

Α.Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΣΧΟΛΗ : ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ

**ΘΕΜΑ : ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ, ΧΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΧΡΗΣΕΙΣ**



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : ΤΣΟΥΡΑΜΑΝΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ : ΔΟΚΑΝΑΡΗ ΕΛΕΝΗ

ΑΜ : 12057

-ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2009-



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>Εισαγωγή</u> .....	3
<u>Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> : Διαδίκτυο, Δημιουργία και Ανάπτυξη</u> .....	4
1.1 Ιστορική Αναδρομή.....	4
1.2 Δραστηριότητες που μας προσφέρει το Διαδίκτυο.....	8
1.3 Πλεονεκτήματα του Διαδικτύου.....	8
1.4 Κίνδυνοι του Διαδικτύου.....	10
1.5 Ενδείξεις Εθισμού στο Διαδίκτυο.....	10
<u>Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> : Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό Εμπόριο</u> .....	12
2.1 Τι είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	12
2.2 Ιστορική Αναδρομή.....	13
2.3 Οι Λειτουργίες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	15
2.4 Βασικά Εμπόδια Ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	17
2.5 Επιπτώσεις του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	19
2.6 Πλεονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	20
2.7 Ασφάλεια συστημάτων Ηλεκτρονικού Εμπορίου .....	27
<u>Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> : Επιδράσεις του Διαδικτύου στην Υγεία</u> .....	31
3.1 Διαδίκτυο και Υγεία.....	31
3.2 Τι είναι η τηλε-ιατρική .....	32
3.3 Ιστοσελίδες που αφορούν την Υγεία.....	33
3.4 Πρόγνωση- Διάγνωση- Θεραπεία.....	35
3.5 Η άποψη των πολιτών.....	37
3.6 Συμβουλές από Ειδικούς Γιατρούς On-line.....	39
<u>Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> : Διαδικτυακή Εργασία</u> .....	41
4.1 Η Επίδραση του Διαδικτύου στην Εργασία.....	41
4.2 Τι είναι η τηλε-εργασία.....	42
4.3 Προσωπική Χρήση του Διαδικτύου κατά το Ωράριο Εργασίας...45	
<u>Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> : Ψυχαγωγία στο Διαδίκτυο</u> .....	51
5.1 Δυνατότητες Ψυχαγωγίας στο Διαδίκτυο.....	51
5.2 Βλέποντας ταινίες και ακούγοντας μουσική από το Διαδίκτυο...51	
5.3 Ηλεκτρονικά Παιχνίδια.....	53
5.4 Το γνωστό “Facebook” .....	53

5.5	Έρευνα για την Ψυχαγωγία.....	54
	<b>Κεφάλαιο 6° : Ηλεκτρονικές Εκδόσεις και Ενημέρωση.....</b>	<b>56</b>
6.1	Ηλεκτρονικές Εκδόσεις στο Διαδίκτυο.....	56
6.2	Δυνατότητες για τους Χρήστες.....	57
6.3	Δυνατότητες για τους Δημοσιογραφικούς Οργανισμούς.....	59
6.4	Μικρές Αγγελίες και Διαδίκτυο.....	61
6.5	Πλεονεκτήματα και Κριτήρια Επιτυχούς Έκδοσης .....	62
	<b>Κεφάλαιο 7° : Εκπαίδευση μέσω Διαδικτύου.....</b>	<b>64</b>
7.1	Μορφές Διαδικτυακής Εκπαίδευσης.....	64
7.2	Αμφίδρομη Εκπαίδευση .....	66
7.3	Μονόδρομη Εκπαίδευση.....	66
7.4	Εξ' αποστάσεως Εκπαίδευση.....	67
7.5	Το ΥΠ.Ε.Π.Θ. μαζί με Microsoft Ελλάς .....	72
	<b>Κεφάλαιο 8° : Επικοινωνία μέσω Διαδικτύου .....</b>	<b>74</b>
8.1	Τρόποι Επικοινωνίας στο Διαδίκτυο.....	74
8.2	Πορνογραφία στο Διαδίκτυο.....	75
8.3	Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την πάταξη της παιδικής πορνογραφίας .....	78
	<b>Συμπέρασμα.....</b>	<b>80</b>
	<b>Πηγές.....</b>	<b>81</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αναφέρουμε και να αναπτύξουμε τους τομείς που έχει επηρεάσει το Διαδίκτυο, τα πλεονεκτήματα καθώς και τα μειονεκτήματά του στον κάθε ένα.

Το αντικείμενό μας χωρίζεται σε επιμέρους κεφάλαια όπου το κάθε κεφάλαιο αναλύει τον κάθε τομέα ξεχωριστά. Στο 1<sup>ο</sup> κεφάλαιο θα αναφέρουμε πως δημιουργήθηκε, πως έχει αναπτυχθεί έως τώρα το Διαδίκτυο, τα πλεονεκτήματά του, τα μειονεκτήματα καθώς και τις ενδείξεις του εθισμού σε αυτό. Στο 2<sup>ο</sup> κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με το ηλεκτρονικό εμπόριο, πως ξεκίνησε, τις λειτουργίες του, τα βασικά εμπόδια ανάπτυξής του, καθώς τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του. Στο 3<sup>ο</sup> κεφάλαιο θα αναλύσουμε τις επιδράσεις του Διαδικτύου στον τομέα της υγείας και πως αυτές επηρεάζουν τους ασθενείς και τους γιατρούς. Επίσης αναφέρουμε και γνωστές ιστοσελίδες που αφορούν στην υγεία. Στο 4<sup>ο</sup> κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με τον τομέα της τηλε-εργασίας και το πώς αυτή έχει επηρεαστεί από την χρήση του. Επίσης θα αναλύσουμε και το πώς επηρεάζει η προσωπική χρήση του Διαδικτύου την εργασία μας. Στο 5<sup>ο</sup> κεφάλαιο θα αναφέρουμε τους τρόπους ψυχαγωγίας που μας προσφέρονται στο Διαδίκτυο, καθώς επίσης θα αναφέρουμε και γνωστές ιστοσελίδες ψυχαγωγίας. Στο 6<sup>ο</sup> κεφάλαιο θα μάθουμε πως γίνονται οι ηλεκτρονικές εκδόσεις και ποιες δυνατότητες παρέχονται στους χρήστες και στους Δημοσιογραφικούς Οργανισμούς. Στο 7<sup>ο</sup> κεφάλαιο θα αναλύσουμε τον τομέα της εκπαίδευσης. Τι είναι μονόδρομη, τι αμφίδρομη και τι εξ' αποστάσεως εκπαίδευση. Επίσης αναφέρουμε και διάφορες εκπαιδευτικές ιστοσελίδες. Στο 8<sup>ο</sup> κεφάλαιο θα ασχοληθούμε με τους τρόπους επικοινωνίας που μας παρέχει το Διαδίκτυο. Επίσης θα αναπτύξουμε και το μεγάλο μειονέκτημα αυτής, την παιδική πορνογραφία.

Η μέθοδος η οποία χρησιμοποιήσαμε για να ιδιοποιήσουμε το αντικείμενο που μελετάμε, είναι η βιβλιογραφική έρευνα καθώς και άρθρα μέσω Internet. Οι πηγές μας είναι από ελληνικά και ξένα βιβλία καθώς και από άρθρα εφημερίδων.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

## ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ, ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

### 1.1 Ιστορική αναδρομή

Τη δεκαετία του ενενήντα η ψηφιακή επανάσταση συγκεντρώθηκε γύρω από το Διαδίκτυο. Έχει πάνω από εκατό εκατομμύρια χρήστες, που την επόμενη δεκαετία υπολογίζεται ότι θα ξεπεράσουν το ένα δισεκατομμύριο. Το Διαδίκτυο μετατρέπεται σε κάτι που δεν μπορεί ν' αγνοήσει κανένας επιχειρηματίας, πολιτικός ή απλός άνθρωπος.

Αναδύεται ένα νέο μέσο ανθρώπινης επικοινωνίας, το οποίο θα μπορούσε να ξεπεράσει όλες τις προηγούμενες επαναστάσεις –την τυπογραφία, το τηλέφωνο, την τηλεόραση, τον υπολογιστή- σε ό,τι αφορά τις επιπτώσεις του στην οικονομική και κοινωνική μας ζωή. Οι αποκαλούμενες λεωφόροι των πληροφοριών και το αρχέτυπό τους, το Internet, καθιστούν εφικτή μια νέα οικονομία, βασισμένη σ' ένα δίκτυο ανθρώπινης ευφυΐας.

«Ο όρος Internet αναφέρεται στο παγκόσμιο πληροφοριακό σύστημα το οποίο:

1) συνδέεται λογικά με ένα διεθνές και μοναδικό σύστημα διευθύνσεων το οποίο βασίζεται στο Internet Protocol (IP) ή στις μεταγενέστερες επεκτάσεις/αναθεωρήσεις του,

2) είναι σε θέση να υποστηρίζει επικοινωνίες με τη χρήση του TCP/IP ή τις μεταγενέστερες επεκτάσεις-αναθεωρήσεις του, και άλλα IP συμβατά πρωτόκολλα, και

3) παρέχει, χρησιμοποιεί ή καθιστά προσβάσιμες, δημόσια ή ιδιωτικά, υπηρεσίες υψηλού επιπέδου οι οποίες στηρίζονται στις επικοινωνίες και τις σχετικές υποδομές που περιγράφονται ανωτέρω.» (Λέανδρος Ν., (2005), Το Διαδίκτυο - ανάπτυξη και αλλαγή, Αθήνα, Εκδόσεις Καστανιώτη.)

Το Internet ή Διαδίκτυο όπως είναι γνωστό στα Ελληνικά, αποτελείται από ένα σύνολο υπολογιστών οι οποίοι είναι συνδεδεμένοι μεταξύ τους, δημιουργώντας ένα δίκτυο δικτύων. Το Internet δεν διοικείται και δεν αποτελεί κτήμα κάποιου οργανισμού αλλά αποτελεί μια παγκόσμια κοινωνία χρηστών οι οποίοι επικοινωνούν και ανταλλάσσουν πληροφορίες.

Ασφαλώς το Διαδίκτυο, όπως προσδιορίζει και το όνομά του, είναι καταρχήν το δίκτυο των δικτύων, δηλαδή ένα νέο παγκόσμιο πληροφοριακό και επικοινωνιακό σύστημα. Η βασική συνθήκη λειτουργίας του είναι η ύπαρξη ενός συνόλου τυποποιημένων πρωτοκόλλων-συμβάσεων με βάση τα οποία οι συνδεδεμένοι υπολογιστές είναι σε θέση να ανταλλάσσουν αρχεία και δεδομένα. Τα δεδομένα μεταδίδονται χρησιμοποιώντας τηλεφωνικές γραμμές, καλωδιακά δίκτυα και δορυφορικά κανάλια και μπορεί να αφορούν κείμενο, ήχο, κινούμενη εικόνα, ηλεκτρονικά μηνύματα, προγράμματα λογισμικού κτλ.

Στην «εικονική» κοινωνία του Internet όμως, κυρίαρχο χαρακτηριστικό παραμένει η συνύπαρξη εκατομμυρίων χρηστών από ολόκληρο τον κόσμο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται :

- Απλοί πολίτες που συνδέονται από τον προσωπικό τους χώρο στο δίκτυο,
- Στελέχη επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν το δίκτυο είτε για προσωπικούς λόγους είτε για την εξυπηρέτηση των αναγκών του οργανισμού για τον οποίο εργάζονται.

Προκειμένου αυτοί να έχουν πρόσβαση στο δίκτυο είναι απαραίτητο να συνδέονται σε κάποιον παροχέα υπηρεσιών Internet. Πρόκειται για οργανισμούς- επιχειρήσεις που δημιουργήθηκαν για να καλύψουν τις ανάγκες που έχουν προκύψει στο νέο περιβάλλον του κυβερνοχώρου και μέσω των web εξυπηρετητών που διαθέτουν, έχουν την δυνατότητα να συνδέουν τους τελικούς χρήστες με το Διαδίκτυο.

Στο παρελθόν, οι επιστήμονες συνήθιζαν να δουλεύουν μ' έναν πανίσχυρο υπερυπολογιστή προκειμένου να μιμηθούν, για παράδειγμα, τους μηχανισμούς μιας βιολογικής κυτταρικής μεμβράνης, με σκοπό να γνωρίσουν τη δομή των μορίων. Όσο όμως επεκτείνεται στον πλανήτη η επικοινωνία μέσω του δικτύου, οι υπολογιστές όλου του κόσμου μπορούν να τεθούν σε λειτουργία ταυτόχρονα για να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα αυτό. Αντί ένας και μοναδικός ακριβός υπολογιστής να υποστηρίζει μία και μοναδική ομάδα επιστημόνων, μπορεί να «διαδικτυωθεί» μια παγκόσμια σειρά υπολογιστών για την υποστήριξη ποικίλων ομάδων. Το δίκτυο μετατρέπεται σε υπολογιστή –απείρως πιο ισχυρό από οποιαδήποτε μηχανή. Και η ανθρώπινη ευφυΐα σε δίκτυο, όταν εφαρμόζεται στην έρευνα συμβάλλει στην δημιουργία μιας

ανώτερης τάξης σκέψης, γνώσης, ίσως και «διαδικτυωμένης» συνείδησης , μεταξύ των ατόμων.

«Δεν πρόκειται απλώς για την διασύνδεση τεχνολογιών, αλλά για τη διασύνδεση ανθρώπινων όντων μέσω της τεχνολογίας. Δεν πρόκειται για μια εποχή ευφυών μηχανών, αλλά ανθρώπινων όντων που, μέσω των δικτύων μπορούν να συνδυάσουν την ευφυΐα τους, την γνώση και την δημιουργικότητά τους για να προχωρήσουν στη δημιουργία πλούτου και κοινωνικής εξέλιξης.» (Θεμπριάν Χ.Λ., (2000), Το Δίκτυο, Αθήνα, Εκδόσεις Στάχυ.)

Το δίκτυο αναπτύσσεται ήδη προκειμένου να παράσχει την απαραίτητη υποδομή για μια Ψηφιακή Οικονομία.

Στο Internet διαδραματίζουν ιδιαίτερο ρόλο ο κόσμος της ψυχαγωγίας και του θεάματος ή οι δυνατότητες της ψηφιακής τηλεόρασης ως νέο όχημα όχι μόνο ψυχαγωγίας και ενημέρωσης, αλλά εκπαίδευσης, εργασίας και κυρίως υγείας.

Ο αριθμός των συνδεδεμένων με το Internet αυξάνεται ραγδαία. Αυτό το γεγονός μεταφράζεται πρακτικά, σε πολλαπλάσια αύξηση του αριθμού των χρηστών του. Με τον τρόπο αυτό ενισχύεται και η ικανότητα του Internet να αποτελέσει μέσο προώθησης και ενημέρωσης. Άλλωστε συστηματικές επιστημονικές έρευνες επικροτούν την επιλογή του ως μέσο προώθησης, διαφήμισης και πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών σε συγκεκριμένα κοινά-στόχους. Τελικά το Internet προσφέρει τεράστιες δυνατότητες πραγματοποίησης εμπορικών συναλλαγών για τους χρήστες του.

Στα αρχικά του στάδια, το Ίντερνετ γεννήθηκε ως μια προσπάθεια της κυβέρνησης των ΗΠΑ να καταστήσει δυνατή την επικοινωνία μεταξύ των διαφόρων τραπεζών δεδομένων της χώρας σ' ένα εθνικό δίκτυο υψηλής ταχύτητας και με σκοπούς κυρίως ακαδημαϊκούς.

Η οργάνωση των πληροφοριών γινόταν σε μορφή σελίδων. Αυτή η μεγάλη ευκολία χρήσης βοήθησε στο να βγει το Ίντερνετ από τον ακαδημαϊκό χώρο και να μετατραπεί σε λαϊκό φαινόμενο σε όλο τον κόσμο. Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1980, το Διαδίκτυο αναπτύχθηκε κυρίως μέσω του πολλαπλασιασμού των δικτύων που επιδίωκαν να είναι συνδεδεμένα μεταξύ τους. Από την άποψη αυτή, επρόκειτο για ένα φαινόμενο πολύ ενδιαφέρον και χρήσιμο, που όμως αφορούσε κατά κύριο λόγο στην επιστημονική

κοινότητα, ερευνητικούς και κρατικούς φορείς. Η διάδοση του Διαδικτύου και η μετατροπή του σε μαζικό φαινόμενο συνδέονται άμεσα με τη διάδοση των προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών, αλλά ο σημαντικότερος ίσως παράγοντας είναι η δημιουργία του παγκόσμιου ιστού (world wide web ) που αποτέλεσε τη δημοφιλέστερη και ταχύτερα αναπτυσσόμενη υπηρεσία του Διαδικτύου.

Στις αρχές της δεκαετίας του ενενήντα ,η διάδοση του www ως πλατφόρμας εύκολης πρόσβασης και απλής χρήσης, επιτάχυνε μια γιγαντιαία και άναρχη ανάπτυξη αυτού του δικτύου, το οποίο είχε ήδη μετατραπεί σε «δίκτυο δικτύων», σε έναν ιστό αράχνης.

Το web, όπως είναι παγκόσμια γνωστό, είναι δημιούργημα των χρηστών, ως ένα βαθμό, αν και ασφαλώς έχει καταληφθεί από τις μεγάλες πολυεθνικές και από τα αφεντικά των servers, τους υπολογιστές που λειτουργούν ως αρχικοί ρυθμιστές της κυκλοφορίας.

Ένα από τα κύρια προβλήματα είναι ότι καταναλώνει ένα σημαντικό μέρος του εύρους μπάντας, και δεν αφήνει χώρο για τη μετάδοση άλλων πληροφοριών. Η πλειονότητα των τηλεφωνικών δικτύων του κόσμου έχουν διαστάσεις για κλήσεις που, γενικά , δεν διαρκούν πάνω από τέσσερα λεπτά ενώ μια σύνδεση στο Ίντερνετ παρατείνεται, κατά μέσο όρο, σχεδόν γύρω στη μισή ώρα.

Επιβεβαιώνοντας ταυτόχρονα τα ως τώρα αναφερθέντα , το Internet δεν θα ήταν τίποτε αν δεν μπορούσε να συνδυαστεί, όπως όντως συμβαίνει, με τα άτυπα εσωτερικά δίκτυα που πλήθος εταιρειών, λεσχών ή συνεταιρισμών χρηστών κατάφεραν να οικοδομήσουν. «Το άθροισμα του Internet και του Intranet (αυτό είναι το όνομα των εσωτερικών δικτύων) είναι αυτό που καθιστά το φαινόμενο εκρηκτικό και επαναστατικό, συνδυάζοντας όλες τις δυνατές μορφές επικοινωνίας μεταξύ ατόμων και συνόλων που απέχουν πολύ μεταξύ τους. Η δημοτικότητα του Internet έχει ελαχιστοποιήσει ως τώρα, στα μάτια της κοινής γνώμης, την αυξανόμενη σημασία του Intranet, ο πολλαπλασιασμός του οποίου τα επόμενα χρόνια θα χαρακτηρίσει κατά τρόπο ανεπίστρεπτο την αποκαλούμενη ψηφιακή κοινωνία.» (Λέανδρος Ν., (2005), Το Διαδίκτυο - ανάπτυξη και αλλαγή, Αθήνα, Εκδόσεις Καστανιώτη.)

Μια σειρά από τεχνολογικές καινοτομίες και νέες υπηρεσίες, από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τον ιστό μέχρι τους φυλλομετρητές και τις



μηχανές αναζήτησης. Έτσι το Διαδίκτυο είναι κυρίως ένα φαινόμενο, μια τεχνολογική επανάσταση, μια ισχυρή και πρωτότυπη έκφραση της ανθρώπινης επιθυμίας για άμεση και αμφίδρομη επικοινωνία. Παράλληλα το γεγονός ότι δεν απαιτείται κάποιο κεντρικό σύστημα διαχείρισης της επικοινωνίας στο Διαδίκτυο σε συνδυασμό με τον καθοριστικό ρόλο των χρηστών στη διαμόρφωση των χαρακτηριστικών του συστήματος, καλλιέργησαν την ελπίδα ότι το Διαδίκτυο μπορεί να αποτελέσει το πρότυπο για ένα νέο μοντέλο δημοκρατικής κοινωνικής λειτουργίας.

## **1.2. Δραστηριότητες που μας προσφέρει το Διαδίκτυο**

Ορισμένες από τις δραστηριότητες που μας προσφέρει το Διαδίκτυο είναι :

- η περιήγηση ή αλλιώς “ σερφάρισμα” στο Διαδίκτυο, όπου αναζητούμε ιστοσελίδες οι οποίες μπορούν να περιέχουν κείμενα, εικόνες, ήχους και βίντεο.
- E-mail ή αλλιώς ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, στο οποίο στέλνουμε ή λαμβάνουμε μηνύματα.
- Chat, το οποίο χρησιμοποιείται για να στείλουμε άμεσα μηνύματα σε φίλους και αγνώστους μέσω του Διαδικτύου. Τα chat rooms αποτελούν ηλεκτρονικούς τρόπους συνάντησης.
- On-line games όπου μπορούμε να παίξουμε ότι είδους παιχνίδια μας ενδιαφέρουν.
- Newsgroups, τα οποία είναι ιστοσελίδες όπου ένα άτομο μπορεί να δημοσιοποιήσει στοιχεία για κάποιο θέμα (πχ ηλεκτρονικά περιοδικά και εφημερίδες), και τέλος
- On-line shops, δηλαδή οι αγορές που κάνουμε μέσω του Διαδικτύου.

## **1.3 Πλεονεκτήματα του Διαδικτύου**

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα του Διαδικτύου, που οδηγούν στην επιλογή του ως μέσο ενημέρωσης και προώθησης, παρουσιάζονται παρακάτω:

- Ευρεία κάλυψη. Το Διαδίκτυο είναι από την φύση του ένα διεθνές δίκτυο και προσφέρει τη δυνατότητα παγκόσμιας παρουσίας.

- Εύκολη χρήση. Η χρήση του δικτύου, παρά το γεγονός ότι αποτελεί νέα τεχνολογία, δεν κρίνεται ιδιαίτερα δύσκολη. Αυτό διευκολύνεται από τις γραφικές διεπαφές που προσφέρει, συνδυάζοντας έτσι την άριστη απεικόνιση της πληροφορίας με τις προηγμένες δυνατότητες φιλικής προς τον χρήστη αλληλεπίδρασης. Αποτέλεσμα των παραπάνω χαρακτηριστικών είναι η γρήγορη εξοικείωση των νέων χρηστών με το περιβάλλον του.
- Χαμηλό κόστος. Το κόστος χρήσης του Διαδικτύου είναι εξαιρετικά χαμηλό. Το ίδιο ισχύει και για το κόστος ανάπτυξης, λειτουργίας και συντήρησης ενός κόμβου στο Διαδίκτυο. Μάλιστα η αύξηση του αριθμού των χρηστών ωθεί νέες επιχειρήσεις να ασχοληθούν με τον τομέα της παροχής υπηρεσιών Internet (Internet Service Providers), με συνέπεια ο αυξανόμενος ανταγωνισμός να αποβαίνει σε όφελος του τελικού χρήστη, με την μορφή χαμηλότερων συνδρομών και προσφορών.

Γενικά το Διαδίκτυο μας έχει προσφέρει και συνεχίζει να μας προσφέρει πολλά. Στην συνέχεια θα αναφέρουμε κάποια από τα οφέλη του.

- Είναι ένας ευχάριστος χώρος ο οποίος παρέχει δυνατότητες διασκέδασης.
- Παρέχει πλούσια πληροφόρηση και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της εκπαιδευτικής κοινότητας.
- Είναι βολικό και εύκολα προσβάσιμο.
- Παρέχει άμεση και οικονομική επικοινωνία.
- Είναι επινοητικό γιατί παρέχει ένα μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων .
- Διευκολύνει την έκφραση ορισμένων συμπεριφορών με ένα τρόπο που παρέχει ασφάλεια, καθώς υπάρχουν λιγότερες πιθανότητες εντοπισμού και στιγματισμού του ατόμου.
- Συμβάλλει στην μείωση των αναστολών και τέλος
- Αποτελεί ένα περιβάλλον όπου μπορούν να εκφραστούν και να ικανοποιηθούν ανάγκες όπως αυτή για διαπροσωπική επαφή, για μάθηση, για διερεύνηση προσωπικών ενδιαφερόντων, ικανοτήτων, αντιλήψεων και στάσεων.

#### **1.4 Κίνδυνοι του Διαδικτύου**

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει το Διαδίκτυο μας έχει επηρεάσει θετικά σε πολλούς τομείς. Υπάρχουν όμως και κίνδυνοι που κρύβονται πίσω από κάθε χρήση του. Ορισμένους από τους κινδύνους αυτούς θα αναφέρουμε παρακάτω.

