

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η εφαρμογή και χρήση του Facebook στις Ελληνικές βιβλιοθήκες

Μαρία Τσούτσουρα (Α.Μ. 109/05)

Βασιλική Δούμπου (Α.Μ. 173/05)

Επιβλέπων Καθηγητής: Γιώργος Χριστοδούλου

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

2010

Ευχαριστίες

Πριν την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της παρούσας εργασίας, αισθανόμαστε την υποχρέωση να ευχαριστήσουμε ορισμένους από τους ανθρώπους που συνεργαστήκαμε μαζί τους και έπαιξαν πολύ σημαντικό ρόλο στην εκπόνησή της.

Θέλουμε να ευχαριστήσουμε ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή μας κ. Γιώργο Χριστοδούλου που οι πολύτιμες γνώσεις του, η ανεκτίμητη βοήθειά του και η αμέριστη συμπαράσταση του προς εμάς, ήταν οι βασικοί παράγοντες για την επιτυχία του στόχου μας.

Επίσης, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους βιβλιοθηκονόμους των βιβλιοθηκών Βέροιας, Σερρών και Λιβαδειάς για την πολύτιμη βοήθεια τους στην έρευνα για την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας, με την παροχή χρήσιμου υλικού και τις συμβουλές τους.

< 29/ 10/ 2010 >

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή	5
2. Μεθοδολογία	6
2.1. Σκοπός της έρευνας	6
2.2. Σχεδιασμός της έρευνας	7
3. Κοινωνικός Ιστός 2.0 (Web 2.0).....	7
4. Χαρακτηριστικά του Web 2.0.....	8
5. Σύγκριση Ιστού 1.0 με 2.0	10
6. Εφαρμογές Ιστού 2.0 (Web 2.0)	13
7. Βιβλιοθήκη 2.0 (Library 2.0).....	17
8. Κοινωνικά δίκτυα (Social Networks)	21
9. Facebook.....	22
9.1. Λειτουργίες του Facebook.....	24
9.1.1 Ο τοίχος (Wall)	25
9.1.2 Πληροφορίες (Information)	26
9.1.3 Αρχική σελίδα (Home page)	26
9.1.4 Οι εκδηλώσεις (Events).....	27
9.1.5 Οι φωτογραφίες (Photos)	28
9.1.6 Βίντεο (Video).....	28
9.1.7 Σελίδες (Pages) / Ομάδες (Groups).....	28
9.1.8 Μηνύματα (Messages).....	28
10. Επαγγελματική σελίδα στο Facebook	30
11. Visual Bookshelf	30
12. Facebook και Βιβλιοθήκες.....	31
13. Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα του Facebook	34
13.1. Πλεονεκτήματα.....	34
13.2. Μειονεκτήματα.....	34
14. Βιβλιογραφική επισκόπηση.....	35
15. Ανάλυση της έρευνας με ερωτηματολόγιο	37
16. Συμπεράσματα.....	54

Βιβλιογραφία.....	55
Επεξήγηση όρων.....	59
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	64

Περιεχόμενα Εικόνων

Εικόνα 1. Χάρτης του Κοινωνικού Ιστού	10
Εικόνα 2.Εργαλεία Web 2.0.....	16
Εικόνα 3. Η άποψη του Habib για τη Βιβλιοθήκη 2.0 (2006, 2).....	18
Εικόνα 4.“The Social Network” η ταινία.	23
Εικόνα 5.Η κεντρική σελίδα του Facebook.	24

Περιεχόμενα Πινάκων

Πίνακας 1.Αντιστοιχία εφαρμογών Web 1.0 με Web 2.0 (Ο’ Reilly 2005, 1).....	12
Πίνακας 2. Παραδείγματα μετάβασης στη Βιβλιοθήκη 2.0 (Maness, 2006)	19
Πίνακας 3. Αρχές του Ιστού 2.0 που επηρεάζουν τη Βιβλιοθήκη 2.0.....	20
Πίνακας 4. Βασικά συστατικά στοιχεία των Κοινωνικών Δικτύων (Παπαηλιού, 2007).	21

1. Εισαγωγή

Η εξέλιξη του Διαδικτύου (Internet) άνοιξε νέους ορίζοντες στην εξειδικευμένη γνώση, την επιστημονική επικοινωνία και την εμπειριστατωμένη πληροφόρηση. Η εξέλιξη του λογισμικού κοινωνικής δικτύωσης, από τις πρώιμες μορφές της (π.χ. λογισμικό ανταλλαγής μηνυμάτων) σε αυτό που είναι, πλέον, γνωστό ως Ιστός 2.0 (Web 2.0) θεωρείται από κάποιες ομάδες ειδικών ότι αποτελεί ένα σημαντικό βήμα που συμβάλει σημαντικά στην ανταλλαγή και διακίνηση της πληροφορίας, αποτέλεσμα, βέβαια, της ραγδαίας εξέλιξης της τεχνολογίας.

Μία από τις εφαρμογές του Ιστού 2.0 είναι και τα λεγόμενα, κοινωνικά δίκτυα (social networks). Είναι η δεύτερη γενιά υπηρεσιών στο Διαδίκτυο που δίνει έμφαση στην ηλεκτρονική ανταλλαγή αρχείων και πληροφοριών μεταξύ των χρηστών. Τα τελευταία χρόνια σημαντική πορεία στο χώρο των κοινωνικών δικτύων έχει επιδείξει το Facebook¹ καθώς ο μεγάλος αριθμός χρηστών του το καθιστά ως την πλέον διαδεδομένη σχετική εφαρμογή. Πιο συγκεκριμένα, στις 21 Ιουλίου 2010, ο Mark Zuckerberg ανακοίνωσε πως ο αριθμός των χρηστών του Facebook ξεπέρασε τα 500 εκατομμύρια παγκοσμίως (Wikipedia, 2010).

Πρόκειται για μια εφαρμογή που την χαρακτηρίζει η ευχρηστία και μέσα από μια πληθώρα εφαρμογών που διαθέτει προσελκύει χρήστες όλων των ηλικιών, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν φιλίες, να ανταλλάσσουν νέα και πληροφορίες αλλά και να ενημερώνονται για θέματα που τους ενδιαφέρουν. Ορισμένες βιβλιοθήκες προσπαθούν να εξερευνήσουν τις δυνατότητες που προσφέρει το Facebook στην προσφορά υπηρεσιών στους χρήστες τους.

Παράλληλα, ειδικά στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του 2010, έχει αρχίσει να χρησιμοποιείται και από ορισμένες βιβλιοθήκες. Λειτουργεί ως ένα εργαλείο πληροφόρησης αφού δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να ενημερώνονται ηλεκτρονικά καθιστώντας τη φυσική παρουσία των χρηστών στις βιβλιοθήκες λιγότερο αναγκαία. Σε μία

¹ www.facebook.com

προσπάθεια να εκμεταλλευτούν, οι βιβλιοθήκες, τη μεγάλη επισκεψιμότητα του Facebook δημιουργούν προφίλ προσπαθώντας, με τον τρόπο αυτό, να ενισχύσουν την επισκεψιμότητα των δικών τους ιστοσελίδων και συγχρόνως το ρόλο της βιβλιοθήκης στο χώρο της πληροφόρησης. Συνοψίζοντας, σύμφωνα με τον Fichter (2006) το Facebook είναι ένα εργαλείο του κοινωνικού διαδικτύου με το οποίο οι χρήστες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους χρησιμοποιώντας τις δυνατότητες που τους προσφέρει αυτός ο εικονικός κόσμος.

2. Μεθοδολογία

Το θέμα της πτυχιακής μας είναι «Η εφαρμογή και χρήση του Facebook στις Ελληνικές βιβλιοθήκες». Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει παρουσίαση της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας καθώς επίσης ο σκοπός και οι στόχοι της.

2.1.Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της έρευνας ήταν να μελετήσει τη χρησιμότητα του Facebook στις βιβλιοθήκες καθώς και τη βοήθεια που παρέχει στους χρήστες αυτή η λειτουργία. Επίσης, διερευνήθηκε ο βαθμός χρήσης της υπηρεσίας αυτής από τους φοιτητές. Η έρευνα αυτή έγινε στους φοιτητές του Τμήματος Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης (ΑΤΕΙΘ) και του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Για τη διεξαγωγή της έρευνας δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις που αφορούν τη χρησιμότητα του Facebook, την εφαρμογή και χρήση του από τους χρήστες του και τις βιβλιοθήκες. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν η εξής: διανεμήθηκαν 100 ερωτηματολόγια σε 60 φοιτητές του Τμήματος Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης (ΑΤΕΙΘ) και σε 40 φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και σε χρονικό διάστημα δύο εβδομάδων (20/9/2010 – 3/10/2010). Στη συνέχεια παρουσιάζονται πίνακες οι οποίοι αναλύουν τη σχετική έρευνα, όπως επίσης και διαγράμματα στα οποία αποτυπώνονται τα αποτελέσματα της έρευνας, όπως, για

παράδειγμα, το γεγονός ότι το 78% των φοιτητών διαθέτουν προφίλ στο Facebook και πως η εφαρμογή του στις βιβλιοθήκες αποτελεί μια ενδιαφέρουσα και χρήσιμη εφαρμογή.

2.2. Σχεδιασμός της έρευνας

Αρχικά είχε αποφασιστεί η έρευνα να γίνει στις βιβλιοθήκες Βέροιας, Λιβαδειάς και Σερρών οι οποίες ήταν από τις πρώτες που ενσωμάτωσαν το Facebook στις βιβλιοθήκες τους. Όμως, η απόσταση και η έλλειψη χρόνου οδήγησαν στην αλλαγή του αρχικού σχεδίου. Έτσι αποφασίστηκε η έρευνα να γίνει ανάμεσα στους φοιτητές του τμήματος Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης του ΑΤΕΙΘ και του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Παρόλα αυτά πραγματοποιήθηκε μία τηλεφωνική έρευνα στις παραπάνω βιβλιοθήκες και από τις πληροφορίες που μας δόθηκαν προκύπτει το συμπέρασμα πως το Facebook αποδείχτηκε χρήσιμο, αφού, καταγράφηκε η τάση πως η εφαρμογή του στις ιστοσελίδες των βιβλιοθηκών βοήθησε στην αύξηση της επισκεψιμότητας και της διάδοσής τους στο κοινό. Παρατηρήθηκε, παράλληλα, ότι οι χρήστες ενημερώνονται περισσότερο από τις σελίδες των βιβλιοθηκών στο Facebook ενώ η προσέλευσή τους στο χώρο της βιβλιοθήκης για ενημέρωση έχει μειωθεί. Ένα βασικό πλεονέκτημα που προσφέρει η χρήση του Facebook από τις βιβλιοθήκες είναι η εύκολη και σχεδόν καθημερινή ενημέρωση του προφίλ τους με πληροφορίες σχετικές με τις δραστηριότητες της βιβλιοθήκης, ενώ, παρατηρήθηκε ότι και η επίσκεψη των χρηστών σε αυτό είναι αρκετά συχνή.

3. Κοινωνικός Ιστός 2.0 (Web 2.0)

Ο όρος Ιστός 2.0 χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τους Tim O' Reilly και Dale Dougherty από την O' Reilly Media σε μια σειρά συνεδρίων το 2004, με θέμα την ανάπτυξη του διαδικτύου. Σύμφωνα με τον Tim O'Reilly ο Ιστός 2.0 είναι το δίκτυο ως πλατφόρμα, που εκτείνεται σε όλες τις συνδεδεμένες με αυτό συσκευές. Ο όρος Ιστός 2.0 αναφέρεται γενικά σε μια δεύτερης γενιάς υπηρεσιών διαθέσιμων στο Διαδίκτυο που επιτρέπουν στους χρήστες να συνεργαστούν και να μοιραστούν τις πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο

(online). Σε αντίθεση με την πρώτη γενιά, ο Ιστός 2.0 δίνει στους χρήστες μια εμπειρία πιο κοντά στις εφαρμογές υπολογιστών γραφείου από τις παραδοσιακές στατικές ιστοσελίδες.

Ο όρος χρησιμοποιείται συχνά για να αναφερθούμε στη μετεξέλιξη του Παγκόσμιου Ιστού από μια συλλογή ιστοσελίδων και ιστοχώρων σε μια ολοκληρωμένη υπολογιστική πλατφόρμα με εφαρμογές εξυπηρετώντας τους χρήστες του διαδικτύου. Αναμένεται ότι ο Ιστός 2.0 με τις υπηρεσίες που θα προσφέρει, θα αντικαταστήσει τις εφαρμογές υπολογιστών γραφείου για πολλούς λόγους. Πρόκειται δηλαδή, για την τρέχουσα μετάβαση σε ένα «συμμετοχικό» Διαδίκτυο, με τη συμμετοχή τόσο των ανθρώπων όσο και των μηχανών (O' Reilly, 2005).

Ο τελευταίος ορισμός του Web 2.0, σύμφωνα με τον Tim O'Reilly (2005): «Το Web 2.0 είναι η επιχειρηματική επανάσταση στη βιομηχανία των υπολογιστών που συντελείται από την μετακίνηση στο Internet σαν πλατφόρμα και μια προσπάθεια να κατανοήσουμε τους όρους της επιτυχίας αυτής της νέας πλατφόρμας. Ο βασικότερος ανάμεσα στους όρους είναι ο εξής: Δημιουργήστε εφαρμογές που θα οδηγήσουν την απήχηση του δικτύου να είναι μεγαλύτερη και να φέρει περισσότερο κόσμο να το χρησιμοποιεί».

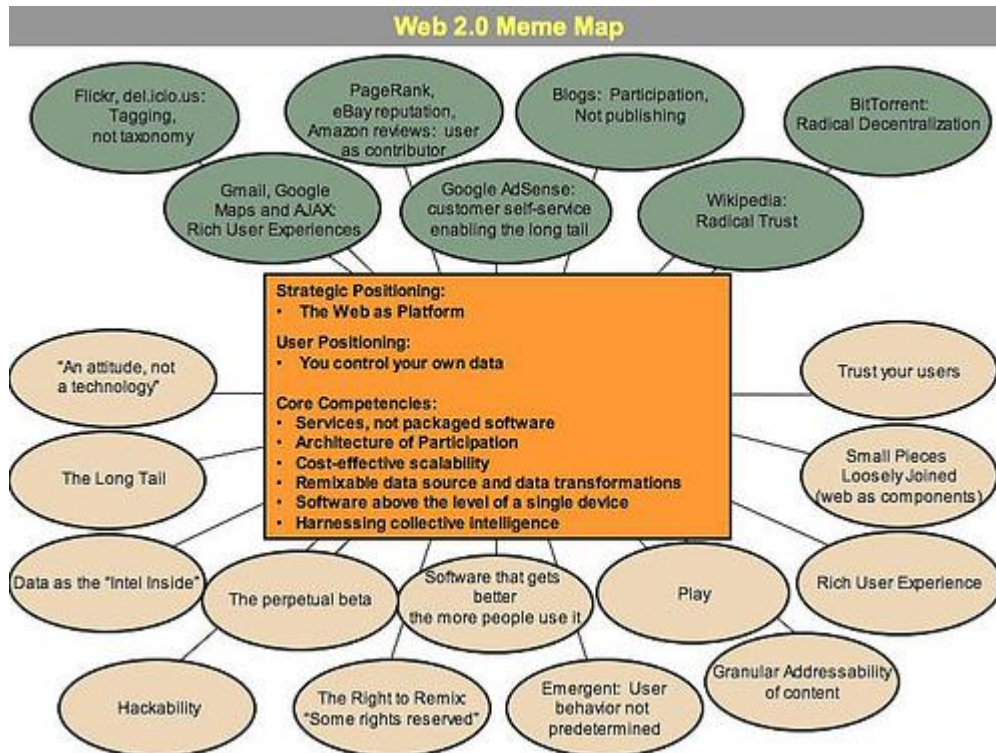
4. Χαρακτηριστικά του Web 2.0

Τα κύρια χαρακτηριστικά του Ιστού 2.0 όπως αναφέρονται στο άρθρο του Καλτσογιάννη (2007) είναι τα εξής:

- 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.
- **Αρκεί ένας φυλλομετρητής (browser)**, ώστε να χρησιμοποιείται σαν διεπαφή (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, περιεχόμενο και εφαρμογές **ανοιχτού κώδικα (open source)**.

- Χρήση κυρίως “ελαφριάς” τεχνολογίας σε ότι αφορά τα πρωτόκολλα, τις γλώσσες προγραμματισμού, τις διεπαφές (interfaces), ενώ διαπιστώνεται και μια τάση για απλότητα στον προγραμματιστικό σχεδιασμό τους.
- **Πλούσιες και διαδραστικές διεπαφές (interfaces) χρηστών** (Rich Internet Applications-RIA), δυναμικό περιεχόμενο, ιστοσελίδες που ανανεώνουν μόνο όποιο περιεχόμενό τους αλλάζει (τεχνολογία **Ajax**).
- **Συνεχής και άμεση ανανέωση** των δεδομένων και του λογισμικού.
- 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.
- 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.

Ο Ιστός 2.0 φαντάζει σαν ένα πλήθος αρχών και πρακτικών που συνδέουν ένα ηλιακό σύστημα ιστοτόπων, που δηλώνουν κάποιες από αυτές τις αρχές (Ο' Reilly, 2005). Μια σχετική αποτύπωση της μορφής και της δομής του αποτυπώνεται στην εικ. 1.



Εικόνα 1. Χάρτης του Κοινωνικού Ιστού

5. Σύγκριση Ιστού 1.0 με 2.0

Η αναφορά σε «Ιστό 1.0» υπήρξε αποτέλεσμα της εξέλιξης που είναι γνωστή, πλέον, ως Ιστός 2.0 και, μέσα από αυτή τη διαφοροποίηση, αναφέρεται, ο όρος 1.0 στη μορφή που είχε ο Παγκόσμιος Ιστός από τη δημιουργία του (τυπικά από το 1989) έως και την «εμφάνιση» του Ιστού 2.0.

Παρακάτω παρατίθενται κάποιες διαφορές μεταξύ Ιστού 1.0 και Ιστού 2.0:

- Ο Ιστός 1.0 ξεκίνησε ως ένας ηλεκτρονικός τόπος για τις επιχειρήσεις να μεταδίδουν τις πληροφορίες στους χρήστες / πελάτες. Τώρα, αρκετά χρόνια αργότερα, ο χώρος αυτός έχει μετατραπεί σε μια θέση όπου και οι άνθρωποι μπορούν να προσφέρουν πληροφορίες.
- Αρχικά, οι χρήστες διάβαζαν ότι οι άλλοι έγραφαν και ήταν συμβιβασμένοι με αυτή τη γνώση που αποκτούσαν. Αλλά, με την πάροδο του χρόνου, αυτοί οι ίδιοι χρήστες

αποφάσισαν ότι θέλησαν να δημιουργήσουν μέρος των πληροφοριών που διαμοιράζονται.

- Η κίνηση από τον Ιστό 1.0 προς τον Ιστό 2.0 έχει σχέση με τους ανθρώπους που ανταλλάσσουν πληροφορίες για να γίνουν μέρος μιας μεγάλης κοινότητας.
- Πλέον, οι χρήστες δεν είναι παθητικοί δέκτες απλά συλλέγοντας την πληροφορία που τους διατίθενται, αλλά παίρνουν μέρος σε ιστολόγια (blogs), σε θέσεις φόρουμ και σχολιάζουν κάθε τι που γνωρίζουν.
- Στις εφαρμογές Ιστού 2.0, οι διεπαφές των χρηστών (user interface) είναι πιο φιλικές, οι πληροφορίες είναι περισσότερες, οι άνθρωποι είναι περισσότερο συνδεδεμένοι και τα διάφορα δεδομένα αναζητούνται ευκολότερα σε σχέση με τις υπηρεσίες Ιστού 1.0 (Δεληδίνια, Φτεργιώτη, 2008).

Παράλληλα, σύμφωνα με τις “αρχές του Paul για τον Ιστό 2.0 (Miller 2005, 2-3)” τα χαρακτηριστικά που το διέπουν είναι τα εξής:

- διαμοιρασμός (sharing)
- επικοινωνία (communication)
- ανάμειξη (remix)
- βασίζεται στην εμπιστοσύνη (built on trust)
- ελευθερία των δεδομένων (freeing of data)
- συμμετοχή (participation)
- επικοινωνία και διευκόλυνση της κοινωνίας (communication and facilitating community)
- περιεχόμενο δημιουργημένο από το χρήστη (user generated content)
- υπομονάδες

Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται μερικές από εκείνες τις υπηρεσίες που είτε εξελίχθηκαν είτε αντικαταστάθηκαν με την έλευση του κοινωνικού ιστού.

