **«SlideShare»:** Οι εκπαιδευτικοί και οι μαθητές μπορούν να χρησιμοποιούν την εφαρμογή αυτή για να δημιουργούν και να μοιράζονται παρουσιάσεις διαφανειών στα πλαίσια του μαθήματος και των εργασιών.
- **«To-Do List»:** Με αυτή την εφαρμογή μπορούν οι εκπαιδευτικοί και οι μαθητές να δημιουργούν λίστες με τα πράγματα που πρέπει να γίνουν μέσα στην ημέρα. Το πρόγραμμα ιδίως των μαθητών στις μέρες μας είναι ιδιαίτερα φορτωμένο και με αυτή την εφαρμογή θα είναι εύκολο γι αυτούς να μην ξεχνάνε τις υποχρεώσεις τους.
- **«Zoho Online Office»:** Το Zoho Online Office είναι ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο μιας και βοηθάει εκπαιδευτικούς και μαθητές αφενός να μοιράζονται έγγραφα, λογιστικά φύλλα και παρουσιάσεις και αφετέρου να τα επεξεργάζονται συνεργατικά.
- **«Podclass»:** Το Podclass είναι ένας γρήγορος και εύκολος τρόπος διδασκαλίας, μάθησης και πρόσβασης σε όλα τα online μαθήματα. Με αυτή την εφαρμογή είναι εύκολο μαθητές και καθηγητές, οι οποίοι χρησιμοποιούν ένα σύστημα διαχείρισης μαθημάτων, να έχουν πρόσβαση και να διαχειρίζονται το περιεχόμενο του μαθήματος μέσω του Facebook.
- **«LibGuides»:** Με την εφαρμογή αυτή μπορεί ο χρήστης να έχει πρόσβαση στο περιεχόμενο της βιβλιοθήκης.

5.8 Συμβουλές προς εκπαιδευτικούς

Σε μια απόπειρα να παράσχουμε κάποιους «οδηγούς» σχετικά με τη χρήση κοινωνικών δικτύων στην εκπαίδευση θα μπορούσαμε να πούμε πως κατ αρχήν οι εφαρμογές που θα χρησιμοποιηθούν, είναι συνετό να επιλέγονται με βάση κάποια κριτήρια, τα οποία θα στηρίζονται τόσο στην υλικοτεχνική υποδομή στην οποία έχουν πρόσβαση οι μαθητές στο σχολικό εργαστήριο αλλά και έξω απ αυτό, όσο και στην ηλικία τους για να επιλεγεί και ο ανάλογος βαθμός πολυπλοκότητας. Επιπλέον καλό είναι να υποστηρίζουν αρκετά εργαλεία με όσο δυνατόν μεγαλύτερη απλότητα, να είναι γρήγορα, αποτελεσματικά, και ταυτόχρονα ελκυστικά στους νέους. Το τελευταίο επιτυγχάνεται κυρίως από τη γλώσσα του περιβάλλοντος και τη σχεδίαση της διεπαφής χρήστη, καθώς και του δωρεάν χαρακτήρα του εργαλείου.

Από τη στιγμή που το εργαλείο παρουσιαστεί και γίνει αποδεκτή η χρήση του από την κοινότητα, είναι σημαντικό να καθοριστεί από την αρχή ένα πλάνο εργασίας με σαφείς κανόνες και ξεκάθαρα χρονοδιαγράμματα. Ο εκπαιδευτικός σε ρόλο συντονιστή οφείλει να εξηγήσει στους μαθητές τον τρόπο εργασίας και ακόμη περισσότερο το ρόλο του και πότε θα κάνει τις παρεμβάσεις του. Με τον τρόπο

αυτό θα βοηθήσει και αυτούς που δεν είναι εξοικειωμένοι με έναν τέτοιο τρόπο μαθήματος, να εισέλθουν με μεγαλύτερη επιτυχία στη διαδικασία. Ακόμη να εξηγήσει στους μαθητές γιατί επέλεξε να χρησιμοποιήσει αυτό τον τρόπο διδασκαλίας. Η παρουσίαση επιχειρημάτων για να στηρίξει την επιλογή του κρίνεται απαραίτητη γιατί με αυτό τον τρόπο θα κερδίσει και τα πιο διστακτικά κοινά και σε μια πιο αισιόδοξη προσέγγιση, θα τους δώσει να καταλάβουν την αξία αυτού που κάνουν ως προς τον τρόπο με τον οποίο θα αποκτήσουν τη γνώση.