Ο πρώτος και μεγαλύτερος κίνδυνος, τον οποίο θα αναπτύξουμε σε επόμενο κεφάλαιο, είναι η έκθεση σε ακατάλληλο υλικό, όπως πχ πορνογραφικό ή βίαιο υλικό, ή ακόμη και υλικό που προτρέπει την εμπλοκή σε επικίνδυνες ή παράνομες δραστηριότητες.

Άλλοι κίνδυνοι του Διαδικτύου είναι οι οικονομικοί, όπου προέρχονται κυρίως από τις διαφημίσεις, ο εκφοβισμός μέσω των ηλεκτρονικών μέσων, η εκμετάλλευση των προσωπικών δεδομένων, η αναξιόπιστη πληροφόρηση και ο εθισμός στο Διαδίκτυο και η παραμέληση κοινωνικών δραστηριοτήτων.

#### **1.5 Ενδείξεις εθισμού στο Διαδίκτυο**

Η χρήση του Διαδικτύου, όπως θα αναφέρουμε σε επόμενα κεφάλαια, έχει αρκετά πλεονεκτήματα, όμως έχει και αρκετά μειονεκτήματα. Η υπερβολική χρήση του Διαδικτύου μπορεί να προκαλέσει διάφορους κινδύνους, όπως είναι ο εθισμός. Τα άτομα τα οποία είναι πιο ευαίσθητα σε αυτό, είναι κυρίως οι νέοι χρήστες, δηλαδή τα παιδιά, τα οποία το βλέπουν σαν ένα καινούριο παιχνίδι που δεν θέλουν να το σταματήσουν. Οι γονείς λοιπόν πρέπει να είναι πιο προσεκτικοί σε ότι αφορά το Διαδίκτυο. Οι ενδείξεις που δείχνουν αν ένα παιδί ή ένας ενήλικας είναι εθισμένος, είναι οι εξής:

- Υπερβολικός χρόνος ενασχόλησης με το Διαδίκτυο.
- Ανοχή. Απαιτείται περισσότερος χρόνος παραμονής στο Διαδίκτυο για να επιτύχουμε ικανοποίηση.
- Αποτυχημένες προσπάθειες μείωσης του χρόνου που αφιερώνει ο χρήστης στο Διαδίκτυο.
- Αισθήματα αναστάτωσης και κατάθλιψης όταν γίνονται προσπάθειες να μειωθεί η χρήση του Διαδικτύου.
- Παραμέληση υποχρεώσεων.
- Απότομη πτώση επαγγελματικών – σχολικών υποχρεώσεων.

- Απομόνωση και μείωση του χρόνου δραστηριοτήτων και του χρόνου που περνά με φίλους.
- Επιθετικότητα – μεταβολή της συμπεριφοράς.
- Ψέματα για τον χρόνο που περνάει στο Διαδίκτυο σε κοντινά πρόσωπα.
- Αδιαφορία για πράγματα που τον ευχαριστούσαν.
- Χρήση του Διαδικτύου για να ξεφύγει από τα προβλήματα της καθημερινότητας του ή για να ανακουφίσει δυσάρεστα συναισθήματα (πχ ενοχή, άγχος, κατάθλιψη).
- Πονοκέφαλοι, ξηρότητα οφθαλμών.
- Συνέχιση χρήσης παρά την εμφάνιση δυσκολιών στην οικογενειακή, επαγγελματική, σχολική και προσωπική ζωή.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

### ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

#### 2.1 Τι είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Ας ξεκινήσουμε αυτήν την ενότητα με έναν ορισμό του Ηλεκτρονικού εμπορίου ο οποίος λέει ότι «Ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η αγορά προϊόντων και υπηρεσιών με τη χρήση των τεχνολογιών του Διαδικτύου». (Κατσουλάκος Γ., (2001), Νέα οικονομία, διαδίκτυο και ηλεκτρονικό εμπόριο, Αθήνα, Εκδόσεις Κέρκυρα.)

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο επίσης θα μπορούσε να οριστεί ως ένα σύνολο επιχειρηματικών στρατηγικών που μπορούν να υποστηρίξουν συγκεκριμένους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας και συγκεκριμένες επιχειρηματικές πρακτικές οι οποίες επιτρέπουν, μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών, τη διεκπεραίωση εμπορικών διαδικασιών με ηλεκτρονικά μέσα.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο προσφέρει την δυνατότητα εκτέλεσης πράξεων για την ανταλλαγή προϊόντων ή υπηρεσιών μεταξύ δυο ή περισσότερων μερών με χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και δικτύων υπολογιστών. Βασίζεται στην ηλεκτρονική επεξεργασία και μετάδοση δεδομένων, ήχου και εικόνων βίντεο. Η έννοια του Ηλεκτρονικού Εμπορίου περιλαμβάνει πολλές διαφορετικές δραστηριότητες όπως: ηλεκτρονικό εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών, παράδοση ψηφιακού περιεχομένου (άυλων αγαθών), ηλεκτρονική αγοραπωλησία μετοχών, ηλεκτρονική έκδοση φορτωτικών, εμπορικές δημοπρασίες, συλλογικές εργασίες σχεδίασης και τεχνικών μελετών, ενημέρωση από πηγές σε απευθείας σύνδεση, κρατικές προμήθειες, πωλήσεις απευθείας στον καταναλωτή και μεταγοραστική εξυπηρέτηση.

Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για τις εφαρμογές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου συμπεριλαμβάνουν όλες τις μορφές ηλεκτρονικών μηνυμάτων, ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων, ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ηλεκτρονικών καταλόγων, υπηρεσιών ηλεκτρονικού πίνακα ανακοινώσεων, κοινών βάσεων δεδομένων και οδηγών, συστημάτων συνεχιζόμενης αγοράς και υποστήριξης για όλο τον

κύκλο ζωής των προϊόντων, ηλεκτρονικών ειδήσεων και υπηρεσιών πληροφόρησης, ηλεκτρονικής μισθοδοσίας, ηλεκτρονικών εντύπων, πρόσβασης σε απευθείας σύνδεση σε υπηρεσίες μέσω του Internet, καθώς και κάθε άλλη μορφή ηλεκτρονικής μετάδοσης δεδομένων για εμπορικούς σκοπούς.

Η καλύτερη ίσως εισαγωγή στις βασικές έννοιες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι να συγκρίνουμε το Ηλεκτρονικό Εμπόριο με το παραδοσιακό εμπόριο. «Οι κυριότερες διαδικασίες που λαμβάνουν χώρα στο παραδοσιακό εμπόριο είναι οι εξής :

- α) Η πληροφόρηση των καταναλωτών για τα διάφορα προϊόντα και τα χαρακτηριστικά τους ,
- β) η παραγγελία και η παράδοσή τους και
- γ) οι πληρωμές προς τις επιχειρήσεις και οι υπηρεσίες μετά την αγορά προς τους πελάτες. Στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο μία ή περισσότερες από αυτές τις διαδικασίες διεξάγονται με ηλεκτρονικά μέσα, δηλαδή μέσω των ηλεκτρονικών υπολογιστών και τη ροή δεδομένων μέσα από κάποιο δίκτυο.» (Κατσουλάκος Γ.,(2001),Νέα Οικονομία, διαδίκτυο και ηλεκτρονικό εμπόριο, Αθήνα, Εκδόσεις Κέρκυρα.)

## **2.2 Ιστορική αναδρομή**

Η εμφάνιση κατά τη δεκαετία του 1970 της Ηλεκτρονικής Μεταφοράς Κεφαλαίων μεταξύ τραπεζών, μέσω ασφαλών ιδιωτικών δικτύων, άλλαξε την εικόνα των χρηματοπιστωτικών αγορών. Η Ηλεκτρονική Μεταφορά Κεφαλαίων (EFT) βελτιώνει τις ηλεκτρονικές πληρωμές με την αποστολή πληροφοριών με ηλεκτρονικά μέσα. Σήμερα, υπάρχουν πολλές παραλλαγές της EFT, μεταξύ των οποίων οι συνηθέστερες είναι οι χρεωστικές κάρτες και οι άμεσες καταθέσεις στους τραπεζικούς λογαριασμούς των εργαζομένων. Κάθε μέρα περίπου 4 τρις δολάρια αλλάζουν χέρια με EFT μέσω δικτύων που συνδέουν τράπεζες, αυτοματοποιημένα γραφεία συμψηφισμού και επιχειρήσεις. Το υπουργείο Οικονομικών των ΗΠΑ εκτιμά ότι το 1995 το 55% του συνόλου των πληρωμών της ομοσπονδιακής κυβέρνησης πραγματοποιήθηκε με EFT.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1980, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο διαδόθηκε μεταξύ των επιχειρήσεων αρχικά ως τεχνολογία ηλεκτρονικής μετάδοσης

μηνυμάτων: Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI) και το Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (E-mail). Με τις τεχνολογίες της Ηλεκτρονικής Ανταλλαγής Δεδομένων εκσυγχρονίστηκαν οι διαδικασίες των επιχειρήσεων καθώς μειώθηκαν τα έγγραφα σε χαρτί και αυξήθηκε η αυτοματοποίηση. Οι τεχνολογίες EDI εξελίχθηκαν σε αναπόσπαστο τμήμα της ροής της εργασίας ή των συνεργαζόμενων συστημάτων υπολογιστών, συνδυάζοντας υπάρχουσες μη ηλεκτρονικές μεθόδους με ηλεκτρονικά μέσα για την βελτίωση της αποτελεσματικότητας των επιχειρηματικών διαδικασιών. Η Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων επιτρέπει στις επιχειρήσεις να στέλνουν και να λαμβάνουν έγγραφα εργασίας σε τυποποιημένη ηλεκτρονική μορφή με την ελάχιστη δυνατή ανθρώπινη παρέμβαση.

Με την πάροδο των ετών, η Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων εντάχθηκε στα εσωτερικά συστήματα πληροφοριών και στις καθημερινές πρακτικές των επιχειρήσεων και αποδείχθηκε ιδιαίτερα επιτυχής σε ορισμένους τομείς, όπως στην διαχείριση κατηγοριών προϊόντων για είδη παντοπωλείου στο λιανικό εμπόριο.

Η εξέλιξη του Διαδικτύου (Internet) τα τέλη της δεκαετίας του 1980 έδωσε τη δυνατότητα να αναπτυχθούν ριζικά διαφορετικές μορφές Ηλεκτρονικού Εμπορίου, όπως υπηρεσίες σε απευθείας σύνδεση, καθώς και νέες μορφές μαζικών κοινωνικών επαφών και διάδοσης γνώσεων. Εκτός από τη διαθεσιμότητα και το χαμηλό κόστος των πληροφοριών σε αυτό το «δίκτυο των δικτύων», βασικός παράγων για την προώθηση της ευρείας χρήσης του από τις επιχειρήσεις είναι η ύπαρξη κατάλληλων υποδομών "από άκρη σε άκρη" και εφαρμογών που υποστηρίζουν τις διαδικασίες με ολοκληρωμένο τρόπο.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 τα δίκτυα ηλεκτρονικής επικοινωνίας και κυρίως το Internet προσφέρουν μια νέα μορφή κοινωνικής επικοινωνίας, με δυνατότητες όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), η ηλεκτρονική συνδιάσκεψη (conferencing), η ηλεκτρονική συνομιλία (IRC) , οι ομάδες συζήτησης (newsgroups), η ηλεκτρονική μεταφορά αρχείων (FTP) κλπ.

Ο παγκόσμιος ιστός (World Wide Web) στη δεκαετία του 1990 αντιμετώπισε με αποφασιστικό τρόπο θέματα δημοσίευσης και διάδοσης πληροφοριών. Ο ιστός καθιστά το Ηλεκτρονικό Εμπόριο ένα φθηνότερο μέσο για την εκτέλεση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και επιτρέπει τη

μεγαλύτερη διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων. Οι περιορισμένες απαιτήσεις εισόδου (όπως πχ ένας προσωπικός υπολογιστής) επιτρέπουν στις μικρές επιχειρήσεις να εισέλθουν στον τομέα αυτό με τεχνολογικές βάσεις που δεν διαφέρουν από εκείνες των μεγάλων επιχειρήσεων.

Η ανάγκη για Ηλεκτρονικό Εμπόριο προκύπτει από την απαίτηση των επιχειρήσεων και των κυβερνήσεων για καλύτερη χρήση της τεχνολογίας των υπολογιστών και των τηλεπικοινωνιών ώστε να βελτιωθούν οι σχέσεις αμφίδρομης επικοινωνίας με τους πελάτες-πολίτες-καταναλωτές, οι επιχειρηματικές διεργασίες και η ανταλλαγή πληροφοριών ενδο-επιχειρησιακά, αλλά κυρίως μεταξύ των επιχειρήσεων.

### **2.3 Οι λειτουργίες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, σαν έννοια, δεν περιλαμβάνει μόνο τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών αγορών, αλλά χαρακτηρίζεται από μια ποικιλία λειτουργιών που προσφέρει. Αυτές αναφέρονται παρακάτω:

**1. Ανταλλαγή πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες.** Η ανταλλαγή πληροφοριών, η διαφήμιση και ενημέρωση για προϊόντα και υπηρεσίες είναι ίσως η πλέον διαδεδομένη χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Για παράδειγμα πολλές επιχειρήσεις διαθέτουν ηλεκτρονικές σελίδες μέσω των οποίων διαφημίζουν στο Internet τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν. Οι περισσότερες προσφέρουν παράλληλα και επιπλέον υπηρεσίες στους πελάτες τους και σε κάθε ενδιαφερόμενο.

**2. Υποστήριξη πελάτη.** Πολλές επιχειρήσεις δημιουργούν ομάδες συζητήσεων και επαφών με τους πελάτες τους, οι οποίοι με τον τρόπο αυτό μπορούν να επικοινωνούν όχι μόνο με τον προμηθευτή, αλλά και μεταξύ τους, ανταλλάσσοντας ιδέες, ερωτήσεις, συμβουλές, κ.α. Ένα παράδειγμα τέτοιας εφαρμογής είναι το δίκτυο GEN (Global Engineering Network) που συντονίζεται από τη Siemens Nixdorf και αποτελεί ένα forum επαφών για μηχανικούς, προμηθευτές και πελάτες μηχανολογικού εξοπλισμού από όλη την Ευρώπη.

**3. Δημιουργία ηλεκτρονικών επιχειρήσεων (virtual enterprises)-Εμπορικά κέντρα.** Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο παρέχει τη δυνατότητα δημιουργίας ηλεκτρονικών επιχειρήσεων στο δίκτυο. Επιπλέον πολλές επιχειρήσεις δημιουργούν Ηλεκτρονικά Εμπορικά Κέντρα δηλαδή ομάδες



επιχειρήσεων που συνεργάζονται ηλεκτρονικά δημιουργώντας ένα Εμπορικό Κέντρο στο Internet. Μια ηλεκτρονική επιχείρηση (virtual enterprise) αποτελείται από δυο ή περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα και παρέχει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν ισχυρούς και ανταγωνιστικούς ομίλους εταιριών. Το γεγονός αυτό φαίνεται να αλλάζει το συσχετισμό δυνάμεων μεταξύ των επιχειρήσεων.

**4. Ηλεκτρονικές τράπεζες.** Αρκετές τράπεζες έχουν δημιουργήσει ηλεκτρονικές υπηρεσίες παρέχοντας ένα σύνολο δυνατοτήτων στους πελάτες τους. Οι ηλεκτρονικές τράπεζες επιτρέπουν στους πελάτες να χρεοπιστώνουν τους λογαριασμούς τους μέσα από το Internet, να μεταφέρουν κεφάλαια από ένα λογαριασμό σε ένα άλλο ή ακόμη να κάνουν αίτηση για προέγκριση δανείου ή απόκτηση πιστωτικής ή άλλης κάρτας. Άλλες υπηρεσίες που προσφέρονται από τις τράπεζες είναι η εξυπηρέτηση των οικονομικών συναλλαγών των ιδεατών καταστημάτων ( με χρήση μηχανισμών ηλεκτρονικών πληρωμών) και η διεκπεραίωση των μηνυμάτων EDI, EFT, SWIFT κλπ.

**5. Ηλεκτρονική διανομή.** Στα πλαίσια της ηλεκτρονικής διανομής μπορούν να ενταχθούν υπηρεσίες on-line διάχυσης πληροφοριών με μηδαμινό, συνήθως, κόστος χρήσης. Για παράδειγμα, η εταιρία Oracle διαθέτει μια ηλεκτρονική σελίδα στο Internet (διεύθυνση <http://www.oracle.com>) μέσω της οποίας οι πελάτες ενημερώνονται για τα προϊόντα της εταιρίας, μπορούν να μεταφέρουν στον υπολογιστή τους δωρεάν δοκιμαστικές εκδόσεις (demos) των προγραμμάτων της εταιρίας και, αν πληρώσουν μέσω της πιστωτικής κάρτας, μπορούν να μεταφέρουν ολόκληρα προγράμματα. Ένα άλλο παράδειγμα προέρχεται από τον χώρο των εφημερίδων και περιοδικών όπου πολλές εταιρίες παρέχουν τέτοιες υπηρεσίες στους πελάτες τους. Για παράδειγμα, η γνωστή βρετανική εφημερίδα Times και Sunday Times μπορεί να προσπελαστεί εξ ολοκλήρου ηλεκτρονικά και δωρεάν από οποιονδήποτε διαθέτει σύνδεση στο Internet (στη διεύθυνση <http://www.the-times.co.uk>). Παρόμοιες υπηρεσίες παρέχονται και από πολλές ελληνικές εφημερίδες και περιοδικά ( π.χ η Ελευθεροτυπία στη διεύθυνση <http://www.enet.gr>, τα ΝΕΑ και το ΒΗΜΑ στη διεύθυνση <http://www.dolnet.gr> κα.)

**6. Ανάπτυξη κοινών επιχειρηματικών διαδικασιών (shared business processes) μεταξύ των επιχειρήσεων.** Τέτοιες διαδικασίες φέρνουν σε στενή επαφή τους συμμετέχοντες στο εμπορικό κύκλωμα, συσφίγγοντας τους επιχειρηματικούς δεσμούς και δυσχεραίνοντας με αυτόν τον τρόπο την αλλαγή συνεργατών . Για παράδειγμα, η αλυσίδα σουπερμάρκετ Tesco της Μ. Βρετανίας έχει αναπτύξει ένα πολύπλοκο σύστημα ανατροφοδότησης των 540 καταστημάτων που διαθέτει στην χώρα. Κάθε πώληση προϊόντων που καταγράφεται στα ταμεία κάποιου καταστήματος μεταφέρεται ηλεκτρονικά στα κεντρικά γραφεία της εταιρίας. Εκεί γίνεται αυτόματος έλεγχος αποθεμάτων για το συγκεκριμένο κατάστημα και υπολογίζονται οι ανάγκες ανατροφοδότησης κάθε καταστήματος με βάση τα προϊόντα που εμφανίζονται με υπόλοιπο κάτω από το όριο της ασφαλείας. Η πληροφορία τελικά στέλνεται ηλεκτρονικά στο αντίστοιχο depot-αποθηκευτικό χώρο της εταιρίας. Εκεί, αν τα προϊόντα δεν υπάρχουν σε απόθεμα, παραγγέλνονται ηλεκτρονικά από τον κατάλληλο προμηθευτή. Μετά την παραλαβή από το depot, τα προϊόντα στέλνονται στο κατάστημα που τα χρειάζεται. Το όλο σύστημα ανατροφοδότησης λειτουργεί με την στενή συνεργασία των προμηθευτών, οι οποίοι ουσιαστικά συμμετέχουν σε μια κοινή επιχειρηματική διαδικασία ανατροφοδότησης των ραφιών στα καταστήματα του σουπερμάρκετ.

#### **2.4 Βασικά εμπόδια ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Ορισμένα από τα βασικά εμπόδια ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου αποτελούν και σημαντικά θέματα προς ανάλυση μέσω της οικονομικής επιστήμης.

- Το πρώτο είναι η περιορισμένη χωρητικότητα του δικτύου που συνεπάγεται μεγάλο χρόνο αναμονής για τους χρήστες και καθυστερήσεις. Η σημερινή τιμολόγηση της πρόσβασης στο Διαδίκτυο που είναι ένα σταθερό ποσό ανά κάποια συγκεκριμένη περίοδο, δεν αντιμετωπίζει το πρόβλημα, ούτε καθορίζει ποια είναι η άριστη χωρητικότητα.
- Το δεύτερο είναι η αδυναμία εξέτασης της ποιότητας των ψηφιακών προϊόντων πριν την αγορά τους. Ενώ σε μια παραδοσιακή αγορά ο καταναλωτής μπορεί να επιθεωρήσει την ποιότητα τουλάχιστον κάποιων

από τα προϊόντα πριν τα αγοράσει, στην ηλεκτρονική αγορά αυτό είναι πολύ δύσκολο, με αποτέλεσμα να συρρικνώνεται η αντίστοιχη αγορά, εκτός αν η ποιότητα είναι ήδη γνωστή.

- Το τρίτο πρόβλημα αφορά στην έλλειψη ασφαλείας στις συναλλαγές μέσω του Διαδικτύου, κυρίως όταν χρησιμοποιούνται οι πιστωτικές κάρτες, αφού δεν είναι ιδιαίτερα δύσκολο να υποκλαπεί ένα μήνυμα. Ως αποτέλεσμα, έχουν αναπτυχθεί τεχνικές αποκρυπτογράφησης ενώ από την άλλη χρησιμοποιούνται διάφορα είδη ηλεκτρονικού χρήματος.
- Το τέταρτο πρόβλημα είναι οι σημαντικές παραβιάσεις των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, αφού ένα ψηφιακό προϊόν μπορεί να αναπαραχθεί άπειρες φορές χωρίς επιπλέον κόστος και να πωληθεί ή να ανταλλαχθεί με ευκολία στο Διαδίκτυο.
- Το πέμπτο και τελευταίο πρόβλημα είναι το ότι η ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού εμπορίου εξαρτάται και από το πώς το Διαδίκτυο και το Ηλεκτρονικό εμπόριο ευνοούν ή εμποδίζουν την ανάπτυξη συγκεκριμένων μορφών αγοράς, μορφών που διαφοροποιούνται ως προς τον ανταγωνισμό, την ικανότητα των επιχειρήσεων να ασκούν μονοπωλιακή δύναμη και την ικανότητα τους να διαφοροποιούν τις τιμές.

Μια επίδραση του Ηλεκτρονικού εμπορίου αφορά το κατά πόσο διευκολύνει ή όχι τη συνεργασιακή συμπεριφορά μεταξύ των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με υποδείγματα που έχουν αναπτυχθεί από οικονομολόγους, όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων στην αγορά τόσο λιγότερο είναι εφικτό οι επιχειρήσεις να συνεργάζονται με την «σιωπηρή συνεργασία» για μεγάλα χρονικά διαστήματα. Η «σιωπηρή συνεργασία» γίνεται όταν οι συνθήκες επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να ακολουθούν στρατηγικές που οδηγούν σε μονοπωλιακές τιμές παρότι οι στρατηγικές αυτές επιλέγονται με κάθε επιχείρηση ενεργώντας τελείως ανεξάρτητα η μία από την άλλη.

Η είσοδος του Ηλεκτρονικού εμπορίου σε πολλές οικονομικές δραστηριότητες επηρεάζει τόσο την εργασία όσο και τις απαιτήσεις του εργοδότη από τον εργαζόμενο. Οι εργαζόμενοι αναγκάζονται να βελτιώνουν τις ικανότητές τους, να ανανεώσουν τις γνώσεις τους και να προσαρμόσουν τα προϊόντα τους καθώς αυξάνονται οι απαιτήσεις του εργασιακού περιβάλλοντος. Στις περισσότερες οικονομικές δραστηριότητες αναμένεται

σταθερή βελτίωση των ικανοτήτων των εργαζομένων καθώς καταργούνται οι μονότονες εργασίες, ενώ παρέχεται πλούσια βάση πληροφοριών για την εκτέλεση της εργασίας.

«Τα καθήκοντα των εργαζομένων σε περιβάλλον Ηλεκτρονικού Εμπορίου θα εστιάζονται στο μέλλον σε τρεις δραστηριότητες:

- a) διαχείριση της προώθησης και της εμπορίας των προϊόντων και παρακολούθηση των ανταγωνιστών,
- b) διαχείριση της επικοινωνίας μεταξύ της επιχείρησης και των πελατών και προμηθευτών της και
- c) διαχείριση των υποδομών της τεχνολογίας των πληροφοριών και των επικοινωνιών.» (Κατσουλάκος Γ., (2001), Νέα Οικονομία, διαδίκτυο και ηλεκτρονικό εμπόριο, Αθήνα, Εκδόσεις Κέρκυρα.)