Τομέας	Web 1.0.	Web 2.0.
Διαφήμιση μέσω Διαδικτύου	DoubleClick	Google AdSense
Online διαχείριση φωτογραφιών	Ofoto	Flickr
Εφαρμογές κατανομής αρχείων	Akamai	BitTorrent
Πηγές μουσικής	Mp3.com	Napster
Εγκυκλοπαίδειες	Britannica Online	Wikipedia
Προσκλήσεις	Evite	Upcoming.org και EVDB
Κατάταξη ιστότοπου σε λίστες αποτελεσμάτων	Domain Name Speculation	Search Engine Optimization
Τεχνικές διαφήμισης	Page Views	Cost Per Click
Απόσπαση δεδομένων από έξοδο προγράμματος	Screen Scraping	Web Services
Δημιουργία περιεχομένου	Publishing	Participation
Διαχείριση περιεχομένου	Content Management Systems	Wikis
Ταξινόμηση περιεχομένου	Directories (taxonomy)	Tagging ("folksonomy")
Λήψη περιεχομένου	Stickiness	Syndication
Ιστοσελίδες	Webpages	Web Blogs
Εφαρμογές	Stand-alone apps	Mashups
Λογισμικό	Λογισμικό ως προϊόν	Λογισμικό ως υπηρεσία
Πύλες	Portals	Composite applications

Πίνακας 1.Αντιστοιχία εφαρμογών Web 1.0 με Web 2.0 (Ο' Reilly 2005, 1)

6. Εφαρμογές Ιστού 2.0 (Web 2.0)

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 και όταν υλοποιήθηκαν έτυχαν ευρείας αποδοχής και διάδοσης. Παρακάτω, περιγράφονται μερικές από τις κυριότερες:

- Τα ιστολογία (blogs) πρακτικά είναι ιστοσελίδες που περιέχουν απόψεις, πληροφορίες, προσωπικές καταχωρήσεις (posts), συνδέσεις σε άλλες διευθύνσεις, φωτογραφίες, κλπ. Οι καταχωρήσεις είναι ταξινομημένες με χρονολογική σειρά, με την πιο πρόσφατη να εμφανίζεται πρώτη. Συνήθως, ξεκινούν με μία άποψη ή 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 επιθυμεί να καταθέσει το σχόλιό του πάνω σε αυτό, ανοίγοντας έτσι ένα δημόσιο διαδικτυακό διάλογο με πιθανούς αποδέκτες όλους τους χρήστες. Τον Ιούλιο του 2007 μετρήθηκαν 70.000.000 ²blogs (στην Ελλάδα πάνω από 14.000)³. 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.
- Τα **wikis** είναι ιστοσελίδες το περιεχόμενο των οποίων μπορεί να διαμορφώσει ο ίδιος 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, ακόμη και να επαναφερθεί. Τα wikis είναι αρκετά διαδεδομένα σαν μέσο συλλογικής εργασίας πάνω σε κάποιο αντικείμενο. Ακόμη και μέσα σε εταιρίες, οργανισμούς, υπηρεσίες, κλπ., η χρήση τους σαν σελίδες αναφοράς της προόδου

² <http://www.blogherald.com/2005/07/19/blog-count-for-july-70-million-blogs/>

³ <http://blogs.sync.gr/category/%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1>

των εργασιών, διευκολύνει τους εργαζόμενους στο να ενημερώνονται για ό,τι συμβαίνει στην επιχείρηση.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα wiki είναι η ⁴Wikipedia, που αποτελεί μια διαδικτυακή εγκυκλοπαίδεια στην οποία υπάρχουν πάνω από 5 εκατομμύρια άρθρα με ορισμούς και πληροφορίες σε διάφορες γλώσσες. Η σύνταξή της γίνεται από τους χρήστες, αφού οποιοσδήποτε μπορεί να γράψει ένα καινούργιο άρθρο ή να προσθέσει κάτι σε αυτά που ήδη υπάρχουν. Η δημοτικότητά της αυξάνει διαρκώς και βάσει επισκέψεων βρίσκεται μέσα στα 10 πιο δημοφιλή sites παγκοσμίως⁵.

- Ο συνδυασμός και η χρήση δεδομένων και εφαρμογών από διαφορετικές ιστοσελίδες σε μία, έχει γίνει γνωστός ως **mash-up**. Αυτά υλοποιούνται μέσω ανοιχτών interfaces προγραμματισμού εφαρμογών (open APIs—Application Programming Interfaces) και συνεισφέρουν στη βελτίωση της λειτουργικότητας των ιστοσελίδων. Για παράδειγμα, σε ιστοσελίδες ενοικίασης σπιτιού, με την ενσωμάτωση χαρτών από άλλη υπηρεσία (π.χ Google maps) παρουσιάζεται ακριβώς που βρίσκονται τα σπίτια και έτσι παρέχεται πληρέστερη πληροφόρηση.
- Μια ακόμη τάση είναι η προσαρμογή των προγραμμάτων και υπηρεσιών στις προτιμήσεις των χρηστών και η βελτίωσή τους ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων και τη συχνότητα που τα χρησιμοποιούν. Τέτοια παραδείγματα είναι τα προγράμματα διαμοίρασης αρχείων μεταξύ των χρηστών (π.χ. **BitTorrent**), αρχιτεκτονικής **P2P (Peer to Peer networks)**, τα οποία **γίνονται αποτελεσματικότερα όσο τα χρησιμοποιούν περισσότεροι χρήστες**. Επιπλέον, ιστοσελίδες αξιολόγησης προϊόντων, υπηρεσιών (www.amazon.com, www.tripadvisor.com, κλπ.) οφείλουν τη δημοτικότητά τους στο πλήθος των δημοσιευμένων απόψεων των χρηστών, ενώ προγράμματα anti spam (www.cloudmark.com) βασίζονται και στη γνώμη των χρηστών για το τι είναι spam και τι όχι.

⁴ <http://www.wikipedia.org/>

⁵ <http://www.alex.com/>

- Τα **RSS (Real Simple Syndication) feeds**, προσφέρουν τη δυνατότητα στους χρήστες να λαμβάνουν νέες πληροφορίες από διάφορες ιστοσελίδες, τη στιγμή που δημοσιεύονται, χωρίς να χρειάζεται να τις επισκεφθούν. Η ενημέρωση αυτή μπορεί να γίνεται π.χ. στον browser του Η/Υ χρήστη ή και σε κινητές συσκευές (κινητό τηλέφωνο, PDA, κλπ.). Με αυτό τον τρόπο η σχέση με το διαδίκτυο γίνεται αμεσότερη.
- Το **tagging**, δηλαδή η δυνατότητα χαρακτηρισμού με σημασιολογικές λέξεις (**tags**), ιστοσελίδων, φωτογραφιών, κειμένων και γενικά οποιουδήποτε διαδικτυακού περιεχομένου. Από αυτό έχει αναδειχτεί ο όρος **social bookmarking**. Οι προσωπικές προτιμήσεις και χαρακτηρισμοί των χρηστών για οτιδήποτε τους ενδιαφέρει μπορούν να ταξινομηθούν και να είναι διαθέσιμοι και στους υπόλοιπους. Για παράδειγμα, πολύ δημοφιλής είναι η ιστοσελίδα www.delicious.com όπου οι χρήστες παρουσιάζουν και χαρακτηρίζουν με tags τις αγαπημένες τους ιστοσελίδες (**bookmarks**), αλλά και το www.flickr.com όπου οι χρήστες μοιράζονται και χαρακτηρίζουν τις φωτογραφίες τους. Έτσι, από τη μία οι χρήστες οργανώνουν τα δεδομένα τους πολύ καλύτερα και από την άλλη κοινωνικοποιούνται, γνωρίζοντας και άλλα άτομα μέσα από π.χ. τους κοινούς χαρακτηρισμούς για τις φωτογραφίες τους.
- Ιστοσελίδες οι οποίες μιμούνται τη λειτουργία ενός **λειτουργικού συστήματος** (π.χ. www.youos.com) και παρέχουν τα βασικά χαρακτηριστικά και εφαρμογές του. Άλλες, προσφέρουν χωρίς χρέωση, εναλλακτικά προγράμματα παραδοσιακών εμπορικών εφαρμογών π.χ. της σουίτας **προγραμμάτων Office** (www.docs.google.com).
- Ιστοσελίδες που ο καθένας μπορεί να “ανεβάσει” ό,τι video, φωτογραφίες ή τραγούδια επιθυμεί (www.youtube.com, www.myspace.com) και να κάνει γνωριμίες μέσα από αυτές. “Παιχνίδια” όπως το <http://secondlife.com>, που φέρνουν τα όρια της πραγματικότητας και της εικονικής πραγματικότητας πολύ κοντά, αφού ο χρήστης μπορεί να πραγματοποιήσει online πολλές από τις δραστηριότητες της καθημερινής του ζωής.

7. Βιβλιοθήκη 2.0 (Library 2.0)

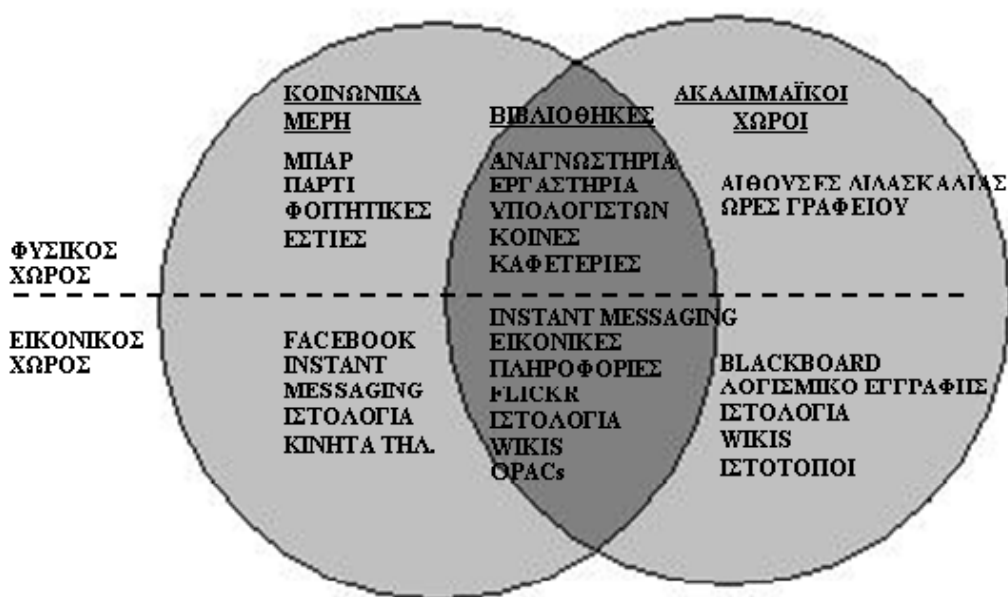
Η εφαρμογή των αρχών και των ιδεών του Ιστού 2.0 στο περιβάλλον των βιβλιοθηκών δημιούργησε την Βιβλιοθήκη 2.0.

Η έρευνα που πραγματοποιήσαμε οδηγεί στο συμπέρασμα ότι δεν έχει δοθεί μέχρι τώρα κάποιος συγκεκριμένος ορισμός για τον όρο Βιβλιοθήκη 2.0, αλλά γνωρίζουμε ότι χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον Michael Casey το 2003 μέσα από το blog που ο ίδιος διατηρεί, το Library Crunch.

Μία προσπάθεια οριοθέτησης των σχετικών εξελίξεων προσπαθούν να δώσουν οι Casey και Savastinuk (2006):

Ένα μοντέλο για υπηρεσίες βιβλιοθηκών που ενθαρρύνει τη συνεχή και σκόπιμη αλλαγή, προσκαλώντας τους χρήστες να συμμετέχουν στη δημιουργία των φυσικών αλλά και εικονικών υπηρεσιών που επιθυμούν, υποστηριζόμενη από τη συνεχιζόμενη αξιολόγηση των υπηρεσιών. Επίσης, προσπαθεί να προσεγγίσει νέους χρήστες και να εξυπηρετήσει καλύτερα τους υπάρχοντες μέσα από βελτιωμένες και κατευθυνόμενες προς τον χρήστη προσφερόμενες υπηρεσίες. Κάθε κομμάτι από μόνο του αποτελεί ένα ακόμη βήμα προς βελτιωμένες υπηρεσίες. Μόνο όμως μέσα από τη συνδυασμένη εφαρμογή όλων των παραπάνω μπορούμε να φτάσουμε στη Βιβλιοθήκη 2.0.

Είναι ένας αμφισβητούμενος όρος σύμφωνα με τον Crawford ο οποίος έχει παραθέσει 62 διαφορετικές απόψεις και 7 διαφορετικούς ορισμούς, υποστηρίζοντας πως οι βιβλιοθηκονόμοι πρέπει να εστιάσουν στα φαινόμενα που παρατηρούνται από τη χρήση του κοινωνικού λογισμικού παρά στην τεχνολογία, ενώ, παράλληλα, διακρίνει τη διευκόλυνση των συνομιλιών και τη συμμετοχή των χρηστών ως τα δύο βασικά φαινόμενα. Ο Michael Habib (2006) θεωρεί πως καταλαμβάνει τον εικονικό χώρο μεταξύ των ακαδημαϊκών και κοινωνικών χώρων (Facebook), (βλέπε εικ. 2). Ενώ ο Miller (2005) παρουσιάζει τον Ιστό 2.0 σαν μια πηγή ευκαιριών για τις βιβλιοθήκες που έχουν ως κύριο στόχο να ικανοποιήσουν στο μέγιστο τις ανάγκες των χρηστών τους αλλά και να γίνουν προσιτές εντός και εκτός χώρου.



Εικόνα 3. Η άποψη του Habib για τη Βιβλιοθήκη 2.0 (2006, 2)

Η Βιβλιοθήκη 2.0 προκαλεί αλλαγές στις βιβλιοθήκες. Στόχος αυτών των αλλαγών ήταν η διατήρηση του ρόλου της βιβλιοθήκης ως φορέα διακίνησης και διάθεσης πληροφοριών, καθώς, οι ανάγκες των χρηστών όλο και αυξάνονται. Για να συνεχίσουν να έχουν ένα σημαντικό ρόλο στη διακίνηση και διαχείριση της πληροφορίας οι βιβλιοθήκες πρέπει να είναι ικανές να συμβαδίσουν και με την τεχνολογία δεδομένου ότι αποτελεί άμεση ανάγκη των χρηστών, έτσι η Βιβλιοθήκη 2.0 είναι μία προσιτή μέθοδος όπως κάποιες υπηρεσίες του διαδικτύου (yahoo, google) που παρέχουν πρόσβαση σε πληροφορίες μόνο με το πάτημα ενός κουμπιού από οποιοδήποτε μέρος και οποιαδήποτε στιγμή. Αυτό θα εξυπηρετούσε περισσότερο τους χρήστες δίνοντάς τους τη δυνατότητα της εξ' αποστάσεως παροχής πληροφοριών. Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος πρέπει η βιβλιοθηκονομική κοινότητα να υποστηρίξει αυτό το νέο μοντέλο βιβλιοθήκης και να είναι πρόθυμη να αλλάξει και να προσθέσει νέα πράγματα και υπηρεσίες (Curran, Murray, 2006)

Βιβλιοθήκη	Βιβλιοθήκη 2.0
Email reference	Chat reference
Text-based tutorials	Streaming media tutorials with interactive databases
Email mailing lists, webmasters	Blogs, wikis, RSS feeds
Controlled classification schemes	Tagging coupled with controlled schemes
OPAC	Personalized social network interface
Catalog of largely reliable print and electronic holdings, etc.	Catalog of reliable and suspect holdings, web-pages, blogs, wikis, etc.

Πίνακας 2. Παραδείγματα μετάβασης στη Βιβλιοθήκη 2.0 (Maness, 2006)

Βασικά στοιχεία της Βιβλιοθήκης 2.0 είναι:

- Η χρησιμοποίηση πολυμέσων
- Εστιάζει στον ίδιο τον χρήστη
- Είναι πλούσια σε κοινωνικές αλληλεπιδράσεις
- Επιτρέπει στους χρήστες να συμβάλλουν στην αλλαγή της βιβλιοθήκης (Maness, 2006)

Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τις αρχές του Web 2.0 από τις οποίες δημιουργήθηκε η Library 2.0.

ΑΡΧΗ	ΕΞΗΓΗΣΗ
Απελευθέρωση των δεδομένων	Η εφαρμογή είναι εύκολη στο χειρισμό και μετατρέπεται με διάφορους τρόπους.
Ανάπτυξη εικονικών εφαρμογών	Στοιχεία και δεδομένα λειτουργικότητας λαμβάνονται από διαφορετικές πηγές.
Συμμετοχή	Ενεργή συμμετοχή των χρηστών είτε δημοσιεύοντας πληροφορίες είτε διανέμοντας αρχεία. Αυτή η ανατροφοδότηση επιστρέφει στην εφαρμογή και τα δεδομένα γίνονται διαθέσιμα σε όλους τους χρήστες για προσπέλαση ή σχολιασμό.
Αρθρωτή σχεδίαση	Η αρθρωτή σχεδίαση των εφαρμογών επιτρέπει σε προγραμματιστές και χρήστες την επιλογή στοιχείων προκειμένου να φτιάξουν την εφαρμογή που χρειάζονται.
Κοινή χρήση	Κοινή χρήση εννοιών – ιδεών δίχως τη μείωση των οικονομικών οφελών.
Επικοινωνία	Το Web 2.0 δεν μπορεί να υποκαταστήσει την διαδραστικότητα της πραγματικής επικοινωνίας αλλά το επιτυγχάνει σ' έναν βαθμό μέσω της χρήσης των blogs και παρόμοιων εφαρμογών.
Ανάμιξη	Δίνεται η δυνατότητα επιλογής εφαρμογών που ενδιαφέρουν τον χρήστη και η ενσωμάτωσή τους σε κάτι νέο.
Ευφυΐα	Στο Web 2.0 οι εφαρμογές χρησιμοποιούν προς όφελος του χρήστη.
Long tail	Ο όρος αυτός περιγράφει ορισμένα επιχειρηματικά και οικονομικά μοντέλα που επιδιώκουν να προσεγγίσουν ειδικές ομάδες καταναλωτών.

Πίνακας 3. Αρχές του Ιστού 2.0 που επηρεάζουν τη Βιβλιοθήκη 2.0

8. Κοινωνικά δίκτυα (Social Networks)

Ένα κοινωνικό δίκτυο είναι μία κοινωνική δομή που συμπεριλαμβάνει κόμβους (που γενικά είναι φυσικά πρόσωπα ή οργανισμοί) οι οποίοι συνδέονται με έναν ή περισσότερους παρόμοιου τύπου ή σχέσης, όπως αξίες, οράματα, στόχοι, ιδέες, οικονομικές συναλλαγές, εμπορικές συναλλαγές, φιλία (Παπαηλιού,2007).

Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν γίνει ιδιαίτερα δημοφιλή στην εποχή μας και κυρίως από τους νέους ανθρώπους. Προσφέρουν ένα διαδραστικό μοντέλο επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων με τη χρήση των προφίλ, στα οποία οι χρήστες «ανεβάζουν», κυρίως, φωτογραφίες και βίντεο. Στο Διαδίκτυο υπάρχουν πολλών διαφορετικών ειδών σελίδες, άλλες ειδικού περιεχομένου και με πιο εξειδικευμένο κοινό, ενώ κάποιες άλλες ασχολούνται με πιο γενικά, και ίσως, πιο δημοφιλή θέματα και είναι, επομένως, ευρύτερα διαδεδομένες.

Μία υπηρεσία κοινωνικού δικτύου στο Διαδίκτυο στοχεύει στο να προσελκύσει όλο και περισσότερους χρήστες. Μέσα από online εικονικές κοινότητες φυσικών προσώπων οι χρήστες δημιουργούν ένα προφίλ που μπορεί να περιλαμβάνει πληροφορίες όπως προσωπικά δεδομένα και ενδιαφέροντα αλλά και εικόνες. Ανταλλάσσουν πληροφορίες για θέματα και δημιουργούν νέους φίλους. Κάθε πληροφορία συνδέει το χρήστη με άλλους, με παρόμοια ενδιαφέροντα και μ' αυτό τον τρόπο δημιουργούνται ομάδες κοινού ενδιαφέροντος. Πλέον οι χρήστες περνούν αρκετές ώρες με την ενασχόλησή τους στην κοινωνική δικτύωση σε σχέση με παλιότερα και εικάζεται πως το 2013 τα κοινωνικά δίκτυα θα είναι παντού.

ΔΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ	
Προφίλ	Παγκόσμια ταυτότητα
Σχέσεις	Μια μοναδική παγκόσμια κοινωνική αποτύπωση
Δραστηριότητες	Κοινωνικό περιεχόμενο των δραστηριοτήτων
Επιχειρηματικά μοντέλα	Η κοινωνική απήχηση στο internet θα ορίσει την επιχειρηματική αξία

Πίνακας 4. Βασικά συστατικά στοιχεία των Κοινωνικών Δικτύων (Παπαηλιού, 2007).

9. Facebook

Το Facebook είναι ένας δυναμικός δικτυακός τόπος στον οποίο οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μεταξύ τους ασύγχρονα (όπως με ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου) ή σε πραγματικό χρόνο (όπως με ένα τηλεφώνημα). Για ορισμένους χρήστες του Διαδικτύου, οι εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν μια συναρπαστική εξέλιξη, είναι ένα ζωντανό κανάλι για επικοινωνία, διασκέδαση, φλερτ, επαφή και ότι άλλο επιζητεί ο καθένας από εμάς. Το Facebook αυτή τη στιγμή είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες υλοποίησης των εφαρμογών της κοινωνικής δικτύωσης στο Διαδίκτυο, για πολλούς ανθρώπους ένα νέο κέντρο της καθημερινότητάς τους.

Στις ιστοσελίδες (websites) κοινωνικής δικτύωσης, οι χρήστες (users) δημιουργούν ένα δικό τους προφίλ και γίνονται μέλη ενός δικτύου που τους αφορά. Ο ιστοχώρος (Facebook) άρχισε να λειτουργεί στις 4 Φεβρουαρίου του 2004 και η πρόσβασή του σε αυτόν είναι ελεύθερη. Είναι το αποτέλεσμα ενός φιλόδοξου εγχειρήματος τριών φοιτητών του Harvard. Σκοπός τους ήταν να φέρουν σε επαφή τους συμφοιτητές τους. Ο 19χρονος, τότε, Mark Zuckerberg και οι φίλοι του, Andrew McCollum και Eduardo Saverin υπήρξαν οι εμπνευστές και δημιουργοί του Facebook.

