

Διαδίκτυο – Ευλογία ή Κατάρα;

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

Τα τελευταία 20 χρόνια με την είσοδο των προσωπικών υπολογιστών και του διαδικτύου στη ζωή μας πολλές αλλαγές έχουν επέλθει στην καθημερινότητα μας. Το internet λειτουργεί πλέον ως μέσο ψυχαγωγίας, διασκέδασης (πχ youtube), ως εργαλείο κοινωνικής δικτύωσης και επικοινωνίας (πχ. facebook και twitter) αλλά και ως μέσο μαζικής ενημέρωσης. Τα παραπάνω μέσα έχουν συμβάλει δυναμικά ώστε να αναδειχθεί το διαδίκτυο και ως η πιο αποτελεσματική πηγή πληροφόρησης, ειδικά στα νεαρά άτομα τα οποία είναι και πιο εξοικειωμένα με τις νέες τεχνολογίες. Οι βιβλιοθήκες και οι εγκυκλοπαίδειες έχουν περάσει σε δεύτερη μοίρα αφού θεωρούνται μέσα πληροφόρησης παλιάς εποχής και -καμιά φορά- όχι τόσο αντικειμενικά όσο το διαδίκτυο λόγω κυρίως του γεγονότος ότι δεν έχουν την δυνατότητα να ανανεώνονται τόσο συχνά. Τέλος, μέσω του διαδικτύου με το πάτημα ενός κουμπιού μπορείς να έχεις πρόσβαση σε βιβλιοθήκες, αρχεία εφημερίδων και σε διαφορές σελίδες από τις οποίες μπορεί ο καθένας να ενημερωθεί για οποιοδήποτε ζήτημα τον ενδιαφέρει άμεσα και ως ένα βαθμό αρκετά αξιόπιστα.



Το διαδίκτυο ωριμάζει σταδιακά στις συνειδήσεις των ανθρώπων και σταδιακά κατακτά την εμπιστοσύνη τους. Από τη στιγμή που το Διαδίκτυο είναι ένα δίκτυο συνδεδεμένων υπολογιστών, κάθε χρήστης έχει την δυνατότητα να μοιραστεί πληροφορίες με άλλους χρήστες γενόμενος, πολλές φορές, ο ίδιος δημιουργός και πάροχος των πληροφοριών αυτών. Δεν υπάρχει άμεσος έλεγχος των πληροφοριών που "ανεβαίνουν" στο Διαδίκτυο από κάποιον ιεραρχικά ανώτερο χρήστη ή οργανισμό. Ο όγκος της πληροφορίας στο Διαδίκτυο είναι πράγματι μεγάλος. Ο Παγκόσμιος Ιστός έφερε επανάσταση στον τρόπο που αναζητούμε και αποκτούμε πρόσβαση σε πληροφορίες. Μέσω του Διαδικτύου μπορούμε πολύ εύκολα, ανέξοδα και γρήγορα να βρούμε στοιχεία για ένα θέμα που μας ενδιαφέρει, να ενημερωθούμε για τις εξελίξεις στον κόσμο, μέχρι και να πάρουμε οδηγίες για το πώς θα μεταβούμε σε κάποια τοποθεσία. Παράλληλα, τα τελευταία χρόνια πραγματοποιήθηκε η μετάβαση από το παθητικό Διαδίκτυο, όπου ο χρήστης ήταν απλός αναγνώστης, στο «συμμετοχικό» Διαδίκτυο, όπου ο χρήστης έχει ενεργό ρόλο στην παραγωγή και διακίνηση της διαδικτυακής πληροφορίας. Ωστόσο, ο νέος τρόπος δημιουργίας και ανάκτησης πληροφοριών προϋποθέτει και αλλαγή στον τρόπο που αξιολογούμε και φιλτράρουμε κριτικά το πληροφοριακό υλικό που καλούμαστε να διαχειριστούμε.



Το ίντερνετ αναμφισβήτητα αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική πηγή πληροφόρησης και έχει πλέον καταλάβει την καθημερινότητα των σύγχρονων ανθρώπων. Αποτελεί την πρωταρχική πηγή ενημέρωσης καθώς κατάφερε τα τελευταία χρόνια να "εκθρονίσει" την τηλεόραση, την μέχρι τώρα κάτοχο αυτής της πρωτιάς. Πλέον, το 65% των ατόμων ηλικίας 18 – 29 ετών δηλώνουν-

σύμφωνα με έρευνα Αμερικανών-ότι το μέσο που επιλέγουν για την ενημέρωσή τους είναι αποκλειστικά το διαδίκτυο, ποσοστό που διπλασιάστηκε τα τελευταία 3 χρόνια! Στο σύνολο το 41% επιλέγει την πλοήγηση στο ίντερνετ για την καθημερινή του ενημέρωση. Το ραδιόφωνο όπως και οι εφημερίδες επιλέγονται πλέον σε πολύ μικρότερο βαθμό ιδιαίτερα από τους νέους. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι το 82% των ερωτηθέντων σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε στις ΗΠΑ θεωρεί ότι έως το 2015 το βασικό εργαλείο πληροφόρησης θα είναι το ίντερνετ. Έτσι, πάνω από 15 δισεκατομμύρια συσκευές θα διαθέτουν σύνδεση στο διαδίκτυο. Συνοπτικά, αυτό σημαίνει ότι πάνω από το 40% του πληθυσμού του πλανήτη θα επικοινωνεί όπως λέγεται "ίντερνετικά"!

Φυσικά τώρα τελευταία πάρα πολλοί άνθρωποι το εμπιστεύονται. Οι στατιστικές λένε ότι το 50% των Ελλήνων ως 45 ετών εμπιστεύεται για ενημέρωση το Διαδίκτυο και πιστεύει ότι αποτελεί σημαντική πηγή πληροφόρησης. Ο δείκτης αξιοπιστίας του Internet σε αυτές τις ομάδες του πληθυσμού που ξεπερνά το 50%, αντανακλά το «δέσιμο» και την αυξημένη εξοικείωση των νέων με το συγκεκριμένο επικοινωνιακό «εργαλείο», σε αντιστοιχία με τις τάσεις που καταγράφονται στις ανεπτυγμένες χώρες. Στην εξέλιξη αυτή σημαντικό ρόλο έχουν διαδραματίσει η αύξηση των έγκυρων και εξειδικευμένων ενημερωτικών πηγών, η ενίσχυση της κάλυψης ειδησεογραφίας από μεγάλους δικτυακούς τόπους, αλλά και η συνεχώς αναπτυσσόμενη παρουσία των ηλεκτρονικών εκδόσεων των εφημερίδων στο Internet. Τις τάσεις αυτές, που σημειώνονται και στην ελληνική κοινωνία, καταγραφεί και η τελευταία έρευνα της εταιρείας VPRC, που έγινε για λογαριασμό του Εθνικού Δικτύου Έρευνας και Τεχνολογίας - ΕΔΕΤ ΑΕ, σε πανελλήνια κλίμακα. Ειδικότερα η έρευνα κατέδειξε ότι όσο πιο νέοι είναι οι χρήστες του Internet τόσο πιο αξιόπιστη θεωρούν την πληροφόρηση που λαμβάνουν από το Διαδίκτυο. Το ποσοστό αξιοπιστίας φθάνει στο 65,2% στην ηλικιακή ομάδα των νέων από 15 ως 17 ετών. Το ανάλογο ποσοστό στους νέους 18-24 χρόνων ανέρχεται στο 56% και στην κατηγορία 25-34 στο 51,3%. Όσο αυξάνεται η ηλικία οι επιφυλάξεις φαίνεται να είναι πιο έντονες. Αυτό πρέπει να έχει σχέση και με τον βαθμό εξοικείωσης στη χρήση του Διαδικτύου. Έτσι το ποσοστό αξιοπιστίας της πληροφόρησης από το Internet φθάνει στο 47,1% στην ηλικιακή ομάδα των 35-44 ετών, πέφτει στο 32,1% σε εκείνη των 45-54 ετών και βρίσκεται ακόμη πιο κάτω, στο 20,4%, στους πολίτες 55-64 ετών.

Σύμφωνα με την έρευνα, σταθερούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές είχε το 2005 το 32,5% των ελληνικών νοικοκυριών. Το 2004 υπολογιστές είχε το 29,9% των νοικοκυριών. Όσον αφορά τη χρήση του Διαδικτύου το 15,1% των ερωτηθέντων απάντησε ότι ο λόγος που θα χρησιμοποιούσε το Internet είναι η ψυχαγωγία και τα παιχνίδια, το 14,4% η αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες, το 10,8% η αναζήτηση μουσικής, το 9,5% η ενημέρωση, το 8,2% το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και το 6,5% η πρόσβαση στην τηλεόραση και στα βίντεο. Μόνο το 4,7% των ερωτηθέντων προσδιορίζει ως λόγο χρήσης του Διαδικτύου την αναζήτηση πληροφοριών για υπηρεσίες του Δημοσίου.



ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Το Διαδίκτυο, σε συνδυασμό με την ολοένα αναπτυσσόμενη ψηφιακή τεχνολογία, έχει δημιουργήσει μία τεράστια αγορά γνώσεων/πληροφοριών. Παραδοσιακές μορφές τέχνης (όπως για παράδειγμα ο κινηματογράφος και η μουσική) μέσω της ψηφιακής τεχνολογίας παίρνουν την ίδια μορφή (αρχείων δεδομένων) με αντικείμενα που εκ πρώτης όψεως είναι εντελώς διαφορετικά (όπως για παράδειγμα ηιατρική επιστήμη ή κάποιο πρόγραμμα λογισμικού). Παρατηρείται λοιπόν μία συγκέντρωση γνώσης ή, αν είναι δυνατό να λεχτεί, πολιτιστικής κληρονομιάς, που σχετίζεται άμεσα με το Ίντερνετ. Το μεγάλο ερώτημα που προκύπτει πλέον είναι το "ποιος θα διοικήσει, ποιος θα ελέγξει την γνώση αυτή".

Από τη στιγμή που το Διαδίκτυο είναι ένα δίκτυο συνδεδεμένων υπολογιστών, κάθε χρήστης έχει την δυνατότητα να μοιραστεί πληροφορίες με άλλους χρήστες γενόμενος, πολλές φορές, ο ίδιος δημιουργός και πάροχος των πληροφοριών αυτών. Δεν υπάρχει άμεσος έλεγχος των πληροφοριών που "ανεβαίνουν" στο Διαδίκτυο από κάποιον ιεραρχικά ανώτερο χρήστη ή οργανισμό. Το θέμα της μη ιεραρχημένης πληροφορίας, όμως, τίθεται υπό αμφισβήτηση. Ο όγκος της πληροφορίας στο



Διαδίκτυο είναι πράγματι μεγάλος. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν πληροφορίες ευκολότερα και δυσκολότερα προσβάσιμες από τον χρήστη.

Το Διαδίκτυο κατέστησε εφικτή τη συγκέντρωση μεγάλου όγκου πληροφοριών και επηρέασε σημαντικά τον τρόπο διάθεσής τους, δεν συμβαίνει όμως στον ίδιο βαθμό το ίδιο και στον τρόπο παραγωγής αυτών. Για παράδειγμα, ο τρόπος παραγωγής μιας κινηματογραφικής ταινίας δεν έχει επηρεαστεί σημαντικά από την ύπαρξη του Διαδικτύου, ανεξάρτητα από το αν έχει επηρεαστεί ή όχι από την ψηφιακή τεχνολογία. Παρ' όλα αυτά, και σύμφωνα με την "ιντερνετοφιλική" προσέγγιση, το Διαδίκτυο ασκεί μεγάλη επίδραση στην διαδικασία παραγωγής δημοσιογραφικών προϊόντων. Η δημιουργία της είδησης παύει να είναι πλέον μονοπώλιο λίγων, αφού ο κάθε χρήστης μπορεί εάν το επιθυμεί να δημιουργήσει πληροφορία ανά πάσα στιγμή. Το πιο τρανταχτό παράδειγμα της επίδρασης αυτής είναι

τα ιστολόγια (blogs), όπου μπορεί κανείς να εκφέρει απόψεις και να σχολιάσει γεγονότα πάσης φύσεως (βλ. δημοσιογραφία στον ιστό και δημοσιογραφία των πολιτών).



Ως αποτέλεσμα της επιρροής αυτής του Ίντερνετ στη παραγωγή ειδήσεων τα όρια μεταξύ ενός απλού χρήστη του διαδικτύου και ενός επαγγελματία δημοσιογράφου γίνονται περισσότερο δυσδιάκριτα. Αυτό με τη σειρά του οδηγεί στην ανάγκη για επαναπροσδιορισμό της έννοιας της δημοσιογραφίας καθώς και της απαραίτητης εκπαίδευσης των δημοσιογράφων. Η ανάγκη για τον επαναπροσδιορισμό της δημοσιογραφίας, όμως, δεν είναι τόσο μεγάλη σύμφωνα με τους υποστηρικτές της "αντι-πλουραλιστικής" προσέγγισης, καθώς θεωρούν πως το Ίντερνετ δεν μπορεί να ασκήσει ουσιαστική επίδραση στην επικοινωνία γενικότερα και στην δημοσιογραφία ειδικότερα..

Επίσης, λόγω της μεγάλης συγκέντρωσης γνώσης στο Διαδίκτυο, η έννοια της κοινωνικής ισότητας παίρνει και πάλι μεγάλη σημασία. Το χάσμα ανάμεσα σε πληροφοριακά πλούσιους και πληροφοριακά φτωχούς θα διευρύνεται όσο αυξάνεται η συγκέντρωση της γνώσης αυτής. Το παραπάνω αποτελεί ακόμα έναν λόγο που κάνει πιο επιτακτική την ανάγκη για διερεύνηση του αρχικού ερωτήματος "ποιος θα ελέγξει τη γνώση αυτή".

Η γλώσσα που χρησιμοποιείται περισσότερο στη διακίνηση της πληροφορίας στο Διαδίκτυο είναι η Αγγλική. Έχοντας αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια, το Διαδίκτυο περιλαμβάνει πλέον ποιοτικά και ποσοτικά ευρύ περιεχόμενο και στις υπόλοιπες γλώσσες των περισσότερο αναπτυγμένων χωρών.

ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Οι πηγές της ψυχαγωγίας έχουν εξελιχθεί με την πάροδο του χρόνου. Μια από τις τελευταίες της μορφές για τον παρόντα πολιτισμό είναι οι υπολογιστές. Με ενσωματωμένα παιχνίδια για δική μας χρήση, με διάθεση των λογισμικών που μας επιτρέπουν να ζωγραφίσουμε, να ακούσουμε μουσική, να παρακολουθήσουμε βίντεο, ταινίες και μας επιτρέπει να δημιουργήσουμε μουσική ή βίντεο ή ταινίες, είναι σίγουρα η πιο εξελιγμένη μορφή ψυχαγωγίας. Ο υπολογιστής έχει γίνει πραγματικά μια σημαντική πηγή ψυχαγωγίας για τους ανθρώπους που γνωρίζουν από υπολογιστή ή, τουλάχιστον ξέρουν τα βασικά. Εκτός από αυτό, η προφανέστατη και πιο διαδεδομένη πηγή ψυχαγωγίας για υπολογιστές είναι το διαδίκτυο, το οποίο μας συνδέει όχι μόνο με όλο τον υπόλοιπο κόσμο, αλλά μας επιτρέπει επίσης να βρούμε την διασκέδαση που ψάχνουμε και στο σπίτι. Δωμάτια συνομιλίας (chatrooms) όπως είναι το γνωστό στους περισσότερους από εμάς facebook και MSN Messenger, μας επιτρέπουν να συνδεθούμε με ανθρώπους που έχουν τον ίδιο τρόπο σκέψης και να συζητήσουμε μαζί τους για τα αγαπημένα μας θέματα. Αυτά τα προγράμματα μας επιτρέπουν επίσης να συνδεθούμε με φίλους μας σε ολόκληρο τον κόσμο και να τους μιλήσουμε. Ιστοσελίδες που μεταφέρουν ειδήσεις και άλλα θέματα που αφορούν την ψυχαγωγία αποτελούν μια σημαντική πηγή. Online παιχνίδια μας επιτρέπουν να παίζουμε με άλλους ανθρώπους που έχουν πρόσβαση στο εν λόγω παιχνίδι σε ένα εικονικό κόσμο, ενώ όλοι καθόμαστε στο δικό μας χώρο μπροστά από το PC μας. Αναρίθμητα παραδείγματα του διαδικτύου ως πηγή ψυχαγωγίας μπορούν να ειπωθούν. Επομένως δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι οι υπολογιστές αποτελούν την κύρια πηγή της ψυχαγωγίας και διασκέδασης σε αυτή τη γενιά.

Μορφές ψυχαγωγίας μετά την εμφάνιση των ηλεκτρονικών υπολογιστών:

Μια από τις κυριότερες μορφές ψυχαγωγίας μετά την εμφάνιση των ηλεκτρονικών υπολογιστών είναι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια (video games). Εμφανίστηκαν σε ευρεία κλίμακα στις αρχές της δεκαετίας του εβδομήντα, ενώ ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του πενήντα, παιχνίδια όπως το σκάκι παίζονταν στον υπολογιστή. Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια είναι λογισμικό στο οποίο έχουν καταγραφεί οι κανόνες κάποιου παιχνιδιού. Ο χρήστης χρησιμοποιώντας το πληκτρολόγιο, το ποντίκι ή άλλη συσκευή (π.χ. χειριστήριο) επικοινωνεί με τον υπολογιστή που συγκρίνει τις ενέργειες και τις κινήσεις του χρήστη με τους κανόνες του παιχνιδιού, τις επικυρώνει ή τις απορρίπτει και εμφανίζει τα αποτελέσματα στην οθόνη. Το πρώτο video games δημιουργήθηκε το 1958. Ήταν ένα παιχνίδι τένις (όπου το γήπεδο ήταν μια οριζόντια γραμμή και η μπάλα ένα μικρός κύκλος). Δεν είναι λοιπόν μια απλή μόδα της εποχής μας παρ' όλο που προκαλούν έντονο και υπερβολικό θαυμασμό τόσο στα παιδιά όσο και στους ενήλικες.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Τα ηλεκτρονικά παιχνίδια, λόγω της γοητείας που ασκούν, έχουν συμβάλει στη ραγδαία εισαγωγή οικογενειακό σημαντικό εξάπλωση της τη βοήθειά τους, καινοτομία έχει καταναλωτικό ηλεκτρονικά σε μεγάλο βαθμό ιδιαίτερα τα παιδιά πληροφορικής, ενώ προσανατολίζουν τον υπολογιστή σε ένα συγκεκριμένο τύπο ανάπτυξης και χρήσης. Ο υπολογιστής μετατρέπεται σε μηχανή ψυχαγωγίας.