Πιο συγκεκριμένα, η προώθηση προϊόντων μέσω του Διαδικτύου, δημιουργεί ένα νέο είδος θέσης, αυτό του υπεύθυνου προώθησης προϊόντων στον παγκόσμιο ιστό. Οι αυξημένες ηλεκτρονικές πωλήσεις παροτρύνουν αρκετούς εργαζομένους να ασχοληθούν με την προώθησή τους. Επίσης η εργασία του υπεύθυνου λογιστηρίου στο εμπόριο πρόκειται να αλλάξει σημαντικά, δεδομένου ότι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο τροποποιεί σε σημαντικό βαθμό την ανταλλαγή πληροφοριών και τη διαχείριση των πληρωμών.

## **2.5 Επιπτώσεις Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Οι επιπτώσεις του Ηλεκτρονικού Εμπορίου θα είναι πιο έντονες, καθώς αυτό θα επεκταθεί σε πολλούς τομείς δραστηριότητας. Η συνολική επίδραση της ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού εμπορίου στην απασχόληση θα επηρεαστεί από την άμεση δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την έμμεση δημιουργία θέσεων εργασίας λόγω αυξημένης ζήτησης και αυξημένης παραγωγικότητας και την απώλεια θέσεων εργασίας. Η δραστηριότητα η οποία επηρεάζεται άμεσα από την ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού εμπορίου είναι αυτή του παραδοσιακού εμπορίου, καθώς το Ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί έναν τρόπο παροχής και παράδοσης προϊόντων και υπηρεσιών.

Ορισμένοι κλάδοι οι οποίοι επηρεάζονται έμμεσα από το Ηλεκτρονικό εμπόριο είναι :

- οι κλάδοι οι οποίοι σχετίζονται με τις Τεχνολογίες της Πληροφορίας και των Επικοινωνιών.

- Οι «κλάδοι περιεχομένου» οι οποίοι περιλαμβάνουν προϊόντα και υπηρεσίες σχετιζόμενα με τις Τεχνολογίες της Πληροφορίας, όπως ψυχαγωγία, προϊόντα λογισμικού κ.α. και τέλος
- κλάδοι σχετιζόμενοι με υπηρεσίες, όπως π.χ. χρηματιστηριακή αγορά, ταχυδρομικές συναλλαγές κ.α.

## **2.6 Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο λειτουργεί θετικά τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους καταναλωτές στους οποίους προσφέρει μεγάλες ευκολίες. Είναι δυνατό να απαριθμήσει κανείς έναν αριθμό δραστηριοτήτων που προσθέτουν αξία σε μια επιχείρηση μέσω του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, όπως μάρκετινγκ, πρόσβαση σε νέες αγορές, περιορισμός του άμεσου κόστους, ταχύτερη παράδοση προϊόντων, καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, βελτίωση της δημόσιας εικόνας της επιχείρησης, εκμάθηση της νέας τεχνολογίας, νέες σχέσεις με τους πελάτες, νέες δυνατότητες προϊόντων και νέα λειτουργικά μοντέλα. Τα βασικά πλεονεκτήματα είναι:

**1. Βελτίωση της λειτουργίας των επιχειρήσεων.** Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο επιτρέπει τη βελτίωση πολλών πλευρών της λειτουργίας μιας επιχείρησης στους παρακάτω τομείς:

- **Μάρκετινγκ.** Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να βελτιώσει σε μεγάλο βαθμό την προώθηση των προϊόντων μέσα από την άμεση, πλούσια σε πληροφορίες και αμφίδρομη επικοινωνία με τους πελάτες. Τα ψηφιακά δίκτυα επιτρέπουν στους πωλητές να προσφέρουν αναλυτικές πληροφορίες για τα προϊόντα τους μέσα από τη δημοσίευση οδηγών και καταλόγων. Το πλεονέκτημα της ηλεκτρονικής δημοσίευσης σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα διαφήμισης είναι ότι το περιεχόμενο μπορεί να είναι εξατομικευμένο και να καθορίζεται με βάση τους χειρισμούς του ίδιου του πελάτη. Επίσης οι πληροφορίες μπορούν να αλλάζουν και είναι διαθέσιμες όλο το 24ωρο σε όλο τον πλανήτη, με την προϋπόθεση ότι ο πελάτης διαθέτει την κατάλληλη πρόσβαση στο δίκτυο. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι πολύ σημαντικά σε ένα κόσμο όπου οι υποψήφιοι πελάτες βομβαρδίζονται με διαφημιστικά μηνύματα, τα περισσότερα από τα οποία δεν τους ενδιαφέρουν και απλά τους ενοχλούν.

- Πρόσβαση σε νέες αγορές. Χάρη στην παγκόσμια διάδοση του Διαδικτύου και τον αμφίδρομο χαρακτήρα της επικοινωνίας, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αντιπροσωπεύει ένα νέο κανάλι για την πώληση προϊόντων. Αρκετοί υποστηρίζουν ότι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι κατάλληλο για δυο μορφές προϊόντων, υλικά προϊόντα και προϊόντα που μπορούν να παραδοθούν μέσω του Διαδικτύου. Η άποψη αυτή είναι πολύ περιοριστική. Ένας πολύ μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στον τομέα των υπηρεσιών και οι δυνατότητες χρήσης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου από τις επιχειρήσεις αυτές είναι προφανείς. Για παράδειγμα, οι αεροπορικές εταιρίες δεν πωλούν υλικά αγαθά, ούτε αυτό που προσφέρουν μπορεί να παραδοθεί μέσα από το Διαδίκτυο. Παρέχουν μια υπηρεσία. Μπορούν όμως να χρησιμοποιήσουν το Διαδίκτυο για την κράτηση θέσεων, την πώληση εισιτηρίων και φυσικά για το μάρκετινγκ των υπηρεσιών τους.

- Περιορισμός του άμεσου κόστους. Η χρήση ενός ψηφιακού δικτύου για τη δημοσίευση και τη μετάδοση πληροφοριών σε ηλεκτρονική μορφή μπορεί να μειώσει το κόστος σε σύγκριση με την επικοινωνία και την δημοσίευση σε έντυπη μορφή. Ακόμη, η χρήση ενός κοινόχρηστου δικτύου, όπως το Internet, έχει πολύ μικρότερο κόστος από τη δημιουργία και την συντήρηση ενός ιδιωτικού δικτύου. Μερικοί τομείς όπου η μείωση του κόστους είναι άμεσα ορατή, είναι η ψηφιακή μετάδοση εγγράφων, η επικοινωνία μεταξύ τμημάτων της επιχείρησης και μεταξύ επιχείρησης και προμηθευτών, καθώς και η υποστήριξη των πελατών σε 24ωρη βάση χωρίς την ανάγκη λειτουργίας ενός τηλεφωνικού κέντρου. Ένα πολύ καλό παράδειγμα πρόσθετης μείωσης του κόστους είναι η παράδοση προϊόντων σε ηλεκτρονική μορφή, όπως για παράδειγμα μια σύνθεση ενός γραφίστα ή μια έκθεση ενός συμβούλου επιχειρήσεων.

- Ταχύτερη παράδοση προϊόντων. Ένα από τα πλέον συχνά αναφερόμενα οφέλη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η συμβολή του στην εξάλειψη των μη απαραίτητων μεσαζόντων στις εμπορικές συναλλαγές. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο προκαλεί τη μείωση έως και τον εκμηδενισμό των προμηθευτικών αλυσίδων, αφού σε αρκετές περιπτώσεις τα προϊόντα στέλνονται κατευθείαν από τον παραγωγό στον καταναλωτή, προσπερνώντας τα παραδοσιακά στάδια από τα οποία περνάει κάποιος

προϊόν μέχρι να παραδοθεί στον παραλήπτη. Κάτι τέτοιο συνεπάγεται αυτόματα τη σμίκρυνση της προμηθευτικής αλυσίδας με τέτοιο τρόπο που ο προμηθευτής έρχεται σε απευθείας επικοινωνία με τον πελάτη χωρίς την παρεμβολή τρίτων. Το αντίστοιχο όφελος για τον πελάτη είναι η άμεση κάλυψη των αναγκών του, καθώς μπορεί να παραλάβει το προϊόν –υπηρεσία που επιθυμεί χωρίς τις χρονικές καθυστερήσεις που αναπόφευκτα εισάγουν στον κύκλο διανομής τα ενδιάμεσα μέρη.

- Καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να βελτιώσει σε πολύ μεγάλο βαθμό την εξυπηρέτηση των πελατών, αυτοματοποιώντας τη διαδικασία απάντησης στις πιο συχνές και συνηθισμένες ερωτήσεις και επιτρέποντας έτσι στο ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης να ασχοληθεί με τις περιπτώσεις που πραγματικά απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή. Η διαθεσιμότητα της υποστήριξης των πελατών σε 24ωρη βάση και όλες τις ημέρες του χρόνου, είναι ένα πολύ ισχυρό ανταγωνιστικό εργαλείο. Παράλληλα, ένα μεγάλο μέρος της δραστηριότητας για την υποστήριξη των πελατών περνά στην ευθύνη των ίδιων των πελατών, που έχουν τη δυνατότητα να μελετήσουν τις ηλεκτρονικά δημοσιευμένες οδηγίες και προδιαγραφές των προϊόντων, ή να πάρουν αυτόματα απαντήσεις στις περισσότερες ερωτήσεις τους. Έτσι, μια σημαντική πηγή κόστους πρακτικά παύει να υπάρχει. Χάρη στην παγκόσμια πρόσβαση στο Διαδίκτυο, μια μεγάλη επιχείρηση μπορεί σε μικρό βαθμό προσωπικού να διατηρεί ένα κέντρο υποστήριξης με 24ωρη δυνατότητα άμεσης απάντησης στα ερωτήματα εκείνα των πελατών, από όλο τον κόσμο, που δεν μπορούν να απαντηθούν αυτόματα από τη βάση δεδομένων του συστήματος. Από την άλλη πλευρά, η προσφορά πληροφοριών και εκτεταμένης υποστήριξης στους πελάτες μέσα από το δίκτυο, επιτρέπει στην επιχείρηση να αντλεί πληροφορίες σχετικά με τα ενδιαφέροντα και τη συμπεριφορά των πελατών. Η γνώση αυτή είναι πολύτιμη και μπορεί να οδηγήσει στη βελτίωση παλιών και στη ανάπτυξη νέων προϊόντων.

- Βελτίωση της δημόσιας εικόνας της επιχείρησης. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να αποτελέσει ένα εξαιρετικά θετικό στοιχείο της δημόσιας εικόνας μιας επιχείρησης, ιδιαίτερα όταν η επιχείρηση αυτή απευθύνεται σε τμήματα της αγοράς με ευνοϊκή στάση απέναντι στη νέα τεχνολογία. Η

δημόσια εικόνα είναι ένα από τα πολυτιμότερα άυλα κεφάλαια μιας επιχείρησης. Πολλές επιχειρήσεις επενδύουν τεράστια κεφάλαια για την καλλιέργεια και τη διατήρηση μιας ισχυρής επωνυμίας. Αυτό ισχύει κυρίως στις ανταγωνιστικές αγορές, όπου οι διαφορές μεταξύ των προϊόντων είναι βασικά μικρές και δεν επαρκούν για να κερδίσουν την προτίμηση των καταναλωτών. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να αποτελέσει ένα τρόπο για την ενίσχυση της δημόσιας εικόνας μιας επιχείρησης με σχετικά μικρό κόστος.

**2. Μετασχηματισμός των επιχειρήσεων.** Εκτός από τη βελτίωση των παραπάνω δραστηριοτήτων, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο προσφέρει ευκαιρίες για μετασχηματισμό των επιχειρήσεων.

- Εκμάθηση της νέας τεχνολογίας. Η γρήγορη πρόοδος του Ηλεκτρονικού Εμπορίου θα υποχρεώσει πολλές επιχειρήσεις να προσαρμοστούν στη νέα τεχνολογία και να πειραματιστούν με τη χρήση νέων προϊόντων, υπηρεσιών και διαδικασιών. Η επιχείρηση είναι ένας οργανισμός που πρέπει συνεχώς να μαθαίνει. Αυτό δεν ισχύει μόνο για την εξελισσόμενη τεχνολογία, αλλά και για το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον, στο οποίο περιλαμβάνονται οι συνθήκες της αγοράς, οι οργανωτικές δομές και η διακίνηση των προϊόντων. Στην πραγματικότητα η μάθηση στους τομείς αυτούς είναι πολύ δυσκολότερη από την εκμάθηση της χρήσης νέων τεχνολογικών εφαρμογών. Έτσι, η τεχνολογία του Ηλεκτρονικού Εμπορίου μπορεί να αποτελέσει την ώθηση για την συνειδητοποίηση και την έγκαιρη προσαρμογή σε εξωτερικούς παράγοντες που υπερβαίνουν τις διαστάσεις του ψηφιακού δικτύου.

- Νέες σχέσεις με τους πελάτες. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δημιουργεί μια νέα μορφή σχέσεων μεταξύ προμηθευτών και πελατών, με τη συχνή και άμεση επικοινωνία, την παροχή πλουσιότερων εξατομικευμένων πληροφοριών, και τη συλλογή στοιχείων για τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά των πελατών. Η σχέση με τους πελάτες είναι ένα από τα πρώτα χαρακτηριστικά μιας επιχείρησης που αλλάζουν με την εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Η εποχή που ο πελάτης έπρεπε να συμβιβαστεί με αυτά που διέθετε η επιχείρηση, έχει περάσει. Τώρα η επιχείρηση μπορεί να είναι πραγματικά ευαίσθητη στις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών, και να προσαρμόζει την παραγωγή ή τα αποθέματά της στις διακυμάνσεις της



ζήτησης, τις οποίες πληροφορείται άμεσα από τις ερωτήσεις των πελατών μέσω του Διαδικτύου. Πρόκειται για μια δραστηριότητα που προσθέτει αξία στο μάρκετινγκ της επιχείρησης. Ένας πελάτης που έχει συνηθίσει σε μια τέτοια ικανότητα ανταπόκρισης είναι δύσκολο να αλλάξει προμηθευτή, επειδή τότε θα πρέπει να περιμένει μέχρι ο νέος προμηθευτής να «μάθει τις συνήθειές του».

**3. Αλλαγή προτύπων.** Οι βελτιώσεις και οι μετασχηματισμοί που είδαμε, αφορούν μικρές ή μεγάλες αλλαγές μεμονωμένων δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης. Η αλλαγή προτύπων αποτελεί μια εντελώς διαφορετική κλίμακα αλλαγών, που οδηγούν σε νέα προϊόντα και νέες λειτουργικές δομές.

- Νέες δυνατότητες προϊόντων. Η ροή και επεξεργασία των πληροφοριών, που γίνεται δυνατή χάρη στη φύση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, επιτρέπει τη σύλληψη νέων προϊόντων ή την εξειδίκευση υπαρχόντων προϊόντων με πρωτοποριακούς τρόπους. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δεν προσφέρει μόνο την ευκαιρία πώλησης των υπαρχόντων προϊόντων από ένα κανάλι διανομής, αλλά και τη δυνατότητα δημιουργίας και βελτίωσης προϊόντων. Η μαζική παραγωγή εξατομικευμένων προϊόντων είναι μια πλευρά αυτής της δυνατότητας. Η δεύτερη είναι ότι ο πωλητής μπορεί να εμπλέξει τον αγοραστή πολύ νωρίς στην αλυσίδα αξιών της επιχείρησης, με αποτέλεσμα την έγκαιρη προσαρμογή των υπαρχόντων προϊόντων και τη δημιουργία νέων προϊόντων σύμφωνα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών. Το κλειδί στη δραστηριότητα αυτή είναι η αυξημένη ροή πληροφοριών μεταξύ πωλητή και αγοραστή.

- Νέα λειτουργικά μοντέλα. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο σε συνδυασμό με την αλλαγή των δομών της αγοράς, οδηγεί στην εμφάνιση νέων μοντέλων για τη λειτουργία επιχειρήσεων, που βασίζονται στην αφθονία των πληροφοριών και την άμεση διανομή τους στους πελάτες. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να προσφέρει ευκαιρίες για την ανάπτυξη νέων προϊόντων, αλλά κυρίως μπορεί να οδηγήσει στην αναθεώρηση των μοντέλων που καθορίζουν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Δεν υπάρχει ένα ενιαίο μοντέλο που να ισχύει για όλες τις επιχειρήσεις που εφαρμόζουν το Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Αντίθετα, υπάρχει ένα διαφορετικό μοντέλο για κάθε τύπο επιχείρησης. Το κέντρο βάρους όλων αυτών των μοντέλων είναι ο νέος ρόλος των

ενδιαμέσων. Σε πολλούς κλάδους θα εξαφανιστούν οι παραδοσιακοί μεσάζοντες, ενώ θα εμφανιστούν νέες μορφές ενδιαμέσων, ιδιαίτερα σε σχέση με την ψηφιακή υποδομή. Ως βάση για την ανάλυση της αναγκαιότητας και των πλεονεκτημάτων του Ηλεκτρονικού Εμπορίου για μια επιχείρηση, μπορεί να χρησιμοποιηθεί η παρούσα αξία των διαφόρων συνιστωσών των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

**4. Χαμηλότερες τιμές προϊόντων.** Ένα από τα μεγαλύτερα οφέλη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η μείωση του κόστους για τους προμηθευτές, με τα αντίστοιχα οφέλη και για τους πελάτες. Κάθε φυσική επικοινωνία που ήταν απαραίτητη για μια εμπορική συναλλαγή κοστίζει και διαρκεί λιγότερο αν πραγματοποιηθεί ηλεκτρονικά. Με τη νέα αυτή μορφή του εμπορίου, δεν είναι απαραίτητη η ύπαρξη καταστημάτων, με αποτέλεσμα να μειώνεται το κόστος συναλλαγής άρα και οι τιμές των συναλλαγών.

**5. Αυξημένος ανταγωνισμός.** Ο καθένας μπορεί να δημιουργήσει μια «ιδεατή επιχείρηση», που μέσα από τη ψηφιακή υποδομή θα είναι προσιτή σε όλο τον κόσμο. Οι τοπικοί προμηθευτές κάθε περιοχής παύουν να προστατεύονται από τη γεωγραφική απόσταση, με αποτέλεσμα μια αύξηση του ανταγωνισμού, που συμπιέζει τις τιμές σύμφωνα με τον νόμο της προσφοράς και της ζήτησης. Η ηλεκτρονική επικοινωνία επιτρέπει στους προμηθευτές προϊόντων και υπηρεσιών να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί, κυρίως προσφέροντας προς τους πελάτες τους υπηρεσίες που πριν ήταν πολύ αδύνατο ή πολύ δύσκολο να προσφερθούν. Λόγω της κατάστασης πολυπωλίου ο ανταγωνισμός αυξάνεται και η κάθε επιχείρηση προσπαθεί να κερδίσει τους πελάτες, βελτιώνοντας όχι μόνο την ποιότητα των προϊόντων, αλλά και έναν αριθμό άλλων πραγμάτων που προσελκύουν τον καταναλωτή. Έτσι δίνεται έμφαση στην παρουσίαση των προϊόντων, στις πληροφορίες που παρέχονται γι' αυτά, στις οδηγίες χρήσης, στην ικανοποίηση των απαιτήσεων του πελάτη και στην καλύτερη και γρηγορότερη εξυπηρέτησή του.

**6. Αυξημένη αγοραστική παραγωγικότητα.** Το μέτρο της παραγωγικότητας ενός αγοραστή είναι το κόστος και ο χρόνος που απαιτούνται για την επιλογή προμηθευτή- προϊόντος και τη λήψη της απόφασης αγοράς. Αν ο αγοραστής είναι μια επιχείρηση που παράγει προστιθέμενη αξία, η αύξηση της αγοραστικής παραγωγικότητας μεταφράζεται άμεσα σε μείωση του κόστους των δικών της προϊόντων ή

υπηρεσιών. Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό τη διερεύνηση της αγοράς και τον εντοπισμό του κατάλληλου προϊόντος στην κατάλληλη τιμή σε συντομότερο χρόνο και με σχεδόν μηδενικό κόστος.

**7. Καλύτερη διαχείριση των πληροφοριών.** Η απόφαση σχετικά με την ανάθεση μιας δραστηριότητας σε εξωτερικό προμηθευτή ή την εκτέλεση της από την ίδια την επιχείρηση καθορίζεται κυρίως από τις πληροφορίες που είναι διαθέσιμες. Η ψηφιακή υποδομή αυξάνει τρομερά τον όγκο αλλά και την δυνατότητα οργάνωσης και χρήσης των πληροφοριών, επιτρέποντας έτσι την τεκμηρίωση παρόμοιων αποφάσεων με ακρίβεια και αξιοπιστία. Πολλά διοικητικά στελέχη βλέπουν ευνοϊκά την προοπτική αυτή και προσπαθούν να ενσωματώσουν τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες στην καθημερινή τους δουλειά.

**8. Καλύτερος έλεγχος αποθεμάτων.** Οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες επιταχύνουν την ολοκλήρωση των συναλλαγών, αυξάνοντας έτσι την ευελιξία στις προμήθειες των επιχειρήσεων. Πολλές επιχειρήσεις αξιοποιούν τη δυνατότητα αυτή με την εφαρμογή του συστήματος JIT (Just-In-Time), που μειώνει τα περιθώρια ανανέωσης των αποθεμάτων, περιορίζοντας έτσι σημαντικά το κόστος παραγωγής/ διάθεσης των προϊόντων τους. Στην πραγματικότητα ο μηδενισμός των αποθεμάτων δεν είναι κάτι εφικτό και πάντοτε υπάρχει ανάγκη για ένα ελάχιστο απόθεμα ασφαλείας. Ο κρίσιμος παράγοντας που επιτρέπει τον περιορισμό της ελάχιστης απαραίτητης ποσότητας αποθεμάτων, είναι ο χρόνος. Όσο λιγότερος χρόνος απαιτείται για την ολοκλήρωση μιας παραγγελίας, τόσο μικρότερο απόθεμα είναι υποχρεωμένη να κρατά μια επιχείρηση, ώστε να μην υπάρξει διακοπή στις δραστηριότητές της. Οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες κάνουν δυνατή τη στιγμιαία επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων μιας επιχείρησης και μεταξύ της επιχείρησης και των προμηθευτών της. Επίσης, η συνεχής παρακολούθηση των αποθεμάτων από το σύστημα μηχανογράφησης επιτρέπει την πραγματοποίηση προβλέψεων για το επίπεδο των αναγκών στο άμεσο. Υπάρχει μάλιστα η δυνατότητα σύνδεσης των συστημάτων της επιχείρησης με αυτά του προμηθευτή, ώστε ο προμηθευτής να χρησιμοποιεί τις προβλέψεις για τον έλεγχο των δικών του αποθεμάτων και να καλύπτει αυτόματα (και έγκαιρα) τις ανάγκες της επιχείρησης.

## **2.7 Ασφάλεια συστημάτων Ηλεκτρονικού Εμπορίου**

Η ραγδαία διάδοση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου προσέφερε στις επιχειρήσεις αλλά και στους καταναλωτές μια μοναδική ευκαιρία επικοινωνίας τόσο σε εθνικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Το χαμηλό κόστος, η εύκολη πρόσβαση, η γρήγορη και συνεχής ενημέρωση, είναι μόνο μερικοί από τους παράγοντες που βοήθησαν στην ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Ωστόσο ο δισταγμός των περισσότερων επιχειρήσεων αλλά και των καταναλωτών οφείλεται κυρίως στην ανησυχία για την ασφάλεια του δικτύου αλλά και των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσα σε αυτό. Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις καταστροφής δεδομένων, εξαπάτησης ή κλοπής χρημάτων, παραποίησης εγγράφων, υποκλοπής προσωπικών δεδομένων ή οικονομικών πληροφοριών (πχ αριθμοί πιστωτικών καρτών), κλπ.

Με απλά λόγια ασφάλεια στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο σημαίνει να μπορεί για παράδειγμα ο καταναλωτής να δώσει άφοβα τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας σε μια συναλλαγή στο web, χωρίς να υποκλαπούν ή να στείλει ένα e-mail χωρίς να μετατραπούν τα περιεχόμενά του μέχρι να φτάσει στον τελικό προορισμό του. Επίσης να ξέρει ότι μια συγκεκριμένη ιστοσελίδα που επισκέπτεται ανήκει στη συγκεκριμένη εταιρεία και ότι τα προσωπικά στοιχεία που δίνει σε μια συναλλαγή δεν θα δημοσιευτούν στο Διαδίκτυο.

«Υπάρχουν διάφορες απαιτήσεις για την δημιουργία ασφαλούς περιβάλλοντος Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Οι απαιτούμενες υπηρεσίες που συνθέτουν ένα γενικό ασφαλές πλαίσιο εργασίας μπορούν να χωριστούν σε πέντε θέματα :

1. Έλεγχος αυθεντικότητας.
2. Εξουσιοδότηση.
3. Εμπιστευτικότητα.
4. Ακεραιότητα.
5. Μη αποποίηση ευθύνης. .