Η πανεπιστημιακή κοινότητα αγάλιασε την ιδέα καθώς ήταν απλή, έξυπνη και πρακτική. Κάθε φοιτητής έχτιζε το προσωπικό του προφίλ, το οποίο συνόδευε με μία ή περισσότερες φωτογραφίες ώστε να μπορεί να επικοινωνήσει ανά πάσα στιγμή με τους συμφοιτητές του. Το πρόγραμμα που ξεκίνησε από το Harvard, εξαπλώθηκε γρήγορα και σε άλλα πανεπιστήμια φτάνοντας το 2005 να αριθμεί 11 εκατομμύρια χρήστες σε 2000 πανεπιστήμια και πάνω από 25000 σχολεία της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης σε επτά χώρες. Το 2006, όπως προαναφέραμε, άνοιξε τις πύλες του στο ευρύ κοινό του διαδικτύου (internet), γνωρίζοντας αλματώδη ανάπτυξη. Τον Απρίλιο του 2009, ο Mark Zuckerberg ανακοίνωσε το διακοσιοστό σε εκατομμύρια μέλος του Facebook (Barefoot, Szaβο, 2010). Οι δημιουργοί του ήδη έχουν αρνηθεί προτάσεις εξαγοράς από μεγάλες διαδικτυακές εταιρίες, κρατώντας με αυτόν τον τρόπο κάποια ψήγματα ανεξαρτησίας, γνησιότητας και ερασιτεχνισμού. Βέβαια, σήμερα το Facebook είναι μία μεγάλη εταιρία με 500 εκατομμύρια χρήστες όπου 100 εκατομμύρια από αυτούς επισκέπτονται την ιστοσελίδα καθημερινά.

Πάνω από 30 εκατομμύρια χρήστες πλέον έχουν πρόσβαση από το κινητό τους τηλέφωνο στο Facebook μέσω των εφαρμογών που διαθέτει (Kinkorh Gunter, 2010). Διαθέτει πάνω από 900 άτομα προσωπικό με τεράστια δυναμική στο διαδίκτυο, ενώ αρκετοί είναι αυτοί που προβλέπουν ότι θα ξελιχθεί σε έναν δυνατό αντίπαλο της Google, αφού προσφέρει και πλατφόρμα ανάπτυξης, εφαρμογών και διαφημιστικό δίκτυο (Wikipedia, 2010).

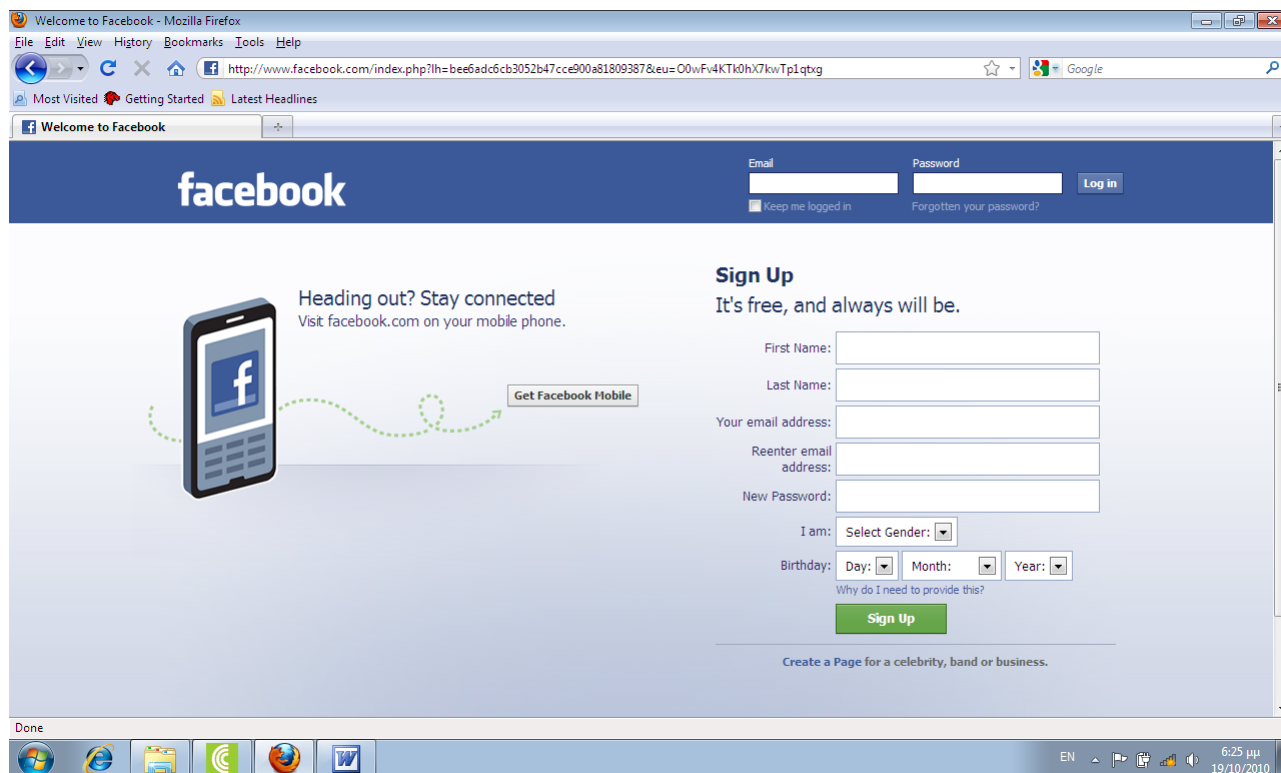
Η μεγάλη απήχηση του Facebook και η χρήση του, προσέλκυσε τόσο το ενδιαφέρον του κόσμου όσο και του Ντέιβιντ Φίντσερ που με την νέα του ταινία “⁶The social network” περιγράφει την ιστορία του Mark Zuckerberg και πως το Facebook κατάφερε να προσελκύσει εκατομμύρια χρήστες σε όλο τον κόσμο. Τα 23 εκατομμύρια δολάρια σε εισπράξεις έφτασε η ταινία τις τρεις πρώτες ημέρες της προβολής της στις αμερικανικές αίθουσες. Η ταινία έκανε πρεμιέρα στην Αμερική την Παρασκευή 1η Οκτωβρίου και κατάφερε αμέσως να κατακτήσει την πρώτη θέση του box office. Στην Ελλάδα η προβολή έγινε στις 27 Οκτωβρίου 2010. Σύμφωνα με πολλούς η ταινία αναμένεται να αγγίξει σε εισπράξεις μέχρι και τα 100 εκατομμύρια δολάρια. Είναι πολύ πιθανό μετά την επιτυχία της ταινίας, το Facebook να αποκτήσει μεγαλύτερη επισκεψιμότητα και ακόμα περισσότερους χρήστες σε όλο τον κόσμο.



Εικόνα 4. “The Social Network” η ταινία.

⁶ <http://www.protothema.gr/world/article/?aid=83835>

<http://www.cine.gr/film.asp?id=713846&page=4&session-id=04a4b56cd8ebea3afd39005c5948f196>



Εικόνα 5.Η κεντρική σελίδα του Facebook.

9.1.Λειτουργίες του Facebook

Οι χρήστες του, συνήθως το χρησιμοποιούν για να κρατάνε επαφή με τους φίλους και συνεργάτες τους είτε αυτοί ζουν στην ίδια χώρα είτε στο εξωτερικό. Δημιουργείται έτσι μια διαδικτυακή παρέα ανθρώπων που επικοινωνούν μεταξύ τους, μαθαίνει ο ένας τα νέα του άλλου, ανεβάζουν φωτογραφίες, ανακοινώνουν δραστηριότητες κτλ. Οι χρήστες του έχουν την δυνατότητα να έρθουν σε επαφή με ανθρώπους που έχουν κοινά ενδιαφέροντα, να συμμετάσχουν σε ομάδες της προτίμησής τους, να βρουν παλιούς φίλους, να γνωρίσουν καινούργιους ή ακόμα και να το χρησιμοποιήσουν για τις επαγγελματικές τους ανάγκες. Το Facebook είναι ένας δικτυακός τόπος που μπορεί να διευκολύνει και να εμπλουτίσει την επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων (Σιδέρη, 2009).

Η λογική στην οποία έχει στηριχτεί η σχεδίαση του Facebook από τις απαρχές του είναι ιδιαίτερα απλή. Αν και στην πρώτη έκδοσή του ο χρήστης μπορούσε εύκολα να χαθεί ανάμεσα στις εκατοντάδες εφαρμογές, η νέα έκδοση δίνει μεγαλύτερη έμφαση στο βασικό κορμό της υπηρεσίας, καθιστώντας την ακόμα πιο απλή στη χρήση. Οι διεπαφές

(interfaces) είναι πρακτικά και έξυπνα δομημένες, ώστε και οι πιο αρχάριοι να εξοικειώνονται εύκολα και να καταλαβαίνουν την λογική του. Για μεγαλύτερη ευκολία το κέντρο διαχείρισης είναι χωρισμένο σε επιμέρους τμήματα, καθένα από τα οποία περιλαμβάνει διαφορετικές επιλογές. Το κυριότερο ίσως μενού πλοήγησης του Facebook μπορούμε να το βρούμε στο πάνω μέρος της σελίδας. Πρόκειται για μια μπλε λωρίδα, η οποία εμφανίζεται σε κάθε σελίδα της υπηρεσίας που περιλαμβάνει συνδέσμους προς όλα τα σημαντικά σημεία. Πρώτα εμφανίζονται τρία εικονίδια εκ' των οποίων το πρώτο είναι, το εικονίδιο με τα **Αιτήματα φιλίας (Friend requests)** εμφανίζει ενημερώσεις σχετικά με το αν κάποιος θέλει να μας προσθέσει στην λίστα φίλων του. Εμείς με την σειρά μας αποφασίζουμε αν θα δεχτούμε το αίτημα φιλίας ή όχι.

Το δεύτερο είναι το εικονίδιο **Μηνυμάτων (Messages)**, όπου λαμβάνουμε ενημερώσεις για νέα μηνύματα που έχουμε και τρίτο το εικονίδιο **Ενημερώσεων (Notifications)** εμφανίζει τις πιο πρόσφατες ειδοποιήσεις που έχουμε λάβει είτε από το Facebook είτε από άλλες εφαρμογές. Δίπλα ακριβώς βρίσκεται το πεδίο αναζήτησης το οποίο είναι ιδιαίτερα χρήσιμο όχι μόνο γιατί μέσω αυτού έχουμε άμεση πρόσβαση στην αναζήτηση αλλά και γιατί εκτελεί αυτόματη αναζήτηση καθώς πληκτρολογούμε. Έτσι, μας δίνει την δυνατότητα να εντοπίσουμε σε δευτερόλεπτα ανθρώπους, φίλους, ομάδες, σελίδες, εφαρμογές κτλ. Ακολουθούν οι επιλογές **Αρχική σελίδα (Home)**, **Προφίλ (Profile)** (για τις οποίες θα αναφερθούμε στην συνέχεια) και ο **Λογαριασμός μου (Account)** που από εκεί μας πηγαίνει στο κέντρο διαχείρισης του λογαριασμού μας, όπου βρίσκονται οι ρυθμίσεις ασφάλειας και ιδιωτικότητας. Όπως είναι αναμενόμενο, πατώντας το σύνδεσμο **Αποσύνδεση (Logout)**, βγαίνουμε από την υπηρεσία.

9.1.1 Ο τοίχος (Wall)

Ο τοίχος είναι ουσιαστικά ένα μέρος από το οποίο μπορούμε να στέλνουμε σημειώσεις στο προφίλ των φίλων μας ή να αναρτούμε (post) πληροφορίες στο δικό μας προφίλ. Έχουμε τη δυνατότητα να κοινοποιήσουμε την κατάσταση στην οποία βρισκόμαστε οποιαδήποτε στιγμή και να προσθέσουμε βίντεο, φωτογραφίες και τραγούδια στον τοίχο μας αλλά και στον άλλων.

9.1.2 Πληροφορίες (Information)

Στις πληροφορίες προσφέρεται η δυνατότητα να εισαχθούν πληροφορίες για να χτιστεί ένα αναλυτικό προφίλ. Στην κατηγορία Βασικές Πληροφορίες του προφίλ μπορούμε να προσθέσουμε το φύλο, την ημερομηνία γέννησής μας, την οικογενειακή μας κατάσταση, τόπο διαμονής / καταγωγής, πολιτικές απόψεις, θρησκευτικές πεποιθήσεις, βιογραφικό καθώς και αγαπημένα αποφθέγματα. Επίσης υπάρχει η επιλογή προσθήκης πληροφοριών στην κατηγορία Εκπαίδευση και Εργασία αλλά και στην κατηγορία που περιλαμβάνονται οι Ασχολίες και τα Ενδιαφέροντα (μουσική, βιβλία, ταινίες, τηλεόραση). Τέλος στις προσωπικές μας πληροφορίες μπορούμε να βάλουμε το προσωπικό μας mail, τηλέφωνο, διεύθυνση αλλά και ιστοσελίδα.

9.1.3 Αρχική σελίδα (Home page)

Η αρχική σελίδα είναι η πρώτη που βλέπουμε μόλις εισέλθουμε στον λογαριασμό μας. Θεωρείται το κέντρο διαχείρισης ολόκληρης της υπηρεσίας. Μέσα από τις πληροφορίες και τις επιλογές που συναντάμε σε αυτή τη σελίδα ενημερωνόμαστε για τις δραστηριότητες των φίλων μας και διαχειριζόμαστε τις προσκλήσεις που μας έχουν στείλει.

Ο κύριος όγκος των πληροφοριών της αρχικής σελίδας περιλαμβάνεται στις βασικές επιλογές: Τελευταία νέα (News Feed), Πρόσφατα νέα (Live Feed), Σελίδες (Pages), Ενημέρωση κατάστασης (Status Update), Φωτογραφίες (Photos) και Συνδέσμους (Links).

Τελευταία νέα (News Feed): εμφανίζονται με χρονολογική σειρά διάφορες ενημερώσεις για τις πρόσφατες δραστηριότητες των φίλων μας. Για παράδειγμα, αν έχουμε αποκτήσει νέους φίλους, αν έχουν συμμετάσχει σε κάποια ομάδα, αν έχουν πάρει μέρος σε κάποιο κουίζ, αν έχει αλλάξει κάποιο από τα προσωπικά τους στοιχεία κ.τ.λ. Δίπλα σε κάθε ενημέρωση εμφανίζεται ο σύνδεσμος σχολιάστε (comment) για να σχολιάσουμε άμεσα την ενέργεια ενός φίλου μας, ενώ περνώντας τον δείκτη του ποντικιού πάνω από κάθε εγγραφή εμφανίζεται η επιλογή options, που μας δίνει απευθείας πρόσβαση σε περισσότερες πληροφορίες. Με τον σύνδεσμο επεξεργασία επιλογών (edit options) ρυθμίζουμε το είδος των ειδήσεων που μας ενδιαφέρουν περισσότερο, ενώ επίσης δημιουργούμε και λίστες με τα άτομα που μας ενδιαφέρουν περισσότερο και λιγότερο, ώστε οι ειδήσεις που θα λαμβάνουμε να είναι εκείνες που πραγματικά χρειαζόμαστε.

Πρόσφατα νέα (Live feed): η επιλογή αυτή έχει την ίδια λογική με την πρώτη, δηλαδή εμφανίζει νέα και ενημερώσεις φίλων μας. Η διαφορά της από το news feed είναι ότι παρουσιάζει σε πραγματικό χρόνο (σχεδόν) τις δραστηριότητες των φίλων μας, σε ότι και αν αφορούν αυτές. Και εδώ έχουμε τη δυνατότητα να σχολιάζουμε άμεσα τις ενέργειες των φίλων μας, όχι όμως και να ρυθμίζουμε το περιεχόμενο των πληροφοριών που εμφανίζονται. Άλλωστε, σκοπός αυτής της καρτέλας είναι να μας ενημερώνει για τις δραστηριότητες των φίλων μας τη δεδομένη στιγμή.

Ενημέρωση κατάστασης (Status Update): στην καρτέλα αυτήν παρουσιάζονται, πάλι με χρονολογική σειρά οι ενημερώσεις που έχουν κάνει οι φίλοι μας στην κατάστασή τους. Εμφανίζεται δηλαδή αυτό το πλαίσιο κειμένου που μπορούμε όλοι να συμπληρώσουμε, ώστε να ξέρουν οι φίλοι μας τι ακριβώς κάνουμε τη δεδομένη στιγμή. Επίσης, εξ ορισμού παρουσιάζονται και τα σχόλια των άλλων χρηστών για την κατάσταση των φίλων μας.

Φωτογραφίες (Photos): από τη συγκεκριμένη επιλογή βλέπουμε τις φωτογραφίες που έχουν προσθέσει οι φίλοι μας πρόσφατα ή αυτές όπου έχουν επισημανθεί.

Σύνδεσμοι (Links): στην καρτέλα αυτή βρίσκονται τα αντικείμενα που έχουν δημοσιεύσει οι φίλοι μας στο προφίλ τους. Αυτά είναι συνήθως σελίδες, φωτογραφίες και βίντεο. Ένα δημοσιευμένο αντικείμενο είναι στην ουσία μια «διαφήμιση» που μπορεί να κάνει ένας χρήστης ή ένας τρόπος για να εκφράσει την προτίμησή του σε κάτι.

Ένα άλλο σημαντικό εργαλείο σ' αυτή τη σελίδα είναι το πλαϊνό πλαίσιο των **Αιτημάτων (Requests)**. Σ' αυτό εμφανίζεται ο αριθμός των αιτήσεων φιλίας που έχουμε, ο αριθμός των αιτήσεων συμμετοχής σε γεγονότα και φυσικά ο αριθμός των υπόλοιπων αιτήσεων που προέρχονται από ομάδες και εφαρμογές.

9.1.4 Οι εκδηλώσεις (Events)

Η εφαρμογή μας επιτρέπει να δεχόμαστε και να στέλνουμε προσκλήσεις για γεγονότα όπως συναντήσεις, live, πάρτι κ.τ.λ. Αφού λάβουμε μία πρόσκληση για ένα γεγονός θα πρέπει να απαντήσουμε αν σκοπεύουμε να συμμετέχουμε ή όχι. Επίσης, για κάθε γεγονός δημιουργείται μία σελίδα / ομάδα, όπου οι προσκεκλημένοι χρήστες ανταλλάσσουν μηνύματα και επικοινωνούν.

9.1.5 Οι φωτογραφίες (Photos)

Η πιο γνωστή ίσως λειτουργία της υπηρεσίας είναι οι φωτογραφίες. Ένα από τα πρώτα πράγματα που κάνουν οι χρήστες του Facebook είναι να προσθέτουν φωτογραφίες για να τις μοιράζονται με τους φίλους τους. Σε μία φωτογραφία μπορούμε να προσθέσουμε σχόλια, καθώς και ετικέτες. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας άλμπουμ, δίνοντας κάποιες γενικές πληροφορίες για το σύνολο των φωτογραφιών.

9.1.6 Βίντεο (Video)

Εκτός από φωτογραφίες το Facebook επιτρέπει το ανέβασμα βίντεο στο προφίλ. Δεν λείπει βέβαια και η πολύ ενδιαφέρουσα δυνατότητα σχολίων επί των βίντεο, καθώς και η «διαφήμιση» των βίντεο στο προφίλ μας. «Παιχνίδι» γίνεται και με την εισαγωγή λέξεων – κλειδιών (tags), τα οποία αφορούν στο περιεχόμενο των εικόνων ή των βίντεο. Αν, για παράδειγμα, εισάγουμε ως tag το όνομά μας, οι φίλοι μας θα μπορούν να εντοπίσουν το βίντεο που έχει ως θέμα εμάς.

9.1.7 Σελίδες (Pages) / Ομάδες (Groups)

Ο καθένας μπορεί να αποκτήσει μία σελίδα / ομάδα στο Facebook. Το περιβάλλον είναι πρακτικό και διασκεδαστικό για προσωπική χρήση, αλλά ακατάλληλο για επαγγελματική. Εν αντιθέσει μπορεί να χρησιμοποιήσει την εσωτερική εφαρμογή ομάδες (groups). Με αυτήν θα δημιουργήσει εύκολα έναν «ηλεκτρονικό σύλλογο» από φίλους για ποικίλα θέματα και ενίοτε για επαγγελματικά. Επίσης, θα προωθήσει οποιαδήποτε ιδέα και θα προσελκύσει οπαδούς ανακοινώνοντας διάφορα συμβάντα μέσα από το προσωπικό forum. Και αυτή όμως η λύση δεν προσφέρεται για κάτι αμιγώς επαγγελματικό, αφού η κατηγορία στην οποία ανήκει περιέχει τελείως ετερόκλητες ομάδες.