των υπολογιστών στο περιβάλλον. Είναι παράγοντας στην πληροφορικής, ενώ με μια τεχνολογική μετατροπή σε ηλεκτρονικό προϊόν. Τα παιχνίδια εξοικειώνουν τους νέους χρήστες και με την κουλτούρα της ταυτόχρονα

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Η απήχηση που έχουν στο σύγχρονο άνθρωπο έχει αποτελέσει και αποτελεί αντικείμενο πολλών συζητήσεων και μελετών. Από τη μια μεριά, κατά καιρούς βλέπουν το φως της δημοσιότητας απόψεις που υπερτονίζουν τις αρνητικές επιδράσεις των ηλεκτρονικών παιχνιδιών κυρίως στη διαμόρφωση αντικοινωνικής συμπεριφοράς. Δεν είναι λίγοι εκείνοι οι οποίοι υποστηρίζουν ότι τα ηλεκτρονικά παιχνίδια -με την έλξη που ασκούν λόγω μουσικής, χρωμάτων, σχεδίων, γρήγορης κίνησης, κ.ά.- συμβάλλουν στην εξοικείωση των νέων χρηστών με τον υπολογιστή, την επαφή τους με πολλά γνωστικά αντικείμενα, την αύξηση των δεξιοτήτων τους, την αύξηση των αντανάκλαστικών τους, και δεν είναι λίγοι αυτοί που είναι ενάντιοι στη χρήση τους υπερτονίζοντας τις αρνητικές επιδράσεις τους. Το πάθος που προκαλούν τα ηλεκτρονικά παιχνίδια ανησυχεί ορισμένους που διαβλέπουν σε αυτά μια παθολογική μανία ενώ δεν χαίρουν ιδιαίτερης εκτίμησης στον κόσμο της εκπαίδευσης. Συνιστούν ωστόσο ένα σημαντικό κοινωνικό φαινόμενο γύρω από το οποίο μάλιστα έχει αναπτυχθεί μια ιδιαίτερα επικερδής βιομηχανία

ΕΘΙΣΜΟΣ

Συμπτώματα εθισμού

→ Περνά όλο τον ελεύθερο χρόνο του μπροστά στον Η/Υ

- Έχει συχνά πονοκεφάλους και νυστάζει στο σχολείο
- Πέφτει η σχολική του επίδοση
- Παραμελεί τον εαυτό του και την προσωπική του υγιεινή
- Προτιμά να παίζει online games απ'το να δει τους φίλους του
- Είναι ευερέθιστος όταν δεν παίζει

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- Στη σύγχρονη εποχή που ζούμε κύρια ασχολία είναι το διαδίκτυο και αυτό έχει κάποια πλεονεκτήματα στην ζωή μας. Με το διαδίκτυο μπορούμε να κατεβάσουμε ταινίες και τραγούδια. Φυσικά αυτό έχει ως αποτέλεσμα να κατεβάζουμε δωρεάν ό,τι θέλουμε και αυτό έχει ως αντίκτυπο στους καλλιτέχνες και στους ανθρώπους.
- Τα παιχνίδια είναι αυτά που παρέχουν διασκέδαση και συντροφιά για κάποιες ώρες. Αντιγράφοντας την ζωή και την κοινωνία μας και βάζοντας στοιχεία που διεγείρουν την φαντασία μας. Τα online games είναι ένας τρόπος ψυχαγωγίας και εκπαίδευσης αρκεί να υπάρχει γνώση για την κατάλληλη χρήση με μέτρο όπως σε όλα τα πράγματα που μας ψυχαγωγούν, ώστε να μην δημιουργηθούν προβλήματα όπως ο εθισμός .
- Το internet,λοιπόν, αποτελεί σίγουρα ένα εργαλείο ένα παράθυρο στην γνώση, αρκεί να γνωρίζουμε τους κινδύνους που υπάρχουν και να προφυλασσόμαστε από αυτούς



ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η επικοινωνία μέσω του διαδικτύου καθίσταται άμεση και αμφίδρομη. Δίνεται η δυνατότητα σε κάθε χρήστη ηλεκτρονικού υπολογιστή συνδεδεμένου στο Διαδίκτυο να ανταλλάσσει απόψεις μέσω της ψηφιακής κοινωνικής δικτύωσης. Μερικά από τα κυριότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι τα παρακάτω:

SKYPE

Το Skype είναι μια εξαιρετικά δημοφιλής εφαρμογή VoIP με εκατομμύρια χρήστες από όλον τον κόσμο. Αρχικά ήταν για επικοινωνία από Η/Υ σε Η/Υ. Πλέον προσφέρει κλήσεις σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου, μπορεί να εγκατασταθεί γρήγορα και εύκολα. Το Skype έχει εξαιρετική ποιότητα ήχου - εικόνας και παρέχει υψηλή



ασφάλεια με κρυπτογράφηση end-to-end. Τα οφέλη του Skype είναι πάρα πολλά: Δωρεάν τηλεδιασκέψεις, online μαθήματα και σεμινάρια, εκπαίδευση και υποστήριξη εξ' αποστάσεως, και το κυριότερο... Ζωντανή, ουσιαστική επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο με γραπτό κείμενο, ήχο και εικόνα, με τους αγαπημένους σας σε όποιο σημείο του πλανήτη κι αν βρίσκονται, εντελώς δωρεάν. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα εξοικονόμησης πολλών χρημάτων πραγματοποιώντας τηλεφωνικές κλήσεις μέσω του Skype. Ακόμα, το Skype μπορεί να χρησιμοποιηθεί μέσω της τηλεόρασης.

Ωστόσο, η σύνδεση με την κάμερα μπορεί να μην είναι τόσο ορατή, όπως είναι επιθυμητό. Η σύνδεση ήχου μπορεί να μην λειτουργεί σωστά. Αυτό με τη σειρά του θα δημιουργήσει ένα πρόβλημα για τα άτομα που έχουν ανάγκη να πραγματοποιήσουν μια εικονική συνάντηση με κάποιον.

CHAT ROOMS

Τα chat rooms είναι εικονικά μέρη, όπου άνθρωποι από όλο τον κόσμο έχουν τη δυνατότητα να «συναντηθούν» και να «συνομιλήσουν» μέσω μηνυμάτων που γράφουν με το πληκτρολόγιό τους. Το chat room είναι ένα χώρος ανοικτής συνομιλίας που προσφέρει επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο και έτσι δημιουργούνται νέοι δρόμοι για την επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων.

Κατά παράδοση, τα chatrooms ήταν δημοφιλή στους νέους ως τρόπος δημιουργίας νέων φίλων, "χώρος" όπου μοιράζονται με άλλους τα χόμπι και τα ενδιαφέροντά τους και συζητούσαν για ζητήματα που τους ήταν προσφιλή. Τα τελευταία χρόνια, εντούτοις, τα chat rooms έχουν αντικαταστήσει ως κύρια πλατφόρμα τη συνομιλία των εφήβων στο διαδίκτυο και πολλές φορές άγνωστοι χρησιμοποιούν ψευδείς πληροφορίες για να τους προσεγγίσουν δίνοντας π.χ. πλαστό όνομα, ηλικία, ενδιαφέροντα. Με αυτό τον τρόπο αρχίζουν επικοινωνία με τα νεαρά άτομα και με τον καιρό κερδίζουν την εμπιστοσύνη τους ενώ στην πραγματικότητα έχουν πονηρές



προθέσεις για τα θύματά τους. Επιπλέον το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο συμβάλει στην αύξηση του γλωσσικού προβλήματος, δηλαδή στην υπεραπλούστευση της γλώσσας καθώς σ' αυτού του είδους τις συνομιλίες γράφουμε πρόχειρα, συμπτυκνωμένα και πολλές φορές χρησιμοποιούμε τα λεγόμενα «greekenglish».

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ (E-MAIL)

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι μια Υπηρεσία του Διαδικτύου, η οποία επιτρέπει τη συγγραφή, αποστολή, λήψη και αποθήκευση μηνυμάτων με χρήση ηλεκτρονικών συστημάτων τηλεπικοινωνιών. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι «ασύγχρονο», δηλαδή ο παραλήπτης δεν είναι ανάγκη να βρίσκεται σε σύνδεση με το δίκτυο τη στιγμή που ο αποστολέας στέλνει τα μηνυμάτά του. Αυτό, καθώς και το γεγονός ότι έχουμε επικοινωνία μέσω γραπτών κειμένων, το διαφοροποιεί από το τηλέφωνο που απαιτεί «σύγχρονη» επικοινωνία. Μαζί με την αποστολή μηνυμάτων είναι δυνατόν να «συνδεθούν» εξωτερικά ντοκουμέντα, δηλαδή αρχεία κειμένων, ήχων ή εικόνων, και να αποσταλούν σε έναν ή πολλούς ταυτόχρονα παραλήπτες. Όλα αυτά έχουν μετατρέψει σήμερα το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο στο πιο σίγουρο, γρήγορο και οικονομικό μέσο για την ανταλλαγή πληροφοριών ή υλικού.