Οι αρχές ασφάλειας του Ηλεκτρονικού Εμπορίου βασίζονται σ' αυτές τις πέντε βασικές απαιτήσεις οι οποίες εξαρτώνται άμεσα η μια από την άλλη. Οι απαιτήσεις αυτές πρέπει να συμβαδίζουν και με την πολιτική ασφαλείας που έχει επιλεγεί από το σύστημα.» (Δοκανάρη Μ, Μαγγιώρου Μ., Συστήματα

Ηλεκτρονικού Εμπορίου B2B, αδημοσίευτη πτυχιακή εργασία, ΤΕΙ Μεσολογγίου, 2004.)

**1. Έλεγχος αυθεντικότητας:** η διαδικασία της αυθεντικοποίησης αποσκοπεί στην εξακρίβωση της ταυτότητας, την οποία ισχυρίζεται ότι έχει ένας χρήστης έτσι ώστε να αποκλείονται οι περιπτώσεις της «ψηφιακής πλαστοπροσωπίας». Όλα τα μέρη που εμπλέκονται στη συναλλαγή πρέπει να αισθάνονται ότι οι επικοινωνίες σε ένα δικτυωμένο περιβάλλον γίνονται μεταξύ των μελών με τα οποία πιστεύουν ότι συνεργάζονται εργασιακά. Ο έλεγχος της αυθεντικότητας του χρήστη γίνεται πριν την έναρξη οποιασδήποτε ηλεκτρονικής συναλλαγής και υλοποιείται με τη χρήση διαφόρων τεχνολογιών. Οι μέθοδοι αυθεντικοποίησης βασίζονται στους ακόλουθους παράγοντες:

- Παρουσίαση της γνώσης κάποιου τόπου ιδιοκτησιακών πληροφοριών, όπως είναι τα passwords.
- Κατοχή κάποιου τόπου ιδιοκτησιακής πληροφορίας όπως είναι ένα κλειδί ή μια κάρτα.
- Παρουσίαση κάποιου τόπου βιομετρικών χαρακτηριστικών, όπως είναι ένα δακτυλικό αποτύπωμα.
- Απόδειξη ότι ένα έμπιστο τρίτο μέλος έχει ήδη εγκαταστήσει πιστοποίηση για αυτόν που τη διεκδικεί.

Για να εξακριβωθεί η ταυτότητα ενός χρήστη, αυτοί οι παράγοντες πρέπει να ληφθούν υπόψη σε συνδυασμό μεταξύ τους παρά ξεχωριστά. Μερικές κοινές μέθοδοι για συστήματα ασφάλειας δικτύων που χρησιμοποιούνται για να επιτύχουν αυθεντικότητα των χρηστών, περιλαμβάνουν passwords, προσωπικούς αριθμούς αναγνώρισης, ψηφιακές υπογραφές και πιστοποιητικά.

**2. Εξουσιοδότηση:** Η εξουσιοδότηση περιλαμβάνει τον έλεγχο πρόσβασης σε συγκεκριμένες πληροφορίες και υπηρεσίες όταν η ταυτότητα του χρήστη εξακριβωθεί. Δηλαδή εξουσιοδότηση σημαίνει παραχώρηση δικαιωμάτων από τον ιδιοκτήτη στο χρήστη. Για παράδειγμα, ο πελάτης εξουσιοδοτεί τον έμπορο ώστε ο τελευταίος να ελέγξει αν ο αριθμός της πιστωτικής κάρτας είναι έγκυρος και αν τα χρήματα στο λογαριασμό μπορούν να καλύψουν το ποσό των συναλλαγών. Η εξουσιοδότηση στην ουσία περιορίζει τις ενέργειες

ή τις λειτουργίες που τα εξουσιοδοτημένα μέλη μπορούν να πραγματοποιήσουν σε ένα δικτυωμένο περιβάλλον. Αυτοί οι περιορισμοί βασίζονται στο επίπεδο ασφαλείας του πιστοποιημένου μέλους, η εξουσιοδότηση αποτελείται από μηχανισμούς ελέγχου πρόσβασης, δικτυακούς πόρους και δικαιώματα πρόσβασης.

Τα δικαιώματα πρόσβασης περιγράφουν προνόμια πρόσβασης ή άδειες σχετικά με τις συνθήκες κάτω από τις οποίες διάφορες οντότητες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε δικτυακούς πόρους και πως αυτές οι οντότητες επιτρέπεται να μπουν σ' αυτούς τους δικτυακούς πόρους. Παραδείγματα προνομίων ή αδειών είναι:

- Δημιουργία ή καταστροφή.
- Διάβασμα, φυλλομέτρηση ή γράψιμο.
- Προσθήκη, διαγραφή ή μετατροπή περιεχομένου.
- Εισαγωγή - εξαγωγή.
- Εκτέλεση.

Τα προνόμια αυτά μπορούν να ελεγχθούν από έναν απλό χρήστη ή από το διαχειριστή μέσω μιας λίστας ελέγχου πρόσβασης. Η λίστα καταγράφει τις άδειες των εξουσιοδοτημένων χρηστών. Οι υπηρεσίες εξουσιοδότησης επιβάλλονται αρχικά από τις υπηρεσίες ελέγχου πρόσβασης. Η εξουσιοδότηση επίσης σχετίζεται άμεσα με την ηλεκτρονική δημοσίευση και με την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων.

**3. Εμπιστευτικότητα :** Η εμπιστευτικότητα είναι συνυφασμένη με την αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης μιας πληροφορίας, παρέχεται μέσω κρυπτογράφησης και είναι απαραίτητο στοιχείο της ιδιωτικότητας του χρήστη. Για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, η εμπιστευτικότητα αποτελεί ύψιστης σημασίας συστατικό στην προστασία των οικονομικών δεδομένων ενός οργανισμού ή μιας εταιρίας, των πληροφοριών ανάπτυξης προϊόντων, των οργανωτικών δομών, και διαφόρων άλλων τύπων προσωπικών πληροφοριών από μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση. Σε ένα περιβάλλον Ηλεκτρονικού Εμπορίου, πληροφορίες εξαρτώμενες από το χρόνο μπορεί να είναι επίσης ένα κρίσιμο θέμα των εμπιστευτικών υπηρεσιών. Μια λίστα τιμών ή μια αναφορά μπορεί να είναι πολύ εμπιστευτικές για κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, και ελεύθερα διαθέσιμες αμέσως μετά. Για να

συμβιβαστούν αυτές οι ανάγκες, πολιτικές ελέγχου της ροής της πληροφορίας πρέπει να περιλαμβάνονται στην εμπιστευτικότητα καθώς και στον έλεγχο αυθεντικότητας. Οι πολιτικές αυτές καθορίζουν όχι μόνο πότε ένα αντικείμενο θα ανακοινωθεί, αλλά και ποια τιμή θα καθοριστεί και ποιος θα το χρεωθεί. Σε επιχειρήσεις με οικονομία βασισμένη σε πληροφορίες, οι συνέπειες ενός κενού στην εμπιστευτικότητα μπορεί να είναι καταστροφικές. Η εμπιστευτικότητα πρέπει να εξασφαλίζει ότι :

- Η πληροφορία δεν μπορεί να διαβαστεί, αντιγραφεί, μετατραπεί ή αποκαλυφθεί χωρίς την απαραίτητη εξουσιοδότηση και
- Οι επικοινωνίες μέσω των δικτύων δεν μπορούν να διακοπούν.

Τεχνικές κρυπτογράφησης και κωδικοποίησης έχουν σχεδιαστεί για να ικανοποιούν αυτές τις απαιτήσεις.

**4. Ακεραιότητα :** Ακεραιότητα σημαίνει αποφυγή μη εξουσιοδοτημένης τροποποίησης των δεδομένων κατά τη μεταφορά τους στο δίκτυο και αυτό διασφαλίζεται με διάφορες μεθόδους (πχ ψηφιακές υπογραφές). Υπάρχουν μέθοδοι που ελέγχουν αν ένα μήνυμα έχει μεταβληθεί τη στιγμή της μεταφοράς. Τα συστήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου πρέπει να χρησιμοποιούν τέτοιες μεθόδους ώστε να μπορούν να διασφαλίσουν ότι τα δεδομένα φτάνουν στον προορισμό τους όπως ακριβώς στάλθηκαν. Οι υπηρεσίες ακεραιότητας θα πρέπει να προστατεύσουν από μετατροπές τα δεδομένα αλλά επίσης και προσθέσεις, αφαιρέσεις και αναδιατάξεις μερών των δεδομένων.

**5. Μη αποποίηση ευθύνης:** Μη αποποίηση ευθύνης σημαίνει ότι κανένας από τους συναλλασσόμενους δεν πρέπει να έχει τη δυνατότητα να αρνηθεί τη συμμετοχή του σε μια συναλλαγή. Οι υπηρεσίες μη αποποίησης ευθύνης πρέπει, αν ερωτηθούν από ένα τρίτο μέλος, να μπορούν να αποδείξουν την προέλευση, μεταφορά, παράδοση και μετάδοση δεδομένων. Η ανάγκη για τέτοιες υπηρεσίες αντικατοπτρίζει τις ατέλειες σε κάθε περιβάλλον επικοινωνίας, είτε είναι δικτυωμένο είτε όχι, και φανερώνει το γεγονός ότι απαιτούνται κατάλληλοι μηχανισμοί ασφαλείας για την πραγματοποίηση κρίσιμων και ζωτικής σημασίας συναλλαγών και επικοινωνιών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

### ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ

#### 3.1 Διαδίκτυο και Υγεία

Ένα από τα πεδία στα οποία η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών προχώρησε περισσότερο τα τελευταία χρόνια είναι η τηλεϊατρική, η οποία συνδυάζει τόσο τις ανάγκες μελέτης και κατάρτισης όσο και τις αυστηρά θεραπευτικές. Τα επιτεύγματα της τεχνολογίας έχουν κάνει ορατά τα σημάδια τους κυρίως στον τομέα της υγείας, εφόσον χωρίς την τεχνολογική ανάπτυξη η πρόοδος στην υγεία θα ήταν ανύπαρκτη. Με την πάροδο των χρόνων, φυσικά, και την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών το ανθρώπινο γένος, ενδεχομένως, να έχει τη δυνατότητα να απαλλαχτεί εντελώς από παθήσεις που μέχρι σήμερα αποτελούν σκόπελο για μια ζωή χωρίς προβλήματα.

Στο παρελθόν, οι επιστήμονες συνήθιζαν να δουλεύουν μ' έναν πανίσχυρο υπερυπολογιστή προκειμένου να μιμηθούν, για παράδειγμα, τους μηχανισμούς μιας βιολογικής κυτταρικής μεμβράνης, με σκοπό να γνωρίσουν τη δομή των μορίων. Όσο όμως επεκτείνεται στον πλανήτη η επικοινωνία μέσω του Διαδικτύου, οι υπολογιστές όλου του κόσμου μπορούν να τεθούν σε λειτουργία ταυτόχρονα για ν' αντιμετωπίσουν το πρόβλημα αυτό. Αντί ένας και μοναδικός ακριβός υπολογιστής να υποστηρίζει μια και μοναδική ομάδα επιστημόνων, μπορεί να διαδικτυωθεί μια παγκόσμια σειρά υπολογιστών για την υποστήριξη ποικίλων ομάδων. Το δίκτυο μετατρέπεται σε υπολογιστή, απείρως πιο ισχυρό από οποιαδήποτε μηχανή. Και η ανθρώπινη ευφυΐα σε δίκτυο, όταν εφαρμόζεται στην έρευνα, συμβάλλει στη δημιουργία μιας ανώτερης τάξης σκέψης, γνώσης, ίσως και «διαδικτυωμένης» συνείδησης μεταξύ των ατόμων.

Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, η υγεία είναι ένα ζήτημα που βρίσκεται στο επίκεντρο της προσοχής όλων των ανεπτυγμένων χωρών του κόσμου. Η παροχή υψηλού επιπέδου ιατρικών υπηρεσιών αποτελεί το μέτρο σύγκρισης των οργανωμένων κοινωνιών, οι οποίες διακηρύσσουν το σεβασμό στην ανθρώπινη αξιοπρέπεια, ζωή κι ύπαρξη. Για αυτό, άλλωστε, τα διάφορα συστήματα υγείας σε διεθνή κλίμακα έχουν θέσει ως βασικής τους



προτεραιότητα την παροχή άμεσης, ανθρώπινης κι αξιοπρεπούς ιατρικής φροντίδας σε αυτούς που έχουν ανάγκη.

### **3.2 Τι είναι η τηλείατρική;**

Η ανάπτυξη της τηλείατρικής ή αλλιώς η ιατρική εξ' αποστάσεως αποτελεί σήμερα ένα σημαντικό επίτευγμα της σύζευξης της υγείας με την τεχνολογία κι αποτελεί επανάσταση στο χώρο των τεχνολογιών. Πιο συγκεκριμένα:

«Είναι η δυνατότητα που δίνεται σήμερα στις διάφορες νοσηλευτικές μονάδες να μπορούν να περιθάλψουν ασθενείς πέρα από τα όρια ενός κλειστού χώρου. Η τηλείατρική καθιστά εφικτή τη συνεργασία ιατρών που βρίσκονται σε διαφορετικά γεωγραφικά σημεία, μέσω των επικοινωνιών και των πληροφοριών. Η συνεργασία αυτή γίνεται πραγματικότητα δια της ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων όπως είναι τα έγγραφα, οι ιατρικοί φάκελοι, οι ακτινογραφίες, οι εικόνες υψηλής ευκρίνειας καθώς και δια της ηλεκτρονικής επικοινωνίας σε πραγματικό χρόνο μέσα από τη διαδικασία της τηλε-συνδιάσκεψης. Οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής ανταλλαγής κι επικοινωνίας λαμβάνουν χώρα μέσα στο διαδίκτυο ή σε κλειστά εξειδικευμένα δίκτυα, αξιοποιώντας τις υπάρχουσες τηλεπικοινωνιακές συνδέσεις.» (Υγεία μέσα στο Διαδίκτυο, [www.iatronet\\_gr.](http://www.iatronet.gr))

Η τηλείατρική έχει τα θετικά τόσο για τον ασθενή όσο και για τον ιατρό που τον παρακολουθεί.

#### **Ως προς τον ασθενή:**

- Άμεση επαφή με τον γιατρό, ακόμη και αν εκείνος βρίσκεται χιλιόμετρα μακριά.
- Άμεση εξυπηρέτηση και αύξηση της ποιότητας περίθαλψης, αποφεύγοντας τις επαναλήψεις, τις καθυστερήσεις και τα λάθη.
- Άμεση ενημέρωση για θέματα δημόσιας υγείας, επιδημίες, πρόληψη.
- Ταχύτερος χρόνος ανάρρωσης, μικρότερη χρήση μη απαραίτητων φαρμάκων και μείωση εξόδων για ασθενείς και νοσοκομεία.

### Ως προς τον Ιατρό:

- Μπορεί να κάνει διάγνωση του ασθενή που βρίσκεται σε απομακρυσμένο χωριό.
- Μπορεί να ζητήσει την γνώμη ενός εξειδικευμένου συναδέλφου για τον εξεταζόμενο ασθενή.
- Άμεση πρόσβαση στο αρχείο ασθενών(patient record).
- Μείωση του χρόνου διάγνωσης.
- Άμεση πληροφόρηση και ενημέρωση.
- Άμεση επικοινωνία με τους συναδέλφους του μέσω δικτύου.

Από τις βασικότερες υπηρεσίες της Τηλεϊατρικής πάνω σε αυτόν τον τομέα είναι η τηλεδιάσκεψη. «Η τηλεδιάσκεψη παρέχει τη δυνατότητα για οπτικοακουστική επαφή μεταξύ απομακρυσμένων σημείων χρησιμοποιώντας κάμερες και μικρόφωνα καθώς και δικτυακό εξοπλισμό. Έτσι οι ιατροί μπορούν να πραγματοποιήσουν:

- Ιατρικά συμβούλια μεταξύ των νοσοκομείων της περιοχής.
- Διάγνωση σε ασθενείς σε άλλο νοσοκομείο.
- Παροχή συμβουλών σε μη ειδικευμένους ιατρούς ή σε ιατρούς άλλης ειδικότητας. Αυτό αποκτά καίρια σημασία στην περίπτωση των κέντρων υγείας, ειδικά στην περίπτωση απομακρυσμένων περιοχών καθώς και στην αντιμετώπιση επειγόντων περιστατικών.
- Επίσης οι φοιτητές Ιατρικής μπορούν να παρακολουθήσουν χειρουργικές επεμβάσεις, καθώς και διαλέξεις που γίνονται σε άλλα σημεία.» (Υγεία στο Διαδίκτυο, [www.iatronet.gr](http://www.iatronet.gr).)

### **3.3 Ιστοσελίδες που αφορούν την υγεία**

Στην συνέχεια θα αναφερθούμε σε ιστοσελίδες που σχετίζονται με την υγεία σε διάφορους τομείς.

- [www.iatronet.gr](http://www.iatronet.gr)

Η ιστοσελίδα αυτή αφορά στο ζήτημα της υγείας κι ειδικότερα σε θέματα διατροφής, φυσικής κατάστασης, ομορφιάς, τέρψης και υγείας και κτηνιατρικής. Παρέχει στους χρήστες καταλόγους υγείας με χρήσιμα τηλέφωνα ιατρών, φαρμακείων, νοσοκομείων, διαγνωστικών κέντρων και φαρμακευτικών εταιρειών καθώς και ειδήσεις και νέα σχετικά με θέματα

υγείας όπως για παράδειγμα το εμβόλιο για τον καρκίνο του τραχήλου της μήτρας. Υπάρχει, επίσης, ειδική κατηγορία με τον τίτλο «Υγεία στο Διαδίκτυο», η οποία περιέχει έναν τεράστιο κατάλογο με όλους τους τομείς της υγείας (αιματολογία, ανδρολογία, αθλητική ιατρική, γηριατρική, γυναικολογία, δερματολογία, καρδιολογία, νευρολογία, οδοντιατρική, πνευμονολογία κλπ), όπου ο χρήστης κάνοντας απλό κλικ πάνω στον τομέα, μπορεί να ενημερωθεί για όποιο θέμα επιθυμεί.

Σημαντικό μέρος της ιστοσελίδας είναι η μηχανή αναζήτησης που υπάρχει στο πάνω μέρος της σελίδας και μπορεί να βοηθήσει τον «επισκέπτη» να βρει αυτό που τον ενδιαφέρει. Επίσης, μπορεί να γίνει μέλος αν επιθυμεί και να ενημερώνεται για τα νέα.

- [www.disable.gr](http://www.disable.gr)

Η ιστοσελίδα αυτή αποτελεί ένα σημαντικό επίτευγμα των ατόμων με αναπηρία και μια σημαντική τους προσπάθεια να ενημερώσουν τους συνανθρώπους τους. Η αναπηρία δυστυχώς ακόμη και στη σημερινή εποχή αντιμετωπίζεται με ταμπού. Ακριβώς για αυτό το λόγο η δημιουργία της ιστοσελίδας αυτής αποτελεί σημαντικό βήμα τόσο για τους ανθρώπους που πάσχουν, όσο και για αυτούς που απλά θέλουν να ενημερωθούν.

Μέσα στην ιστοσελίδα μπορεί κανείς να ρωτήσει και να μάθει για τα θέματα που τον ενδιαφέρουν αλλά και να ενημερώσει τους υπόλοιπους χρήστες για τα θέματα που τίθενται υπό συζήτηση.

- [www.gyn.gr](http://www.gyn.gr)

Η ιστοσελίδα αυτή είναι η πιο χρήσιμη για την κάθε γυναίκα. Οι δημιουργοί της έχουν προσπαθήσει να δουν σφαιρικά τη γυναικεία φύση και να προσεγγίσουν, όσο το δυνατόν σε βάθος, το γυναικείο σώμα. Εξάλλου, το λογότυπο της ιστοσελίδας που απεικονίζει ένα κλειδί και ως κλειδαριά το σύμβολο της γυναίκας καθώς κι ο τίτλος «Ξεκλειδώνει τα μυστικά του σώματός σας» δείχνει τις προθέσεις των δημιουργών ως προς το περιεχόμενο της ιστοσελίδας.

Ο σχετικός κατάλογος για την υγεία αφορά σε θέματα φλέγοντα για τη γυναικεία φύση όπως οι ορμόνες, η εγκυμοσύνη και οι ασθένειες που προσβάλλουν κατά κύριο λόγο τις γυναίκες.

Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι στη συγκεκριμένη ιστοσελίδα υπάρχει κατάλογος ιατρών που απαντούν άμεσα στα προβλήματα της γυναικείας φύσης και δίνουν κάποιες πρώτες κατευθυντήριες γραμμές για το πώς πρέπει να κινηθούν οι γυναίκες, ώστε να αντιμετωπίσουν τα προβλήματά τους ή να λύσουν τις απορίες τους.

- [www.paidiatros.gr](http://www.paidiatros.gr)

Στην ιστοσελίδα αυτή μπορεί κανείς να ενημερωθεί για το παιδί και την οικογένεια καθώς και για διάφορες επείγουσες καταστάσεις και νοσήματα. Επίσης, υπάρχει η ειδική κατηγορία «Επίκαιρα Θέματα» που οι γονείς μπορούν να ενημερωθούν για σημαντικές εξελίξεις στον τομέα της παιδιατρικής καθώς και για κινδύνους που μπορεί να απειλούν το παιδί τους.

- [www.noesi.gr](http://www.noesi.gr)

Η ιστοσελίδα αυτή αποτελεί μια σημαντική προσπάθεια στον τομέα της ψυχικής υγείας και φέρει τον τίτλο «Ειδική Αγωγή: Ψυχική Υγεία: Αναπηρία». Το σημαντικό στοιχείο της ιστοσελίδας αυτής, εκτός από την ενημέρωση για τα θέματα της ψυχικής υγείας, είναι ο κατάλογος αγγελιών εργασίας που δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να βάλουν την αγγελία τους στο διαδίκτυο στον τομέα που τους ενδιαφέρει και στους ενδιαφερόμενους να επισκεφτούν τη σελίδα και να βρουν αυτό που τους ενδιαφέρει (για παράδειγμα μια οικογένεια που ενδιαφέρεται για έναν παιδοψυχολόγο ή για ένα λογοθεραπευτή μπορεί να απευθυνθεί στην ιστοσελίδα αυτή.)

Ο κατάλογος των ιστοσελίδων που αφορούν στην Υγεία είναι μακρύς. Ενδεικτικά παρουσιάστηκαν κάποιες από τις ιστοσελίδες. Σημαντικό είναι να προσθέσω ότι σε κάθε μια από τις ιστοσελίδες αυτές υπάρχουν ιστολόγια (blogs), fora, videos, παρεχόμενες υπηρεσίες και τέλος ειδική μπάρα εγγραφής σε όποιον ενδιαφέρεται.

### **3.4 Πρόγνωση- Διάγνωση- Θεραπεία**

Το διαδίκτυο έχει «κατηγορηθεί» πολλές φορές για ασυμμετρία πληροφοριών και για απόκρυψη ταυτοτήτων. Στον τομέα της υγείας, ωστόσο, δεν θα μπορούσε να πει κανείς πως είναι μεμπτό το γεγονός της ασυμμετρίας δηλαδή ότι ο δημιουργός έχει παραπάνω γνώσεις από τον ενδιαφερόμενο γιατί ακριβώς αυτό είναι το ζητούμενο: Να μπορούν οι χρήστες να

ενημερωθούν έγκυρα και αξιόπιστα για τα θέματα που τους προβληματίζουν.

Όσο για το ζήτημα της απόκρυψης της ταυτότητας, ούτε αυτό μπορεί να θεωρηθεί μεμπτό εφόσον το ζήτημα της υγείας αποτελεί ευαίσθητο προσωπικό δεδομένο κι είναι στην ευχέρεια του καθενός να ενημερώνει τους άλλους χωρίς να αποκαλύπτει την ταυτότητά του. Πάραυτα, υπάρχουν παραδείγματα ανθρώπων που αποκάλυψαν την ταυτότητα τους και μοιράστηκαν το πρόβλημα της υγείας τους με σκοπό να ενημερώσουν τους συνανθρώπους τους και να κινήσουν τα νήματα για να γίνουν ενέργειες ώστε να σωθούν κι άλλοι συνάνθρωποι μας.

Η δραστηριότητα του κυβερνοχώρου σε θέματα υγείας είναι πολλαπλή και εξυπηρετεί τους τρεις βασικούς στόχους οποιουδήποτε υγειονομικού συστήματος: πρόγνωση, διάγνωση και θεραπεία. Οι γιατροί, από την άλλη πλευρά, ενσωματώνουν το επάγγελμα που χρειάζεται περισσότερη διαρκή κατάρτιση και ανανέωση κριτηρίων. Η ταχύτητα με την οποία μπορούν τα δίκτυα να τους παράσχουν και τις δυο αυτές υπηρεσίες θα επιτρέψει τη βελτίωση της επιστημονικής τους ικανότητας με κόστος σχετικά χαμηλό και ελαχιστοποιώντας την προσπάθεια και το χρόνο που δαπανώνται για το σκοπό αυτό.