9.1.8 Μηνύματα (Messages)

Το Facebook επιτρέπει τη δημιουργία και την αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων μεταξύ των χρηστών του. Για να δούμε τα μηνύματα που έχουμε λάβει ή για να στείλουμε τα δικά μας, επιλέγουμε τον σύνδεσμο Εισερχόμενα (Inbox). Εκεί εμφανίζονται τα μηνύματα που έχουμε λάβει, αυτά που έχουμε στείλει και οι Ανανεώσεις (Updates). Οι ανανεώσεις είναι ενημερώσεις που λαμβάνουμε από εφαρμογές και σελίδες. Τα

εισερχόμενα μηνύματα είναι δυνατόν να τα ταξινομήσουμε, να τα μαρκάρουμε ως αναγνωσμένα ή μη αναγνωσμένα και φυσικά να τα διαγράψουμε, όπως θα κάναμε σε οποιοδήποτε πρόγραμμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Τα μηνύματα που ανταλλάσσουμε με τους φίλους μας παρουσιάζονται σε μορφή συνομιλίας και μας δίνουν την δυνατότητα να επικοινωνούμε ασύγχρονα με τους φίλους μας και όχι μόνο. Για να συνθέσουμε το δικό μας μήνυμα, αρκεί να πατήσουμε το σύνδεσμο Σύνταξη μηνύματος (Compose message) στα δεξιά του παραθύρου. Δεν χρειάζεται να ξέρουμε την διεύθυνση ενός χρήστη για να του στείλουμε μήνυμα. Αρκεί να γνωρίζουμε το όνομα του και απλώς, πληκτρολογώντας στο πεδίο Προς (To), να το επιλέξουμε από την αυτόματη αναζήτηση. Μπορούμε να εμπλουτίσουμε τα μηνύματα μας, ώστε να μην περιέχουν μόνο κείμενο, προσθέτοντας διάφορα “δώρα”.

Επιπλέον στην δεξιά πλευρά της Αρχικής σελίδας (Home) βρίσκονται συντομεύσεις προς τις σημαντικότερες εφαρμογές, ενώ επιλέγοντας τον ίδιο τον σύνδεσμο **Εφαρμογές (Applications)** βλέπουμε άμεσα όλες τις εφαρμογές που έχουμε εγκαταστήσει (για παράδειγμα παιχνίδια). Τέλος, στην κάτω μπάρα του Facebook υπάρχει η **Ανταλλαγή στιγμιαίων μηνυμάτων (Chat)**, από το οποίο βλέπουμε ποιοι φίλοι μας είναι συνδεδεμένοι και συνομιλούμε μαζί τους σε πραγματικό χρόνο. Οι υπόλοιπες ρυθμίσεις της εφαρμογής βρίσκονται στην επιλογή Ρυθμίσεις (Settings), ενώ αν δεν επιθυμούμε να συνομιλήσουμε με τους φίλους μας έχουμε την δυνατότητα να εμφανιζόμαστε εκτός σύνδεσης (Offline). Στο τέλος της σελίδας υπάρχει η δυνατότητα να επιλέγουμε την γλώσσα στην οποία θέλουμε να εμφανίζεται το Facebook, από τη λίστα των διαθέσιμων γλωσσών. Πάνω από 40 γλώσσες είναι διαθέσιμες στην ιστοσελίδα και πολλές ακόμα βρίσκονται σε εξέλιξη (Kinkorh Gunter, 2010). Επίσης, μπορούμε να συμμετάσχουμε στην μετάφραση μιας γλώσσας, μεταφράζοντας άμεσα τους όρους των εφαρμογών και των λειτουργιών που χρησιμοποιούμε. Επιλέγοντας τον σύνδεσμο Translations Application, μεταφερόμαστε στην κεντρική σελίδα των μεταφράσεων, από όπου παίρνουμε και άλλες πληροφορίες, όπως ποιοι όροι δεν έχουν ακόμη μεταφραστεί και ποιοι δεν θεωρούνται δόκιμοι. Έτσι, συμμετέχουμε και εμείς όσο και όπως μπορούμε.

10. Επαγγελματική σελίδα στο Facebook

Η λύση για μια αυστηρώς επαγγελματική παρουσία στο Facebook είναι το Facebook Pages, το οποίο δημιουργήθηκε το Νοέμβριο του 2007. Σε μια σελίδα Page παρέχονται οι υπηρεσίες και το σημαντικότερο επικοινωνεί με τον έξω δικτυακό κόσμο όπως μια σελίδα, για παράδειγμα στο ⁷My Space. Κατά την δημιουργία μιας σελίδας ζητείται ως πρώτο βήμα το επιθυμητό όνομα της και ο κλάδος που θα εκπροσωπεί. Κατόπιν, ο χρήστης μπορεί να την σχεδιάσει προσθέτοντας πληροφορίες, εικόνες και πολλά εργαλεία, όπως στατιστικά που βοηθούν στην μελέτη της δικτυακής κίνησης. Για να δημοσιευθεί μια σελίδα και να εγκριθεί ζητούνται δικαιολογητικά. Όταν εγκριθεί θα αποκτήσει μια φιλική URL τύπου www.facebook/ONOMA.

11. Visual Bookshelf

Η «οπτική βιβλιοθήκη» του Facebook λειτουργεί ακριβώς όπως και οι ταξιδιωτικές συμβουλές. Η εφαρμογή μπορεί να είναι χρήσιμη απλά και μόνο για να δείξουμε στους φίλους μας τις λογοτεχνικές μας προτιμήσεις. Είναι αλήθεια ότι μπορούμε να διαμορφώσουμε τη γνώμη μας για κάποιον κρίνοντάς τον από τη βιβλιοθήκη του. Στην περίπτωση πάντως του Visual Bookshelf, μην ξεχνάμε ότι δεν βλέπουμε την πραγματικό, αλλά το εικονικό του περιβάλλον. Φυσικά, ακόμη και αυτή παρέχει χρήσιμες ενδείξεις ωστόσο υπάρχει πάντα η αμφιβολία για το αν τα βιβλία που περιλαμβάνονται εκεί κατέχουν ανάλογη θέση στην πραγματική βιβλιοθήκη ενός φίλου μας. Ο προβληματισμός αυτός ισχύει για όλα τα κοινωνικά δίκτυα, τα οποία αποδεικνύονται χρήσιμα όταν κάποιος έχει εισαγάγει πραγματικά στοιχεία. Αν το έχει κάνει πάντως, θα βοηθηθεί από εφαρμογές όπως η Visual Bookshelf.

Καταρχάς, μπορεί να δει τις βιβλιοθήκες των υπόλοιπων φίλων του και ανάμεσα σε αυτές να ανακαλύψει διαμάντια. Ύστερα έχει τη δυνατότητα να διαβάσει κριτικές και

⁷ <http://www.myspace.com/>

απόψεις για κάθε βιβλίο που έχει διαβάσει ή ενδιαφέρεται να διαβάσει. Φυσικά, υπάρχει και ένας σύνδεσμος που οδηγεί στο Amazon⁸, προκειμένου να αγοράσει κάποιος ένα από τα βιβλία που περιγράφονται στο Visual Bookshelf. Αυτός είναι και ο βασικός λόγος για τον οποίο η Living Social⁹, μία εταιρεία δικτυακών υπηρεσιών, ανέπτυξε τη δικτυακή αυτή βιβλιοθήκη. Πέρα όμως από τις αγορές, το Visual Bookshelf φαίνεται χρήσιμο αν αγαπάμε το βιβλίο. Η εκμετάλλευση του Amazon δίνει στην εφαρμογή τη δυνατότητα να πραγματοποιεί συστάσεις (Recommendation) βιβλίων που πολύ συχνά θα αποδεικνύονται χρήσιμες, ειδικά αν έχουμε υπάρξει ειλικρινείς στην εισαγωγή των στοιχείων μας. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η κατηγορία Ηγέτες (Leaders), στην οποία η εφαρμογή παραθέτει αποσπάσματα και συμβουλές από τα στοιχεία που έχουν εισαγάγει διάφοροι χρήστες οι οποίοι, με βάση μια σειρά από κριτήρια, έχουν χαρακτηριστεί «ηγέτες» στο είδος των βιβλίων που διαβάζουμε.

12. Facebook και Βιβλιοθήκες

Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας κάνει αισθητή την παρουσία της σε όλους τους τομείς της καθημερινότητας. Αυτή η τεχνολογική ανάπτυξη, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη παραγωγή γνώσης έδωσαν μια νέα τροπή στο χώρο της πληροφόρησης. Έρευνες έχουν καταγράψει την ολοένα αυξανόμενη χρήση των νέων τεχνολογιών στη διαδικασία μάθησης, κυρίως από παιδιά και νεαρά άτομα. Το ενδιαφέρον των νέων σήμερα κλίνει προς τις νέες τεχνολογίες και συγκεκριμένα στα κοινωνικά δίκτυα τα οποία πλέον έχουν αποτελέσει αναγκαίο κομμάτι της καθημερινότητας.

Καθώς η τεχνολογία έχει εισχωρήσει στους περισσότερους τομείς και παρατηρώντας τη σταδιακή συγχώνευση πληροφορίας – τεχνολογίας, πολιτιστικοί φορείς όπως οι βιβλιοθήκες, προσπαθούν να παραμείνουν “ζωντανές” επαναπροσδιορίζοντας το ρόλο τους μέσα σε αυτό το περιβάλλον, εφόσον θέλουν να συνεχίσουν να αποτελούν κέντρα

⁸ www.amazon.com

⁹ <http://livingsocial.com>

διαχείρισης της πληροφορίας, δημιουργικής μάθησης και προώθησης της νέας τεχνολογίας.

Συγκεκριμένα, η χρήση των κοινωνικών δικτύων στην Ελλάδα και ιδιαίτερα του Facebook έχει αρχίσει να επιδρά σε πολλούς τομείς αγγίζοντας ακόμα και την εκπαίδευση. Οι υπηρεσίες που διαθέτει το Facebook, η ελεύθερη πρόσβαση και η εύκολη χρήση του αποτελούν πόλο έλξης για την βιβλιοθήκη και αν αξιοποιηθούν σωστά, σύμφωνα με τις ανάγκες των χρηστών και τον τρόπο που επιθυμούν να λαμβάνουν τη γνώση τους, μπορούν να αποτελέσουν ένα νέο μέσο πληροφόρησης. Παρ' όλα αυτά, υπάρχει και ένα ποσοστό χρηστών που αντιμετωπίζει το Facebook στον χώρο των βιβλιοθηκών με επιφυλακτικότητα.

Μέσα από το Facebook οι βιβλιοθήκες προσπαθούν να έχουν μια διαδραστική και αμφίδρομη επικοινωνία με τους χρήστες και τους φίλους τους, να ενημερώσουν τους χρήστες τους για ότι νέο συμβαίνει στον χώρο της βιβλιοθήκης, να προωθήσουν τις εκδηλώσεις και τις υπηρεσίες τους, να διεξαγάγουν ψηφοφορίες αλλά και να λάβουν ιδέες, εισηγήσεις και παράπονα. Το Facebook προσφέρει την δυνατότητα ανάρτησης φωτογραφιών και βίντεο ενώ επιτρέπει στα μέλη του να αφήνουν προσωπικά και δημόσια μηνύματα, να κάνουν chat κτλ. Συμπεραίνουμε ότι δεν πρέπει να είμαστε αρνητικοί στις τεχνολογικές εξελίξεις, αλλά με κάποια επιφύλαξη να αντιμετωπίζουμε τις αλλαγές που γίνονται στην εκπαίδευση και συγκεκριμένα στον χώρο των βιβλιοθηκών.

Στην Ελλάδα έχουν δημιουργήσει Facebook οι παρακάτω βιβλιοθήκες:

- Βιβλιοθήκη Λιβαδειάς, <http://www.facebook.com/levadia.library>
- Δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη Σερρών, <http://www.facebook.com/group.php?gid=52597199720&ref=search>
- Δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη Βέροιας, <http://www.facebook.com/pages/Veroia-Greece/DEMOSIA-KENTRIKE-BIBLIOTHEKE-BEROIAS/293700660490?ref=search>
- Βιβλιοθήκη και Κέντρο Πληροφόρησης Χαροκοπείου, <http://www.facebook.com/group.php?gid=46376183291&ref=search>
- Δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη Σάμου, <http://www.facebook.com/profile.php?id=100000132917957&ref=search>

- Δημοτική Βιβλιοθήκη Κατερίνης (Εκάβη), <http://www.facebook.com/pages/Katerini-Greece/DEMOTIKE-BIBLIOTHEKE-KATERINES-EKABE/27228606068?ref=search>
- Δημοτική Βιβλιοθήκη Καμείρου, <http://www.facebook.com/group.php?gid=74452817881&ref=search>
- Μορφωτικός Σύνδεσμος Βαρβασίου Χίου Βιβλιοθήκη «Φάρος», <http://www.facebook.com/group.php?gid=83932293413&ref=search>
- Βιβλιοθήκη Πανεπιστημίου Κύπρου, <http://www.facebook.com/group.php?gid=168293351692&ref=search>
- Κωνσταντινίδειος Βιβλιοθήκη, <http://www.facebook.com/pages/Koresos-Kastorias/Konstantinideios-Bibliotheke/343969846749?ref=search>
- Μεγάλη Μουσική Βιβλιοθήκη της Ελλάδος "Λίλιαν Βουδούρη", <http://www.facebook.com/pages/Athens-Greece/Megale-Mousike-Bibliotheke-tes-Ellados-Lilian-Boudoure/162858831325?ref=search>
- Δημοτική Βιβλιοθήκη Δήμου Ορχομενού, <http://www.facebook.com/pages/DEMOTIKE-BIBLIOTHEKE-DEMOU-ORCHOMENOU/195138911461?ref=search>
- Δημοτική Βιβλιοθήκη Ευόσμου, <http://www.facebook.com/pages/DEMOTIKE-BIBLIOTHEKE-EUOSMOU/129917140384780?ref=search>
- Βιβλιοθήκη Τεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδας, <http://www.facebook.com/pages/Athens-Greece/Bibliotheke-Technikou-Epimeleteriou-Elladas/311572320535?ref=search>
- Αργολική Αρχαική Βιβλιοθήκη Ιστορίας & Πολιτισμού. <http://www.facebook.com/pages/Argolike-Archeiake-Bibliotheke-Istorias-Politismou/155138497837067?ref=search>
- Βιβλιοθήκη Λυκείου Τυμπακίου, <http://www.facebook.com/pages/Tympaki-Krete/Bibliotheke-Lykeiou-Tympakiou/112759618752568?ref=search>
- Αιάντειος Δημόσια Βιβλιοθήκη Αταλάντης, <http://www.facebook.com/pages/Aianteios-Demosia-Bibliotheke-Atalantes/145717842132493>
- Παιδική Βιβλιοθήκη Μίμης Βασιλόπουλος, <http://www.facebook.com/profile.php?id=100000673003466&ref=search>

- Δημοτική Βιβλιοθήκη Μυκόνου, <http://www.facebook.com/pages/Mykonos-Greece/DEMOTIKE-BIBLIOTHEKE-MYKONOUMUNICIPALITY-LIBRARY-OF-MYKONOS/43033985002?ref=search>
- Βιβλιοθήκη και Κέντρο Πληροφόρησης του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων, <http://www.facebook.com/group.php?gid=65638270768>

13. Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα του Facebook

13.1. Πλεονεκτήματα

Τα κοινωνικά δίκτυα είναι από τους πιο εύκολους τρόπους επικοινωνίας συγκριτικά με άλλες διαθέσιμες μορφές επικοινωνίας¹⁰ μέσα από τα δίκτυα υπολογιστών. Η ελεύθερη πρόσβαση στην πληροφορία και η ευκολία στη χρήση του αποτελούν τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματά του. Προσφέρει δυνατότητα επικοινωνίας με άλλα άτομα και ανάλογα με τα ενδιαφέροντά τους, δίνει τη δυνατότητα συγκρότησης κοινών ομάδων. Είναι εύκολο στη χρήση και αποτελεί έναν εναλλακτικό τρόπο ζωής και σε αρκετές περιπτώσεις, μέσω της εφαρμογής αυτής, επιτυγχάνεται επανασύνδεση χρηστών με παλιούς τους φίλους. Επίσης, λειτουργεί και σαν ένα μέσο ψυχαγωγίας και διασκέδασης μέσω των ποικίλων εφαρμογών που διαθέτει. Τέλος, προσφέρει τη δυνατότητα στο χρήστη να απελευθερώσει το συναίσθημα και να εκδηλώσει τον εσωτερικό του κόσμο.

13.2. Μειονεκτήματα

Βασικό μειονέκτημα του Facebook είναι η εύκολη πρόσβαση σε προσωπικά δεδομένα του κάθε χρήστη και η άμεση πρόσκτηση και επεξεργασία τους από τρίτους. Επιπλέον, μειονέκτημα του Facebook είναι η διατήρηση των προσωπικών στοιχείων του κάθε χρήστη

¹⁰ Όπως για παράδειγμα το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) και η ανταλλαγή στιγμιαίων μηνυμάτων (chat).

ακόμη και όταν αυτός διαγραφεί από τη σελίδα. Αυτή είναι μία παράμετρος που προβληματίζει τους χρήστες έτσι ώστε να αποτρέπει τη συμμετοχή νέων μελών. Το πλήθος των εφαρμογών με τις συνεχείς προσκλήσεις σε κουίζ (quiz) και τεστ (test) χαμηλού επιπέδου έχει ως αποτέλεσμα να κουράζει τους χρήστες. Πολλοί χρήστες θεωρούν ότι αποτελεί μια παροδική “μόδα” που σύντομα θα αντικατασταθεί από μία νέα μορφή κοινωνικού δικτύου. Ο χαρακτήρας των ανθρωπίνων σχέσεων είναι απρόσωπος διότι οι χρήστες δαπανούν ένα σημαντικό μέρος του χρόνου τους σε μία ιδιότυπη σχέση που δεν προάγει τη ζωντανή επικοινωνία όπως αυτή που αποκτούν οι νέοι που χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Συχνά το γλωσσικό επίπεδο των χρηστών είναι περιορισμένο εξαιτίας της οικειότητας ενώ δεν παραλείπονται φαινόμενα ύβρεων και αθυροστομίας.

14. Βιβλιογραφική επισκόπηση

Οι παρακάτω έρευνες που πραγματοποιήθηκαν σε ξένα πανεπιστήμια σε σύγκριση με την έρευνά μας στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας και στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης καταλήγουν σε παρεμφερή συμπεράσματα.

Σύμφωνα με την παρακάτω μελέτη οι ερευνητές σχεδίασαν μια έρευνα για να αναλύσουν την χρήση του δημοφιλούς κοινωνικού δικτύου Facebook στις ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες επιστήμης υγείας. Για να είναι αξιόπιστη η έρευνα επιλέχθηκαν διευθυντές από βιβλιοθήκες ή μέλη βιβλιοθηκών. Γι’ αυτό τον λόγο, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο το οποίο αποτελούνταν από δυο μέρη. Αν δηλαδή στην ερώτηση «Έχει η βιβλιοθήκη σας Facebook;» η απάντηση ήταν «ναι» μεταφέρονταν οι χρήστες σε ερωτήσεις για μελλοντικές χρήσεις του Facebook, βελτιώσεις και γενικές ερωτήσεις κοινωνικού ενδιαφέροντος. Αν η απάντηση ήταν «όχι» μεταφέρονταν σε ερωτήσεις τύπου για πιο λόγο δεν διατηρούν προφίλ στο Facebook.

Η έρευνα εστάλη σε 144 επικεφαλείς βιβλιοθηκών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) και διήρκεσε 2 εβδομάδες. Μετά την πρώτη εβδομάδα στάλθηκε ένα e-mail για υπενθύμιση. Από τις 144 προσκλήσεις που στάλθηκαν σε επικεφαλείς βιβλιοθηκών, οι 72

απάντησαν σε ποσοστό 50%. Μόνο 9 (12,5%) από τους ερωτηθέντες ανέφεραν πως οι βιβλιοθήκες τους διατηρούν σελίδα στο Facebook ενώ οι υπόλοιποι 61 (85%) απάντησαν πως οι βιβλιοθήκες τους δεν έχουν Facebook. Οι υπόλοιποι 2 (3%) δεν γνωρίζουν αν έχουν. Όλοι τους όμως απάντησαν πως γνωρίζουν το Facebook και είναι εξοικιωμένοι με αυτό (Hendrix, Chiarella, 2009).

Την δεύτερη έρευνα έκανε η Jane Secker (2008) από το πανεπιστήμιο του London School of Economics and Political Science. Στο άρθρο αυτό ερευνήθηκε η χρησιμότητα κοινωνικών δικτύων και συγκεκριμένα του Facebook ως εργαλείο, έτσι ώστε εικονικά ράφια βιβλίων και κάθε είδους συγγράματα να μπορούν να μοιραστούν με άλλους. Γι' αυτόν τον λόγο αποφασίστηκε η έρευνα του συγκεκριμένου κοινωνικού ιστού και πως οι βιβλιοθηκονόμοι χρησιμοποιούν αυτό το εργαλείο με βάση τις προσωπικές τους εμπειρίες κατά την διάρκεια αυτής της μελέτης. Ο λόγος που χρησιμοποιήθηκε αποκλειστικά το Facebook έχει να κάνει με την ραγδαία αύξηση του κοινωνικού αυτού ιστού παγκοσμίως που προέκυψε από την μεγάλη κάλυψη των Μ.Μ.Ε.