Ίσως η κυριότερη παγίδα του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι η διάδοση ιών. Ειδικότερα το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο χρησιμοποιείται συχνά για τη μεταφορά ανεπιθύμητων μηνυμάτων σε μεγάλο όγκο ταχυδρομείου, (spam), αλλά υπάρχουν προγράμματα που μπορούν να "φιλτράρουν" και να σταματήσουν ή να σβήσουν αυτόματα τα περισσότερα από αυτά.



ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Με τον όρο μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφερόμαστε στα μέσα που χρησιμοποιούνται για την κοινωνική αλληλεπίδραση, και μας παρέχουν τεχνικές δυνατότητες έκδοσης και δημοσίευσης. Στόχος τούς είναι η επικοινωνία και η ενεργοποίηση του ευρύτερου κοινωνικού διαλόγου. Τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης χωρίζονται σε πολλές κατηγορίες. Εμείς θα αναλύσουμε κάποιες από αυτές. Η πρώτη ονομάζεται “social networking” σε αυτήν την κατηγορία ανήκει το Facebook, το twitter και άλλες παρόμοιες σελίδες οι οποίες μας δίνουν την δυνατότητα αλληλεπίδρασης με φίλους, σχολιασμού και έκφρασης απόψεων, καθώς και την είσοδο σε ομάδες κοινωνικών ενδιαφερόντων και συζητήσεις. Η δεύτερη γνωστή ως “conversation apps” αποτελείται από το Skype, το Οοοο και άλλες υπηρεσίες που εστιάζουν στην επικοινωνία μέσω βιντεοκλήσεων. Και μια Τρίτη η οποία ονομάζεται “video” και αποτελείται από το YouTube και άλλα παρόμοια web sites όπου οι χρηστές μπορούν να μοιράζονται φωτογραφίες και βίντεο καθώς και να γράφουν τα σχόλια τους για αυτά.

FACEBOOK



Το **Facebook** είναι [ιστοχώρος](#) κοινωνικής δικτύωσης που ξεκίνησε στις 5 Ιανουαρίου του 2005. Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν μέσω μηνυμάτων με τις επαφές τους και να τους ειδοποιούν όταν ανανεώνουν τις προσωπικές πληροφορίες τους. Όλοι έχουν ελεύθερη πρόσβαση στο να συμμετάσχουν σε δίκτυα που σχετίζονται μέσω πανεπιστημίου, θέσεων απασχόλησης ή γεωγραφικών περιοχών.

Ο [Μαρκ Ζάκερμπεργκ](#) ίδρυσε το Facebook ως μέλος του πανεπιστημίου του [Harvard](#). Αρχικά δικαίωμα συμμετοχής είχαν μόνο οι φοιτητές του [Harvard](#) ενώ αργότερα επεκτάθηκε για την [Ivy League](#). Το όνομα της ιστοσελίδας προέρχεται από τα έγγραφα παρουσίασης των μελών πανεπιστημιακών κοινοτήτων μερικών Αμερικάνικων κολεγίων και προπαρασκευαστικών σχολείων που χρησιμοποιούσαν οι νεοεισερχόμενοι σπουδαστές για να γνωριστούν μεταξύ τους. Το 2005 το δικαίωμα πρόσβασης επεκτάθηκε σε μαθητές συγκεκριμένων λυκείων και μέλη ορισμένων μαθητικών κοινοτήτων, ενώ το 2006 η υπηρεσία έγινε προσβάσιμη σε κάθε άνθρωπο του πλανήτη που η ηλικία του ξεπερνούσε τα 13 χρόνια.

Το Facebook είναι ένας καλός τρόπος δικτύωσης με φίλους και γνωστούς. Παρά το ότι ενέχει κινδύνους (κυρίως για παραβίαση προσωπικών δεδομένων), ο προσεκτικός χρήστης δεν έχει πρόβλημα. Το Facebook ακόμα παρέχει παιχνίδια και υπάρχει η δυνατότητα ανεβάσματος φωτογραφιών και βίντεο.

TWITTER



Το Twitter (Τουίτερ) είναι ένας [ιστοχώρος](#) κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα (μέχρι 140 χαρακτήρες), τα οποία ονομάζονται τουίτς (Tweets). Τα μηνύματα μπορούν να αναγνωστούν και από μη συνδεδεμένους χρήστες, αλλά μόνο οι συνδεδεμένοι μπορούν να δημοσιεύσουν κείμενα. Δημιουργήθηκε τον Μάρτιο του 2006 από τον Τζακ Ντόρσει και δημοσιεύθηκε τον Ιούλιο του ίδιου χρόνου. Η υπηρεσία έγινε γρήγορα δημοφιλής και σήμερα έχει 500 εκατομμύρια χρήστες. Είναι ένας από τους δέκα πιο δημοφιλείς ιστοτόπους του διαδικτύου.

SKYPE



Το Skype ιδρύθηκε το 2003 από δυο επιχειρηματίες τον Niklas Zennstrom από την Σουηδία και τον Janus Friis από τη Δανία. Το λογισμικό του αναπτύχθηκε από τους Εσθονούς Ahti Heinla, Priit Kasesalu, και Jaan Tallin. Τον Αύγουστο του 2003 κυκλοφόρησε η πρώτη δημόσια beta έκδοση. Αρχικά η ονομασία του ήταν “Skype Protocol” και βασιζόνταν στην τεχνολογία

VoIP, η οποία μετατρέπει τη φωνή του χρήστη σε πακέτα ψηφιακών δεδομένων τα οποία στέλνονται μέσω του διαδικτύου, αυτό είχε ως αποτέλεσμα να παρέχει τη δυνατότητα τηλεφωνικών κλήσεων μέσω υπολογιστή σε όλο τον κόσμο με χαμηλές χρεώσεις. Το 2004 το Skype άρχισε να “απογειώνεται” και λίγο μετά ο Zennstrom και ο Friis ξεκίνησαν συζητήσεις με πολλές εταιρείες μεταξύ άλλων τις Yahoo, Google και Microsoft. Στις 12 Σεπτεμβρίου ανακοινώθηκε ότι η εταιρία eBay είχε έρθει σε επαφή με την Skype για την εξαγορά της. Το ποσό της συμφωνίας ανερχόταν στα 2,6 δις. δολάρια και το “πακέτο” να περιλαμβάνει μετρητά και μετοχές της eBay. Στις 14 Οκτωβρίου του 2005 ολοκληρώθηκε και επίσημα η απόκτηση της Skype από την eBay. Ο επικεφαλής του Skype John Silverman κατάφερε να υπερεκτιμήσει την αξία της Skype και να πληρώσει 2,6 δις. δολάρια για την εξαγορά της . Τέλος στις 14 Οκτωβρίου 2011 η Microsoft ανακοίνωσε την ολοκλήρωση της εξαγοράς της Skype. Για την οριστική συμφωνία βοήθησε και ο επενδυτικός κολοσσός Silver Lake. Έτσι Microsoft κατέβαλε το ποσό των 8,5 δισεκατομμυρίων δολαρίων όπου πρόκειται για την πιο ακριβή εξαγορά στην ιστορία του πολυεθνικού κολοσσού.

YOUTUBE



Το YouTube είναι ένας δημοφιλής διαδικτυακός τόπος, ο οποίος επιτρέπει την αποθήκευση την αναζήτηση και την αναπαραγωγή ψηφιακών ταινιών. Δημιουργήθηκε το Φεβρουάριο του 2005 από τους Steve Chen, Chad Hurley και τον Jawed Karim. Το Νοέμβριο του 2006 ονομάστηκε από το περιοδικό Time "Invention of the Year 2006" (Η Εφεύρεση του 2006). Τον Οκτώβριο του 2006 η εταιρεία αγοράστηκε από την Google με ανταλλαγή μετοχών αξίας 1,65 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ. Σήμερα λειτουργεί ως θυγατρική της Google και εδρεύει στο Σαν Μπρούνο της Καλιφόρνια. Χρησιμοποιεί την τεχνολογία “Adobe Flash Video” για να εμφανιστεί μια μεγάλη ποικιλία από το περιεχόμενο φτιαγμένο από χρήστες, συμπεριλαμβανομένων των κλιπ ταινιών, κλιπ τηλεόρασης, βίντεο και μουσικής, καθώς και ερασιτεχνικό περιεχόμενο, όπως το “video blogging” και σύντομα πρωτότυπα βίντεο. Το μεγαλύτερο μέρος του περιεχομένου στο YouTube έχει φορτωθεί από άτομα, αν και μέσα μαζικής ενημέρωσης και επιχειρήσεις συμπεριλαμβανομένων των CBS, BBC, Vevo και άλλες οργανώσεις παρέχουν ορισμένο από το υλικό τους μέσω του site, ως μέρος του προγράμματος εταιρικής σχέσης YouTube. Έτσι όλοι μπορούν να βλέπουν τις αποθηκευμένες ψηφιακές ταινίες (βίντεο), ενώ τα εγγεγραμμένα μέλη μπορούν να αποθηκεύουν απεριόριστο αριθμό ταινιών με χρονικό όριο δεκαπέντε λεπτών το κάθε βίντεο. Μαζί με τις ταινίες φαίνεται και ο αριθμός των μελών που τις έχουν δει, ώστε να φαίνονται ποιες είναι οι πιο δημοφιλείς. Όσον αφορά τους χρήστες πρέπει να αναφερθεί ότι ένας χρήστης μπορεί να πει αν του αρέσει ένα βίντεο ή όχι. Τα εγγεγραμμένα μέλη μπορούν να αφήσουν σχόλια στο κάθε βίντεο και να πατήσουν το κουμπί "Μου αρέσει" καθώς επίσης και να βαθμολογήσουν τα σχόλια άλλων χρηστών. Οι μη εγγεγραμμένοι μπορούν να παρακολουθήσουν τα βίντεο, ενώ οι εγγεγραμμένοι επιτρέπεται και να ανεβάσουν απεριόριστο αριθμό βίντεο. Αυτά που θεωρούνται ότι περιέχουν δυνητικά προσβλητικό περιεχόμενο είναι διαθέσιμα μόνο σε εγγεγραμμένους χρήστες που η ηλικία τους ξεπερνά τα 18 χρόνια.

ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Εξ αποστάσεως εκπαίδευση είναι η υποβοηθούμενη από τα μέσα επικοινωνίας εκπαίδευση (ταχυδρομείο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ραδιόφωνο, τηλεόραση, κασέτες βίντεο, υπολογιστές, τηλεδιάσκεψη και άλλα) με μικρή ή καθόλου διαπροσωπική ή σε τάξη επαφή μεταξύ εκπαιδευτή και εκπαιδευόμενου. Ο όρος αυτός χρησιμοποιείται και από την UNESCO, ενώ από το 1999 προστίθεται με την ίδια ακριβώς ερμηνεία στο λεξικό όρων του MeSH (Medical Subject Headings) της Εθνικής Ιατρικής Βιβλιοθήκης των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής. Ένας άλλος ορισμός που μπορεί να βρεθεί στο διαδίκτυο αναφέρει ότι πρόκειται για ένα τομέα της εκπαίδευσης που αφορά την



παιδαγωγική, την τεχνολογία και τον σχεδιασμό της εκπαιδευτικής δομής, που επιδιώκει την παροχή εκπαίδευσης, χωρίς την ανάγκη φυσικής παρουσίας στο χώρο που αυτή λαμβάνει χώρα. Ο ορισμός αυτός αναφέρει την εξ αποστάσεως εκπαίδευση ως ξεχωριστό κλάδο της εκπαίδευσης, κάτι που όμως δεν είναι μεθοδολογικά αποδεκτό. Σήμερα, η εξ αποστάσεως εκπαίδευση υλοποιείται σχεδόν αποκλειστικά με την υποστήριξη του υπολογιστή, και πιο συγκεκριμένα σε περιβάλλον.

διαδικτυακό

- Η εξ αποστάσεως εκπαίδευση μπορεί να διαχωριστεί σε σύγχρονη και ασύγχρονη. Στη σύγχρονη εξ αποστάσεως εκπαίδευση, η διαδικασία της διδασκαλίας και της μάθησης γίνονται ταυτόχρονα. Ο εκπαιδευτής παραδίδει το μάθημα σε ζωντανή σύνδεση,



όχι απαραίτητα αμφίδρομη, και ο εκπαιδευόμενος, αν και βρίσκεται σε διαφορετικό τόπο, παρακολουθεί το μάθημα στον ίδιο χρόνο.

Στην ασύγχρονη εξ αποστάσεως εκπαίδευση, που είναι και πιο διαδεδομένη, ο εκπαιδευόμενος μαθαίνει όχι μόνο σε διαφορετικό χώρο από τον εκπαιδευτή, αλλά και σε διαφορετικό χρόνο από τη διαδικασία της παράδοσης ή δημιουργίας του μαθήματος. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι τα μαθήματα που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του

διαδικτύου.

Σήμερα, υπάρχουν μέθοδοι εξ αποστάσεως εκπαίδευσης που χρησιμοποιούν και τα δύο είδη, ώστε να παρέχουν πιο ολοκληρωμένη εκπαιδευτική εμπειρία.

ΜΕΣΑ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

- ✓ Κινούμενη εικόνα
- ✓ Ηλεκτρονικές συλλογές υλικού που διαχειρίζονται χρήστες ή εκπαιδευτές
- ✓ Ηλεκτρονικό σύστημα υποστήριξης της απόδοσης όπου είναι το πρόγραμμα που διευκολύνει την πρόσβαση σε πληροφορίες
- ✓ Προσωπικοί υπολογιστές παλάμης
- ✓ Συσκευές αναπαραγωγής αρχείων ήχου με υποστήριξη πολυμέσων Εκπαιδευτικό υλικό βασισμένο στις τεχνολογίες του διαδικτύου
- ✓ Ψηφιακοί δίσκοι πολυμέσων

- ✓ Ιστοσελίδες και κοινότητες
- ✓ Ηλεκτρονικοί χώροι ασύγχρονης συζήτησης
- ✓ Λογισμικό υποστήριξης συνεργασίας
- ✓ Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο
- ✓ Ημερολόγια διαδικτύου
- ✓ Εγκυκλοπαίδειες διαχειριζόμενες από τους χρήστες
- ✓ Σύγχρονη συζήτηση με κείμενο
- ✓ Αξιολόγηση υποβοηθούμενη από υπολογιστή
- ✓ Εκπαιδευτικό κινούμενο σχέδιο
- ✓ Εξομοιωτές
- ✓ Παιχνίδια
- ✓ Σύστημα διαχείρισης μάθησης ή Εικονικό Περιβάλλον Εκπαίδευσης
- ✓ Ηλεκτρονικά συστήματα ψηφοφορίας
- ✓ Διανομή συλλογών ψηφιακών αρχείων σε πολλούς παραλήπτες με υπηρεσίες του διαδικτύου

Αν και τα μέσα της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης είναι πάρα πολλά και το καθένα μπορεί να αποτελείται από διαφορετικά προγράμματα που συνεργάζονται, το πιο διαδεδομένο σύστημα που χρησιμοποιείται για την εξ αποστάσεως εκπαίδευση στην ανώτατη εκπαίδευση είναι το Σύστημα Διαχείρισης της Μάθησης ή Εικονικό Περιβάλλον Εκπαίδευσης. Οι όροι χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν το λογισμικό που σχεδιάστηκε για τη διαχείριση των δραστηριοτήτων εκπαίδευσης. Εξέλιξη τους είναι το Σύστημα Διαχείρισης Εκπαιδευτικού Περιεχομένου που προσθέτει τη λειτουργικότητα της επαναχρησιμοποίησης του υλικού ή μέρους του.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Τι είναι:

Πρόκειται για κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως με ηλεκτρονικά μέσα, βασισμένο δηλαδή στην ηλεκτρονική μετάδοση δεδομένων, χωρίς να καθίσταται αναγκαία η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, πωλητή-αγοραστή. Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες. Το εύρος των ανταλλαγών που διεξάγονται ηλεκτρονικά, έχει αυξηθεί ασυνήθιστα με την ευρεία χρήση του διαδικτύου.



Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να οριστεί από τέσσερις διαφορετικές οπτικές γωνίες

- Επιχειρήσεις: ως εφαρμογή νέων τεχνολογιών προς την κατεύθυνση του αυτοματισμού των συναλλαγών και της ροής εργασιών.
- Υπηρεσίες: ως μηχανισμός που έχει στόχο να ικανοποιήσει την κοινή επιθυμία προμηθευτών και πελατών για καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, μεγαλύτερη ταχύτητα εκτέλεσης συναλλαγών και μικρότερο κόστος.

- Απόσταση: ως δυνατότητα αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση.
- Επικοινωνία: ως δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων, υπηρεσιών και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Μορφές

Εσωτερικό εμπόριο: Στόχος είναι η αποτελεσματικότερη λειτουργία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, ώστε να μπορεί να προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της. Οι εφαρμογές του συνήθως εντάσσονται στη λειτουργία ενός τοπικού δικτύου και μπορούν να είναι επικοινωνία μεταξύ ομάδων εργασίας, ηλεκτρονική δημοσίευση κλπ.

Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (Business-to-Business - B2B):

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες και το κόστος των προμηθειών, την ταχύτερη αποστολή των προμηθειών και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου αποθεμάτων. Επιπλέον, καθιστά ευκολότερη την αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και ποιοτικότερη την εξυπηρέτηση πελατών. Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με προμηθευτές και διανομείς, καθώς και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών βελτιώνουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα: οι ηλεκτρονικές πληρωμές περιορίζουν το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει τη δυνατότητα αυξημένης πληροφόρησης σχετικά με τα προσφερόμενα προϊόντα - είτε από τους προμηθευτές είτε από ενδιάμεσους οργανισμούς που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

Λιανικές πωλήσεις - Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών (Business-to-Consumer - B2C): Πρόκειται για την πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε δικτυακούς κόμβους-καταστήματα, βλέπει, επιλέγει, αν επιθυμεί να αγοράσει είδη ένδυσης μπορεί ενίοτε και να τα δοκιμάζει (μέσω ειδικών προγραμμάτων), ανακαλύπτει προϊόντα τα οποία δεν θα μπορούσε να βρει εύκολα στη χώρα του, συγκρίνει τιμές και, τέλος, αγοράζει. Κι όλα αυτά χωρίς να βγει από το σπίτι του, κερδίζοντας πολύτιμο χρόνο και κόπο.