Για τις υπηρεσίες υγείας, το Διαδίκτυο μπορεί να βελτιώσει την παραγωγικότητα και το μέγεθος της ιατρικής περίθαλψης συνδέοντας κάθε σπίτι με νοσοκομεία, εργαστήρια, φαρμακεία και κέντρα ιατρικής φροντίδας. Την έκταση και την ταχύτητα των αλλαγών θα καθορίσει η επιτυχία των δράσεων που έχουν ως στόχο την ανάπτυξη υποδομής εύχρηστων και λειτουργικών συστημάτων για υγειονομική εκπαίδευση, πρόληψη ασθενειών και ιατρική περίθαλψη.

«Τα δίκτυα μπορούν να μεταβάλλουν την παροχή των υγειονομικών υπηρεσιών, όπως δείχνουν πρόσφατα στοιχεία. Πλήθος προγραμμάτων, που εφαρμόζονται σε πολλές χώρες, υποστηρίζουν αυτή την πρόβλεψη μιας υγειονομικής περίθαλψης, καλύτερης και φθηνότερης. Τα πειραματικά συστήματα επικοινωνιών μεγάλης χωρητικότητας επιτρέπουν ήδη στους επαγγελματίες της υγείας να εκμεταλλευτούν πολύ καλύτερα το χρόνο τους και να έχουν στη διάθεσή τους την εμπειρία οποιουδήποτε ατόμου σε μια ευρύτατη γεωγραφική περιοχή.» (Θεμπριάν Χ.Λ., (2001), Το Δίκτυο, το Ίντερνετ και τα μέσα επικοινωνίας, Αθήνα, Εκδόσεις Στάχυ.) Στον Καναδά, οι

γιατροί του Ινστιτούτου Καρδιολογίας του Μόντρεαλ μπορούν να μοιράζονται ηλεκτρο-καρδιογραφήματα, υπερήχους, ακτίνες x και στηθογραφίες μέσω του Δικτύου. Οι γιατροί εξοικονομούν χρόνο, αφού η ανάγκη να επιστρέψει ο ασθενής στο ιατρείο είναι ολοένα και μικρότερη. Στην Αλμπέρτα, ειδικοί του Πανεπιστημίου του Κάλγκαρι βοηθούν τους αγροτικούς γιατρούς χάρη σε μια δοκιμή απάντησης στα ερωτήματά τους μέσω μετάδοσης ήχου , βίντεο, εικόνων και δεδομένων. Στη Βρετανική Κολούμπια, νοσοκομεία διαφορετικών πόλεων χρησιμοποιούν ένα εξελιγμένο σύστημα επικοινωνιών υψηλής χωρητικότητας προκειμένου να πραγματοποιηθούν επιμορφωτικά σεμινάρια μέσω βίντεο ή να μπορούν ν'αποστέλλονται εικόνες υψηλής ευκρίνειας διαφανειών μικροσκοπικού ιστού ώστε η παρατήρηση και ο σχολιασμός τους να είναι ταυτόχρονος. Η χρήση εικονικών ανατομιών πάνω στις οποίες μπορούν να γίνουν πειραματισμοί κλινικών εμπειριών θα επιτρέψει όχι μόνο τη διόρθωση λαθών και την έρευνα νέων μεθόδων, αλλά και την συζήτησή τους, την ίδια τη στιγμή της πραγματοποίησής τους, μέσω της βιντεοδιάσκεψης. Οι παθολόγοι μειώνουν το χρόνο μετακίνησης μεταξύ νοσοκομείων, χρησιμοποιώντας στη θέση τους διαδραστικό ήχο, εικόνα και δεδομένα. Η συνδυασμένη χρήση ασφαλών καρτών ιατρικής περίθαλψης και πληροφορικοποιημένων ιστορικών του ασθενή μπορούν να μειώσουν το κόστος και να βελτιώσουν την ποιότητα των υγειονομικών υπηρεσιών.

Η μέθοδος αυτή μπορεί να είναι επίσης χρήσιμη για τη μείωση του εξαιρετικά δαπανηρού συμπλέγματος των συνεδρίων μέσω των οποίων η φαρμακευτική και χημική βιομηχανία προσπαθεί να διαφθείρει κομψά πολλούς γιατρούς.

### **3.5 Η άποψη των πολιτών**

Ακόμη ένας τομέας, αυτός της υγείας, κυριαρχεί στο διαδίκτυο δίνοντας πληροφορίες στους ενδιαφερόμενους.

Το Διαδίκτυο θεωρείται στις μέρες μας σημαντική πηγή πληροφοριών για θέματα υγείας, σύμφωνα με ευρωπαϊκή έρευνα για τις καταναλωτικές τάσεις στην ηλεκτρονική υγεία, στην οποία μετείχαν 7 χώρες, μεταξύ αυτών και η Ελλάδα. Όπως προκύπτει μεταξύ άλλων, στην Ελλάδα σε σύνολο 47,2% χρηστών του Internet , το 32,1% το χρησιμοποιεί και για να ενημερωθεί για θέματα υγείας.

Τα ποσοστά αυτά αφορούν το 2007 και δείχνουν μια αύξηση κατά 9,1% σε σχέση με το 2005 αναφορικά με την παρακολούθηση των θεμάτων υγείας μέσω του Διαδικτύου. Στόχος της μελέτης που αφορούσε τα έτη 2005-2007 ήταν οι εξελίξεις στην αποδοχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών υγείας από τους πολίτες. Ζητούμενο ήταν να εξεταστούν οι θέσεις και οι απόψεις των πολιτών στην Ελλάδα σχετικά με καινοτόμες υπηρεσίες ηλεκτρονικής υγείας σημειώνοντας τα εξής:

- Τι περιμένουν οι πολίτες από τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής υγείας.
- Ιατρική επίσκεψη μέσω υπολογιστή (τηλεϊατρική)
- Παραχώρηση άδειας αποστολής στοιχείων για δεύτερη γνώμη.
- Πρόσβαση του πολίτη στον φάκελο υγείας (EHR)
- Είναι έτοιμοι οι Έλληνες να πληρώσουν την ηλεκτρονική υγεία;
- Είναι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες σημαντικό κριτήριο επιλογής γιατρού;

Στην συγκεκριμένη έρευνα συμμετείχαν οι: Νορβηγία, Λετονία, Πολωνία, Γερμανία, Δανία, Πορτογαλία και Ελλάδα.

Έγιναν τηλεφωνικές συνεντεύξεις, ταυτόχρονα σε όλες τις χώρες, σε 1000 άνδρες και γυναίκες από κάθε χώρα, 15-80 ετών. Ένα βασικό ερώτημα αφορούσε στην τηλεϊατρική, δηλαδή το πώς βλέπουν οι πολίτες την προοπτική της ιατρικής εξέτασης μέσα από το Διαδίκτυο με προϋποθέσεις την οπτική επαφή γιατρού και ασθενή, την δυνατότητα αποστολής ιατρικών εξετάσεων κλπ. Το 68% των ερωτηθέντων ήταν αρνητικοί, το 28% θετικοί και το 4% δεν είχαν ξεκάθαρη άποψη.

Τα κύρια ευρήματα της έρευνας είναι ότι υπάρχουν :

- Αυξητικές τάσεις στην χρήση του Διαδικτύου.
- Το ποσοστό και η συχνότητα χρήσης αυξάνονται (+27%)
- Θετική άποψη των πολιτών στην Ελλάδα για την πρόσβαση στον υπολογιστή
- Δικαστικοί για την τηλεϊατρική επίσκεψη η ωριμότητα των χρηστών του Διαδικτύου και παραμένουν υψηλές οι προσδοκίες των φορέων υγείας για την ηλεκτρονική υγεία.

Όπως αναφέρθηκε στο 4<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο για την Διοίκηση, τα Οικονομικά και τις πολιτικές υγείας, τα ιατρικά ρεπορτάζ βρίσκονται στην 3<sup>η</sup> θέση ενδιαφέροντος, μεταξύ των αναγνωστών εφημερίδων και στην 1<sup>η</sup> θέση μεταξύ εκείνων που αγοράζουν περιοδικό.

Το Διαδίκτυο θεωρείται ανερχόμενη δύναμη σε θέματα υγείας καθώς πολλοί άνθρωποι λαμβάνουν πληροφορίες για θέματα υγείας που τους απασχολούν. Παρ' όλο που η προσωπική επαφή με το γιατρό κατατάσσεται στην 1<sup>η</sup> θέση μεταξύ των πηγών πληροφόρησης για θέματα υγείας, ένας στους δυο χρήστες στο Διαδίκτυο αναζητεί σε αυτό πληροφορίες, πριν και μετά την επίσκεψη στον γιατρό. Το 58,5% των χρηστών αισθάνεται ανακούφιση, μετά την ενημέρωσή τους από το Internet.

«Πολλοί άνθρωποι εμπιστεύονται όλο και περισσότερο το διαδίκτυο για να πληροφορηθούν για θέματα που αφορούν την υγεία. Σύμφωνα με έρευνα του προγράμματος "rew" στο διαδίκτυο διαπιστώθηκε ότι 95 εκατομμύρια Αμερικανοί -περίπου ο μισός πληθυσμός της χώρας- έχουν πληροφορηθεί έστω και μία φορά πάνω σε θέμα που αφορά την υγεία τους. Πιο συγκεκριμένα οι γυναίκες ενδιαφέρονται ιδιαίτερα να μάθουν για τη διατροφή τους ενώ πολλοί γονείς πληροφορούνται για την ασφάλεια υγείας. Οι χρήστες του διαδικτύου έχουν την δυνατότητα με μια ευρυζωνική σύνδεση να έρχονται σε επικοινωνία με τους προσωπικούς τους γιατρούς ή κάποιο νοσοκομείο, αν αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα.» (Υγεία και Διαδίκτυο, [www.pathfinder.gr](http://www.pathfinder.gr).)

### **3.6 Συμβουλές από ειδικούς γιατρούς on-line**



Αρκετά χρόνια, πριν η αναζήτηση στο διαδίκτυο σε θέματα υγείας γινόταν περισσότερο από περιέργεια και όχι για να αντιμετωπισθεί κάποια πραγματική ιατρική ανάγκη ή να πάρει ο ασθενής κάποια ιατρική διάγνωση, όπως συμβαίνει σήμερα και με τις ευρυζωνικές συνδέσεις, οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν επιπλέον να πληροφορούνται για το πως να θεραπευτούν, να μάθουν ποιοι γιατροί έχουν το καλύτερο χειρουργικό αρχείο ή ποιες επιλογές ασφαλιστικής τιμολόγησης είναι διαθέσιμες.



Καθένας μπορεί να πάρει συμβουλές από ειδικούς γιατρούς on-line, οι οποίοι είναι πολύ προσεκτικοί στις απαντήσεις τους, καθώς ο κίνδυνος της λανθασμένης απάντησης από μη ειδικούς είναι υπαρκτός.

Πάντως, πολλοί γιατροί συνιστούν στους ασθενείς τους να είναι επιφυλακτικοί με τη χρήση του διαδικτύου, λόγω της υπέρμετρης παραπληροφόρησης και των παράνομων φαρμάκων που κυκλοφορούν σε αυτό, από ανθρώπους που αποκλειστικός τους σκοπός είναι το κέρδος.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

### ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

#### 4.1 Η Επίδραση του Διαδικτύου στην Εργασία

Στο κατώφλι του 21<sup>ου</sup> αιώνα, η πληροφορική εισβάλλει δυναμικά στο χώρο της εργασίας και των εργασιακών σχέσεων με την ευρεία έννοια δημιουργώντας νέες απαιτήσεις αλλά και προκλήσεις. Η τηλε-εργασία καταργεί ουσιαστικά τον παραδοσιακό χώρο εργασίας, παρέχοντας τη δυνατότητα στον εργαζόμενο να προσφέρει τις υπηρεσίες του απομακρυσμένα. Με την χρήση δικτυακών τεχνολογιών εξοικονομούνται πολύτιμοι χρόνοι που παραδοσιακά σπαταλούνται σε άσχετες προς την εργασία ενέργειες.

Η ενίσχυση της ευελιξίας των επιχειρήσεων απαιτεί και επιβάλλει ουσιαστικές αλλαγές στην οργάνωση της εργασίας. Η ανάδειξη ενός νέου τεχνο-οικονομικού παραδείγματος συνοδεύεται πάντα από διαρθρωτικές κρίσεις, καθώς η οικονομία και η κοινωνία προσαρμόζονται σε μεγάλης κλίμακας κλαδικές αλλαγές, νέες δεξιότητες, νέες μορφές οργάνωσης της εργασιακής διαδικασίας και ένα διαφορετικό καταμερισμό εργασίας. Καθώς εντείνεται ο ανταγωνισμός, αυξάνονται οι πιέσεις για διάσπαση της αγοράς εργασίας, αποτυποποίηση των εργασιακών σχέσεων και μεγαλύτερη ευελιξία στην οργάνωση της εργασίας.

Οι εργαζόμενοι, αφενός χρειάζεται να βελτιώσουν τις ικανότητες, τις γνώσεις και τα προσόντα τους. Αφετέρου, έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν τις ευθύνες, την προσωπικότητα και τις επιδόσεις τους. Η εργασία με ουσιαστικό περιεχόμενο, το σαφές εργασιακό περιβάλλον, η ταχεία ανατροφοδότηση των αποτελεσμάτων της εργασίας, καθώς και η επαρκής ειδίκευση, η αυτονομία και η υπευθυνότητα παρέχουν στο άτομο τη δυνατότητα αυτοπραγμάτωσης και αυξάνουν την προθυμία του να βελτιώσει τις επιδόσεις του. Το Διαδίκτυο, καθώς και το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, σημαίνει για τους υπαλλήλους σταθερή αύξηση των επιπέδων των δεξιοτήτων επειδή καταργεί επαναλαμβανόμενες και μονότονες εργασίες και παρέχει πολύ πλουσιότερη βάση πληροφοριών για την εκτέλεση της εργασίας.

Εκτιμάται ότι ο μελλοντικός εργασιακός χώρος θα είναι πολύ διαφορετικός από το σημερινό, τόσο από άποψη γεωγραφικής θέσης όσο και από άποψη λειτουργιών. Η επέκταση του Διαδικτύου και ειδικότερα στον τομέα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, θα απαιτήσει εύκαμπτες ρυθμίσεις εργασίας λόγω της ανάγκης για εξυπηρέτηση των πελατών σε 24ωρη βάση, της εξάλειψης ορισμένων θέσεων εργασίας, της ανακατανομής των υπαλλήλων και της αποσύνδεσης ορισμένων θέσεων εργασίας από τη γεωγραφική θέση της επιχείρησης. Τα πακέτα αμοιβών θα αναδιαμορφωθούν λόγω των απαιτήσεων για νέα είδη υπαλλήλων με ανώτερα και ειδικευμένα προσόντα. Αναμένεται ότι οι εργοδότες θα προσφέρουν υψηλότερες αμοιβές για τους υπαλλήλους με γνώσεις στον τομέα του Διαδικτύου και ειδικότερα στους τομείς της τεχνικοοργανωτικής υποστήριξης των τεχνικών πώλησης και προώθησης για συγκεκριμένο προϊόν και τομείς της αγοράς.

#### **4.2 Τι είναι η τηλε-εργασία;**

«Η τηλε-εργασία, δηλαδή η εργασία από απόσταση, είναι ένας από τους πλέον χαρακτηριστικούς τρόπους με τους οποίους οι νέες τεχνολογίες της πληροφορίας και επικοινωνίας αλλάζουν τη μορφή της απασχόλησης προκαλώντας την ανατροπή πολλών παραδοσιακών δεδομένων.» (Λεάνδρος Ν., (2005), Το Διαδίκτυο - ανάπτυξη και αλλαγή, Αθήνα, Εκδόσεις Καστανιώτη.) Οι εταιρίες που θα ενισχύσουν την τηλε-εργασία δεν θα χρειάζονται, για παράδειγμα, μεγάλους χώρους για να εγκατασταθούν, κάτι το οποίο θα μειώσει σημαντικά το κόστος του ενοικίου ή της επένδυσης σ' ένα ακίνητο. Στη νέα ψηφιακή εποχή, η έννοια του γραφείου ως ενός σταθερού, γεωγραφικά προσδιορισμένου σημείου, που αποτελεί το κέντρο και την απαραίτητη προϋπόθεση για την εξέλιξη της εργασιακής διαδικασίας, έχει όλο και μικρότερη σημασία. Η εταιρεία ορίζεται κατά κύριο λόγο σαν ένα σύνολο σχέσεων και συνεργασιών οι οποίες αναπτύσσονται μέσω δικτύων και δευτερευόντως από τις εγκαταστάσεις που περιλαμβάνει. Συνήθως η τηλε-εργασία πραγματοποιείται από το σπίτι και ο εργαζόμενος λαμβάνει και αποστέλλει τα δεδομένα και τα στοιχεία που τον ενδιαφέρουν, συνδέεται με τους κεντρικούς υπολογιστές της δουλειάς του, επικοινωνεί με άλλους εργαζόμενους και με την διοίκηση της εταιρείας.

Τα οφέλη από τη διάδοση της τηλε-εργασίας είναι προφανή:

μεγαλύτερη ευελιξία ως προς την οργάνωση του εργάσιμου χρόνου, μείωση κόστους και χρόνου μετακινήσεων, αυξημένες ευκαιρίες για άτομα με ειδικές ανάγκες, περισσότερες δυνατότητες συνδυασμού εργασίας και οικογενειακών ευθυνών.

Αντίθετα οι κίνδυνοι που κρύβονται είναι σημαντικοί: τάση απομόνωσης, μείωση της δυνατότητας κοινωνικής έκφρασης και συλλογικής εκπροσώπησης, κίνδυνος υπερεργασίας, μειωμένες ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης, απώλεια προνομίων και δικαιωμάτων που συνδέονται με τη μισθωτή εργασία κτλ.

Καθώς θα αναπτύσσεται η ηλεκτρονική αγορά, οι νέες τεχνολογίες θα δημιουργήσουν καινούριες θέσεις απασχόλησης μέσω της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων (στους τομείς των πολυμέσων, της δικτύωσης, των νέων προϊόντων επικοινωνίας, των υπηρεσιών κλπ.), καθώς και μέσω της δημιουργίας νέων επαγγελμάτων (προσωπικό τηλεφωνικής εξυπηρέτησης, υπεύθυνος web, δικτυακός διαχειριστής πληροφοριών κλπ.). Σύμφωνα με τις πιο αισιόδοξες προβλέψεις, τα κέρδη από τη βελτίωση της παραγωγικότητας θα επενδυθούν εκ νέου για τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης.

Το σημαντικότερο είναι ότι συνήθως η τηλε-εργασία συνδέεται με την εξατομίκευση των συμβάσεων εργασίας και συνιστά ένα πρώτο βήμα για τη μετατροπή της μισθωτής απασχόλησης σε αυτοαπασχόληση, με συνέπεια την ένταση της ανασφάλειας των εργαζομένων. Επιπλέον, με την τηλε-εργασία στο σπίτι μεταφέρεται μέρος του λειτουργικού κόστους της επιχείρησης στον εργαζόμενο καθώς δεσμεύεται ένα τμήμα της κατοικίας του για εργασιακούς σκοπούς.

Το ποσοστό των εργαζομένων οι οποίοι κάνουν χρήση Η/Υ στην εργασία για κάθε κράτος-μέλος δεν είναι ικανοποιητικό. Η Σουηδία, η Δανία και η Ολλανδία «κατέχουν τα πρωτεία» στη χρήση Η/Υ από μέρους των εργαζομένων, ενώ η Ελλάδα παρουσιάζει το χαμηλότερο αντίστοιχο ποσοστό σε σχέση με τα υπόλοιπα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρόλα αυτά, οι εργοδότες δεν προσφέρουν δυνατότητες επιμόρφωσης σε σχέση με την Τεχνολογία της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας στους εργαζομένους. Παρά το γεγονός ότι η χρήση Η/Υ στην εργασία γίνεται όλο και περισσότερο αναγκαία, η πλειονότητα των εργαζομένων οφείλει να εξοικειωθεί με τη χρήση

του Η/Υ, χωρίς επιμόρφωση. Οι Ευρωπαίοι εργοδότες δεν συνεισφέρουν στην επιμόρφωση των εργαζομένων τους σε θέματα χρήσης των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και των Επικοινωνιών, παρά το γεγονός ότι οι συγκεκριμένες τεχνολογίες χρησιμοποιούνται με αυξανόμενους ρυθμούς από τις επιχειρήσεις.

Η είσοδος των «εικονικών επιχειρήσεων» που δραστηριοποιούνται μέσω του Διαδικτύου έχει ως άμεσο αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Ωστόσο, η συμπληρωματική αυτή επίδραση στον αριθμό θέσεων εργασίας, δεν συνεπάγεται την απόλυτη αύξησή τους λόγω της υποκατάστασης παραδοσιακών δραστηριοτήτων από on-line δραστηριότητες που τείνει να μειώσει τις θέσεις εργασίας. Νέες θέσεις εργασίας μπορεί να δημιουργηθούν έμμεσα μέσω της αύξησης του σχετικού όγκου των ηλεκτρονικών συναλλαγών και της επίδρασής της στις τιμές, το κόστος και την παραγωγικότητα. Όμως η επίδραση στις τιμές δεν μπορεί να καθοριστεί πάντα, σε πολλές περιπτώσεις αναμένεται να υπάρξει μείωση των τιμών. Σε αυτές τις περιπτώσεις, και ανάλογα με την τιμή της ελαστικότητας της ζήτησης ως προς τις τιμές, οι συναλλαγές του ηλεκτρονικού εμπορίου θα επιδράσουν θετικά στη ζήτηση κλάδων οι οποίοι αφορούν προϊόντα ή υπηρεσίες όπως: λογισμικό, online υπηρεσίες, audio-visual, εκδοτικές υπηρεσίες κλπ. Η ανάπτυξη αυτών θα έχει πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα σε άλλους κλάδους, δημιουργώντας τη δυνατότητα ανάπτυξης της απασχόλησης.

Η εφαρμογή της τηλε-εργασίας κατά τρόπο εντατικό στην οργάνωση της επιχείρησης θα σημάνει και το τέλος της. Οι αδικαιολόγητες απουσίες από τον χώρο εργασίας θα μειωθούν επίσης, από τη στιγμή που παρέχεται στους εργαζόμενους η δυνατότητα εικονικής παρουσίας, με συνέπεια οι τελευταίοι να έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο αν εκτελούν τα καθήκοντά τους από το σπίτι, χωρίς να χρειάζεται να σπαταλήσουν μία ή δύο ώρες καθημερινά για την μετακίνησή τους προς το γραφείο.

« Ως κοινωνικός χώρος, η επιχείρηση είναι, μαζί με την οικογένεια και το σχολείο, ο περίγυρος στον οποίο εξελίσσεται το μεγαλύτερο μέρος της ανθρώπινης δραστηριότητας. Δεν είναι απλώς ένας χώρος εργασίας, αλλά ένας χώρος σχέσεων και διαλόγου, αλλά και μια προσπάθεια συλλογικής δημιουργίας.»(Θεμπριάν Χ.Λ., (2001), Το Δίκτυο, το Ίντερνετ και τα μέσα επικοινωνίας, Αθήνα, Εκδόσεις Στάχυ.)

### **4.3 Προσωπική χρήση Internet κατά το ωράριο εργασίας**

Η είσοδος του διαδικτύου στην επαγγελματική ζωή είναι πλέον μια πραγματικότητα. Οι πολλαπλές δυνατότητες που αυτό προσφέρει το καθιστούν ένα εργαλείο αξεπέραστο σε χρησιμότητα. Το πλήθος των πληροφοριών, που σχεδόν στιγμιαίως μπορούν να παρουσιαστούν με ελάχιστο κόστος και κόπο συμβάλουν κατά πολύ στην παραγωγικότητα και στην δυνατότητα των επιχειρήσεων να εξασκούν τις επαγγελματικές τους δραστηριότητες.

Η συνεχής χρήση όμως του διαδικτύου, εκτός από τα αμέτρητα ευεργετήματα που παρουσιάζει, δημιουργεί και νέες καταστάσεις συμπεριφοράς, πειθαρχίας και γενικής πολιτικής στις επιχειρήσεις, οι οποίες στηρίζουν την αποδοτικότητα τους στη διαδομένη χρήση του διαδικτύου από τους υπαλλήλους τους.