Η οργανωτική επιτροπή της μελέτης LASSIE αποτελείται από εννέα άτομα, από τα οποία τα πέντε συμμετείχαν στο Facebook, και γρήγορα γίνανε «φίλοι». Το έκτο μέλος συμμετείχε στο Facebook για καθαρά κοινωνικούς λόγους, αλλά ποτέ δεν το αποκάλυψε στην ομάδα. Τα υπόλοιπα τρία μέλη δεν συμμετείχαν ποτέ ή δεν το δήλωσαν ποτέ στην ομάδα. Τα αποτελέσματα ποικίλουν: Άτομα που δεν δήλωσαν συμμετοχή, βρίσκουν πως απαιτεί αρκετό χρόνο και προτιμούν να κάνουν κάτι διαφορετικό, καθώς επίσης πως υπάρχουν αρκετά θέματα ασφάλειας. Άλλοι προτιμούν διαφορετικούς τρόπους επικοινωνίας από το Facebook. Άτομα που συμμετείχαν στο Facebook το έκαναν απλώς για κοινωνικούς σκοπούς, για υποστήριξη κοινωνικών ομάδων ή το βρήκαν χρήσιμο για μια πρώτη επικοινωνία με τους καθηγητές τους. (Secker, 2008)

Σύμφωνα με τη δική μας έρευνα αν και ένα μεγάλο ποσοστό ερωτηθέντων διατηρεί προφίλ στο Facebook, δεν χρησιμοποιεί ή δεν γνωρίζει για τις υπηρεσίες που διαθέτουν οι βιβλιοθήκες μέσω του κοινωνικού δικτύου. Παρόλα αυτά τα ποσοστά της έρευνας δείχνουν πως ως χρήστες θα ήθελαν να χρησιμοποιούν στη βιβλιοθήκη κατά την αναζήτηση το Facebook ως πηγή πληροφόρησης και πως προτιμούν την πρόσβαση από την ιστοσελίδα της βιβλιοθήκης.

Συγκρίνοντας τις μελέτες που πραγματοποιήθηκαν στα ξένα πανεπιστήμια με την έρευνά μας συμπεραίνουμε πως το Facebook δεν έχει ενταχθεί ως εφαρμογή στις περισσότερες βιβλιοθήκες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Επίσης οι Έλληνες χρήστες τείνουν να ενδιαφέρονται περισσότερο από τους χρήστες στα ξένα πανεπιστήμια για την εφαρμογή του στις βιβλιοθήκες. Παρουσιάζει ενδιαφέρον το γεγονός πως οι χρήστες του εξωτερικού προτιμούν να επικοινωνούν με διαφορετικούς τρόπους σε αντίθεση με τους Έλληνες που δείχνουν να το χρησιμοποιούν περισσότερο.

15. Ανάλυση της έρευνας με ερωτηματολόγιο

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήχθη στους φοιτητές του Τμήματος Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης και του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και είχε ως θέμα την «Εφαρμογή και χρήση του Facebook στις Ελληνικές βιβλιοθήκες». Από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψαν κάποια χρήσιμα συμπεράσματα τα οποία και αναφέρονται παρακάτω.

Τα στατιστικά δεδομένα προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν από τους φοιτητές που συμμετείχαν στην έρευνα. Η ανάλυση των απαντήσεων έγινε από το την εφαρμογή Excel του Microsoft Office.

Στην έρευνα συμμετείχαν 100 φοιτητές, οι οποίοι απάντησαν σε όλες τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.

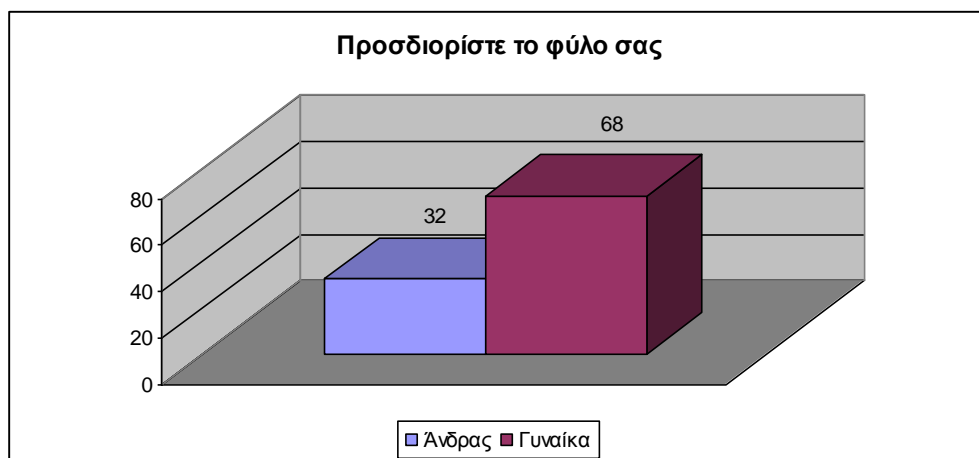
Προσδιορίστε το φύλο σας.¹¹ (ερ. 1)

Προσδιορίστε το φύλο σας	Ποσοστό
Άνδρας	32%
Γυναίκα	68%

Η πρώτη ερώτηση αφορούσε το φύλο αυτών που συμμετείχαν στην έρευνα. Από τους 100

¹¹ Ο κωδικός [ερ.1 / Ερώτηση. Αριθμός] παραπέμπει στην αντίστοιχη ερώτηση του ερωτηματολογίου (βλέπε Παράρτημα ι)

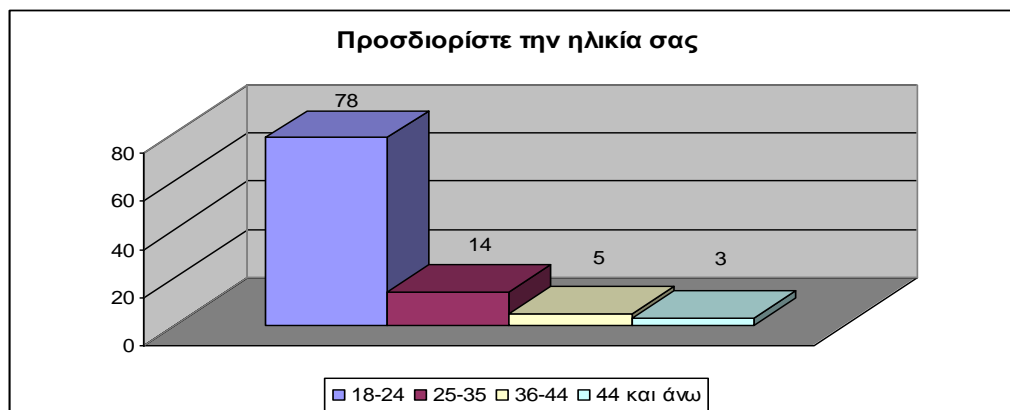
που απάντησαν στην ερώτηση, οι 68 (68%) ήταν γυναίκες και μόλις 32 (32%) ήταν άνδρες.



Προσδιορίστε την ηλικία σας. (ερ. 2)

Προσδιορίστε την ηλικία σας	Ποσοστό
18-24	78%
25-35	14%
36-44	5%
44 και άνω	3%

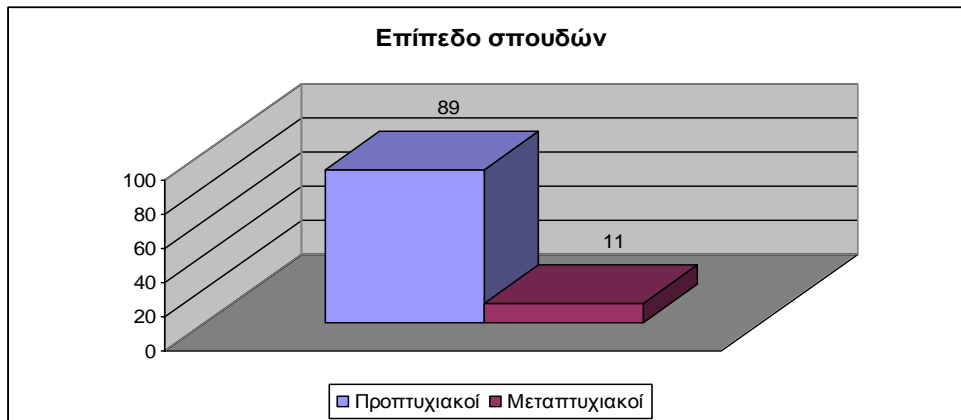
Τα αποτελέσματα έδειξαν πως ο μεγαλύτερος αριθμός ερωτηθέντων που απάντησαν βρίσκεται στις ηλικίες από 18-24, με ποσοστό 78%. Ακολουθούν οι ηλικίες 25-35 που καταλαμβάνουν ποσοστό 14%. Στις ηλικίες 36-44 (5%) και 44 και άνω (3%) τα ποσοστά είναι ελάχιστα.



Επίπεδο σπουδών (ερ. 3)

Επίπεδο σπουδών	Ποσοστό
Προπτυχιακοί	89%
Μεταπτυχιακοί	11%

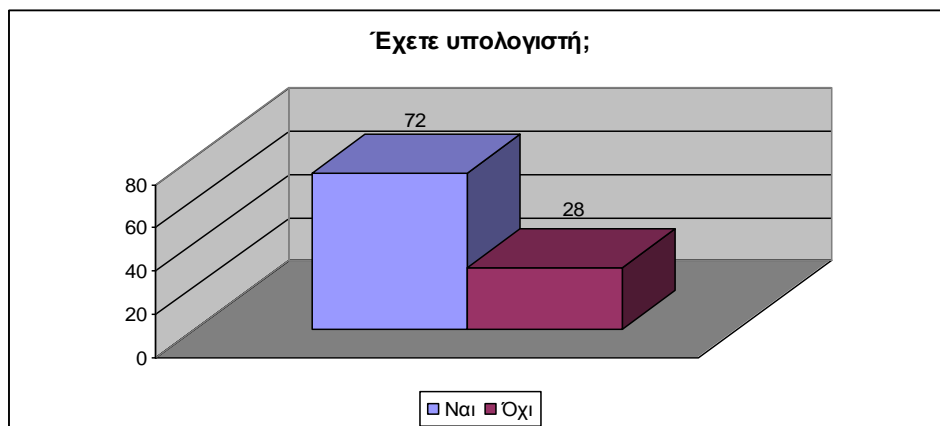
Στην ερώτηση αυτή 89 (89%) ερωτηθέντες απάντησαν πως ανήκουν στην κατηγορία των προπτυχιακών φοιτητών και μόλις 11 (11%) στην κατηγορία των μεταπτυχιακών.



Έχετε υπολογιστή; (ερ. 4)

Έχετε υπολογιστή;	Ποσοστό
Ναι	72%
Όχι	28%

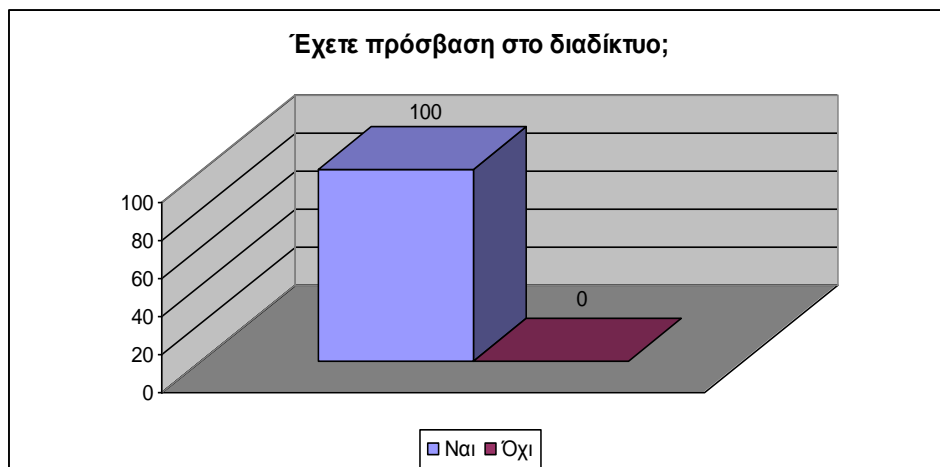
Οι 72 (72%) συμμετέχοντες στην έρευνα διαθέτουν ηλεκτρονικό υπολογιστή και οι υπόλοιποι 28 (28%) απάντησαν πως δεν έχουν. Πλέον, οι περισσότεροι φοιτητές έχουν δικό τους υπολογιστή και αυτό είναι θετικό γιατί εξοικειώνονται με τις νέες τεχνολογίες, οι οποίες παίζουν πια σημαντικό ρόλο στο επάγγελμα του βιβλιοθηκονόμου και όχι μόνο. Ειδικά όσοι ασχολούνται με τα κοινωνικά δίκτυα αποκτούν ένα προβάδισμα καθώς μαθαίνουν να τα χρησιμοποιούν έξω από το πλαίσιο των μαθημάτων και ίσως αυτός ο τρόπος να τους κάνει να δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον.



Έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο; (ερ.5)

Έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο;	Αριθμός	Ποσοστό
Ναι	100	100%
Όχι	0	0%

Όλοι οι ερωτηθέντες απάντησαν πως έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι οι ερωτηθέντες μπορούσαν να επιλέξουν περισσότερες από μία απαντήσεις στην συνδετική ερώτηση που ακολουθεί.

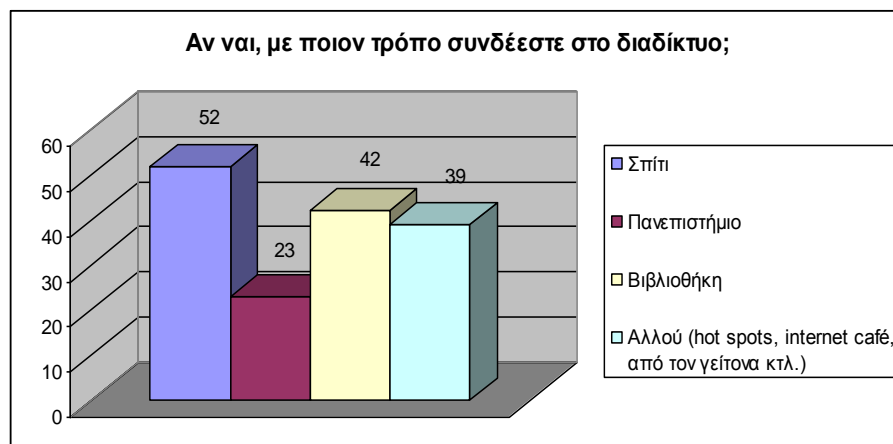


Αν ναι, με ποιον τρόπο συνδέεστε στο διαδίκτυο; (μπορείτε να απαντήσετε σε περισσότερες από μια επιλογές)

Αν ναι με ποιον τρόπο συνδέεστε στο διαδίκτυο; (μπορείτε να απαντήσετε σε περισσότερες από μια επιλογές)	Ποσοστό
Σπίτι	52%
Πανεπιστήμιο	23%
Βιβλιοθήκη	42%
Αλλού (hot spots, internet café, από τον γείτονα κτλ.)	39%

Οι 52 (52%) από τους ερωτηθέντες απάντησαν πως έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο από το σπίτι τους. Από τον χώρο του Πανεπιστημίου πρόσβαση έχουν 23 (23%) άτομα, ενώ από την βιβλιοθήκη 42 (42%). Η τελευταία επιλογή που δινόταν ήταν το “αλλού” (hot spots, internet café, από τον γείτονα κτλ.), όπου και εκεί μας απάντησαν 39 (39%) φοιτητές, ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό.

Τα “¹²hotspots” συνήθως παρέχουν δωρεάν πρόσβαση στους χρήστες, ενώ κάποια από αυτά αν και δωρεάν προϋποθέτουν την εγγραφή των χρηστών. Τέτοια σημεία μπορεί να βρει κανείς σε χώρους βιβλιοθηκών, στα Ανώτερα και Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, σε κεντρικές πλατείες, αεροδρόμια, καφετέριες κ.λπ.



¹² Ένα “hotspot” είναι μία περιοχή που προσφέρει σύνδεση στο Διαδίκτυο σε ένα ασύρματο τοπικό δίκτυο μέσω ενός δρομολογητή που είναι συνδεδεμένος με μία υπηρεσία παροχής Internet. Τα “hotspots” συνήθως χρησιμοποιούν την τεχνολογία Wi-Fi για το ασύρματο δίκτυο (Wikipedia 2010).

Από το Σπουδαστήριο του Τμήματος Βιβλιοθηκονομίας αλλά και από την βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Μακεδονίας παρέχεται στους χρήστες ασύρματο Internet. Αυτό δείχνει ότι μεριμνούν για τους φοιτητές και τους παρέχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο για να διεξάγουν τις έρευνές τους ή για ενημερωτικούς λόγους.

Πόσες ώρες σε εβδομαδιαία βάση χρησιμοποιείτε τον Η/Υ, για τους παρακάτω λόγους; (ερ. 6)

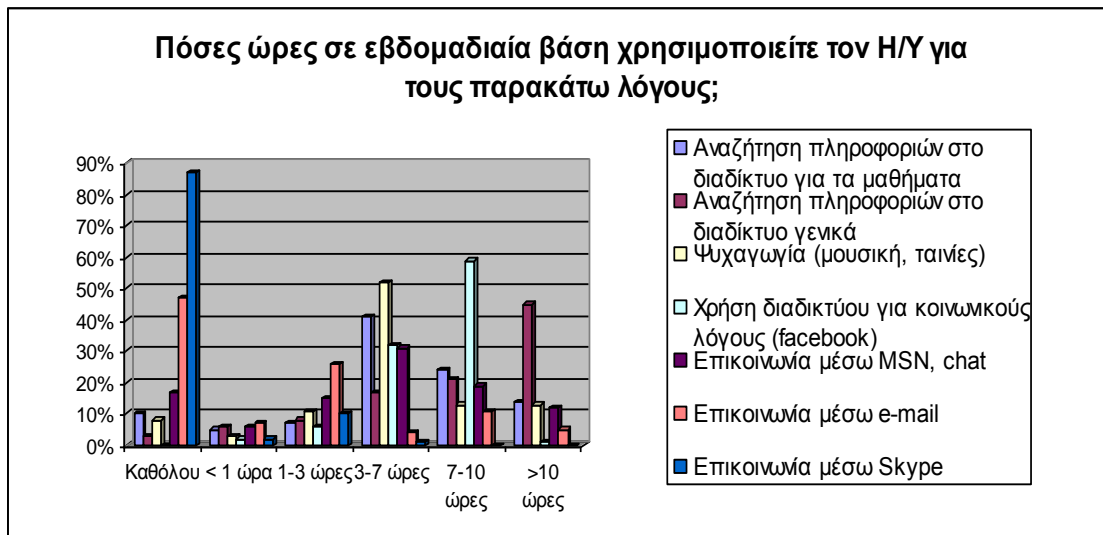
Πόσες ώρες σε εβδομαδιαία βάση χρησιμοποιείτε τον Η/Υ, για τους παρακάτω λόγους;	Καθόλου	< 1 ώρα	1-3 ώρες	3-7 ώρες	7-10 ώρες	>10 ώρες
Αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο για τα μαθήματα	10%	5%	7%	41%	24%	14%
Αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο γενικά	3%	6%	8%	17%	21%	45%
Ψυχαγωγία (μουσική, ταινίες)	8%	3%	11%	52%	13%	13%
Χρήση διαδικτύου για κοινωνικούς λόγους (facebook)	0%	2%	6%	32%	59%	1%
Επικοινωνία μέσω MSN, chat	17%	6%	15%	31%	19%	12%
Επικοινωνία μέσω e-mail	47%	7%	26%	4%	11%	5%
Επικοινωνία μέσω Skype	87%	2%	10%	1%	0%	0%

Όπως διαπιστώθηκε από τα προηγούμενα αποτελέσματα, οι φοιτητές χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο στην καθημερινή τους ζωή. Στην ερώτηση πόση ώρα αφιερώνουν την εβδομάδα σε αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο για τα μαθήματα, 10 (10%) απάντησαν καθόλου, λιγότερο από μια ώρα 5 (5%) άτομα ενώ 1-3 ώρες εβδομαδιαίως 7 (7%) άτομα. Το μεγαλύτερο ποσοστό το συναντάμε στις 3-7 ώρες την εβδομάδα όπου μας απάντησαν 41 (41%) φοιτητές και ακολουθούν 7-10 ώρες (24%) και περισσότερο από 10 ώρες (14%). Στην ερώτηση για την αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο γενικά, 3 (3%) φοιτητές απάντησαν καθόλου, 6 (6%) ότι αφιερώνουν λιγότερο από μια ώρα και 8 (8%) 1-3 ώρες. 3-7 ώρες σε εβδομαδιαία βάση αφιερώνει το 17% (17 φοιτητές) και το 21% απάντησε 7- 10 ώρες. Ο μεγαλύτερος αριθμός φοιτητών απάντησε πως ασχολείται με την

αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο γενικά, περισσότερο από 10 ώρες την εβδομάδα, με ποσοστό 45%.

Στην ερώτηση για το πόσο χρόνο αφιερώνουν για ψυχαγωγία (μουσική, ταινίες) την εβδομάδα, 8 (8%) ερωτηθέντες απάντησαν καθόλου και 3 (3%) λιγότερο από μια ώρα. 11(11%) απαντήσεις πήραμε για 1-3 ώρες εβδομαδιαίως και 52 (52%) για 3-7 ώρες, όπου είναι και το μεγαλύτερο ποσοστό. 7-10 ώρες ασχολείται το 13% (13 φοιτητές) ενώ αντίστοιχα παρατηρείται το ίδιο ποσοστό (13%) και στις παραπάνω από 10 ώρες την εβδομάδα. Στην ερώτηση για χρήση διαδικτύου για κοινωνικούς λόγους (facebook) την εβδομάδα, κανένας δεν απάντησε καθόλου και μόλις 2 (2%) ερωτηθέντες λιγότερο από μια ώρα. 1-3 ώρες απάντησαν 6 (6%) φοιτητές και 3-7 ώρες 32 (32%), βλέποντας το ποσοστό να ανεβαίνει. 59 φοιτητές (59%) χρησιμοποιούν το Facebook 7-10 ώρες την εβδομάδα, καταλαμβάνοντας το μεγαλύτερο ποσοστό και ακολουθεί μόνο μια απάντηση (1%), πάνω από 10 ώρες την εβδομάδα.