Συναλλαγές μεταξύ Καταναλωτών (Consumer-to-Consumer - C2C): Σε αυτή την κατηγορία ο καταναλωτής πουλά απευθείας σε άλλους καταναλωτές. Παράδειγμα αποτελούν τα άτομα που κάνουν πωλήσεις μέσω καταχωρημένων αγγελιών, δικτυακοί τόποι δημοπρασιών, όπου ο οποιοσδήποτε μπορεί να πουλήσει οτιδήποτε. Τέλος, πολλά άτομα κάνουν χρήση intranets και άλλων ενδοεταιρικών δικτύων για να διαφημίσουν αντικείμενα, προϊόντα ή υπηρεσίες.

Θετικά ηλεκτρονικού εμπορίου

- Εισαγωγή σε νέες αγορές.
- Απόκτηση νέων πελατών.
- Αύξηση παραγωγικότητας.
- Ασφαλείς συναλλαγές τοις μετρητοίς.



- Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Αρνητικά ηλεκτρονικού εμπορίου

- Δεν υπάρχει εμπιστευτικότητα και ασφάλεια όσον αφορά το περιεχόμενο κάποιων πληροφοριών.
- Δεν υπάρχει ακεραιότητα, ώστε να προφυλάσσεται το υποκείμενο των πληροφοριών που διακινούνται.
- Συνεπώς το ηλεκτρονικό εμπόριο ελλοχεύει κινδύνους για τον ανυποψίαστο χρήστη.

Βασικά οφέλη της διαδικτυακής δραστηριοποίησης για τις επιχειρήσεις:

- Ευρεία γεωγραφική κάλυψη: Οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν σε πελάτες που βρίσκονται παντού, χωρίς τη σύσταση τοπικού υποκαταστήματος.
- Ελαχιστοποίηση της προμηθευτικής αλυσίδας: Ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί απευθείας στον πελάτη, χωρίς την ανάμειξη «ενδιάμεσων».
- Μείωση λειτουργικού κόστους: Η μείωση του λειτουργικού κόστους οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες με ελάχιστο κόστος. Επίσης, όσο αυξάνεται ο αριθμός των πελατών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησής τους.
- Συνεχής λειτουργία: Το διαδίκτυο είναι ίσως τα μοναδικά κανάλι εξυπηρέτησης πελατών που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών οποιαδήποτε στιγμή το 24ωρο.
- Εργαλείο μάρκετινγκ: Οι επιχειρήσεις μπορούν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου για προσφορές, διαχείριση και ενημέρωση πελατών, στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων.
- Αύξηση των πωλήσεων.
- Άμεση ικανοποίηση των πελατών.
- Άμεση ενημέρωση των πελατών για καινούρια προϊόντα.
- Βελτίωση της επικοινωνίας με τους πελάτες.
- Βέλτιστη διαχείριση των προϊόντων και των παραγγελιών.

Είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο ασφαλές:

Για τους πελάτες: Παρόλο που τα προηγούμενα χρόνια, υπήρχε η εντύπωση ότι οι συναλλαγές μέσω πιστωτικής κάρτας στο Internet δεν ήταν ασφαλείς, οι ειδικοί υποστηρίζουν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι on-line συναλλαγές εν γένει είναι ασφαλέστερες από τις αγορές με πιστωτικές κάρτες σε «φυσικά» καταστήματα. Κάθε φορά που ο πελάτης πληρώνει με πιστωτική κάρτα σε ένα κατάστημα ή εστιατόριο και κάθε φορά που πετά την απόδειξη μιας πιστωτικής κάρτας γίνεται περισσότερο ευάλωτος στην απάτη. Παράλληλα, έχουν αναπτυχθεί και αναπτύσσονται συνεχώς νέοι και ασφαλέστεροι τρόποι πληρωμής μέσω διαδικτύου, όπως οι υπηρεσίες online μεταφοράς χρημάτων, οι προπληρωμένες και εξειδικευμένες πιστωτικές κάρτες για πληρωμή μέσω διαδικτύου κλπ.

Για τις επιχειρήσεις: Κανείς δεν είναι 100% ασφαλής on-line. Επιτήδειοι πάντοτε υπάρχουν, αλλά η κρυπτογράφηση και τα συστήματα ασφαλείας αναπτύσσονται συνεχώς. Ωστόσο, επενδυτές και αναλυτές συμφωνούν ότι οι συναλλαγές είναι λιγότερο επικίνδυνες στο Internet συγκριτικά με το «φυσικό» κόσμο. Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι περισσότερο ασφαλές από ένα «πραγματικό»

κατάστημα, το οποίο μπορεί να λεηλατηθεί, να καεί, να πλημμυρίσει. Η δυσκολία έγκειται στο να κάνουν τους πελάτες να εξοικειωθούν με την ιδέα ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ασφαλές γι' αυτούς.

Μέλλον

Το μέλλον βρίσκεται στην έννοια της ηλεκτρονικής επιχείρησης (σε αντίθεση με το «απλό» μοντέλο του ηλεκτρονικού καταστήματος), όπου οι συναλλαγές και οι διεργασίες της επιχείρησης μεταβάλλονται, ώστε να γίνονται με ηλεκτρονικά μέσα. Σημαντικό κομμάτι για τη σωστή διαχείριση της επιχείρησης δεν είναι τόσο η διαχείριση των αγαθών, όσο της πληροφορίας και η καλύτερη δυνατή οργάνωση και ολοκλήρωσή της με τελικό στόχο τις καλύτερες δυνατές παρεχόμενες υπηρεσίες προς τον πελάτη. Η βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών και των αγαθών είναι από τους βασικότερους παράγοντες αυτής της αλλαγής, όπως και η συνεχής παρακολούθηση των αιτημάτων των πελατών. Για τον κυπριακό χώρο, ως πλέον σημαντική εμφανίζεται η αύξηση των καναλιών διάθεσης των προϊόντων και του εύρους της αγοράς. Παγκοσμιοποίηση των αγορών συντελείται μέσα από την αξιοποίηση των ψηφιακών επιχειρήσεων.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Internet marketing, προώθηση και διαφήμιση στο διαδίκτυο.



Το διαδίκτυο είναι αναμφισβήτητα ένα **τεράστιο πεδίο προώθησης και διαφήμισης** υπηρεσιών και προϊόντων. Η ποσότητα της πληροφορίας που διακινείται σε αυτό και το πλήθος των ανθρώπων που την αναζητά το επιβεβαιώνουν αυτό. Από τη μια, η ηλεκτρονική παρουσία μιας σύγχρονης εταιρείας, η ιστοσελίδα της, δηλαδή, οφείλει να είναι αξιοπρεπής και αντανακλά την κουλτούρα της. Από την άλλη, η παρουσία αυτή πρέπει να προωθείται σωστά και να διαφημίζεται κατάλληλα. Στο άρθρο αυτό θα δούμε τους τρόπους με τους οποίους μπορούμε να διοργανώσουμε μια **ολοκληρωμένη τακτική προώθησης στο διαδίκτυο**.

Online διαφήμιση (Google Adwords, Facebook)

Η ηλεκτρονική έκφανση της παραδοσιακής διαφήμισης. Ο κανόνας λέει ότι όπου συγκεντρώνεται πολύς κόσμος εκεί εμφανίζονται δυνατότητες διαφήμισης. Το μεγαλύτερο κομμάτι της διαφημιστικής πίτας απολαμβάνει σήμερα το Google με την υπηρεσία του Google Adwords. Κι αυτό γιατί **καθημερινά διεξάγονται δισεκατομμύρια αναζητήσεις μέσω του Google**. Το Adwords εμφανίζει διαφημίσεις σχετικές με τις αναζητήσεις των χρηστών δίπλα και πάνω από τα κλασσικά αποτελέσματα των αναζητήσεών τους. Τόσο απλά. Και τόσο αποδοτικά! Με τη διαφήμιση στο Google επιτυγχάνει κανείς αυτό που θα ονομάζαμε «**ποιοτική επισκεψιμότητα**». Με δυο λόγια, προσελκύει στην ιστοσελίδα του χρήστες που πραγματικά ενδιαφέρονται για το

περιεχόμενό της με εμπορικό/επαγγελματικό σκοπό, μιας και έψαξαν για κάτι σχετικό κι επέλεξαν να ακολουθήσουν τη διαφήμισή της.