Πολλές εταιρίες αντιμετωπίζουν μια επεκταμένη χρήση του διαδικτύου για προσωπικούς λόγους από τους υπαλλήλους τους. Διάφορες μελέτες αποδεικνύουν ότι 25% του χρόνου που καταναλώνεται σε αυτό, δεν έχει καμία σχέση με τις δραστηριότητες της εταιρίας. Οι διοικήσεις των διαφόρων εταιριών ανησυχούν ότι η χρήση του διαδικτύου από τους υπαλλήλους τους, εκτός του ότι μειώνουν την παραγωγικότητα τους, επιπλέον δημιουργούν νομικά θέματα, που μπορεί να έχουν αντίκτυπο στην ίδια την εταιρία. Επίσης, η αφθονία πορνογραφικών κι άλλων ανήθικων ιστοσελίδων, προσελκύουν ορισμένους εκ των υπαλλήλων, οι οποίοι με αυτή τη τακτική τους μπορεί να προσβάλουν ορισμένους από τους συναδέλφους τους. Στο εξωτερικό, έχει αποδειχθεί ότι η πλειοψηφία των υπαλλήλων χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για τις προσωπικές τους επενδυτικές και τραπεζικές τους ανάγκες. Ακόμα περισσότερο, παρουσιάζεται ο κίνδυνος η εκτεταμένη χρήση του διαδικτύου για προσωπικούς λόγους να προκαλέσει συμφόρηση στο επιχειρηματικό ηλεκτρονικό σύστημα, με αποτέλεσμα να δυσκολεύεται η πρόσβαση των πελατών της εταιρίας σε αυτό.

Η σχέση υπάλληλου εταιρίας είναι τελείως καθορισμένη: ο υπάλληλος προσφέρει την εργασία του κι η εταιρία του τον αμείβει αναλόγως. Ο υπάλληλος είναι υποχρεωμένος να αφιερώνει την παραγωγικότητα του και την ενέργεια του στην εκτέλεση των καθηκόντων του κι η εταιρία υποχρεούται να προσφέρει στον υπάλληλο όλες τις δυνατότητες κι ευκαιρίες ώστε αυτός να

μπορεί να αριστεύσει. Όλα αυτά μέσα σε ένα πνεύμα συνεργασίας και αλληλοσεβασμού. Δεοντολογικά, οι εταιρίες οφείλουν να σέβονται την ατομικότητα του καθενός καθώς και το δικαίωμα, του να διατηρεί το απόρρητο των προσωπικών του δεδομένων. Η χρήση όμως του διαδικτύου για προσωπικούς λόγους, παρ' όλο που μπορεί να παραλληλισθεί από μερικούς σαν τη χρήση του τηλεφώνου, έχει πολύ πιο εκτεταμένες επιπλοκές. Έτσι λοιπόν ο εργοδότης έχει το κάθε δικαίωμα να περιορίσει τη χρήση του για προσωπικούς λόγους. Ο περιορισμός αυτός όμως πρέπει να είναι ξεκάθαρος και πολύ αναλυτικά διατυπωμένος. Τότε και μόνο τότε η διοίκηση της εταιρίας έχει το δικαίωμα να απαιτεί από όλους την αυστηρή τήρηση του πρωτοκόλλου χρήσης του διαδικτύου.

Η καθιέρωση όμως ενός πρωτοκόλλου απαιτεί και την αστυνόμευση του, για να μπορεί να είναι αποτελεσματικά εφαρμόσιμο. Έτσι λοιπόν διάφορες εταιρίες εγκαθιστούν διάφορα προγράμματα παρακολούθησης των δραστηριοτήτων των υπαλλήλων τους στο διαδίκτυο. Οι υπάλληλοι, είναι τις περισσότερες φορές ενήμεροι των προγραμμάτων αυτών κι αν δεν είναι, γνωρίζουν πολύ καλά (μέσω του πρωτοκόλλου) τις υποχρεώσεις τους. Η παρακολούθηση της εφαρμογής του πρωτοκόλλου όχι μόνο είναι δεοντολογικά σωστή, είναι κι απαραίτητη, αν η εταιρία θέλει να είναι από την μια, ασφαλής κι από την άλλη, ίση στη μεταχείριση όλων των υπαλλήλων της. Γιατί, η μη αστυνόμευση του μέτρου μπορεί κάλλιστα να δημιουργήσει δύο κατηγορίες υπαλλήλων: αυτών που εφαρμόζουν το μέτρο κι αυτών που δεν το τηρούν κι οι οποίοι στην πραγματικότητα εκμεταλλεύονται και την εταιρία αλλά και τους άλλους συναδέλφους τους, με το να μη προσφέρουν εξίσου στην παραγωγικότητα της εταιρίας.

Η προσωπική χρήση του διαδικτύου από τους υπαλλήλους μιας εταιρίας εγκυμονεί πολλαπλούς κινδύνους για την ομαλή της λειτουργία. Η αντιμετώπιση αυτών των κινδύνων δικαιολογούν πλήρως την απόλυτη απαγόρευση της χρήσης του για προσωπικούς λόγους.

Η εργασιακή σχέση υπαλλήλου εταιρίας στηρίζεται στην αποδοτικότητα και στην παραγωγικότητα του υπαλλήλου. Κάθε λεπτό που ο υπάλληλος αφιερώνει στο διαδίκτυο αφαιρείται από το χρόνο εργασίας του. Πολλαπλασιαζόμενος ο χρόνος αυτός επί της ωριαίας αμοιβής του υπαλλήλου, επί του συνόλου των υπαλλήλων, αντιπροσωπεύει ένα τεράστιο

έξοδο, το οποίο δεν προσφέρει απολύτως τίποτα στην αποδοτικότητα της εταιρίας και περιορίζει σημαντικά τα κέρδη της.

Κάθε φορά που ο υπάλληλος χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, το όνομα της εταιρίας εμφανίζεται και ανάλογα με το είδος της χρήσης, μπορεί να παρουσιάσει νομικές ευθύνες για την ίδια την εταιρία. Έστω κι αν τελικά αποδειχθεί ότι η εταιρία ουδεμία ευθύνη φέρει, το χάσιμο του χρόνου και τα νομικά έξοδα είναι αρκετά να δικαιολογήσουν μια τέτοια απαγόρευση.

Η πρόσβαση σε πορνογραφικές ιστοσελίδες μπορεί να προσβάλουν τους υπόλοιπους υπαλλήλους και να δημιουργήσουν ένα ασύμφορο κλίμα στο χώρο εργασίας, καθώς και νομικές προσφυγές. Η χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μπορεί κάλλιστα να δημιουργήσει κορεσμό τους συστήματος, περιορίζοντας έτσι την δυνατότητα των υπαλλήλων να εξασκήσουν τα καθήκοντα τους. Επιπλέον μια συμφόρηση του συστήματος από την υπερβολική προσωπική χρήση, μπορεί να περιορίσει την πρόσβαση των πελατών της εταιρίας στο ηλεκτρονικό της σύστημα.

Πρόσβαση των υπαλλήλων σε ρατσιστικές κι άλλες απαράδεκτες ιστοσελίδες προσφέρουν την δυνατότητα προσβολής της καλής φήμης της εταιρίας και τον χαρακτηρισμό της σαν κοινωνικά απαράδεκτη, κάτι που σίγουρα θα δημιουργήσει ένα τεράστιο πρόβλημα δημοσίων σχέσεων. Συζητήσεις υπαλλήλων στο διαδίκτυο δίνουν την δυνατότητα επαγγελματικά μυστικά να διαρρεύσουν, προκαλώντας έτσι ανεπανόρθωτη ζημία.

Προσωπική χρήση μπορεί να προσφέρει την ευκαιρία σε ιούς να μολύνουν το σύστημα, ειδικότερα όταν αυτοί προκληθούν από απαγορευμένη χρήση, την οποία ο παραβάτης υπάλληλος στην προσπάθεια του να αποκρύψει την πράξη του, δεν ενημερώνει τον υπεύθυνο αντιμετώπισης τέτοιων περιστατικών.

Ορισμένοι υπάλληλοι εξασκούν προσωπικές εμπορικές δραστηριότητες (πώληση ή αγορά εμπορευμάτων μέσω διαδικτύου), που δύναται να έρχονται σε κατευθείαν ανταγωνιστική τροχιά με την ίδια την εταιρία-εργοδότη.

Σε τελική ανάλυση, η πλήρη απαγόρευση της προσωπικής χρήσης του διαδικτύου αυξάνει την παραγωγικότητα του προσωπικού της και την αποδοτικότητα της. Περιορίζει τις νομικές της ευθύνες, προστατεύει την καλή της φήμη και διατηρεί το ηλεκτρονικό της σύστημα ασφαλές και στη διάθεση



των πελατών της. Η απόλυτη απαγόρευση της προσωπικής χρήσης του διαδικτύου δεν ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες μιας εταιρίας. Η φορτική πολιτική του απολύτου, σίγουρα θα δημιουργήσει κλίμα δυσαρέσκειας στο προσωπικό της εταιρίας και θα υποχρεώσει τους υπαλλήλους να παραβούν κανόνες που θεωρούνται δρακόντειοι. Επίσης, μια απόλυτη απαγόρευση δημιουργεί σύγχυση στο πότε και πως μπορεί να χρησιμοποιηθεί το διαδίκτυο και τι ακριβώς απαγορεύεται.

Προτιμητέο λοιπόν είναι, η καθιέρωση μιας δίκαιας πολιτικής που προστατεύει τα συμφέροντα της εταιρίας και ταυτόχρονα επιτρέπει μια περιορισμένη προσωπική χρήση του διαδικτύου. Η υιοθέτηση ενός τέτοιου πρωτοκόλλου χρήσης καθιστά τους υπαλλήλους υπευθύνους της χρήσης του διαδικτύου και απαριθμεί τις ποινές που επιβάλλονται στους παραβάτες.

«Σύμφωνα λοιπόν με τις διατάξεις του πρωτοκόλλου ένας παραβάτης μπορεί να απολυθεί όταν:

- Χρησιμοποιεί γλώσσα προσβλητική κι απαράδεκτη στις ηλεκτρονικές του συνομιλίες κι αλληλογραφία.
- Επισκέπτεται πορνογραφικές ιστοσελίδες.
- Προβαίνει σε ρατσιστικές κι άλλες κοινωνικά απαράδεκτες επικοινωνίες.
- Οι πράξεις του στο διαδίκτυο προκαλούν υλικές, νομικές κι άλλου είδους ζημιές, συμπεριλαμβανομένων κι αυτών που θέτουν σε κίνδυνο την καλή φήμη της εταιρίας.
- Η προσωπική χρήση του διαδικτύου προκάλεσε σοβαρή μόλυνση του συστήματος από ιό.» (Το Διαδίκτυο στο χώρο της εργασίας, Παγώνης Ν., [www.pathfinder.gr](http://www.pathfinder.gr).)

Σύμφωνα με το πρωτόκολλο της επιχείρησης ισχύουν τα παρακάτω:

**Πρόσβαση:** Το διαδίκτυο έχει τοποθετηθεί από την εταιρία προς διευκόλυνση των εμπορικών της επικοινωνιών. Κάθε χρήστης του συστήματος κατέχει προσωπικό σύνθημα το οποίο παραμένει ιδιοκτησία της εταιρίας. Απαγορεύεται χρήση συνθήματος που δεν είναι γνωστό στον διευθυντή του ηλεκτρονικού συστήματος.

**Παρακολούθηση:** Η εταιρία διατηρεί το δικαίωμα να παρακολουθεί τη χρήση του διαδικτύου από το προσωπικό της. Επίσης έχει το δικαίωμα

αιφνιδιαστικών επιθεωρήσεων του συστήματος και θεωρεί το σύστημα σαν ένα κοινό αρχείο.

**Αρχείο εταιρίας:** Όλες οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες (συμπεριλαμβανομένου και του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου) θεωρούνται ιδιοκτησία της εταιρίας. Το προσωπικό δεν πρέπει να θεωρεί το ηλεκτρονικό του ταχυδρομείο σαν προσωπικό κι απόρρητο.

Η χρήση προσωπικού ηλεκτρονικού συνθήματος δεν προϋποθέτει, ούτε εγγυάται εχεμύθεια. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του καθενός μπορεί να παρακολουθείται και μπορεί να διαβάζεται από τον διευθυντή του συστήματος.

**Διαδικασία χρήσης:** Οι υπάλληλοι στο διαδίκτυο ενεργούν εν ονόματι της εταιρίας κι οφείλουν να ενεργούν υπεύθυνα κι επαγγελματικά.

Τα προγράμματα που έχουν τοποθετηθεί στο σύστημα καλύπτονται από νόμους περί ιδιωτικής ιδιοκτησίας κι απαγορεύεται η οποιαδήποτε χρήση τους εκτός συστήματος, χωρίς την πρότερη άδεια του διευθυντού συστήματος.

Υπάλληλοι που λαμβάνουν ενοχλητικά, απαράδεκτα κι ανήθικα ηλεκτρονικά μηνύματα υποχρεούνται να τα διαγράφουν αμέσως και να τα αναφέρουν στον διευθυντή του συστήματος.

Το προσωπικό, όπως και με τα προσωπικά τηλεφωνήματα, υποχρεούνται να περιορίζουν την προσωπική χρήση του διαδικτύου στο ελάχιστο, σε τέτοιο βαθμό ώστε να μη ενοχλεί την αποδοτικότητα τους.

Οι υπάλληλοι υποχρεούνται να προστατεύουν το σύστημα από τους διάφορους ιούς. Κάθε προειδοποίηση ότι κάποιος ιός έχει εντοπισθεί πρέπει να αναφέρεται στο διευθυντή συστήματος.

#### **Απαγορευμένη χρήση:**

1. Χρήση του διαδικτύου για δημιουργία, αποθήκευση, διανομή, πρόσβαση, αντιγραφή, εκτύπωση, παρουσίαση, κυκλοφορία παρανόμων πληροφοριών τέτοιων όπως: αστείων, πορνογραφία, γραπτών μίσους, ή οποιαδήποτε άλλο πρόστυχο, προσβλητικό, ρατσιστικό ή άλλο απαράδεκτο υλικό ή ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

2. Χρήση του διαδικτύου / ηλεκτρονικού ταχυδρομείου / συστήματος κατά τον οποιονδήποτε τρόπο που μπορεί να εκληφθεί σα προσβλητικός, ενοχλητικός, υβριστικός, ή πρόστυχος από άλλα πρόσωπα.

3. Απαράδεκτη συμπεριφορά ή σχόλια που μπορούν πιθανώς να εκθέσουν την εταιρία, να την υποβάλουν σε νομικές περιπέτειες, ή να επηρεάσουν τις δημόσιες σχέσεις της.
4. Χρήση του διαδικτύου για προσωπική χρήση σαν ακρόαση μουσικής, παρακολούθηση ταινιών, ή άλλων προγραμμάτων στο διαδίκτυο, μαζική αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων. Τέτοιες πράξεις όχι μόνο επηρεάζουν την αποδοτικότητα και παραγωγικότητα της εταιρίας, αλλά επιπλέον δημιουργούν συμφόρηση τους συστήματος και καταναλίσκουν ανεκτίμητο χρόνο των υπολογιστών.
5. Ανάμιξη σε παράνομες, ή άλλες δραστηριότητες οι οποίες μπορούν να προσβάλουν και ταπεινώσουν την εταιρία.
6. Εξάσκηση προσωπικών εμπορικών δραστηριοτήτων στο διαδίκτυο, συμπεριλαμβανομένων των προσφορά υπηρεσιών, ή εμπορεύματα προς πώληση, ή παραγγελίες σε ηλεκτρονικούς πωλητές.
7. Η χρήση ονομάτων και ηλεκτρονικών συνθημάτων άλλων από αυτών που έχουν καθορισθεί από τον διευθυντή συστήματος.
8. Η χρήση «δωματίων συνομιλίας» (chat rooms).

**Γενικός κανόνας:** Το παραπάνω πρωτόκολλο δεν περιέχει όλες τις απαγορευμένες χρήσεις, αλλά καθορίζει αυτές που αντιβαίνουν στη χρήση του ηλεκτρονικού συστήματος. Ο καλύτερος τρόπος καθορισμού επιτρεπτής χρήσης του διαδικτύου είναι: α. «Έχει σχέση με την εργασία μου η χρήση του διαδικτύου;» και β. «Θα έκανα και θα συνέχιζα να κάνω αυτό, αν με παρακολουθούσε ο προϊστάμενος μου;»

**Αναθεώρηση:** Η εταιρία διατηρεί το δικαίωμα να αναθεωρεί από καιρό σε καιρό αυτό το πρωτόκολλο. Όλο το προσωπικό θα λαμβάνει έγκυρη ειδοποίηση σχετικά με τις οποιαδήποτε αλλαγές και αναθεωρήσεις.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

### ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

#### 5.1 Δυνατότητες Ψυχαγωγίας στο Διαδίκτυο

«Με τον όρο ψυχαγωγία εννοούμε την ενέργεια του ψυχαγωγού, καθώς και καθετί που μας να κάνει να ευχαριστιόμαστε και να διασκεδάζουμε. Είναι το σύνολο των ψυχολογικών μεθόδων, που αποβλέπουν ουσιαστικά στο να ευνοήσουν την ανάπτυξη της προσωπικότητας μας.» (Αξιωτέλλης Γ., (1983), Σχολική Υδρία, Αθήνα, Εκδόσεις Γ.Αξιωτέλλη)

Ένας άλλος τομέας ο οποίος έχει επηρεαστεί πάρα πολύ από το Διαδίκτυο είναι αυτός της ψυχαγωγίας. Βάζοντας στην άκρη πλέον την τηλεόραση και το κλασικό ραδιόφωνο, διάφοροι χρήστες του Διαδικτύου έχουν καταφέρει να εφεύρουν τρόπους ψυχαγωγίας μέσω αυτού.

Διάφοροι τρόποι ψυχαγωγίας μας είναι τα τραγούδια, οι ταινίες, τα παιχνίδια, διάφορα βίντεο ή ντοκιμαντέρ, οι εκπομπές, διάφορα βιβλία και περιοδικά- τα τελευταία όμως τα έχουμε κατηγοριοποιήσει στον τομέα της ενημέρωσης τον οποίο θα αναφέρουμε αναλυτικά στο επόμενο κεφάλαιο.

Το θέμα μας είναι η διαδικασία με την οποία συνδεόμαστε στις διάφορες ιστοσελίδες του Διαδικτύου όπου μας προσφέρουν όλα τα παραπάνω. Μπορούμε να απολαμβάνουμε κινηματογραφικές ταινίες, βίντεο και τηλεοπτικές σειρές, να ακούσουμε μουσική και να δοκιμάσουμε την τύχη μας σε ποικίλα πολυχρηστικά παιχνίδια (τάβλι, μπιλιάρδο, σκάκι, πόκερ, μπιρίμπα) μένοντας σπίτι. Ας ψυχαγωγηθούμε από τη βολή της οικίας μας, ας διασκεδάσουμε χωρίς να το κουνήσουμε ρούπι, όταν και όπως εμείς το επιθυμούμε, εξοικονομώντας χρόνο, κόπο και προπαντός χρήμα.

Ένας υπολογιστής και μια ευρυζωνική σύνδεση στο διαδίκτυο αποτελούν το εισιτήριό μας σε έναν αχανή ψηφιακό κόσμο οικονομικά συμφέρουσας (δωρεάν τις περισσότερες φορές) ψυχαγωγίας. Οι επιλογές μας είναι άπειρες, οι δυνατότητες του εντυπωσιακές και οι τιμές προνομιακές.

#### 5.2 Βλέποντας ταινίες και ακούγοντας μουσική στο σπίτι

Ψηφιοποιημένο και εγκατεστημένο στο Διαδίκτυο, το σύνολο της κινηματογραφικής, τηλεοπτικής, καθώς και μουσικής παραγωγής βρίσκεται

πλέον μόλις μερικά κλικ του ποντικιού μας μακριά, κλικ ικανά να «μετακομίσουν» στη μικρή οθόνη του υπολογιστή μας τις μεγαλύτερες (παλαιότερες αλλά και νεότερες) επιτυχίες της μεγάλης οθόνης δίνοντας μια διαφορετική, νέα σημασία στον όρο «home cinema». Τη διανομή «κατ οίκον» όλων αυτών των οπτικοακουστικών υλικών έχουν αναλάβει οι υπηρεσίες του Internet.

Εξέχουσα θέση μεταξύ αυτών κατέχει και το γνωστό σε όλους μας YouTube (<http://www.youtube.com/>), στα ψηφιακά ράφια του οποίου κάθονται έτοιμα προς δωρεάν θέα εκατομμύρια, εύκολα αναζητήσιμα και δημοφιλή βίντεο. Εκεί μπορούμε να βρούμε τα πάντα από πρωτοκλασάτες ταινίες και ερασιτεχνικά φιλμς, μέχρι μουσικά κλιπ και τηλεοπτικές σειρές, μεταξύ αυτών και πολλές ελληνικές παραγωγές.

Στην ίδια κατηγορία με τον κυρίαρχο του χώρου, YouTube, εντάσσονται και πολλές άλλες, λιγότερο δημοφιλείς μεν, αλλά αξιόλογες δε υπηρεσίες, όπως η γνωστή για την έμφαση που δίνει στην ποιότητα της εικόνας, Vimeo (<http://www.vimeo.com/>), η Veoh (<http://www.veoh.com/>), η Metacafe (<http://www.metacafe.com/>), η Google Video (<http://video.google.com/>) καθώς και η μηχανή βίντεο-αναζητήσεων Truveo (<http://www.truveo.com/>).

Ιδιαίτερη βάση αξίζει να δώσουμε στην αποκλειστικά ελληνικού ενδιαφέροντος Greek Movies (<http://www.greek-movies.com/>). Στον χώρο αυτής της υπηρεσίας, η οποία λειτουργεί σε ρόλο «συναθροιστή» κλέβοντας ελληνικά βίντεο από διάφορες πηγές (YouTube, Veoh κ.ά.) και παραπέμποντας πίσω σε αυτές, θα βρούμε δελτία ειδήσεων, τηλεοπτικά σόου, σειρές, ταινίες, μαγνητοσκοπημένες θεατρικές παραστάσεις, μουσικά βιντεοκλίπ και αθλητικούς αγώνες.

Στόχοι της Greek Movies είναι να καλύψει το μεγάλο κενό που εξακολουθεί να υπάρχει στις επιλογές μετάδοσης ελληνικών οπτικοακουστικών έργων σε πολλές περιοχές της Ελλάδας και του εξωτερικού ειδικότερα, καθώς και να εισαγάγει μια νέα νοοτροπία στην τηλεθέαση, η οποία μας επιτρέπει να παρακολουθούμε τα έργα που εμείς επιθυμούμε, τη στιγμή που εμείς διαλέγουμε, οπουδήποτε κι αν βρισκόμαστε.

Την τιμητική της έχει στον Ιστό και η (δωρεάν) μουσική. Εφοδιασμένοι με εντυπωσιακά πλούσιες σε υλικό δισκοθήκες και έξυπνες μηχανές

αναζήτησης, ιστοσελίδες όπως είναι η MySpace (<http://www.myspace.com/>), η Imeem (<http://www.imeem.com/>), η Last.fm (<http://www.last.fm/>), το Facebook Music ([www.facebook.com/Music](http://www.facebook.com/Music)), PureVolume (<http://www.purevolume.com/>), το We7 (<http://www.we7.com/>) και το Lala (<http://www.lala.com/>) εγγυώνται κοινωνική δικτύωση μετά μουσικής και προσφέρουν ατέλειωτες ώρες δωρεάν on-line ακροάσεων, ενώ ταυτόχρονα δίνουν βήμα, αφού είναι εύκολα προσβάσιμες και σφύζουν από ζωή μουσικές σκηνές, στους εκατομμύρια καλλιτέχνες, οι οποίοι πασχίζουν να ακουστούν έξω.» (Ψηφιακή ψυχαγωγία δωρεάν και κατ'οίκον,

Η υπηρεσία Awdio (<http://www.awdio.com/>) μάλιστα, κάνει ένα βήμα παραπέρα και αναμεταδίδει ζωντανά, σε απευθείας σύνδεση, τις μουσικές και τα DJ sets που βάζουν «φωτιά» στις πίστες κάποιων από τα δημοφιλέστερα νυχτερινά κλαμπ της υφηλίου.

Επιπροσθέτως, στον Ιστό λειτουργεί πλήθος ψηφιακών «δισκοπωλείων» (ενδεικτικά αναφέρονται τα: iTunes, Spotify, 7digital, Rhapsody, eMusic και AmazonMP3) από τα οποία μπορεί κανείς να αγοράζει μουσική είτε με την κυκλοφορία είτε με το κομμάτι.

### **5.3 Ηλεκτρονικά παιχνίδια**

Πεδίο δόξας έχουν βρει στο Διαδίκτυο και τα κάθε είδους βιντεοπαιχνίδια. Ενδιαφέρουσες επιλογές προσφέρει σε αυτόν τον τομέα ο ελληνικός δικτυακός «ζωολογικός κήπος» Zoo.gr (<http://www.zoo.gr/>), «το ελληνικό web meeting point» με τους εκατοντάδες χιλιάδες χρήστες στην επικράτεια του οποίου μπορούμε, μεταξύ άλλων, να αναμετρηθούμε on line (ένας προς έναν ή συμμετέχοντας σε τουρνουά) σε πλήθος παιχνιδιών (τάβλι, σκάκι, μπιρίμπα, μπιλιάρδο κ.ά.), να πάρουμε μέρος σε «λεξοκόντρες» και άλλα παιχνίδια τα οποία δεν φανταζόμαστε.