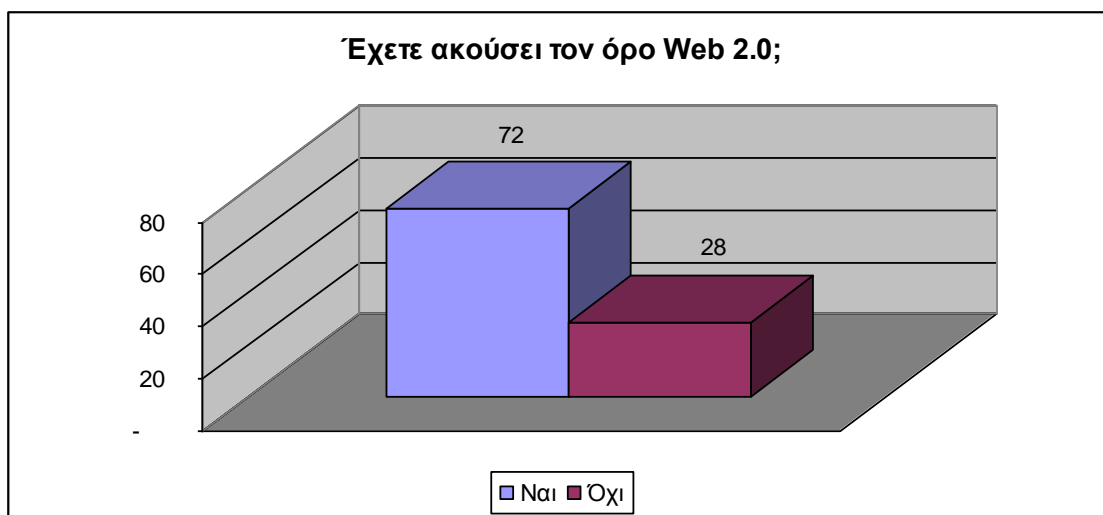
Για επικοινωνία μέσω MSN, chat, 17 (17%) ερωτηθέντες απάντησαν πως δεν ασχολούνται καθόλου, 6 (6%) απάντησαν λιγότερο από μια ώρα, 15 (15%) 1-3 ώρες και 31 (31%) 3-7 ώρες την εβδομάδα. 7-10 ώρες εβδομαδιαίως ασχολούνται 19 (19%) άτομα ενώ 12 (12%) περισσότερο από 10 ώρες. Στην επικοινωνία μέσω e-mail, οι περισσότερες απαντήσεις που πήραμε ήταν καθόλου. Απάντησαν σε αυτή 47 (47%) φοιτητές. 7 (7%) φοιτητές απάντησαν λιγότερο από μια ώρα, 26 (26%) 1-3 ώρες ενώ 3-7 ώρες μόνο 4 (4%). Χαμηλά ποσοστά βλέπουμε και στις 7-10 ώρες την εβδομάδα (11%) και στην επιλογή για περισσότερες από 10 ώρες (5%). Η τελευταία επιλογή σε αυτόν τον πίνακα ήταν για επικοινωνία μέσω Skype. Το μεγαλύτερο μέρος των φοιτητών (87%) απάντησε καθόλου. Μόνο 2 (2%) φοιτητές απάντησαν λιγότερο από μια ώρα την εβδομάδα, 10 (10%) 1-3 ώρες και ένας (1%) 3-7 ώρες. Οι επιλογές των 7-10 ωρών και 10 ωρών και περισσότερο την εβδομάδα, έφεραν αποτελέσματα μηδενικά.



Έχετε ακούσει τον όρο Web 2.0; (ερ. 7)

Έχετε ακούσει τον όρο Web 2.0;	Ποσοστό
Ναι	72%
Όχι	28%

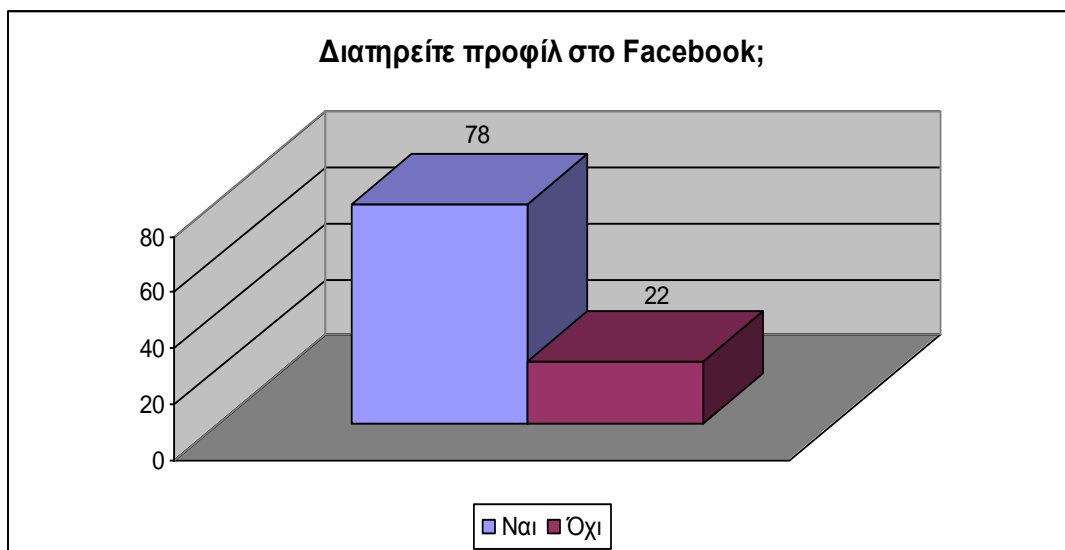
Από τους 100 ερωτηθέντες της έρευνας, 72 (72%) απάντησαν πως ναι γνωρίζουν τον όρο, ενώ 28 (28%) απάντησαν όχι.



Διατηρείτε προφίλ στο Facebook; (ερ. 8)

Διατηρείτε προφίλ στο Facebook;	Αριθμός	Ποσοστό
Ναι	78	78%
Όχι	22	22%

Σ' αυτή την ερώτηση, 78 (78%) από τους ερωτηθέντες απάντησαν πως ναι, διαθέτουν προφίλ στο Facebook ενώ 22 (22%) δεν έχουν προφίλ. Στην περίπτωση αυτή βλέπουμε, πως ¹³στατιστικά στοιχεία που παρουσιάζουν το Facebook ως το πιο διαδεδομένο είναι αληθή. Ένας αρκετά μεγάλος αριθμός όπως βλέπουμε διατηρεί προφίλ στο συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο.



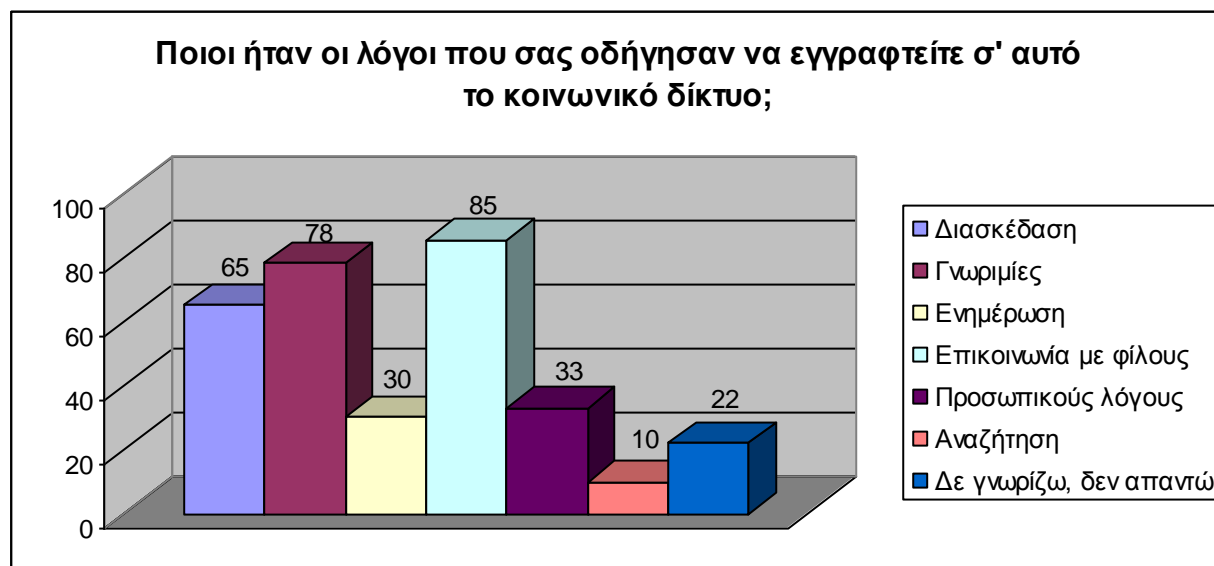
¹³ <http://www.in2life.gr/everyday/modernlife/articles/163308/article.aspx>

http://www.infosoc.gr/infosoc/el-GR/grafeiotypou/news/infosoc_news/news_greek/facebook_13-02-2009.htm

Ποιοι ήταν οι λόγοι που σας οδήγησαν να εγγραφείτε σ' αυτό το κοινωνικό δίκτυο; (μπορείτε να απαντήσετε σε περισσότερες από μια επιλογές) (ερ. 9)

Ποιοι ήταν οι λόγοι που σας οδήγησαν να εγγραφείτε σ' αυτό το κοινωνικό δίκτυο; (μπορείτε να απαντήσετε σε περισσότερες από μια επιλογές)	Ποσοστό
Διασκέδαση	65%
Γνωριμίες	78%
Ενημέρωση	30%
Επικοινωνία με φίλους	85%
Προσωπικούς λόγους	33%
Αναζήτηση	10%
Δε γνωρίζω, δεν απαντώ	22%

Ένας μεγάλος αριθμός ερωτηθέντων (85%) επέλεξε ως λόγο εγγραφής του στο Facebook την επικοινωνία με φίλους, το 78% τις γνωριμίες και το 65% από τους φοιτητές επέλεξαν την διασκέδαση ως λόγο. Ακολουθεί ένα 33% για προσωπικούς λόγους και ένα 30% για την ενημέρωση ενώ την επιλογή δεν γνωρίζω / δεν απαντώ επέλεξαν το 22% από τους ερωτηθέντες. Τέλος μόνο το 10% επέλεξε την αναζήτηση.



Πόσο χρόνο αφιερώνετε στο Facebook κάθε φορά που το επισκέπτεστε; (ερ. 10)

Πόσο χρόνο αφιερώνετε στο Facebook κάθε φορά που το επισκέπτεστε;	Ποσοστό
10 λεπτά	10%
10 - 30 λεπτά	10%
30 λεπτά-1 ώρα	14%
2 - 3 ώρες	42%
4 ώρες και άνω	24%

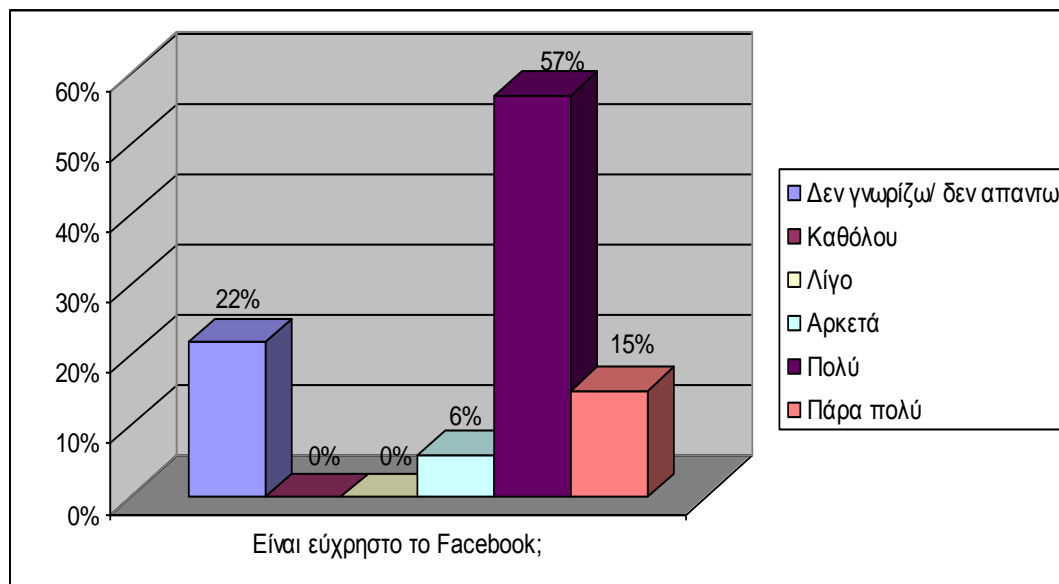
Στις 2-3 ώρες συναντάμε ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 42% (42 φοιτητές). Βλέπουμε λοιπόν, πως οι χρήστες του Facebook αφιερώνουν πραγματικά πολλές ώρες σ' αυτό. Από 4 ώρες και πάνω απάντησαν 24 (24%) ερωτηθέντες ενώ από 30 λεπτά - 1ώρα απάντησαν 14 (14%). Την πρώτη επιλογή σ' αυτό το ερώτημα που είναι ο χρόνος των 10 λεπτών, την επέλεξαν 10 (10%) από τους ερωτηθέντες όπως και την επιλογή των 10-30 λεπτών αφιερώνουν 10 (10%) φοιτητές.



Είναι εύχρηστο το Facebook; (ερ. 11)

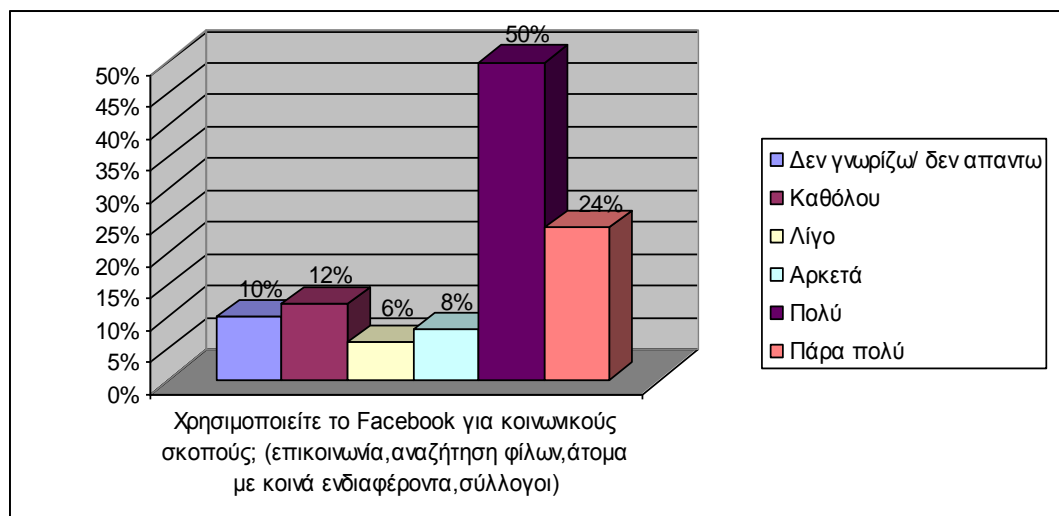
57 (57%) από τους φοιτητές απάντησαν πως είναι πολύ εύχρηστο, σημειώνοντας το μεγαλύτερο ποσοστό. Τις επιλογές καθόλου και λίγο δεν επέλεξε κανένας φοιτητής. 22

(22%) φοιτητές απάντησαν πως δεν γνωρίζουν / δεν απαντούν, 6 (6%) αρκετά, ενώ 15 (15%) πως είναι πάρα πολύ εύχρηστο.



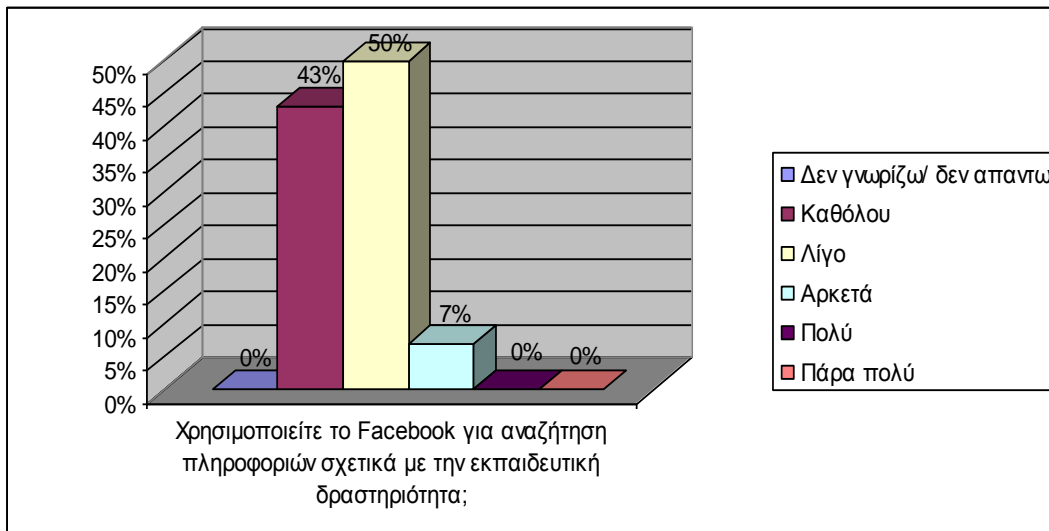
Χρησιμοποιείτε το Facebook για κοινωνικούς σκοπούς; (επικοινωνία, αναζήτηση φίλων, άτομα με κοινά ενδιαφέροντα, σύλλογοι κτλ.) (ερ.12)

Οι απαντήσεις λοιπόν σε αυτό το ερώτημα μοιράστηκαν ως εξής: το πολύ επέλεξαν 50 (50%) ερωτηθέντες, δεν γνωρίζω / δεν απαντώ επέλεξαν το 10%, 12% απάντησαν καθόλου και 6% πως χρησιμοποιούν το Facebook για κοινωνικούς σκοπούς λίγο. Αρκετά απάντησε ένα 8% (8 φοιτητές) ενώ οι υπόλοιποι 24 (24%) απάντησαν στην επιλογή πάρα πολύ.



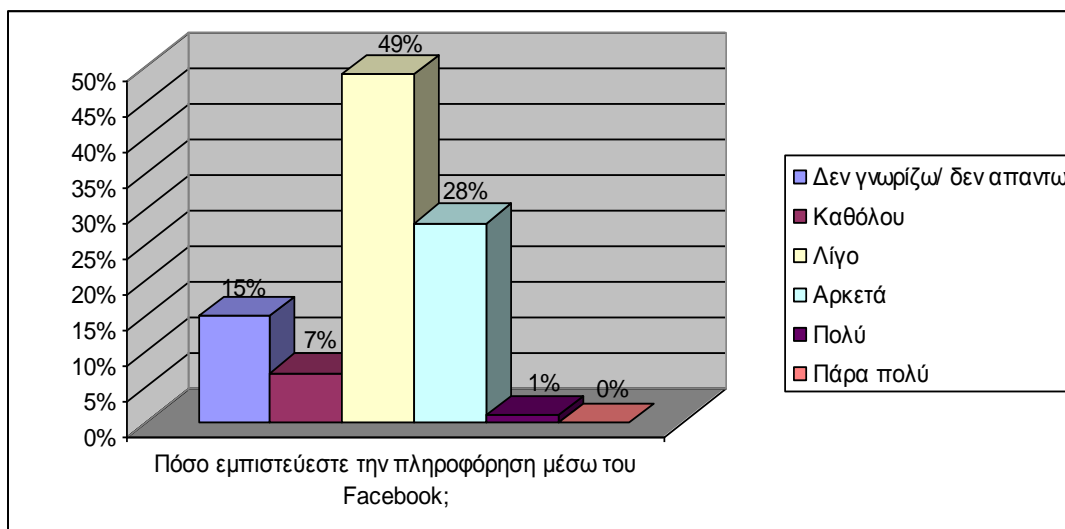
Χρησιμοποιείτε το Facebook για αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με την εκπαιδευτική δραστηριότητα; (ερ. 13)

Μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων 43% απάντησαν καθόλου και το 50% λίγο. Ενώ το 7% φοιτητές επέλεξαν την επιλογή αρκετά. Οι επιλογές δεν γνωρίζω / δεν απαντώ, πολύ και πάρα πολύ δεν επιλέχθηκαν από κανέναν.