Αντίστοιχα αποτελεσματική είναι και η διαφήμιση στη μεγαλύτερη ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης των ημερών, το Facebook. Οι χρήστες του Facebook είναι στην Ελλάδα ήδη εκατομμύρια, περνούν μεγάλο χρόνο στις σελίδες του και κάνουν δισεκατομμύρια κλικς καθημερινά. Έτσι, **το Facebook είναι ιδανικός χώρος για ηλεκτρονική διαφήμιση**. Επιπλέον, δίνει τη δυνατότητα στοχευμένης διαφήμισης, μιας και οι χρήστες του αποκαλύπτουν την ηλικία τους και τα ενδιαφέροντά τους στο σύστημα. Τόσο το Facebook όσο και το Google Adwords χρεώνουν τη διαφήμιση με το μοντέλο PPC (pay-per-click) σύμφωνα με το οποίο ο διαφημιζόμενος χρεώνεται μόνο όταν ο χρήστης κάνει πράγματι κλικ πάνω στη διαφήμισή του.

Email Marketing (newsletter campaigns)

Τα newsletters είναι ακόμη ένα σημαντικό εργαλείο του internet marketing. Πρόκειται για τα γνωστά σε όλους μας διαφημιστικά emails που αποστέλλονται μαζικά για να προωθήσουν κάποιο αγαθό ή κάποια υπηρεσία. Η χρήση τους έχει δύο σημαντικές παραλλαγές. Η πρώτη αφορά στην **προσέλκυση νέου πελατολογίου** με τη μαζική αποστολή του newsletter σε όσο το δυνατόν περισσότερους παραλήπτες, οι οποίοι οδηγούνται στην ιστοσελίδα μας (newsletter campaign). Η δεύτερη αφορά στη **διατήρηση καλών και σταθερών σχέσεων με το υπάρχον πελατολόγιο** μέσω της ενημέρωσης για νέες υπηρεσίες ή προσφορές (ενημερωτικό newsletter).

Σε κάθε περίπτωση ένα newsletter οφείλει να είναι καλαίσθητο, να εμφανίζεται σωστά σε όλα τα προγράμματα ανάγνωσης email (Outlook, Thunderbird, Gmail, Hotmail κλπ) και να ελαχιστοποιεί τις πιθανότητες να θεωρηθεί ενοχλητική αλληλογραφία (spam). Επιπλέον είναι κρίσιμο το σύστημα από το οποίο αποστέλλουμε τις email καμπάνιες μας να είναι σε θέση να μας παρέχει **στατιστικά της αποτελεσματικότητάς** της (πόσοι χρήστες άνοιξαν το newsletter, πόσοι το σημάδεψαν ως spam, πόσοι πάτησαν σε κάποια links, σε ποια links πάτησαν κοκ).

Social Media (Facebook, Twitter)

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και το Twitter) προσελκύουν, όπως είδαμε, καθημερινά **εκατομμύρια επισκέπτες**, οι οποίοι αλληλεπιδρούν μέσα από τις ποικίλες δυνατότητες επικοινωνίας που τους παρέχονται. Το γεγονός αυτό δε μένει ανεκμετάλλευτο για το internet marketing. Δημιουργώντας κανείς κοινότητες στοχευμένων ενδιαφερόντων (πχ Facebook groups, Facebook pages, Twitter pages) μπορεί να οικοδομήσει **νέα κανάλια προώθησης με χαμηλό οικονομικό κόστος**, τα ποία, μάλιστα, αξιοποιούν τη δυναμική και τη μαζικότητα της κοινωνικής δικτύωσης.

Banners (διαφήμιση σε ιστοσελίδες με μεγάλη επισκεψιμότητα)

Τέλος, μια ακόμη δυνατότητα online διαφήμισης είναι η **ανάρτηση διαφημιστικών banners** σε ιστοσελίδες με μεγάλη επισκεψιμότητα. Τα banners είναι γραφικά συγκεκριμένων διαστάσεων που τοποθετούνται σε επιλεγμένα σημεία άλλων ιστοσελίδων και παρουσιάζουν τη διαφήμισή μας. Είναι από τους πιο παλιούς τρόπους διαφήμισης στο internet. Για να είναι αποτελεσματικά συμβουλευόμαστε να τα σχεδιάζει εξειδικευμένος γραφίστας ώστε να είναι καλαίσθητα. Ακόμη, να αναρτώνται σε ιστοσελίδες που, δεν είναι αρκετό να έχουν πολλούς χρήστες καθημερινά, αλλά καλό είναι να έχουν σχέση με την ίδια τη διαφήμιση, να έχουν σχετικό target group και να ταιριάζουν με την ίδια την αισθητική της.

Στο Nevma διαθέτουμε την τεχνογνωσία να παρέχουμε τα εργαλεία για μια αποτελεσματική προώθηση στο internet. Ακόμη περισσότερο, όμως, διαθέτουμε την

εμπειρία και τη δημιουργικότητα να **συνθέσουμε ολοκληρωμένες διαδικτυακές διαφημιστικές καμπάνιες** που να ανταποκρίνονται στις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών μας και να αξιοποιούν τις δυνατότητες της τεχνολογίας προς όφελός τους.

ΤΗΛΕΡΓΑΣΙΑ

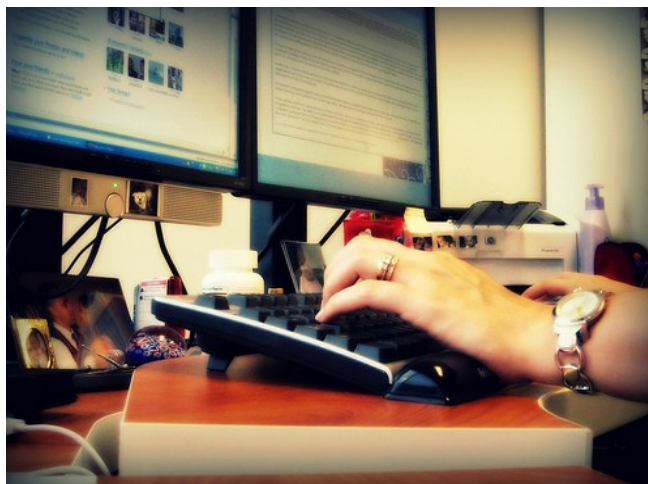
Τηλεργασία ή Εργασία από απόσταση είναι μια νέα μορφή εργασίας κατά την οποία οι εργαζόμενοι έχουν τη δυνατότητα να εργάζονται από οπουδήποτε και οποιαδήποτε μέρα και ώρα. Με άλλα λόγια, η καθημερινή μεταφορά τους σε ένα κεντρικό τόπο δουλειάς αντικαθίσταται από τη δυνατότητα εργασίας κάνοντας χρήση των σύγχρονων μορφών τηλεπικοινωνίας. Πολλοί εργάζονται από το σπίτι τους, ενώ άλλοι, περιστασιακά αναφερόμενοι και ως νομάδες εργαζόμενοι ή επιβάτες του διαδικτύου χρησιμοποιούν την τεχνολογία των κινητών τηλεφώνων για να εργαστούν σε καφέ ή από άλλα σημεία. Η Τηλεργασία είναι ένας ευρύτερος όρος, που αναφέρεται στην υποκατάσταση των τηλεπικοινωνιών με οποιαδήποτε μορφή ταξιδιού που σχετίζεται με εργασία, εκμηδενίζοντας μ'αυτόν τον τρόπο τους περιορισμούς της απόστασης στις μετακινήσεις. Ένα πρόσωπο που εργάζεται από απόσταση είναι γνωστό και ως "τηλεεργαζόμενος". Ένα συχνά επαναλαμβανόμενο motto είναι ότι "η εργασία είναι κάτι το οποίο κάνεις, κι όχι κάτι προς το οποίο ταξιδεύεις".

Ένα επιτυχημένο πρόγραμμα τηλεεργασίας απαιτεί ένα στυλ διοίκησης που βασίζεται στα αποτελέσματα και όχι στη στενή παρακολούθηση των επιμέρους υπαλλήλων. Αυτό αναφέρεται επίσης και ως διοίκηση μέσω στόχων σε αντιδιαστολή με την διοίκηση μέσω επιτήρησης. Οι όροι εργασία από το σπίτι και τηλεεργασία επινοήθηκαν από τον Jack Nilles το 1973.

Πολύ λίγες εταιρίες απασχολούν μεγάλους αριθμούς από προσωπικό πλήρως απασχολούμενο με βάση εργασία του στο σπίτι. Η βιομηχανία τηλεφωνικών κέντρων αποτελεί μια από τις αξιοσημείωτες εξαιρέσεις σ' αυτό, καθώς αρκετά από τα τηλεφωνικά κέντρα με έδρα τις ΗΠΑ απασχολούν χιλιάδες εργαζόμενους από το σπίτι. Για τους περισσότερους υπαλλήλους, η επιλογή να δουλέψουν από το σπίτι εκλαμβάνεται ως ένα πλεονέκτημα για τον απασχολούμενο, καθώς οι περισσότεροι το κάνουν μόνον ως μερική απασχόληση

Η μαζική συνεχιζόμενη μείωση του κόστους και αύξηση στην απόδοση και την χρησιμότητα των προσωπικών υπολογιστών άνοιξε τον δρόμο για την αποκέντρωση ακόμα περισσότερο, μεταφέροντας το γραφείο στο σπίτι.