### **5.4 Το γνωστό «facebook»**

Μια άλλη ιστοσελίδα η οποία είναι πολύ δημοφιλής τα τελευταία χρόνια και έχει πολλά εκατομμύρια χρήστες σε ολόκληρο τον κόσμο, είναι το facebook. Το facebook είναι μια ιστοσελίδα στην οποία μπορούμε να μιλάμε άμεσα αλλά και έμμεσα με τους φίλους μας καθώς και με άγνωστους ανθρώπους, με τους οποίους θέλουμε να έρθουμε πιο κοντά.

Στην ιστοσελίδα αυτή, δεν προσφέρεται μόνο επικοινωνία, αλλά κυρίως ψυχαγωγία. Αυτό γίνεται με τα διάφορα quiz και παιχνίδια που έχει μέσα, καθώς και με τις διάφορες φωτογραφίες, τραγούδια και βίντεο που έχουν τοποθετήσει οι φίλοι μας εκεί.

Το facebook, όπως λέει άλλωστε και το όνομά του, είναι στην ουσία μια σελίδα (ή ένα βιβλίο!) στην οποία είναι εγγεγραμμένοι εκατομμύρια χρηστών, τοποθετημένοι με αλφαβητική σειρά. Για να γίνει κάποιος χρήστης εκεί απαιτείται να έχει ηλεκτρονικό ταχυδρομείο καθώς και να δημοσιεύσει κάποιες προσωπικές πληροφορίες, όπως πχ ημερομηνία γέννησης, τόπος κατοικίας, φύλο και άλλες τέτοιες πληροφορίες, οι οποίες μπορεί να είναι και ψευδής.

Αφού γίνει κανείς μέλος, τότε θα μπορεί να συμμετέχει στα διάφορα ερωτηματολόγια-quiz που βρίσκονται μέσα, να γίνει μέλος σε διάφορα groups, όπου αυτός επιθυμεί, να δημοσιεύει δικές του φωτογραφίες, όπου μπορούν να δουν οι φίλοι του ή όποιοι άλλοι έχει επιλέξει.

Από την μια πλευρά, το facebook είναι καλό σαν χόμπι, διότι μπορείς να επικοινωνείς με φίλους και να ψυχαγωγείσαι με διάφορους τρόπους. Από την άλλη πλευρά όμως, είναι επικίνδυνο να δημοσιεύει κανείς προσωπικές πληροφορίες και φωτογραφίες, γιατί μερικοί επιτήδριοι μπορούν εύκολα να τα φτιάξουν όπως εκείνοι θέλουν, βάζοντάς μας σε ένα άλλο “τρυπάκι”, να ασχολούμαστε με πράγματα τα οποία, δεν έχουμε κάνει μεν, αλλά διασύρουν την εικόνα μας δε.

### **5.5 Έρευνα για την Ψυχαγωγία**

Σύμφωνα με ερευνητική δραστηριότητα που διεξήχθη από την ομάδα “Safe Net Home“, στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής δράσης “Safe internet” σε συνεργασία με το ΤΕΙ Θεσσαλονίκης καταδεικνύει ότι είναι υψηλά τα ποσοστά διείσδυσης του διαδικτύου στους Έλληνες εφήβους. Συγκεκριμένα, η παραπάνω ερευνητική δραστηριότητα πραγματοποιήθηκε σε Θεσσαλονίκη, Αθήνα, Λάρισα, Πάτρα, Χανιά και Καβάλα από το Μάιο μέχρι τον Ιούλιο του 2006, σε σύνολο 590 νέων (290 κορίτσια και 300 αγόρια).

Σύμφωνα με τα ερευνητικά αποτελέσματα:

1. Επτά στους δέκα χρησιμοποιούν το Internet για να επικοινωνούν, να ενημερώνονται και να «κατεβάζουν μουσική».

2. Ποσοστό 38% των κοριτσιών και 29% των αγοριών ανταλλάσσουν αρχεία μεταξύ τους.
3. Ποσοστό 51% των χρηστών «κατεβάζει» μουσική.
4. Ένα 23% χρησιμοποιεί “peer to peer” για να «κατεβάσει» ή ανταλλάξει μουσική και ταινίες.
5. Ποσοστό 44% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο από το σπίτι, ενώ τα 25% από “internet station” ή “café”.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Στο κεφάλαιο αυτό περιγράφονται τα βασικά χαρακτηριστικά και οι λειτουργίες , καθώς επίσης και οι τεχνολογίες των εφαρμογών, που εντάσσονται στην κατηγορία παροχής πληροφοριών. Βασικό χαρακτηριστικό των εφαρμογών που εντάσσονται στην κατηγορία αυτή, είναι η ποιότητα και η επικαιρότητα της πληροφορίας που παρέχεται. Στο χώρο αυτό κυρίως δραστηριοποιούνται οργανισμοί που έχουν ως κύρια πηγή εσόδων την πληροφορία., όπως είναι οι δημοσιογραφικοί οργανισμοί, ο ημερήσιος τύπος αλλά και ο περιοδικός, καθώς επίσης και τα πρακτορεία ειδήσεων.

#### **6.1 Ηλεκτρονικές εκδόσεις στο Διαδίκτυο**

Οι δημοσιογραφικοί εκδοτικοί οργανισμοί ήταν από τους πρώτους που επένδυσαν στις νέες τεχνολογίες και ειδικότερα στο Διαδίκτυο. Τόσο σε διεθνές όσο και σε εθνικό επίπεδο οι δημοσιογραφικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο το Διαδίκτυο ως μέσο ενημέρωσης, αφού στόχος τους είναι να το αξιοποιήσουν εμπορικά.

Η εφημερίδα on-line αποτελεί μια από τις εφαρμογές στο Διαδίκτυο που είναι αρκετά δημοφιλής για τους εκδοτικούς οργανισμούς. «Ως εφημερίδα on-line ορίζουμε την αυτόματη έκδοση των περιεχομένων μιας εφημερίδας στο Διαδίκτυο. Αυτό σημαίνει ότι τα άρθρα, οι φωτογραφίες καθώς και οι υπόλοιπες πληροφορίες, που δημοσιεύονται σε μια εφημερίδα είναι διαθέσιμα στην κοινότητα των χρηστών του Διαδικτύου.» (Δουκίδης Γ.,(2001), Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Αθήνα, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών.)

Στον διεθνή χώρο η εφημερίδα on-line αποτελεί κοινή πρακτική για τους δημοσιογραφικούς οργανισμούς. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η εφημερίδα "ΖΟΥΓΚΛΑ " που εκδίδει on-line τα περιεχόμενά της στο Διαδίκτυο. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μεγαλύτερη αύξηση έχει παρατηρηθεί στις μη ημερήσιες εφημερίδες, καθώς ο όγκος πληροφορίας αλλά και ο ρυθμός της on-line ενημέρωσης είναι σχετικά μικρότερος από τις ημερήσιες. Επιπλέον, το μεγαλύτερο ποσοστό των on-line εφημερίδων προσφέρουν μόνο ένα μικρό,

μη αντιπροσωπευτικό συνήθως, δείγμα της θεματολογίας που καλύπτει η έντυπη έκδοσή τους.

Οι on-line εφημερίδες έχουν ένα σημαντικό πλεονέκτημα: μπορούν πολύ εύκολα να ενημερωθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα γεγονός που οι παραδοσιακές έντυπες εφημερίδες δεν κατορθώνουν, με αποτέλεσμα να πλήττονται άμεσα από την τηλεόραση. Η ροή των γεγονότων της επικαιρότητας μπορεί εύκολα να ενσωματωθεί σε μια on-line εφημερίδα. Έτσι στην εποχή μας όπου η απαίτηση για έγκαιρη ενημέρωση είναι καθοριστικός παράγοντας, οι on-line εφημερίδες διεκδικούν με αξιώσεις μερίδιο στην αγορά των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Στις μέρες μας το μεγαλύτερο ποσοστό των on-line εφημερίδων, έχουν ως σκοπό την προώθηση της έντυπης έκδοσης. Είναι γεγονός πως παρόλο που υπάρχει γενική τάση αύξησης του αριθμού των εφημερίδων που εκδίδονται on-line στο Διαδίκτυο, παραμένουν σοβαρά ερωτήματα για το κατά πόσο θα μπορέσουν να επιβιώσουν στην νέα ηλεκτρονική αγορά, αφού λιγότερες από το 1/3 αυτών παρουσιάζονται ως επικερδείς επιχειρήσεις, από την πώληση της ηλεκτρονικής έκδοσης ή από διαφημιστικές καταχωρήσεις. Πάντως το κόστος παροχής σε on-line μορφή μιας εφημερίδας που κυκλοφορεί και σε έντυπη μορφή, φαίνεται πως αντισταθμίζεται από τις διαφημιστικές δαπάνες που εξοικονομούνται. Δηλαδή με απλά λόγια η on-line έκδοση αποτελεί έναν εναλλακτικό τρόπο διαφήμισης της έντυπης έκδοσης με εξαιρετικά μεγάλη αποτελεσματικότητα. Αρκεί να αναλογιστούμε πόσο εύκολα αγοράζει κανείς μια εφημερίδα αν ανακαλύψει πως σε αυτήν υπάρχει κάποιο θέμα που σχετίζεται με τα ενδιαφέροντά του.

## **6.2 Δυνατότητες για τους χρήστες**

Ένα σύστημα μιας εφημερίδας on-line θα πρέπει να παρέχει στους χρήστες τις εξής δραστηριότητες:

- Ανάγνωση της εφημερίδας από το Διαδίκτυο. Η βασικότερη υπηρεσία που πρέπει να προσφέρεται στο χρήστη είναι η ανάγνωση της εφημερίδας όπως γίνεται με την αντίστοιχη έντυπη έκδοση. Αυτό είναι εφικτό, με την χρήση των συνδέσμων υπερκειμένου, που συνδέουν τις σελίδες της εφημερίδας που εξάγονται στο Διαδίκτυο. Επίσης θα πρέπει να προσφέρεται πρόσθετη ευκολία με την κατηγοριοποίηση των θεμάτων

μιας εφημερίδας, όπου ο χρήστης επιλέγει αρχικά την στήλη της εφημερίδας που θέλει να διαβάσει, και το σύστημα επιστρέφει τα άρθρα που δημοσιεύτηκαν στην συγκεκριμένη στήλη. Η υπηρεσία αυτή παρέχεται από τα περισσότερα συστήματα ηλεκτρονικών εφημερίδων στο Διαδίκτυο.

- Αναζήτηση υλικού της εφημερίδας. Η ανάγκη για έγκαιρη ενημέρωση επιβάλλει την υποστήριξη μηχανισμών που θα επιτρέπουν γρήγορη πρόσβαση στην κρίσιμη πληροφορία για κάθε αναγνώστη της on-line εφημερίδας. Συνεπώς μια βασική υπηρεσία που θα πρέπει να παρέχει μια εφημερίδα on-line είναι η εύρεση των περιεχομένων της εφημερίδας βάσει μηχανισμών αναζήτησης. Ο χρήστης θα μπορεί δίνοντας κατάλληλα κριτήρια αναζήτησης να ανακτήσει όλο το υλικό μιας εφημερίδας που τον ενδιαφέρει. Το υλικό αυτό μπορεί να αφορά δημοσιευμένα άρθρα και φωτογραφίες παλαιότερων εκδόσεων, ενώ τα κριτήρια αναζήτησης μπορεί να ποικίλλουν από την ημερομηνία δημοσίευσης και τον τίτλο του άρθρου μέχρι λέξεις που εμφανίζονται στο κείμενο ή στην περιγραφή μιας φωτογραφίας που συνοδεύει το άρθρο. Εδώ πρέπει να γίνει σαφές ότι πρέπει να παρέχονται ισχυροί μηχανισμοί αναζήτησης που να επιτρέπουν μια τέτοια υπηρεσία.
- Πρόσβαση και εκμετάλλευση των αρχείων της εφημερίδας. Μια εφημερίδα on-line μπορεί να παρέχει τη δυνατότητα στους χρήστες να εκμεταλλεύονται όχι μόνο την παρούσα έκδοση αλλά και στοιχεία που διατηρεί στα αρχεία της. Για παράδειγμα μια συλλογή φωτογραφιών ή άρθρων μπορεί να είναι διαθέσιμη στους χρήστες τόσο μόνο για ανάγνωση όσο και για ανάκτηση και τοπική χρήση.
- Εξατομικευμένη πληροφόρηση. Ένα σύστημα εφημερίδας on-line, μπορεί να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες των χρηστών και να παρέχει ειδικές υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα τη δημιουργία “προσωπικής εφημερίδας”. Συνήθως οι αναγνώστες μιας εφημερίδας διαβάζουν επιλεκτικά, ξεκινώντας από τα θέματα που τους ενδιαφέρουν περισσότερο. Ο τρόπος αυτός καταγράφεται είτε αυτόματα από την εφαρμογή είτε με ενέργειες του χρήστη. Ο αυτόματος μηχανισμός καταγραφής είναι πιο εξελιγμένος καθώς βασίζεται τόσο σε νέες

τεχνολογίες όσο και σε επιστημονικές θεωρίες που αναλύουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή. Τελικά δημιουργείται ένας ηλεκτρονικός κατάλογος ή αλλιώς «προσωπική εφημερίδα» που περιέχει τις επιλογές του χρήστη από το σύνολο των παρεχόμενων πληροφοριών. Μέσω του μηχανισμού αυτού ο δημοσιογραφικός οργανισμός μπορεί να συλλέγει και πληροφορίες σχετικά με την χρήση του κόμβου.

- Αυτόματη ενημέρωση on-line. Σε συνδυασμό με την προηγούμενη λειτουργία, ένα σύστημα εφημερίδας on-line μπορεί να συλλέγει δυναμικά την κρίσιμη πληροφορία και να την αποστέλλει μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στον ενδιαφερόμενο.
- Παροχή πρόσθετων υπηρεσιών. Παράδειγμα τέτοιων υπηρεσιών αποτελούν οι μικρές αγγελίες ή ανακοινώσεις. Οι μικρές αγγελίες αποτελούν απαραίτητο στοιχείο μιας εφημερίδας. Σε μια on-line εφημερίδα η υπηρεσία αυτή θα πρέπει να παρέχει όχι μόνο την δυνατότητα αναζήτησης των μικρών αγγελιών βάσει θεματικών κατηγοριών αλλά και την καταχώρηση των μικρών αγγελιών από τους πελάτες-χρήστες. Αυτό σημαίνει ότι ο κάθε ενδιαφερόμενος θα είναι σε θέση να καταχωρεί μέσω του Διαδικτύου την αγγελία που επιθυμεί. Την υπηρεσία αυτή μπορεί να την εκμεταλλευτεί εμπορικά ο δημοσιογραφικός οργανισμός.
- Επικοινωνία με χρήστες. Ο οργανισμός θα μπορεί να έχει αμφίδρομη επικοινωνία με χρήστες βάσει μηχανισμών ανατροφοδότησης. Για παράδειγμα οι χρήστες θα μπορούν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου να καταθέτουν σχόλια και να απαντούν σε ερωτηματολόγια που θα τα αξιοποιεί ο δημοσιογραφικός οργανισμός για τη βελτίωση του συστήματος.

### **6.3 Δυνατότητες για τους Δημοσιογραφικούς Οργανισμούς**

Ο δημοσιογραφικός οργανισμός μπορεί να επωφεληθεί από την on-line εφημερίδα προσθέτοντας χαρακτηριστικά στην εφημερίδα όπως:

- Συλλογή και παρουσίαση στατιστικών στοιχείων. Το σύστημα μπορεί να συλλέγει στατιστικά στοιχεία, που αφορούν τους χρήστες, βάσει των οποίων καθορίζεται το προφίλ και συνεπώς το αγοραστικό κοινό, καθιστώντας έτσι την on-line εφημερίδα χρήσιμο εργαλείο στην διαδικασία

προώθησης της εφημερίδας και στην προσέλκυση διαφημιστικών καταχωρήσεων.

- Διαφημιστικές καταχωρήσεις. Η διαφήμιση στο Διαδίκτυο έχει διαφορετική μορφή από τους παραδοσιακούς τρόπους διαφήμισης καθώς μπορεί να αποτελέσει μια πιο δυναμική διαδικασία με στοιχεία αλληλεπίδρασης. Συγκεκριμένα η διαφήμιση στον κόμβο της εφημερίδας καθορίζεται δυναμικά από το περιεχόμενο της εφημερίδας, αλλά και από τις επιλογές κάθε χρήστη. Για παράδειγμα αν ο χρήστης ενδιαφέρεται για αθλητικά θέματα, το σύστημα θα μπορεί να προβάλλει διαφημίσεις που σχετίζονται με αθλητικά είδη. Επιπλέον, αν η διαφήμιση μπορεί να εμπεριέχει στοιχεία αλληλεπίδρασης, όπου ο χρήστης θα έχει την δυνατότητα να επιλέγει τη διαφημιστική καταχώρηση και να παίρνει περισσότερες πληροφορίες.
- Χρέωση του υλικού της εφημερίδας. Αρκετές από τις εφημερίδες που διαθέτουν ηλεκτρονική έκδοση έχουν αρχίσει να χρεώνουν την ανάγνωση του καθημερινού φύλλου ή για την χρήση του αρχείου της εφημερίδας. Συνήθως η χρήση του αρχείου, περιορίζεται στην ανάγνωση κάποιων άρθρων, που αντιστοιχούν σε μικρό όγκο πληροφορίας. Στην περίπτωση αυτή, ο χρήστης θα χρεώνεται με ένα μικρό ποσό για τη συγκεκριμένη πληροφορία. Η πληρωμή γίνεται συνήθως ηλεκτρονικά. Ενδιαφέρον παρουσιάζει στη συγκεκριμένη περίπτωση, η χρήση τεχνολογίας ηλεκτρονικού χρήματος σε συνδυασμό με το μηχανισμό αναζήτησης. Για παράδειγμα ο χρήστης, μετά την χρήση του μηχανισμού αναζήτησης άρθρων θα πρέπει να καταβάλλει ένα ελάχιστο ποσό για κάθε άρθρο που θέλει να διαβάσει ολοκληρωμένα.
- Χρήση multimedia. Οι νέες τεχνολογίες (www και multimedia databases), προσφέρουν την δυνατότητα χρήσης πολυμέσων για την πληροφόρηση των χρηστών. Έτσι εκτός από κείμενο χρησιμοποιούνται εικόνες, video, ήχος κλπ. Σε προχωρημένες εφαρμογές που προσφέρονται κυρίως από οργανισμούς όπως τηλεοπτικοί σταθμοί, παρέχεται η δυνατότητα on-line ενημέρωσης μέσω video.
- Ολοκλήρωση με υπάρχουσες εφαρμογές. Το σύστημα θα πρέπει να αυτοματοποιεί τη διαδικασία έκδοσης στο Διαδίκτυο. Για το σκοπό αυτό

είναι απαραίτητη η ολοκλήρωση του συστήματος με το υπάρχον σύστημα έκδοσης του δημοσιογραφικού οργανισμού.

#### **6.4 Μικρές αγγελίες και Διαδίκτυο**

Ολοένα και περισσότερα συστήματα μικρών αγγελιών συνοδεύουν το σύστημα κάθε ηλεκτρονικής εφημερίδας. Στα επόμενα έτη αναμένεται μια σημαντική αύξηση των συστημάτων ηλεκτρονικών μικρών αγγελιών και προβλέπεται να φθάσει στο επίπεδο των έντυπων αγγελιών. Όμως, δεν έχει ακόμα γίνει φανερό από τι είδους οργανισμούς θα γίνει η εκμετάλλευση των νέων αυτών συστημάτων. Είναι βέβαια πιθανόν να τα εκμεταλλεύονται οι εκδοτικοί οίκοι που ελέγχουν τα παραδοσιακά συστήματα μικρών αγγελιών, αλλά αξίζει να σημειωθεί ότι σήμερα δραστηριοποιούνται σε αυτόν το τομέα και άλλοι ανεξάρτητοι οργανισμοί που δεν έχουν εκδοτικό παρελθόν.

«Οι μικρές αγγελίες θεωρούνται μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων για τις εφημερίδες, καθώς αποτελούν το 40% των εσόδων τους, ποσοστό που αυξάνεται κάθε χρόνο περίπου γύρω στο 6%. Παρόλα αυτά όμως, δεν είναι λίγοι αυτοί που υποστηρίζουν ότι εάν οι εφημερίδες δεν βελτιώσουν σύντομα τις υπηρεσίες που παρέχουν, πρόκειται να αντιμετωπίσουν έντονο ανταγωνισμό από αυτούς που αναπτύσσουν αυτόνομα συστήματα μικρών αγγελιών στο Διαδίκτυο, με αποτέλεσμα να χάσουν μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων τους.» (Δουκίδης Γ.,(2001), Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Αθήνα, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών)

Τα συστήματα έκδοσης μικρών αγγελιών μπορούν να χωριστούν αρχικά σε τρεις βασικές κατηγορίες:

- Συστήματα που αναπτύχθηκαν από αυτόνομους οργανισμούς. Πρόκειται για συστήματα που αποσκοπούν απλά και μόνο στην έκδοση μικρών αγγελιών. μέχρι στιγμής κυριαρχούν στο χώρο έκδοσης μικρών αγγελιών και αποτελούν σημαντική απειλή για τις εφημερίδες που τα τελευταία χρόνια κυριαρχούσαν στο χώρο των μικρών αγγελιών.
- Συστήματα που αναπτύχθηκαν από δημοσιογραφικούς οργανισμούς. Πρόκειται για συστήματα που έχουν αναπτυχθεί από δημοσιογραφικούς οργανισμούς και αποτελούν τμήματα ηλεκτρονικών εφημερίδων.

- Δίκτυα μικρών αγγελιών. Πρόκειται για ενώσεις συστημάτων έκδοσης μικρών αγγελιών, από αυτόνομους οργανισμούς ή από δημοσιογραφικούς οργανισμούς.

### **6.5 Πλεονεκτήματα και κριτήρια επιτυχούς έκδοσης**

Το βασικό πλεονέκτημα των ηλεκτρονικών εκδόσεων είναι ότι, τις περισσότερες φορές, αυτά τα συστήματα στηρίζονται στην λειτουργία σχεσιακών βάσεων δεδομένων, γεγονός που επιτρέπει την εύκολη και γρήγορη αναζήτηση μεγάλου όγκου πληροφοριών. Αναλυτικότερα :

1. Τα συστήματα μικρών αγγελιών στο Διαδίκτυο, αποτελούν ουσιαστικά μια "δεξαμενή πληροφοριών". Οι καταναλωτές βλέπουν τις διαθέσιμες αγγελίες μόνο όταν ενδιαφέρονται πραγματικά για ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία.
2. Οι ηλεκτρονικές αγγελίες είναι κατάλληλες για εξατομικευμένη αναζήτηση και ταξινόμηση. Αυτό σημαίνει ότι εάν ο καταναλωτής αναζητεί πληροφορίες για ένα συγκεκριμένο προϊόν , παρουσιάζονται μόνο οι αγγελίες που τον ενδιαφέρουν.
3. Οι πελάτες μπορούν να εισάγουν τα στοιχεία της αγγελίας εύκολα και γρήγορα μέσω ηλεκτρονικών φορμών αποφεύγοντας τις καθυστερήσεις και τα λάθη που προκαλούνται από την χρήση των συμβατικών μέσων επικοινωνίας.
4. Η δυνατότητα χρήσης πολυμέσων που παρέχονται μέσα από το δίκτυο και συνοδεύουν το κείμενο της αγγελίας, διευκολύνουν τόσο τον καταθέτη της αγγελίας όσο και τον ενδιαφερόμενο. Ο πρώτος μπορεί να προωθήσει καλύτερα το προϊόν του, ενώ ο δεύτερος έχει τη δυνατότητα να συγκεντρώσει, όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες για το προς πώληση προϊόν ή υπηρεσία.

Για την αποτελεσματική προώθηση κάποιου προϊόντος/υπηρεσίας μέσω ηλεκτρονικού συστήματος μικρών αγγελιών πρέπει να ληφθούν υπόψη οι ακόλουθοι παράγοντες:

- Εντοπισμός του κατάλληλου κοινού. Για την κατάλληλη προώθηση μιας αγγελίας το πιο σημαντικό πράγμα είναι η επιλογή του κόμβου που προσελκύει το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Επιπλέον αφού βρεθεί ο

κατάλληλος κόμβος είναι απαραίτητο να τοποθετηθεί η αγγελία στην κατάλληλη θεματική κατηγορία.