Εάν επιτύχει με τα προκαταρκτικά και η «νεωτεριστική» για τα σημερινά δεδομένα διεργασία αρχίσει, ο εκπαιδευτικός είναι σημαντικό να αποφύγει να γίνει ο κυρίαρχος της εργασίας τους. Πρέπει να παρεμβαίνει επιλεκτικά έτσι ώστε να μην «εκτροχιάζονται» από το έργο τους και κυρίως να τους ωθεί να αναζητήσουν πιο πολλές πηγές γνώσεις μόνοι τους, αποφεύγοντας το ρόλο της «αυθεντίας» που κατά παράδοση οικειοποιούνται οι συνάδελφοί του στην ελληνική πραγματικότητα. Για μεγαλύτερη ενθάρρυνση των μαθητών, καλό θα ήταν να αναγνωρίζει τη συνεισφορά τους στα στάδια ολοκλήρωσης της ομαδικής δραστηριότητας και ακόμη περισσότερο να τους ωθεί στο να αναγνωρίζουν και οι ίδιοι δείγματα προόδου των συμμαθητών τους. Η ενθάρρυνση είναι πιθανό να λειτουργήσει σε μοχλός ώθησης της συμμετοχικότητας ακόμη και των λιγότερο δραστήριων. Επιπλέον, σε μαθητές που δείχνουν μειωμένη συμμετοχή, μπορεί να οργανώσει «προσωπικές» online συναντήσεις μέσα από τις οποίες θα προσπαθήσει να διαγνώσει τους λόγους της μειωμένης συμμετοχής και τελικά να τους ενθαρρύνει διακριτικά, χωρίς να τους εκθέσει στους υπολοίπους.

Το έργο του εκπαιδευτικού-συντονιστή δε σταματάει εδώ. Κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της δραστηριότητας, είναι σκόπιμο να είναι παρών στο κοινωνικό δίκτυο της τάξης του. Μπορεί να τροφοδοτεί την ομάδα με τεχνικές λεπτομέρειες για το εργαλείο, να τους παρουσιάζει νέες εφαρμογές που μπορεί να τους φανούν χρήσιμες και να απαντάει στις ερωτήσεις τους γρήγορα και με σαφήνεια. Έτσι θα παρέχει το αίσθημα ότι δεν τους έχει αφήσει στην τύχη τους, ότι αυτά που τους υποσχέθηκε στην αρχή της συλλογικής εργασίας τους επιτυγχάνονται, ότι ο τρόπος αυτός μάθησης «δουλεύει» και ταυτόχρονα θα τους επιλύει και τις απορίες τους. Οι μαθητές Αισθανόμενοι την παρουσία του εκπαιδευτικού, κινδυνεύουν λιγότερο να θεωρήσουν το μάθημα με τη χρήση ενός τέτοιου εργαλείου ανιαρό και ψυχρό. Αν ο εκπαιδευτικός ασχολείται σπάνια με το κοινωνικό δίκτυο που έχει οργανώσει για την τάξη του, υπάρχει ο κίνδυνος να θεωρηθεί ότι αδιαφορεί για αυτό που παρουσίαζε ως καινοτομία και να απομακρύνει τους μαθητές από την ενεργό συμμετοχή. Η ενεργή συμμετοχή του στο εγχείρημα είναι ζωτικής σημασίας τόσο για την επίτευξη των μαθησιακών στόχων όσο και για την ολοκλήρωση των εργασιών από τους μαθητές.

Τέλος κάτι που πολλοί μπορεί να παραβλέψουν αλλά είναι πολύ σημαντικό είναι να μην κρύβει ο εκπαιδευτικός τα βασικά στοιχεία της προσωπικότητάς του. Αντίθετα πρέπει να την εκδηλώνει όπως θα την εκδήλωνε στην αίθουσα, για να νιώθουν οι μαθητές ότι συμμετέχουν σε μια αληθινή και όχι σε μια απρόσωπη μαθησιακή διαδικασία.

5.9 Τα Κοινωνικά Δίκτυα στην ελληνική πραγματικότητα

Τα Κοινωνικά Δίκτυα γνωρίζουν τεράστια απήχηση στην Ελληνική πραγματικότητα κι αποτελούν κυρίαρχη συνήθεια μεγάλου ποσοστού των Ελλήνων. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το 63% των χρηστών του διαδικτύου έχει δημιουργήσει προφίλ σε κάποια Υπηρεσία Κοινωνικής Δικτύωσης, ενώ ο αντίστοιχος ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι μόλις 45%. Το υψηλό αυτό ποσοστό φέρνει την Ελλάδα στην τρίτη θέση πανευρωπαϊκά, μετά τη Δανία και τη Νορβηγία. Το 33% των Ελλήνων μάλιστα, ανανεώνει το προφίλ του καθημερινά (ευρωπαϊκός μέσος όρος 15%), ενώ το 37% παρακολουθεί το προφίλ των φίλων του καθημερινά (ευρωπαϊκός μέσος όρος 19%).

Τα στοιχεία αυτά προκύπτουν από την πανευρωπαϊκή διαδικτυακή έρευνα συνηθειών της InSites Consulting σε συνεργασία με την IAB Europe (Interactive Advertising Bureau - Οργανισμός Διαδραστικής Επικοινωνίας). Η έρευνα αναδεικνύει το προφίλ ενός ιδιαίτερα ενεργού, κοινωνικού και συνειδητοποιημένου Έλληνα χρήστη. Το 66% μπαίνει στο Διαδίκτυο καθημερινά, ενώ το 24% είναι ενεργά συνδεδεμένο για περισσότερες από τέσσερις ώρες. Όσον αφορά το Mobile Web, το 19% των Ελλήνων χρηστών φέρεται να έχει στην κατοχή του «έξυπνο» κινητό τηλέφωνο (iPhone, Blackberry κ.λπ.) με συνδρομή σε υπηρεσία πρόσβασης στο Διαδίκτυο μέσω κινητής συσκευής.