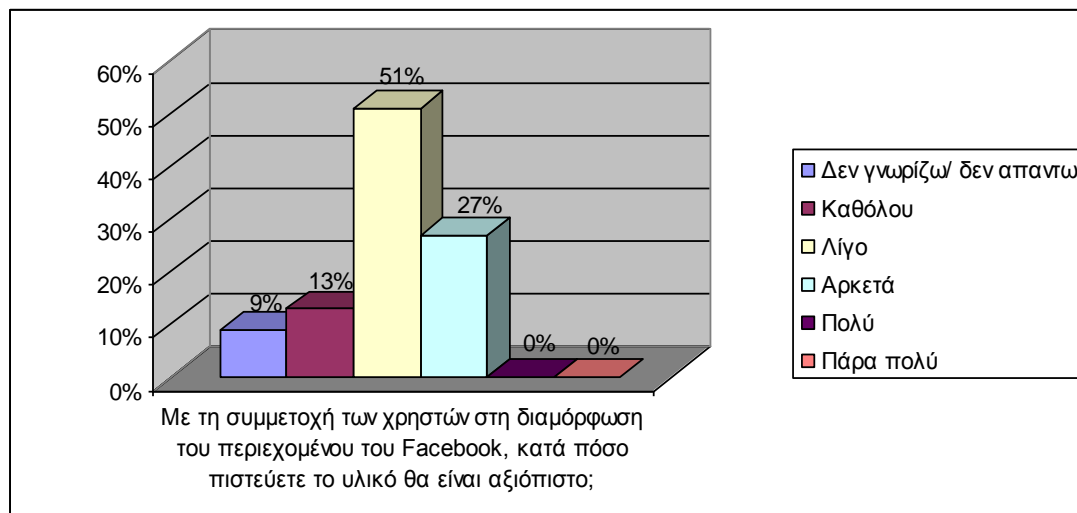
Πόσο εμπιστεύεστε την πληροφόρηση μέσω του Facebook; (ερ. 14)

Δεν γνωρίζω / δεν απαντώ απάντησαν 15 (15%) από τους ερωτηθέντες. Καθόλου δεν την εμπιστεύονται 7 (7%) φοιτητές. 49 (49%) απάντησαν πως εμπιστεύονται την πληροφόρηση μέσω Facebook λίγο και άλλοι 28 (28%) αρκετά. Μόνο ένας (1%) απάντησε πολύ ενώ κανείς δεν επέλεξε την επιλογή πάρα πολύ.



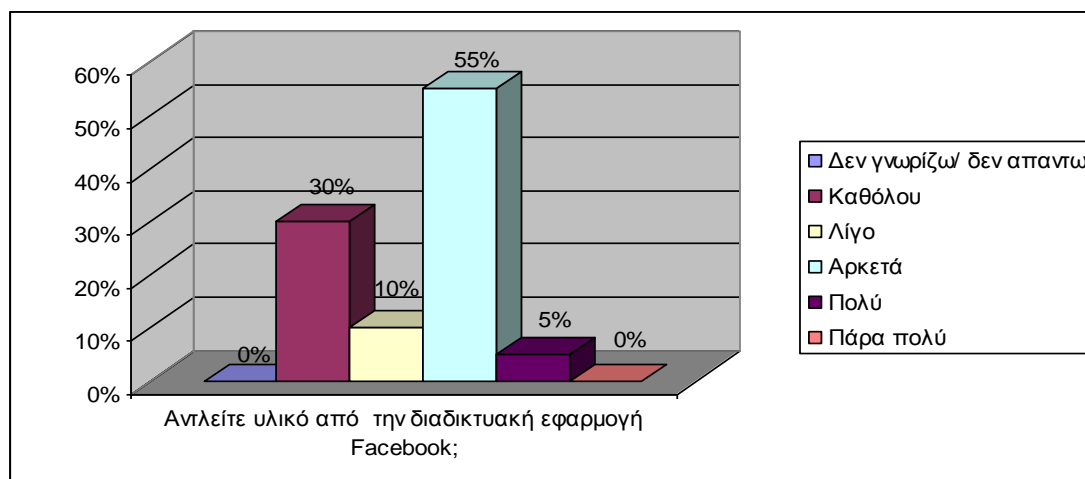
Με τη συμμετοχή των χρηστών στη διαμόρφωση του περιεχομένου του Facebook, κατά πόσο πιστεύετε το υλικό θα είναι αξιόπιστο; (ερ. 15)

Οι επιλογές πολύ και πάρα πολύ δεν πήραν καμία απάντηση από τους ερωτηθέντες. Απαντήσεις δόθηκαν από 9 (9%) φοιτητές στην επιλογή δεν γνωρίζω / δεν απαντώ και από 13 (13%) στην επιλογή καθόλου. 51 (51%) φοιτητές απάντησαν στην επιλογή λίγο και 27 (27%) στην επιλογή αρκετά.



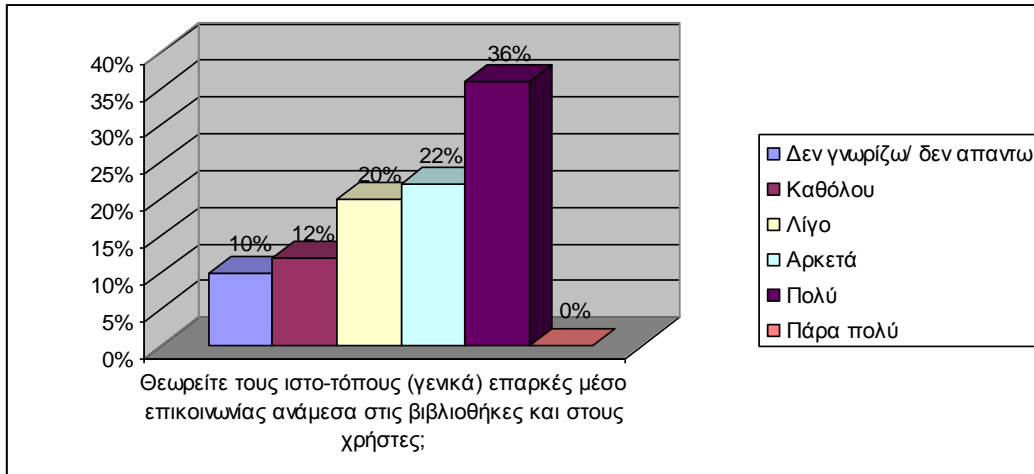
Αντλείται υλικό από την διαδικτυακή εφαρμογή Facebook; (ερ. 16)

Στην ερώτηση αυτή δεν επιλέχθηκαν από κανέναν οι επιλογές δεν γνωρίζω / δεν απαντώ και πάρα πολύ. Από τους ερωτηθέντες οι 30 (30%) δεν αντλούν καθόλου υλικό από το Facebook, 10 (10%) απάντησαν λίγο και οι περισσότεροι από αυτούς, σε σύνολο 55 (55%) φοιτητές έδωσαν απάντηση στην επιλογή αρκετά. Μόλις 5 (5%) απάντησαν πολύ.



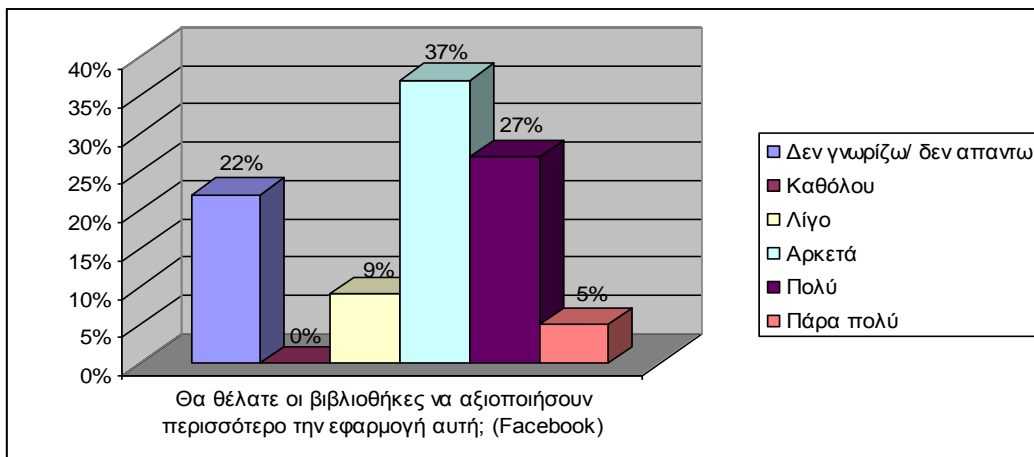
Θεωρείται τους ιστο-τόπους (γενικά) επαρκές μέσο επικοινωνίας ανάμεσα στις βιβλιοθήκες και στους χρήστες; (ερ. 17)

Στην επιλογή πάρα πολύ δεν έδωσε απάντηση κανένας. Από τους φοιτητές 10 (10%) απάντησαν δεν γνωρίζω / δεν απαντώ, 12 (12%) απάντησαν καθόλου και 20 (20%) απάντησαν λίγο. Ένα ποσοστό 22% (22 φοιτητές) συγκέντρωσε η επιλογή αρκετά. Οι υπόλοιποι 36 (36%) απάντησαν πολύ.



Θα θέλατε οι βιβλιοθήκες να αξιοποιήσουν περισσότερο την εφαρμογή (Facebook) αυτή; (ερ. 18)

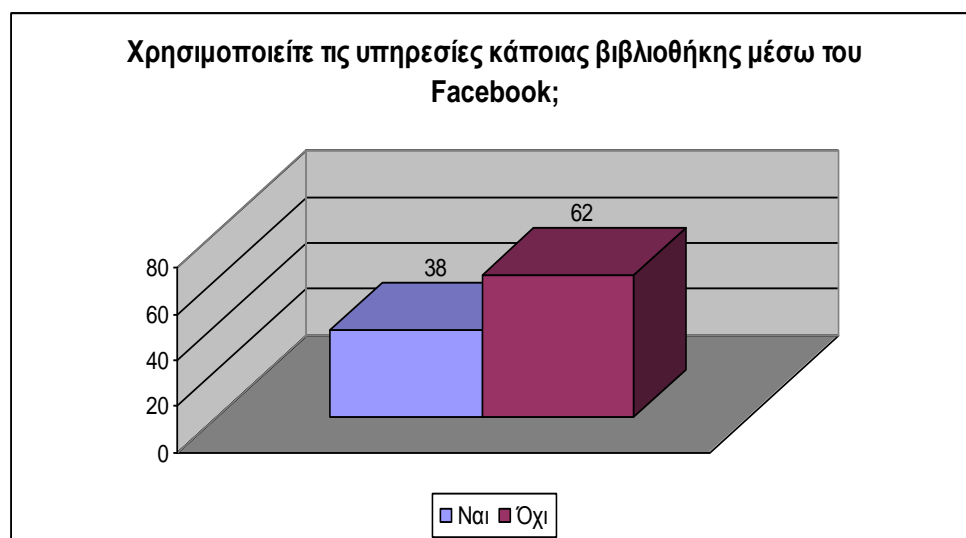
Η επιλογή δεν γνωρίζω / δεν απαντώ απαντήθηκε από 22 (22%) φοιτητές ενώ κανένας από τους ερωτηθέντες δεν επέλεξε την επιλογή καθόλου. 9 (9%) επέλεξαν την επιλογή λίγο και 37 (37%) επέλεξαν πως αρκετά θα ήθελαν οι βιβλιοθήκες να αξιοποιήσουν το Facebook, συγκεντρώνοντας το μεγαλύτερο ποσοστό. Πολύ επέλεξαν 27 (27%) φοιτητές και πάρα πολύ μόλις 5 (5%).



Χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες κάποιας βιβλιοθήκης μέσω του Facebook; (ερ. 19)

Χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες κάποιας βιβλιοθήκης μέσω του Facebook;	Ποσοστό
Ναι	38%
Όχι	62%

Στο ερώτημα αυτό, συγκεντρώσαμε 38 (38%) απαντήσεις στην επιλογή πως ναι οι συγκεκριμένοι φοιτητές χρησιμοποιούν κάποια υπηρεσία της βιβλιοθήκης μέσω του Facebook και 68 (68%) άλλες απαντήσεις που δεν χρησιμοποιούν.

**Στη βιβλιοθήκη κατά την αναζήτηση θα θέλατε να χρησιμοποιείτε το Facebook ως πηγή πληροφόρησης; (ερ. 20)**

Στη βιβλιοθήκη κατά την αναζήτηση θα θέλατε να χρησιμοποιείτε το Facebook ως πηγή πληροφόρησης;	Ποσοστό
Ναι	63%
Όχι	37%

Στην ερώτηση αυτή 63 (63%) από τους φοιτητές που έγινε η έρευνα απάντησε πως ναι θα ήθελαν να το χρησιμοποιούν ως πηγή πληροφόρησης κατά την αναζήτηση ενώ οι υπόλοιποι 37 (37%) απάντησαν πως όχι.



Προτιμάτε την πρόσβαση μέσω Facebook από την ιστοσελίδα της βιβλιοθήκης; (ερ. 21)

Προτιμάτε την πρόσβαση μέσω Facebook από την ιστοσελίδα της βιβλιοθήκης;	Ποσοστό
Ναι	67%
Όχι	33%

Στην τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου μας 67 (67%) φοιτητές απάντησαν θετικά και 33 (33%) πως δεν θα προτιμούσαν στην πρόσβαση στο Facebook από την ιστοσελίδα της βιβλιοθήκης.



16. Συμπεράσματα

Η ενσωμάτωση και η χρήση των τεχνολογιών στον χώρο της εκπαίδευσης οδήγησε τις βιβλιοθήκες στη χρήση τεχνολογιών ιστού 2.0 (Web 2.0). Ο αριθμός των βιβλιοθηκών που εντάσσει ως εφαρμογή το δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο Facebook συνεχώς αυξάνεται. Στην Ελλάδα μέχρι στιγμής απαριθμούμε 19 βιβλιοθήκες με τελευταία τη Βιβλιοθήκη και Κέντρο Πληροφόρησης του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων. Όλο και περισσότερες βιβλιοθήκες προσπαθούν να έχουν μια διαδραστική και αμφίδρομη επικοινωνία με τους χρήστες τους αφού μέσω του Facebook έχουν τη δυνατότητα να ενημερώνουν, να πληροφορούν, να προωθούν εκδηλώσεις αλλά και να λαμβάνουν ιδέες, προτάσεις και παράπονα μέσα από το προφίλ που διατηρούν στο κοινωνικό δίκτυο. Έτσι λοιπόν προσφέρεται η δυνατότητα ώστε να γίνει ο χρήστης ενεργός, να μπορεί να συμμετέχει και με τη γνώμη του να διαμορφώνει τόσο το περιεχόμενο όσο και τη λειτουργία της βιβλιοθήκης. Από την επικοινωνία μας με τις βιβλιοθήκες (Βέροιας, Σερρών και Λιβαδειάς) παρατηρήθηκε ότι χρησιμοποιώντας το Facebook η επισκεψιμότητά τους αυξήθηκε και η ενημέρωση των χρηστών επεκτάθηκε και ηλεκτρονικά μέσω του προφίλ τους στην ιστοσελίδα. Η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει επηρεάσει και το ρόλο του βιβλιοθηκονόμου ο οποίος καλείται να επανεξετάσει τη θέση του και να συνυπάρξει με τις νέες τεχνολογίες.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω στοιχεία και κάνοντας σύγκριση με τις έρευνες που προηγήθηκαν, προκύπτει ότι το Facebook κατατάσσεται όντως στα πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα εφόσον το μεγαλύτερο ποσοστό ερωτηθέντων (78%) απάντησαν πως διατηρούν προφίλ και γενικότερα μέσα από την έρευνά μας οι χρήστες το χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό στην καθημερινότητά τους. Από τις μελέτες που πραγματοποιήθηκαν στα ξένα πανεπιστήμια προκύπτει πως το Facebook δεν έχει ενταχθεί ως εφαρμογή σε αρκετές βιβλιοθήκες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Εν κατακλείδι, τα ποσοστά της έρευνας δείχνουν πως ως χρήστες θα ήθελαν να χρησιμοποιούν και στη βιβλιοθήκη κατά την αναζήτηση το Facebook ως πηγή πληροφόρησης και πως προτιμούν την πρόσβαση από την ιστοσελίδα της βιβλιοθήκης.

Βιβλιογραφία

1. Abram, S. (2006). Web 2.0, library 2.0 and librarian 2.0: preparing for the 2.0 world. SirsiDynix OneSource, 2 (1). Διαθέσιμο στο: <http://www.sirsidynix.com/Resources/Pdfs/Company/Abram/OnlineInternationalProceedings1.pdf> (Πρόσβαση 10 Μαΐου 2010)
2. Anderson, P. (2007). What is web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. JISC Technology and standards watch [Internet], σ. 1-64. (Πρόσβαση 10 Μαΐου 2010)
3. Atwan, G. & Lushing, E. (2008). The Facebook book: a satirical companion.
4. Atwater-Singer, M. & Sherrill, K. (2006). Social software, web 2.0, library 2.0 and you: A practical guide for using technology at your library. Indiana Libraries [Internet], 26 (3), pp. 48-52. Διαθέσιμο στο: <http://www.heal-link.gr> (Πρόσβαση 11 Μαΐου 2010)
5. Barefoot, D. & Szaβo, J. (2010). Friends with benefits: a social media marketing handbook.
6. Barsky, E. & Purdon, M. (2006). Introducing web 2.0 : social networking and social bookmarking for health librarians. JCHLA/JABSC, 27, σ. 65-67. Διαθέσιμο στο: <https://circle.ubc.ca/bitstream/handle/2429/499/c06-024.pdf?sequence=1> (Πρόσβαση 19 Μαΐου 2010)
7. Casey, M. Library 2.0: service for the next-generation library. Library journal . Διαθέσιμο σε: <http://www.libraryjournal.com/article/CA6365200.html> (Πρόσβαση 22 Αυγούστου 2010).
8. Coleman, G. (2008). Προς μια θετική κριτική του κοινωνικού web. [Online] Re-public. Διαθέσιμο στο: http://www.re-public.gr/?p=256#_ftnref1 (Πρόσβαση 11 Μαΐου 2010)
9. Curran, K. et al. (2006). Involving the user through Library 2.0. New review of information networking. 12, 1, 2. Διαθέσιμο στο: <http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a773324952~db=all~jumptype=rss> (Πρόσβαση 11 Μαΐου 2010)

10. Curran, K. et al. (2007). Taking the information to the public through library 2.0. Library Hi Tech. 25, 2. Διαθέσιμο στο: <http://www.emeraldinsight.com/0737-8831.htm> (Πρόσβαση 10 Σεπτεμβρίου 2010)
11. Facebook. Διαθέσιμο στο: <http://www.facebook.com> (Πρόσβαση 10 Σεπτεμβρίου 2010)
12. Fichter, D. (2004). Technology trends for intranet librarians. Online [Ίντερνετ], November-December, 28 (6), pp. 45-58. Διαθέσιμο στο: <http://www.heal-link.gr> (Πρόσβαση 11 Μαΐου 2010)
13. Fichter, D. (2009). Darlene Fichter-University of Saskatchewan Library. Διαθέσιμο στο: http://library2.usask.ca/~fichter/talks06/mlc/mlc_social_software (Πρόσβαση 11 Μαΐου 2010)
14. Ficarek, A., (2007). Web 2.0? I am not finished with 1.0 yet! Back to basics at the 2007 American Library Association conference. Library Hi tech news, (8), σ. 43. Διαθέσιμο στο: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1630886&show=abstract> (Πρόσβαση 19 Σεπτεμβρίου 2010)
15. Franklin, T. (2005). Web 2.0 for content for learning and teaching in higher education. [Online] Διαθέσιμο στο: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/digitalrepositories/web2-content-learning-and-teaching.pdf> (Πρόσβαση 19 Σεπτεμβρίου 2010)
16. Gunter Kinkoph, S. (2010). Sams teach yourself Facebook in 10 minutes.
17. Habib, M. (2006). Academic Library 2.0 Concept Models (Basic v2 and Detailed) [Internet], σ. 1-6. Διαθέσιμο στο: <http://mchabib.blogspot.com/2006/08/academic-library-20-concept-models.html> (Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2010)
18. Habib, M. (2006). Toward Academic Library 2.0: Development and application of a library 2.0 methodology. Unpublished Masters Dissertation, School of Information and Library Science of the University of North Carolina at Chapel Hill. Διαθέσιμο στο: <http://etd.ils.unc.edu/dspace/bitstream/1901/356/1/michaelhabib.pdf> (Πρόσβαση 7 Ιουλίου 2010)

19. Hendrix, Dean et al. (2009). Use of Facebook in academic health sciences libraries. Διαθέσιμο στο: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2605034/pdf/mlab-97-01-44.pdf> (Πρόσβαση 7 Ιουλίου 2010)
20. Maness, J. (2006). Library 2.0: the next generation of web-based library services. Logos, [Internet]. 17 (3), σ. 139-145. Διαθέσιμο στο: <http://www.atypon-link.com/LOG/doi/abs/10.2959/logo.2006.17.3.139> (Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2010)
21. Maness, J. (2006). Library 2.0 theory: web 2.0 and its implications for libraries. Webology [Internet], 3 (2), Διαθέσιμο στο : <http://www.webology.ir/2006/v3n2/a25.html> (Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2010)
22. Miller, P. (2006). Coming together around library 2.0 : a focus for discussion and a call to arms. D lib magazine, 12 (4). Διαθέσιμο στο : <http://www.dlib.org/dlib/april06/miller/04miller.html> (Πρόσβαση 5 Οκτωβρίου 2010)
23. Miller, P. (2005). Web 2.0: building the new library. Ariadne [Internet], 45. Διαθέσιμο στο: <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/intro.html> (Πρόσβαση 7 Ιουλίου 2010)
24. Musser, J., O' Reilly radar team (2006). Web 2.0 principles and best practices. Διαθέσιμο στο: <http://radar.oreilly.com/research/web2-report.html> (Πρόσβαση 10 Σεπτεμβρίου 2010)
25. O' Reilly, T., (2005). What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Communication and strategies [Internet], 1, σ. 1-24. Διαθέσιμο στο: http://mpira.ub.uni-muenchen.de/4580/1/MPRA_paper_4580.pdf (Πρόσβαση 10 Σεπτεμβρίου 2010)
26. Secker, Jane (2008). Libraries and Facebook. Διαθέσιμο στο: http://clt.lse.ac.uk/Projects/Case_Study_Five_report.pdf (Πρόσβαση 7 Ιουλίου 2010)
27. Secker, Jane (2008). Social software and libraries: a literature review from the LASSIE project. Program: electronic library and information systems, 42 (3), σ. 215-231. Διαθέσιμο στο: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1735020> (Πρόσβαση 9 Μαρτίου 2010)
28. Wikipedia. Διαθέσιμο στο : <http://www.wikipedia.org/> (Πρόσβαση 10 Σεπτεμβρίου 2010)

29. Xu, Ch., Ouyang, F., Chu, H. (2009). The academic library meets Web 2.0: Applications and implications. *The Journal of Academic Librarianship*, 35, (4), σ. 324–331. [Internet], Διαθέσιμο στο: <http://dx.doi.org/10.1016/j.acalib.2009.04.003> (Πρόσβαση 22 Ιουλίου 2010)
30. Ανδρέου, Ι. Γαϊτάνου, Π., Γαρουφάλλου, Ε. & Κουτσομίχα, Δ. (2008). Έρευνα για την εξοικείωση των Ελλήνων και Κυπρίων Επιστημόνων Πληροφόρησης με τις Web 2.0 υπηρεσίες.
31. Δεληδίνη, Κ. & Φτεργιώτη, Π. (2008). Χρήση τεχνολογιών Web 2.0 για την υποστήριξη συνεργατικής μάθησης.
32. Σιδέρη, Μ. (2009). Το βιβλίο του Facebook: ένας οδηγός για "αθώους χρήστες". Αθήνα: Κλειδάριθμος.
33. Καλτσογιάννης, Α. (2007). WEB 2.0: Χαρακτηριστικά και επίδρασή του σε επιχειρήσεις, κεντρική διοίκηση και χρήστες.
34. Παπαηλιού, Ν. (2007). *Κοινωνικά δίκτυα & ανάλυση κοινωνικών δικτύων*. Μονάδα Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων, ΕΠΙΣΕΥ.