Η υιοθέτηση των τοπικών δικτύων υπολογιστών ενθάρρυνε το μοίρασμα των πόρων, και το μοντέλο πελάτη-διακομιστή έδωσε δυνατότητες για ακόμα μεγαλύτερη αποκέντρωση. Σήμερα, οι τηλεεργαζόμενοι μπορούν να μεταφέρουν τους φορητούς υπολογιστές τους παντού και να τους χρησιμοποιούν τόσο στο γραφείο όσο και στο σπίτι, όσο και οπουδήποτε αλλού). Η άνοδος της τεχνολογίας και η διαθεσιμότητα της ασύρματης τεχνολογίας WiFi έχει δώσει την δυνατότητα πρόσβασης σε απομακρυσμένους διακομιστές μέσω ενός συνδυασμού φορητού τεχνικού εξοπλισμού και λογισμικού.



Η τηλεργασία προσφέρει οφέλη σε κοινότητες, εργοδότες, και υπαλλήλους.

Για τις κοινότητες, η τηλεργασία μπορεί να προσφέρει πιο πλήρη απασχόληση, μειώνει την κυκλοφοριακή συμφόρηση και τα οδικά ατυχήματα, ανακουφίζει από την πίεση τις υποδομές μεταφορών, μειώνει τα αέρια θερμοκηπίου, εξοικονομεί καύσιμα, περιορίζει την χρήση της ενέργειας, βελτιώνει την ετοιμότητα όσον αφορά τις καταστροφές, και περιορίζει τους τρομοκρατικούς στόχους. Τέλος διευρύνει την δεξαμενή των ταλέντων, ελαχιστοποιεί την διάδοση των ασθενειών, μειώνει τα κόστη, αυξάνει την παραγωγικότητα, μειώνει το αποτύπωμα του άνθρακα και τη χρήση της ενέργειας, μειώνει τον συνωστισμό και την τάση για απουσία των υπαλλήλων και βελτιώνει το ηθικό των υπαλλήλων. Η ελαστικότητα της τηλεργασίας είναι ένα επιθυμητό πλεονέκτημα για τους απασχολούμενους.

ΤΗΛΕΙΑΤΡΙΚΗ

Η τηλεϊατρική αναφέρεται στην εφαρμογή των σύγχρονων τεχνολογιών, των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής, για να προσφέρει σε ασθενείς κλινική βοήθεια από απόσταση. Η τηλεϊατρική βοηθάει περισσότερο εκείνους που βρίσκονται σε απομακρυσμένες περιοχές, όπως οι αγρότες ή όταν ο θεράπων ιατρός βρίσκεται σε άλλη περιοχή. Η χρήση των νέων τεχνολογιών επιτρέπει την εύκολη επικοινωνία του ιατρού με τον ασθενή μέσω της μετάδοσης ήχου και εικόνας.

Άλλες εκφράσεις παρόμοιες με την τηλεϊατρική είναι η τηλε-υγεία και η ηλεκτρονική υγεία, οι οποίες χρησιμοποιούνται ως ευρύτερες έννοιες της απομακρυσμένης ιατρικής θεραπευτικής. Οι ορισμοί τηλε-υγεία και ηλεκτρονική υγεία πολλές φορές αναφέρονται λανθασμένα, με αποτέλεσμα να δημιουργείται σύγχυση με τη χρήση του όρου τηλεϊατρική. Επομένως είναι σκόπιμο να διευκρινιστεί ότι με τον όρο τηλεϊατρική αναφερόμαστε στην παροχή κλινικών υπηρεσιών, ενώ με τον όρο τηλε-υγεία σε κλινικές υπηρεσίες και μη κλινικές υπηρεσίες, οι οποίες εμπεριέχουν την εκπαίδευση, τη διαχείριση και την έρευνα στην ιατρική επιστήμη.

Ο όρος ηλεκτρονική υγεία, που συχνά χρησιμοποιείται σε Αμερική και Ευρώπη εμπεριέχει τον ορισμό τηλε-υγεία και αλλά στοιχεία της ιατρικής που χρησιμοποιούν την πληροφορική.

Η τηλεϊατρική χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες: αποθήκευση – προώθηση, απομακρυσμένη παρακολούθηση και διαδραστικές υπηρεσίες. Η αποθήκευση και προώθηση τηλεϊατρικής εμπεριέχει ιατρικά δεδομένα, όπως ιατρικές φωτογραφίες, καρδιογραφήματα κ.ά. τα οποία μεταφέρονται μέσω των νέων τεχνολογιών στον ειδικό ιατρό για να εκτιμήσει την κατάσταση του αρρώστου και να δώσει την κατάλληλη θεραπεία. Η απομακρυσμένη παρακολούθηση επιτρέπει την από μακριά παρατήρηση του ασθενούς. Αυτή η μέθοδος χρησιμοποιείται κυρίως για χρόνια νοσήματα (καρδιοπάθειες, άσθμα, διαβήτης κ.ά.).

Ο όρος διαδραστική τηλεϊατρική παρέχει τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας μεταξύ του ασθενούς και του θεράποντος ιατρού

Η τηλεϊατρική είναι ένα χρήσιμο και αποδοτικό εργαλείο για ανθρώπους που ζουν σε απομακρυσμένες περιοχές, γιατί μπορούν να έχουν πρόσβαση σ' ένα μεγάλο εύρος από υπηρεσίες υγείας και περίθαλψης. Ακόμη μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν εκπαιδευτικό εργαλείο για την εκμάθηση των φοιτητών αλλά και του ιατρικού προσωπικού. Εμπόδια για τη διάδοση της τηλεϊατρικής εντοπίζονται στο μεγάλο κόστος εξοπλισμού, στην απαιτούμενη τεχνολογική κατάρτιση του προσωπικού και στον εκτιμώμενο χρόνο συνεδρίας με το γιατρό, που πολλές φορές μπορεί να είναι μεγαλύτερος από τη χρήση του κλασικού ιατρού. Το πρώτο διαδραστικό τηλεϊατρικό σύστημα, που σχεδιάστηκε η απομακρυσμένη διάγνωση και θεραπεία των ασθενών, πραγματοποιήθηκε το 1989 από

την εταιρεία MedPhone. Η ημερομηνία αυτή θεωρείται ότι σηματοδοτεί την εκκίνηση της τηλεϊατρικής.

Η τηλεπαρακολούθηση είναι η ιατρική πρακτική της απομακρυσμένης παρακολούθησης του ασθενούς που δεν έχει τη δυνατότητα να βρίσκεται στο ίδιο γεωγραφικό τόπο με τον ιατρό του. Η πρακτική αυτή υλοποιείται μέσω συσκευών που είναι εγκαταστημένοι τόσο στο ιατρείο όσο και στο χώρο του ασθενούς. Οι συσκευές τηλεπαρακολούθησης μεταφέρουν πληροφορίες, όπως η πίεση του αίματος, ο ρυθμός της καρδιάς, το βάρος, η γλυκόζη στο αίμα κ.ά. παρέχοντας πληροφορίες για ζωτικές λειτουργίες του ανθρώπινου οργανισμού. Με βάση τη συγκέντρωση των στοιχείων που αφορούν τον ασθενή καθορίζεται και η θεραπευτική του αγωγή.

Η τηλεπαρακολούθηση είναι μια ταχέως αναπτυσσόμενη υπηρεσία που αφορά κυρίως έκτατα περιστατικά. Αυτή η μέθοδος επικεντρώνεται στα χρόνια νοσήματα και αναπτύσσεται περισσότερο στον ανεπτυγμένο βιομηχανικό κόσμο, στο λεγόμενο δυτικό. Π.χ Το απομακρυσμένο τηλε-χειρουργείο δίνει τη δυνατότητα στον χειρουργό να πραγματοποιήσει με επιτυχία μια χειρουργική επέμβαση, χωρίς ο ίδιος να βρίσκεται στο χειρουργείο. Το απομακρυσμένο χειρουργείο συνδυάζει στοιχεία ρομποτικής, τηλεματικής τεχνολογίας και πληροφορικών συστημάτων. Το τηλε-χειρουργείο αποτελεί τον πιο εξειδικευμένο κλάδο της τηλεϊατρικής.



Πηγές - Βιβλιογραφία

<http://www.webvistas.org>

<http://www.adslgr.com>

<http://lyk-efdil.sam.sch.gr>

<https://spg1.gymnasiou.wikispaces.com>

<http://www.tsamianastasia.gr/aboutskype.html>

<http://el.wikipedia.org/wiki/Skype>

<http://pcnews.gr>

<http://www.act4children.gr>

<http://www.vodafone.gr/>

<http://www.komvos.edu.gr/eriodiko/periodiko1st/thematikes/print/4/dimitrakopoulou.htm>

<http://seannietzer.blogspot.gr/2012/02/skype.html>

<https://sites.google.com/site/mkdsamos/ergasia>

<http://el.wikipedia.org/wiki/Twitter>

<http://el.wikipedia.org/wiki/Facebook>

http://el.wikipedia.org/wiki/εξ_αποστάσεως_εκπαίδευση

<http://www.go-e.mcit.gov.cy/mcit/trade/go-e.nsf/>

<http://el.wikipedia.org/wiki/>

<http://www.entertheweb.gr/el/pages/internet-advertising.php>