Αντιστοίχως αυξημένα είναι και τα ποσοστά των Ελλήνων που πραγματοποιούν online αγορές. Σημειώνονται μάλιστα 7 κατά μέσο όρο αγορές τον τελευταίο χρόνο, έναντι 10 των Βρετανών που βρίσκονται στη πρώτη θέση. Το 60% δηλώνει πως η πλοήγηση στο Διαδίκτυο θα ήταν πιο ευχάριστη, αν οι διαφημίσεις ήταν περισσότερο προσαρμοσμένες στο προφίλ του, ενώ παράλληλα είναι θετικά κείμενο στο να δεχθεί επικοινωνία από εταιρείες στις οποίες είναι ήδη πελάτης. Τα στοιχεία που βρίσκει πλέον ελκυστικά ο Έλληνας σε μια online διαφήμιση είναι η εξυπνάδα κι η δημιουργικότητα του μηνύματος, ιδιαίτερα αν εμπλουτίζεται με πολυμεσικά αρχεία (ήχος και βίντεο). Το 59% μάλιστα δηλώνει πως δεν ενοχλείται από διαφημίσεις σε Υπηρεσίες Κοινωνικής Δικτύωσης (ευρωπαϊκός μέσος όρος: 32%), ενώ το 37% δεν διαφωνεί με τη χρήση στοιχείων του για σωστότερη στόχευση (targeting) των διαφημίσεων.

Η έρευνα αναδεικνύει το προφίλ ενός ιδιαίτερα ενεργού, κοινωνικού και συνειδητοποιημένου Έλληνα χρήστη. Το 66% μπαίνει στο διαδίκτυο καθημερινά (ευρωπαϊκός μέσος όρος: 53%), ενώ το 24% είναι ενεργά συνδεδεμένο για περισσότερες από τέσσερις ώρες.



Εικόνα 5.7: Γραφική προσέγγιση του Προφίλ των χρηστών των πιο δημοφιλών ιστοχώρων κοινωνικής δικτύωσης.

Βιβλιογραφία

1. http://el.wikipedia.org/wiki/Web_2.0
2. <http://economu.wordpress.com/ενσωματώνοντας-τις-τπε-στη-διδασκαλία/κοινωνικά-δίκτυα-web-2-0-στην-εκπαίδευση/>
3. <http://www.ascilite.org.au/ajet/ajet26/iudd.pdf>
4. http://www.otenet.gr/hd/HTML/faqs_og.htm
5. <http://learn20.wikispaces.com/Αξιοποίηση+Κοινωνικών+δικτύων+στην+Εκπαίδευση>
6. http://el.wikipedia.org/wiki/Asymmetric_Digital_Subscriber_Line
7. <http://corpmail.otenet.gr/umwebmail/help/el/helplogin.html>
8. <http://www.otewholesale.gr/Portals/0/%CE%A4%CE%B5%CF%87%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%A0%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AE%20E-LINE%20METRO%20ETHERNET.pdf>
9. <http://otebusiness.ote.gr/portal/page/portal/OTEBUSINESS/LargeBusinesses/PRDFullstory?prdguid=791D8FE67918E4C7E040A7C39C055733>
10. <http://egnatia.ee.auth.gr/~aalexioy/MONINH.htm>
11. <http://www.otewholesale.gr/Portals/0/MG.pdf>
12. <http://www.slideshare.net/rodotheos/xampp>
13. <http://bessiou22.blogspot.com/>
14. Παλαιγεωργίου Γ., 2011, Τεχνολογίες Κοινωνικής Δικτύωσης στην Εκπαίδευση, Αθήνα.
15. Λιάκος Κωνσταντίνος, 2009, Σχεδιασμός, ανάπτυξη και υλοποίηση διαδικτυακού εκπαιδευτικού περιβάλλοντος σε συνδυασμό με σύστημα διαχείρισης γνώσης σε ένα Virtual και εξ' αποστάσεως εργαστήριο τηλεπικοινωνιακών συστημάτων. Επέκταση και λειτουργία. , Θεσσαλονίκη
16. Ilias Karasavvidis, 2010, Wiki uses in higher education: exploring barriers to successful implementation, Taylor & Francis, Philadelphia, PA, USA
17. Τσάκαλος Ευάγγελος, 2011, Αξιολόγηση ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, Θεσσαλονίκη
18. Journal of Systems and Software, Volume 82, Issue 4, April 2009, Pages 553–562, Special Issue: Selected papers from the 2008 IEEE Conference on Software Engineering Education and Training (CSEET08)
19. Γιώτη Ελένη, 2011, Νέος Παγκόσμιος Ιστός (Web 2.0) και Τεχνολογίες Δημιουργίας Περιεχομένου από το Χρήστη. Μελέτη της διείσδυσής τους σε Έλληνες Φοιτητές, Αθήνα.