Επεξήγηση όρων

Application: Εφαρμογή, πρόγραμμα που παρέχει μια περαιτέρω δυνατότητα μέσα στα πλαίσια μιας μεγαλύτερης διαδικτυακής υπηρεσίας ή ηλεκτρονικής συσκευής.

Blog: Το ιστολόγιο (blog), είναι μορφή ιστοχώρου. Είναι λίστα καταχωρήσεων από την πιο πρόσφατη καταχώρηση στην παλαιότερη. Το περιεχόμενο των καταχωρήσεων μπορεί να είναι οτιδήποτε, όπως νέα, πολιτικοκοινωνικός σχολιασμός, σχολιασμός των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των διασημοτήτων, προσωπικά ημερολόγια και ειδικά θέματα όπως τεχνολογία, μόδα, αθλητικά, τέχνες, γαστρονομία. Συνήθως δεν απαιτείται ενδελεχής επιμέλεια του κώδικα της ιστοσελίδας, μιας και συχνά είναι εγκατεστημένα αυτόματα συστήματα, που παρέχουν την δυνατότητα στο διαχειριστή του ιστολογίου να συντάξει μια καταχώρηση με πολύ λίγα βήματα.

Bookmark: σελιδοδείκτης στο Διαδίκτυο, ένας δείκτης (κυρίως σε μια διεύθυνση URL ιστοσελίδας) σε πρόγραμμα περιήγησης στο Web στο Internet.

Browser: Ένας Web browser (φυλλομετρητής ιστοσελίδων, πλοηγός Web, πρόγραμμα περιήγησης Web ή περιηγητής Ιστού) είναι ένα λογισμικό που επιτρέπει στον χρήστη του να προβάλλει και να αλληλεπιδρά με κείμενα, εικόνες, βίντεο, μουσική, παιχνίδια και άλλες πληροφορίες συνήθως αναρτημένες σε μια ιστοσελίδα ενός ιστότοπου στον Παγκόσμιο Ιστό ή σε ένα τοπικό δίκτυο. Το κείμενο και οι εικόνες σε μια ιστοσελίδα μπορεί να περιέχουν υπερσυνδέσμους προς άλλες ιστοσελίδες του ίδιου ή διαφορετικού ιστότοπου. Ο Web browser επιτρέπει στον χρήστη την γρήγορη και εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες που βρίσκονται σε διάφορες ιστοσελίδες και ιστότοπους εναλλάσσοντας τις ιστοσελίδες μέσω των υπερσυνδέσμων. Οι φυλλομετρητές χρησιμοποιούν τη γλώσσα μορφοποίησης HTML για την προβολή των ιστοσελίδων, για αυτό η εμφάνιση μιας ιστοσελίδας μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τον browser.

Chat: Ηλεκτρονική υπηρεσία, μέσω της οποίας δύο χρήστες μπορούν παράλληλα να στέλνουν και να διαβάζουν δακτυλογραφημένα μηνύματα σε πραγματικό χρόνο.

Comment: Σχόλιο - Τελευταία όλο και περισσότερες ιστοσελίδες δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να προσθέσουν τα δικά τους σχόλια στα όσα αναγράφονται σε αυτές. Αυτή η τακτική είναι ιδιαίτερα συχνή σε ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, blogs και ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης.

E-MAIL: E-mail / Email - Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο - Μέσω του Διαδικτύου έχουμε τη δυνατότητα να στείλουμε ηλεκτρονική αλληλογραφία σε άλλους χρήστες από τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που έχουμε λάβει μαζί με τον προσωπικό μας λογαριασμό (Account) στο Διαδίκτυο.

Forum: Υπηρεσία όπου σε μια περιοχή ενός ηλεκτρονικού online πίνακα οι χρήστες με ένα κοινό ενδιαφέρον μπορούν να τοποθετήσουν τις απόψεις/σημειώσεις τους πάνω σε ένα θέμα. Τα φόρουμ χρησιμοποιούνται συνήθως για να υποβάλουν οι χρήστες ερωτήσεις, να μοιράζονται πληροφορίες, ή να συζητούν τις ιδέες τους. Ένα φόρουμ μπορεί να διευθύνεται από ένα συντονιστή.

Homepage: Αρχική σελίδα - Πρόκειται για την αρχική σελίδα ενός διαδικτυακού τόπου που εμφανίζεται στην οθόνη μας όταν πληκτρολογούμε τη διεύθυνσή του.

Interface: Μια διεπαφή είναι ένα σημείο της αλληλεπίδρασης μεταξύ των δύο συστημάτων ή των ομάδων εργασίας. Στο περιβάλλον της μεταποίησης, η αλληλεπίδραση και ο συντονισμός μεταξύ διαφόρων ομάδων εργασίας ανακοινώνουν τα σχέδια και τον έλεγχο της παραγωγικής δραστηριότητας. Αυτή η αλληλεπίδραση μπορεί να έρθει με τις μορφές του προγράμματος, η ανθρώπινη αλληλεπίδραση, τα συστήματα πληροφορικής, ή σε οποιοδήποτε άλλο μέσο επικοινωνίας. Μια φυσική διεπαφή είναι η διασύνδεση ανάμεσα σε δύο είδη του υλικού.

Internet: Διαδίκτυο - Το Internet είναι ένα τεράστιο δίκτυο στο οποίο είναι συνδεδεμένα μεταξύ τους πολλά άλλα μικρά ή μεγάλα δίκτυα υπολογιστών. Πολλές φορές συγχέεται το Διαδίκτυο με τον παγκόσμιο ιστό το World Wide Web (WWW). Το WWW αποτελεί μόνο ένα μέρος του Διαδικτύου. Επιπλέον έχουμε πολλές άλλες υπηρεσίες όπως το e-mail, chat, τα newsgroups κ.λπ.

Library 2.0: Η υιοθέτηση του Web 2.0 στις διαδικτυακές υπηρεσίες της βιβλιοθήκης. Ανάμεσα στα χαρακτηριστικά της είναι η χρησιμοποίηση τεχνολογιών πολυμέσων που επιτρέπουν την αλληλεπίδραση και τη συμμετοχή των χρηστών, στις διαδικτυακές υπηρεσίες και συλλογές της βιβλιοθήκης. Είναι επικεντρωμένη στον χρήστη, προσφέρει τις

υπηρεσίες της χρησιμοποιώντας πολυμέσα, είναι πλούσια σε κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και επιτρέπει στους χρήστες να συμβάλλουν στις αλλαγές της βιβλιοθήκης.

Mash-up: Ένα mashup είναι ο συνδυασμός μιας ή περισσότερων πηγών δεδομένων με σκοπό την δημιουργία κοινού interface και εμπειρίας.

Open source: Το ελεύθερο λογισμικό όπως ορίζεται από το Ίδρυμα Ελευθέρου Λογισμικού (Free Software Foundation), είναι λογισμικό που μπορεί να χρησιμοποιηθεί, αντιγραφεί, μελετηθεί, τροποποιηθεί και αναδιανεμηθεί χωρίς περιορισμό. Η ελευθερία από τέτοιους περιορισμούς είναι βασικό στοιχείο στην ιδέα του "ελεύθερου λογισμικού", έτσι ώστε το αντίθετο του ελεύθερου λογισμικού είναι το ιδιόκτητο λογισμικό, και όχι το λογισμικό που πωλείται για κέρδος, όπως το εμπορικό λογισμικό. Το ελεύθερο λογισμικό ορισμένες φορές αναφέρεται και σαν ανοιχτό λογισμικό ή λογισμικό ανοιχτού κώδικα αλλά οι δύο έννοιες δεν είναι ταυτόσημες. Σύμφωνα με τον Richard Stallman δεν είναι κάθε λογισμικό ελεύθερο μόνο και μόνο επειδή είναι ανοιχτού κώδικα.

Peer to peer: Ένα δίκτυο υπολογιστών peer-to-peer (ή P2P) είναι ένα δίκτυο που επιτρέπει σε δύο ή περισσότερους υπολογιστές να μοιράζονται τους πόρους τους ισοδύναμα. Το δίκτυο αυτό χρησιμοποιεί την επεξεργαστική ισχύ, τον αποθηκευτικό χώρο και το εύρος ζώνης (bandwidth) των κόμβων. Όλοι οι κόμβοι του δικτύου έχουν ίσα δικαιώματα. Πληροφορίες που βρίσκονται στον ένα κόμβο, ανάλογα με τα δικαιώματα που καθορίζονται, μπορούν να διαβαστούν από όλους τους άλλους και αντίστροφα.

Post: (blog post, εγγραφή, ανάρτηση) όρος που αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο άρθρο ή σχόλιο γραμμένο από ένα/μία blogger στο blog του/της. Μια δημοσίευση κάποιου χρήστη σε ομάδες συζητήσεων, φόρουμ, blogs και άλλες ιστοσελίδες που επιτρέπουν τη συμμετοχή των επισκεπτών.

Profile: Προφίλ - Στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, οι χρήστες του Διαδικτύου μπορούν να δημιουργήσουν τον προσωπικό τους εικονικό χώρο, στον οποίο παραθέτουν στοιχεία για τον εαυτό τους, τα ενδιαφέροντά τους, να αναρτούν φωτογραφίες τους κ.α. και ο οποίος ονομάζεται προφίλ ή στην αγγλική γλώσσα profile.

Rss: Ο όρος RSS προέρχεται από το αγγλικό Really Simple Syndication. Είναι ένα format ανταλλαγής περιεχομένου βασισμένο σε γλώσσα XML. Είναι ένας νέος τρόπος να ενημερώνεται ο χρήστης του Ίντερνετ για γεγονότα και νέα από άλλους χρήστες ή και

κανάλια πληροφορίας. Η πληροφορία μέσω του RSS έρχεται στον υπολογιστή του χρήστη Online.

Site: ή Web Site - ιστοσελίδα, ιστοχώρος, ιστότοπος.

Social networks: Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν εικονικές ψηφιακές κοινότητες, όπου οι χρήστες του Διαδικτύου έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν τα εικονικά τους προφίλ και να αναπτύξουν ένα δίκτυο επαφών, με τις οποίες μπορούν να επικοινωνούν μέσω της ιστοσελίδας.

Tags: Τα tags είναι λέξεις-κλειδιά που συνδέονται ή αποδίδονται σε κομμάτια πληροφορίας (όπως εικόνες, άρθρα, αρχεία βίντεο κλπ). Με τον τρόπο αυτό περιγράφουν το αντικείμενο και επιτρέπουν ταξινόμηση της πληροφορίας με βάση λέξεις-κλειδιά. Στα blogs, τα tags χρησιμοποιούνται ευρέως, καθώς είναι πιο δυναμικά και ευέλικτα από την κλασική μέθοδο ταξινόμησης με κατηγορίες. Μπορούν να εξηγήσουν ευκολότερα τις θεματικές ενότητες τις οποίες καλύπτει ένα άρθρο, καθώς καλύπτουν με μεγαλύτερη ακρίβεια το ποικίλο υλικό το οποίο συνήθως αναγράφεται σε ένα blog.

User: Χρήστης - Στον κόσμο των υπολογιστών είναι ο καθένας από εμάς που ασχολείται με κάποιο υπολογιστικό σύστημα ή που σερφάρει στο Διαδίκτυο.

Web 1.0: Το Web 1.0 πρόκειται για δικτύωση αρχείων. Δεν υπήρχε συγκεκριμένος χώρος για τον ερασιτέχνη, ενώ για τον επαγγελματία, τον χάκερ και τον τελικό χρήστη οι ρόλοι ήταν πιο καθορισμένοι. Δεν υπάρχει κάποια διάδραση με τις σελίδες. Υπάρχει ο δημιουργός, ο οποίος διαχειρίζεται το περιεχόμενο και οι χρήστες οι οποίοι απλά διαβάζουν. Δεν μπορούν να διαδράσουν μαζί του.

Web 2.0: (New media, συμμετοχικό ή κοινωνικό διαδίκτυο, κοινωνικός ιστός). Ο όρος δεν αναφέρεται σε μια τεχνική μετεξέλιξη του παγκόσμιου ιστού, αλλά στη μετάβαση από το παθητικό διαδίκτυο σε ένα διαδίκτυο, όπου ο χρήστης συμμετέχει πια ενεργά στη δημιουργία πληροφορίας. Αυτή η μετάβαση έγινε εφικτή με την εμφάνιση εφαρμογών που επιτρέπουν τη δημιουργία περιεχομένου στο διαδίκτυο, χωρίς τεχνικές γνώσεις. Με άλλα λόγια, ο όρος χρησιμοποιείται για να υποδηλώσει όλες τις διαδικτυακές υπηρεσίες και εφαρμογές που προωθούν τη συνεργασία και την επικοινωνία μεταξύ των χρηστών του διαδικτύου, όπως για παράδειγμα οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, τα blogs, τα wikis κ.τ.λ. Στο Web 2.0 οι χρήστες έχουν χαρακτηριστικά μεγαλύτερη διάδραση με την σελίδα. Δημιουργούν δικά τους εξατομικευμένα προφίλ και αναλόγως με την θεματολογία του site

μπορούν να παράξουν περιεχόμενο. Αυτή ακριβώς είναι η νοοτροπία του Web 2.0. Όλοι είναι δημιουργοί, όλοι είναι χρήστες, και όλοι είναι δικτυωμένοι. ο κοινό όλων αυτών των σελίδων είναι ότι δεν έχουν «δικό» τους περιεχόμενο, αντιθέτως τα πάντα είναι «user-generated». Το Web 1.0 φυσικά δεν έχει πάψει να υφίσταται, οπότε ίσως ο όρος «Web 2.0» να είναι παραπλανητικός από την άποψη της αναντίρρητης προόδου.

Wikis: Wiki είναι ένας τύπος ιστοτόπου που επιτρέπει σε οποιονδήποτε να δημιουργήσει και να επεξεργαστεί τις σελίδες του. Σε ένα wiki, διάφορα άτομα μπορούν να γράφουν μαζί (όχι ταυτοχρόνως). Έτσι, διευκολύνεται η συνεργασία πολλών ατόμων για τη συγγραφή ενός έργου. Αν ένα άτομο κάνει κάποιο λάθος, το επόμενο μπορεί να το διορθώσει. Μπορεί επίσης να προσθέσει κάτι νέο στην σελίδα, πράγμα που επιτρέπει την συνεχή βελτίωση και ενημέρωση. Επίσης στα wiki μπορεί να γίνεται συζήτηση. Σε ορισμένα wiki όπως η ¹⁴Βικιπαίδεια, μάλλον το διασημότερο wiki, υπάρχουν οι σελίδες συζήτησης γι' αυτό, αλλά σε άλλα wiki, συζήτηση μπορεί να γίνεται σε όλες τις σελίδες.

¹⁴ <http://el.wikipedia.org/>

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Ερωτηματολόγιο προς τους χρήστες της βιβλιοθήκης του Αλεξάνδρειου Τεχνολογικού Ιδρύματος Θεσσαλονίκης και του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για την αξιολόγηση της εφαρμογής και χρήσης του Facebook στις Ελληνικές βιβλιοθήκες.

Αγαπητέ χρήστη,

Ονομαζόμαστε Βασιλική Δούμπου και Μαρία Τσούτσουρα και είμαστε φοιτήτριες του τμήματος Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης στο ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Στη παρούσα φάση πραγματοποιούμε την πτυχιακή μας εργασία. Στόχος της έρευνας είναι η συγκέντρωση πληροφοριών για τη χρησιμότητα και χρηστικότητα μιας εκ των εφαρμογών του Web 2.0, το Facebook. Έχουμε αναλάβει να κάνουμε ένα ερωτηματολόγιο με θέμα "Η εφαρμογή και η χρήση του Facebook στις ελληνικές βιβλιοθήκες". Γι' αυτό το λόγο σας παρακαλούμε να μας βοηθήσετε, απαντώντας στις παρακάτω ερωτήσεις.

Σας ευχαριστούμε πάρα πολύ εκ των προτέρων για το χρόνο σας στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου και τη βοήθειά σας η οποία θα είναι πολύτιμη για την διεξαγωγή της έρευνας. Οι απαντήσεις σας θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς αυτής της έρευνας.

Η εφαρμογή και χρήση του Facebook στις Ελληνικές βιβλιοθήκες

1. Προσδιορίστε το φύλο σας: Άνδρας Γυναίκα
2. Προσδιορίστε την ηλικία σας: 18-24 25-35 36-44 44 και άνω
3. Επίπεδο σπουδών: Προπτυχιακοί Μεταπτυχιακοί
4. Έχετε Η/Υ; ΝΑΙ ΟΧΙ
5. Έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο; ΝΑΙ ΟΧΙ
- Αν ναι που; Σπίτι Πανεπιστήμιο Βιβλιοθήκη
 Άλλού (hot spots, internet café, από τον γείτονα κτλ.)
6. Πόσες ώρες σε εβδομαδιαία βάση χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο, για τους παρακάτω λόγους;

	καθόλου	< 1 ώρα	1-3 ώρες	3-7 ώρες	7-10 ώρες	>10 ώρες
Αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο για τα μαθήματα						
Αναζήτηση πληροφοριών στο διαδίκτυο γενικά						
Ψυχαγωγία (μουσική, ταινίες)						
Χρήση διαδικτύου για κοινωνικούς λόγους (facebook)						
Επικοινωνία μέσω MSN, chat						
Επικοινωνία μέσω e-mail						
Επικοινωνία μέσω Skype						

7. Έχετε ακούσει τον όρο Web 2.0; ΝΑΙ ΟΧΙ
8. Διατηρείτε προφίλ στο Facebook; ΝΑΙ ΟΧΙ

ΑΝ ΝΑΙ:

9. Ποιοι ήταν οι λόγοι που σας οδήγησαν να εγγραφείτε σ' αυτό το κοινωνικό δίκτυο; (μπορείτε να απαντήσετε σε περισσότερες από μια επιλογές).

- Από φίλους Διασκέδαση Γνωριμίες
 Ενημέρωση Επικοινωνία με φίλους
 Προσωπικούς λόγους Αναζήτηση
 Δεν γνωρίζω, δεν απαντώ

10. Πόσο χρόνο αφιερώνετε στο Facebook κάθε φορά που το επισκέπτεστε;

- 10 λεπτά 10-30 λεπτά 30 λεπτά - 1 ώρα
 2-3 ώρες 4 ώρες και άνω

		Δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
11.	Είναι εύχρηστο το Facebook;						
12.	Χρησιμοποιείτε το Facebook για κοινωνικούς σκοπούς; (επικοινωνία, αναζήτηση φίλων, άτομα με κοινά ενδιαφέροντα, σύλλογοι)						
13.	Χρησιμοποιείτε το Facebook για αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με την εκπαιδευτική δραστηριότητα;						
14.	Πόσο εμπιστεύεστε την πληροφόρηση μέσω του Facebook;						
15.	Με τη συμμετοχή των χρηστών στη διαμόρφωση του περιεχομένου του Facebook, κατά πόσο πιστεύετε το υλικό θα είναι αξιόπιστο;						
16.	Αντλείτε υλικό από την διαδικτυακή εφαρμογή Facebook;						
17.	Θεωρείτε τους ιστο-τόπους (γενικά) επαρκές μέσο επικοινωνίας ανάμεσα στις βιβλιοθήκες και στους χρήστες;						
18.	Θα θέλατε οι βιβλιοθήκες να αξιοποιήσουν περισσότερο την εφαρμογή (Facebook) αυτή;						

Η εφαρμογή και χρήση του Facebook στις Ελληνικές βιβλιοθήκες

19. Χρησιμοποιείτε τις υπηρεσίες κάποιας βιβλιοθήκης μέσω του Facebook;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

20. Στη βιβλιοθήκη κατά την αναζήτηση θα θέλατε να χρησιμοποιείτε το Facebook ως πηγή πληροφόρησης;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

21. Προτιμάτε την πρόσβαση μέσω Facebook από την ιστοσελίδα της βιβλιοθήκης;

ΝΑΙ

ΟΧΙ