- Περιεχόμενο της αγγελίας. Από την στιγμή που θα εντοπισθεί το κατάλληλο κοινό, η προσοχή στρέφεται στη δημιουργία της αγγελίας. Ακολουθούν μερικές ιδιαίτερα χρήσιμες συμβουλές για τη δημιουργία αποτελεσματικών μικρών αγγελιών:
  1. χρήση λέξεων ή φράσεων που κεντρίζουν το ενδιαφέρον του αναγνώστη,
  2. μελέτη των αγγελιών που ήδη υπάρχουν για τον προσδιορισμό του τρόπου γραφής-δημιουργίας αποτελεσματικών αγγελιών,
  3. συνοπτικό και περιεκτικό κείμενο,
  4. χρήση απλών λέξεων,
  5. πλήρης και ακριβής ενημέρωση για το διαφημιζόμενο προϊόν ή υπηρεσία,
  6. χρήση “ενεργητικών” σημείων στίξης, όπως το θαυμαστικό και όχι τελείες.
- Χρήση λέξεων κλειδιών. Ο τελευταίος και πιο σημαντικός παράγοντας είναι ο χαρακτηρισμός της αγγελίας βάση λέξεων κλειδιών. Πρόκειται για μια απλή λειτουργία με ισχυρότατες δυνατότητες, η οποία διευκολύνει τη διαδικασία εντοπισμού των αγγελιών. Αυτό που απαιτείται είναι ο πελάτης να ορίζει κατά την υποβολή ποιες είναι οι λέξεις κλειδιά που χαρακτηρίζουν την αγγελία.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

### ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

#### 7.1 Μορφές Διαδικτυακής Εκπαίδευσης

Μια από τις πιο ενδιαφέρουσες πτυχές του διαδικτύου είναι αυτή της εκπαίδευσης ή αλλιώς e-learning. Κάποτε οι άνθρωποι φαντάζονταν ότι η εκπαίδευση θα μπορούσε να γίνει διαδικτυακά. Κάποιοι άλλοι δεν πίστευαν ότι κάτι τέτοιο θα μπορέσει ποτέ να είναι αποτελεσματικό. Όμως διαψεύστηκαν γιατί ήδη γίνονται τεράστια βήματα, ή μάλλον άλματα και σε πολλά επίπεδα.

Το Διαδίκτυο και ιδιαίτερα ο Παγκόσμιος Ιστός αποτελεί πλέον διαδεδομένο μέσο, το οποίο προσφέρει νέα εργαλεία μάθησης, δημιουργώντας ένα καινοτόμο σύστημα παροχής μαθημάτων, συνδέοντας άμεσα εκπαιδευόμενους με πηγές εκπαιδευτικού υλικού. Οι αλλαγές που απορρέουν από τις ιδιαιτερότητες των νέων εργαλείων μάθησης καθιστούν αναγκαία την άμεση προσαρμογή των εκπαιδευτικών στις νέες μεθόδους διδασκαλίας και την ανανέωση της διδακτικής και εκπαιδευτικής τους πρακτικής. Το Διαδίκτυο και ιδιαίτερα ο Παγκόσμιος Ιστός αποτελεί πλέον διαδεδομένο μέσο, το οποίο προσφέρει νέα εργαλεία μάθησης, δημιουργώντας ένα καινοτόμο σύστημα παροχής μαθημάτων, συνδέοντας άμεσα εκπαιδευόμενους με πηγές εκπαιδευτικού υλικού. Οι αλλαγές που απορρέουν από τις ιδιαιτερότητες των νέων εργαλείων μάθησης καθιστούν αναγκαία την άμεση προσαρμογή των εκπαιδευτικών στις νέες μεθόδους διδασκαλίας και την ανανέωση της διδακτικής και εκπαιδευτικής τους πρακτικής.

Με τον όρο εξ' αποστάσεως εκπαίδευση εννοούμε μια μορφή ελεύθερης εκπαίδευσης η οποία σε αντίθεση με την παραδοσιακή διδασκαλία δεν απαιτεί από τον εκπαιδευτή και τον εκπαιδευόμενο να βρίσκονται ταυτόχρονα στον ίδιο τόπο, αλλά επιτρέπει την αμφίδρομη μεταξύ τους επικοινωνία μέσω του Διαδικτύου, η οποία μπορεί να είναι σύγχρονη ή ασύγχρονη.

Στόχοι της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης κυρίως είναι:

- να μεταδίδει μαθήματα σε απομακρυσμένες περιοχές όπου καθηγητές δεν μπορούν να έχουν πρόσβαση, παρέχοντας ίσες ευκαιρίες πρόσβασης στη γνώση, σε όλους ανεξαρτήτως τους μαθητές.
- να προωθεί την διαπολιτισμικότητα μεταξύ των μαθητών, που πλέον έχουν τη δυνατότητα να ανταλλάσσουν γνώσεις και εμπειρίες.
- να παρέχει εκπαίδευση σε άτομα με ειδικές ανάγκες που δεν μπορούν να μετακινηθούν, ενισχύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τον κοινωνικό ρόλο του σχολείου.
- να βελτιώνει τις τεχνικές διδασκαλίας των εκπαιδευτών παρέχοντας τους τη δυνατότητα να παρακολουθούν άλλους εκπαιδευτές να διδάσκουν το ίδιο αντικείμενο.
- να ενισχύει τη δυνατότητα δια βίου εκπαίδευσης, καθώς διδάσκει στους εκπαιδευόμενους τον τρόπο να αντλούν μόνοι τους τη γνώση από τις πηγές, γεγονός που επιβάλλεται άμεσα στη σύγχρονη εποχή καθώς υπάρχει μεγάλη αύξηση γνώσεων σε όλους τους τομείς.

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης, είναι η ανεξαρτησία της επικοινωνίας από την απόσταση που επιτυγχάνεται με τη δημιουργία των εικονικών-δυναμικών χώρων συζήτησης και η ανεξαρτησία της από τον χρόνο, καθόσον τα δίκτυα των υπολογιστών λειτουργούν χωρίς διακοπή προσφέροντας τη δυνατότητα στο χρήστη να εργάζεται σύμφωνα με το προσωπικό του χρονοδιάγραμμα.

Τα εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης συστήματα απευθύνονται σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης καθώς σήμερα υπάρχει η δυνατότητα στα περισσότερα εκπαιδευτικά ιδρύματα να συνδέονται στο Διαδίκτυο.

Υπάρχουν πολλές μορφές εκπαίδευσης από απόσταση. Κάποιες μορφές προσομοιώνουν τη διδασκαλία που γίνεται μέσα στην τάξη με επικοινωνία εκπαιδευτών και εκπαιδευόμενων σε πραγματικό χρόνο, αμφίδρομη ή μονόδρομη (σύγχρονη εκπαίδευση), ενώ άλλες μορφές υποστηρίζουν την ανεξάρτητη μάθηση που κατευθύνεται από τον εκπαιδευόμενο (ασύγχρονη εκπαίδευση).

## **7.2 Αμφίδρομη εκπαίδευση**

Στη σύγχρονη *αμφίδρομη* εξ' αποστάσεως εκπαίδευση απαιτείται η ταυτόχρονη συμμετοχή εκπαιδευτών και εκπαιδευόμενων, ώστε η αλληλεπίδραση μεταξύ τους να γίνεται σε "πραγματικό χρόνο". Μολονότι ο καθένας από τους συμμετέχοντες είναι στο χώρο του, μέσω τηλεπικοινωνιακής σύνδεσης βρίσκονται όλοι μαζί σε μια εικονική αίθουσα διδασκαλίας. Τα μαθήματα παραδίδονται μέσω του Διαδικτύου, στο οποίο οι εκπαιδευτές αναπτύσσουν το εκπαιδευτικό υλικό. Μέσω του Διαδικτύου οι εκπαιδευόμενοι μελετούν το εκπαιδευτικό υλικό, επικοινωνούν και συνεργάζονται με τον εκπαιδευτή και τους υπόλοιπους εκπαιδευόμενους, έχοντας την κύρια ευθύνη της μελέτης τους και εκτελούν τις μαθησιακές διαδικασίες. Οι παραπάνω λειτουργίες συνθέτουν την εικονική τάξη. Η εικονική τάξη αποτελεί ένα εκπαιδευτικό περιβάλλον το οποίο προσομοιώνει δραστηριότητες που πραγματοποιούνται σε μια παραδοσιακή τάξη. Προγράμματα όπως το CU-SeeMe, NetMeeting, ClassPoint μπορούν να χρησιμοποιηθούν για μετάδοση εικόνας (video) και ήχου (audio) σε πραγματικό χρόνο μέσω των οποίων δημιουργούνται οι τηλετάξεις .

## **7.3 Μονόδρομη εκπαίδευση**

Στη σύγχρονη *μονόδρομη* εξ' αποστάσεως εκπαίδευση οι εκπαιδευόμενοι δεν έχουν τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης με τον καθηγητή και παρακολουθούν μια διάλεξη σε Η/Υ συνδεδεμένοι στο Διαδίκτυο. Στην ασύγχρονη εξ' αποστάσεως εκπαίδευση η επικοινωνία μεταξύ εκπαιδευτή και εκπαιδευόμενου μπορεί να γίνει σε διαφορετικές χρονικές στιγμές. Ο εκπαιδευτής ανεβάζει (upload) το εκπαιδευτικό υλικό που μπορεί να είναι αρχεία κειμένου, ήχου, εικόνας ή video σε γνωστή περιοχή όπου ο εκπαιδευόμενος έχει πρόσβαση και μπορεί οποιοσδήποτε στιγμή να τα φέρνει στον υπολογιστή του για να τα μελετήσει. Ακόμη τα αρχεία μπορούν να αποσταλούν προσαρτημένα σε ένα μήνυμα με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (E-mail) στον εκπαιδευόμενο.

Η ομαδική συζήτηση μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους μέσα στο δίκτυο. Μια μορφή συζήτησης είναι οι "λίστες συζητήσεων," (mailing lists) του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Σε κάθε "λίστα συζητήσεων" υπάρχει ένα κεντρικό θέμα συζήτησης που φαίνεται από το όνομα της λίστας. Για να

παρακολουθήσει κάποιος τη συζήτηση σε μια λίστα πρέπει πρώτα να εγγραφεί μέλος στη λίστα. Τα μέλη κάθε "λίστας" μπορούν να στέλνουν μηνύματα (e-mail) στην ηλεκτρονική διεύθυνση της λίστας, η οποία ανήκει σε κάποιο κεντρικό υπολογιστή (host computer). Κάθε μήνυμα που φτάνει στον υπολογιστή αυτόν, με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, προωθείται αυτόματα στις ηλεκτρονικές διευθύνσεις των ατόμων που είναι μέλη της λίστας.

#### **7.4 Εξ'αποστάσεως εκπαίδευση**

Η μορφή ανεξάρτητης μάθησης με ασύγχρονη επικοινωνία εφαρμόζεται στα περισσότερα συστήματα εκπαίδευσης από απόσταση. Η δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού που θα χρησιμοποιηθεί για την εξ' αποστάσεως εκπαίδευση προϋποθέτει τη λήψη μιας σειράς αποφάσεων όπως:

- η αποσαφήνιση των σκοπών και των στόχων που επιδιώκονται.
- η επιλογή ενός παιδαγωγικού πλαισίου χρήσης.
- ο προσδιορισμός του κοινού στο οποίο απευθύνεται.
- η λειτουργικότητα και ευκολία πλοήγησης με μινιμαλιστική σχεδίαση.
- η επιδίωξη αισθητικού αποτελέσματος.
- ο πλουραλισμός των πληροφοριών.
- οι πολλαπλές δυνατότητες ανάγνωσης που θα ενεργοποιούνται μέσω των συνδέσμων.
- μακροπρόθεσμα σχέδια σχετικά με τη σύνταξη και διαχείριση του Web site.

Ο δημιουργός του εξ' αποστάσεως μαθήματος ακολουθεί μη γραμμική παρουσίαση της ύλης του μαθήματος. Για την οργάνωση της ύλης αρχικά παρουσιάζονται επιγραμματικά τα σημαντικότερα σημεία που θα πρέπει να τονιστούν και με υπερσυνδέσμους ο εκπαιδευόμενος οδηγείται σε υποενότητες όπου παρουσιάζονται περισσότερες λεπτομέρειες. Συνεπώς θα πρέπει να ληφθεί υπόψη πως η συγγραφή υπερκειμένων δεν γίνεται με τον ίδιο τρόπο συγγραφής συνήθους γραμμικού κειμένου.

Ο σχεδιαστής υπερκειμένου πρέπει να τονίσει-επιλέξει τα σημαντικότερα στοιχεία καθ' όσον ο τονισμός ενός μακροσκελούς κειμένου έχει ως συνέπεια την απώλεια της έμφασης. Κάθε υπερσύνδεσμος δεν

πρέπει να καλύπτει περισσότερο κείμενο από το απολύτως απαραίτητο. Οι πρώτες γραμμές κάθε παραγράφου πρέπει να έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και συμπυκνωμένες ιδέες. Η ανάγνωση του υπερκειμένου από την οθόνη του υπολογιστή είναι κουραστική και αργή. Σχετική μελέτη συμπεριφοράς χρηστών του διαδικτύου έδειξε ότι :

- 79% των χρηστών ρίχνουν μια γρήγορη ματιά αναζητώντας λέξεις κλειδιά.
- 16% διαβάζουν λέξη προς λέξη το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας.

Γι' αυτό όταν γράφουμε για το διαδίκτυο χρησιμοποιούμε πιο λιτή και περιεκτική γραφή απ' ό τι για έντυπο κείμενο. Το μέγεθος σελίδων να είναι μικρό εξαιτίας του μεγέθους της οθόνης ώστε να αποφεύγεται η κατακόρυφη κύλιση μέσα στη σελίδα. Ο χαρακτήρας κάθε σελίδας θα πρέπει να είναι αυθύπαρκτος και να γίνεται προσπάθεια ελαχιστοποίησης του μνημονικού φορτίου.

Όσο πιο μικρή είναι η ηλικία του εκπαιδευόμενου τόσο πιο κοντά στη σειριακή δομή του βιβλίου πρέπει να είναι σχεδιασμένο το μάθημα. Χρησιμοποιώντας περισσότερο τους υπερσύνδεσμούς προς την επόμενη και προηγούμενη σελίδα («Next», «Previous») ή βέλη πλοήγησης, εξασφαλίζεται το ότι όλοι οι χρήστες βλέπουν την ίδια παρουσίαση. Μη γραμμικές δομές, προσαρμοστικές και αλληλεπιδραστικές είναι κατάλληλες για πιο μεγάλες ηλικίες, εμπειρότερων χρηστών, μια και δεν μπορεί κάποιος από την αρχή να προβλέψει ποια θέματα θα τραβήξουν την προσοχή του κάθε χρήστη. Η μη γραμμική δομή επιτρέπει στον εκπαιδευόμενο να διαλέγει μόνος του το ρυθμό και τη διαδρομή της μάθησης που του ταιριάζει και δεν τον κουράζει. Επομένως πρέπει να υπάρχει ξεκάθαρη δομή, ευκρινώς οργανωμένη και εύκολη πρόσβαση σε επεξηγηματικές σελίδες που δείχνουν την οργάνωση της πληροφορίας ώστε οι χειρισμοί να είναι σύντομοι για τη διευκόλυνση των εμπείρων χρηστών και απλοί για τους αρχάριους χρήστες και μικρούς μαθητές. Οι έμπειροι χρήστες προτιμούν τα λιτά μενού κειμένου, με άμεση πρόσβαση στην πληροφορία, χωρίς εκτενείς ευρετηριακές δομές.

Για όλα τα παραπάνω πρέπει να υπάρχουν μενού με ξεκάθαρη οργάνωση. Ο συγγραφέας εκπαιδευτικού υλικού συνεπώς πρέπει να προσαρμόζει κατάλληλα τη μορφή του υλικού του. Πρέπει να επιλέγει με μέτρο τα στοιχεία τα οποία θα τονίζει. Κρίνονται απαραίτητα: η χρήση των στοιχείων (χάρτες πλοήγησης, γλωσσάριο τεχνικών όρων και ορολογίας),

κατάλογος συχνών ερωτήσεων (FAQ), σύνδεσμοι σε μηχανές αναζήτησης. Καλό είναι να προσφέρονται παραπομπές με σχετικό προς το μάθημα υλικό τόσο εντός του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου όσο και στο Διαδίκτυο. Δηλαδή να υπάρχει μια κεντρική ροή αλλά να δίνονται περισσότερες ευκαιρίες στους μαθητές να αναζητήσουν επιπλέον πληροφορίες στο Διαδίκτυο, παρεκκλίνοντας από το αρχικό θέμα.

Τα γραφικά, τα αρχεία video και audio και άλλα πολυμεσικά στοιχεία που θα χρησιμοποιηθούν για τον εμπλουτισμό του μαθησιακού υλικού θα πρέπει να είναι σχετικά μικρού μεγέθους για να μπορεί να τα διαχειριστεί εύκολα ο χρήστης γιατί απαιτούν πολύ χρόνο για να φορτωθούν. Πολλοί χρήστες έχουν σύνδεση χαμηλών ταχυτήτων με το Internet και η καθυστέρηση μπορεί να αποθαρρύνει τον εκπαιδευόμενο ή να προκαλέσει την απώλεια του ενδιαφέροντος του. Οι πληροφορίες που παρέχονται μέσω της εξ' αποστάσεως διδασκαλίας στο Διαδίκτυο πρέπει να ανανεώνονται και να συμπληρώνονται συχνά. Επίσης κατά περιόδους πρέπει να ελέγχονται οι εξωτερικοί σύνδεσμοι που οδηγούν σε άλλες περιοχές ώστε να αφαιρεθούν οι σύνδεσμοι προς διευθύνσεις που έχουν καταργηθεί ή αλλάξει.

Ακολουθώντας τις παραπάνω αρχές σχεδιασμού εκπαιδευτικού υλικού για το Διαδίκτυο, αναπτύχθηκε μια εφαρμογή με χρήση Web Course Builder που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί στην Α/θμια και Β/θμια Εκπαίδευση. Το μάθημα αυτό αναφέρεται στις περιφερειακές μονάδες του υπολογιστή.

Η αξιοποίηση της χρήσης της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης και των νέων τεχνολογιών κατ' επέκταση, από δασκάλους καθηγητές και επιμορφωτές έχει επιφέρει αλλαγές στην εκπαιδευτική διαδικασία: ο εκπαιδευτής παύει να είναι το κέντρο της μαθησιακής διαδικασίας. Η εξ' αποστάσεως εκπαίδευση δίνει περισσότερο έμφαση στη μάθηση και λιγότερο στη διδασκαλία. Ο μαθητής είναι αυτός που «ανακαλύπτει» τη γνώση ψάχνοντας σε πηγές. Η μάθηση παύει να είναι μονόδρομη και παθητική, γίνεται βιωματική, ενεργή, ανοιχτών οριζόντων. Έτσι μαθαίνουν να λύνουν διάφορα προβλήματα όμοια με αυτά που θα συναντήσουν στην πραγματική ζωή τους ως επαγγελματίες. Οι δάσκαλοι και οι καθηγητές καθώς έχουν ως έργο να προετοιμάσουν τους αυριανούς πολίτες θα πρέπει να τους εφοδιάσουν με εκείνες τις ικανότητες που θα τους επιτρέπουν να αντλούν τη γνώση από διάφορες πηγές μόνοι τους και στη συνέχεια με κριτική στάση

απέναντι στον τεράστιο όγκο πληροφοριών που πλέον έχουν στη διάθεση τους να τη φιλτράρουν και να την αξιοποιούν. Η τεχνολογία είναι ένα πολύ ισχυρό εργαλείο στα χέρια των εκπαιδευτικών καθώς αποτελεί πλέον το μέσο για απόκτηση γνώσεων, για τη συνεργασία και την ανταλλαγή ιδεών μεταξύ καθηγητών και μαθητών. Με τη χρήση των νέων τεχνολογιών στην εκπαιδευτική διαδικασία ενδυναμώνεται ο παραδοσιακός ρόλος του εκπαιδευτικού, ο οποίος εκτός από πηγή γνώσης είναι πλέον και καθοδηγητής, συντονιστής, ηγέτης και αξιολογητής της γνώσης.

Οι νέες τεχνολογίες ωστόσο θα πρέπει να χρησιμοποιούνται σε συνδυασμό με τα άλλα εκπαιδευτικά μέσα και όχι σαν υποκατάστατο των άλλων μέσων. Το βασικό ζήτημα πρέπει να είναι η αποδοτική χρήση αυτών των τεχνολογιών ως εργαλείων για την υποστήριξη της παροχής γνώσης και της μάθησης, παρά ως υποκατάστατο του παραδοσιακού ρόλου του διδάσκοντα και του συμβατικού εκπαιδευτικού υλικού. “Σαν εκπαιδευτικοί, στόχος μας είναι να παρέχουμε πολλές επιλογές για ποικίλους τρόπους διδασκαλίας και μόνο αν αντιμετωπίζουμε την επικοινωνία μέσω υπολογιστών μέσα από αυτό το πρίσμα θα έχουμε καλύτερα αποτελέσματα από τη χρήση της” (Berge & Collins, 1993).

### **Moodle Learning Management System**

«Το Moodle αποτελεί μια από τις καλύτερες επιλογές για την διαδικτυακή εκπαίδευση. Το **Moodle** (Modular Object Oriented Developmental Learning Environment) είναι ελεύθερο λογισμικό διαχείρισης εκπαιδευτικού περιεχομένου (Course Management System). Χρησιμοποιείται κυρίως για τις ανάγκες της ασύγχρονης τηλεεκπαίδευσης. Μέχρι στιγμής έχει περισσότερους από 200.000 εγγεγραμμένους χρήστες και διατίθεται μεταφρασμένο σε περισσότερες από 75 γλώσσες.» (e-Learning πλατφόρμες και εκπαίδευση στο Διαδίκτυο, [www.moodle.gr](http://www.moodle.gr).)

Πίσω από το Moodle υπάρχει μια πάρα πολύ ισχυρή κοινότητα που συνεισφέρει σε πάρα πολλούς τομείς στην *επέκταση* και την *διάδοση* της πλατφόρμας. Αν θέλετε να ασχοληθείτε με την εκπαίδευση και το διαδίκτυο, ακόμα και σαν χόμπι, μην παραλείψετε να το δοκιμάσετε. Ακόμα και αν στην αρχή μοιάζει λίγο φοβιστικό, στο τέλος θα ανταμειφθείτε για την γενναιότητά σας.

### LiveMocha Ξένες Γλώσσες

Μπορείτε να γίνετε μαθητής και δάσκαλος ταυτόχρονα. Το LiveMocha είναι μια εκπαιδευτική κοινότητα η οποία στηρίζεται καθαρά και μόνο στα μέλη της. Όταν γίνετε μέλη διαλέγετε τις γλώσσες και το επίπεδο στο οποίο τις γνωρίζετε και τις γλώσσες τις οποίες επιθυμείτε να μάθετε. Τότε το πρόγραμμα σας βρίσκει άλλους που θα μπορούν να σας διδάξουν και να μάθουν από εσάς.

Όλα βασίζονται πάνω σε ένα σύστημα πόντων το οποίο μετράει την αξιοπιστία του κάθε μέλους. Οι συγκομιδή πόντων γίνεται μέσα από τη δημιουργία ή τη συμμετοχή σε *Courses*. Θα βρείτε εκατοντάδες ασκήσεις, γραπτές, φωνητικές κλπ. Όλη η πλατφόρμα δίνει μεγάλη έμπνευση και ελπίδα για το πώς θα μπορούσε να εξελιχθεί η εκπαίδευση σε μερικά χρόνια. Επίσης είναι δωρεάν.



Unit 1 > Lesson 1 > First nouns

Lesson 1 Progress

Required Exercises

- Learn (10/10)
- Review
- Write
- Speak

Optional Exercises

- Read
- Listen
- Magnet
- Quiz

[Course Home](#)

**Congratulations!**

You're 25% of the way through Lesson 1. Only 3 exercise(s) left!

**Create a Flashcard Set of this Lesson**

Below you can save terms you learned in this lesson to a Flashcard Set and review them from My Flashcard Sets link above.

<input checked="" type="checkbox"/>	FRONT	BACK
<input checked="" type="checkbox"/>	hombre	man
<input checked="" type="checkbox"/>	mujer	woman
<input checked="" type="checkbox"/>	mifa	oil

### 7.5 Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων μαζί με Microsoft Ελλάς.

Το Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων σε συνεργασία με την Microsoft Ελλάς, ανακοίνωσε την έναρξη λειτουργίας της ανανεωμένης Διαδικτυακής Πύλης, για την Πρωτοβάθμια και Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση, που λειτουργεί στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://www.e-yliko.gr/>. Η ανακοίνωση έγινε σε ειδική εκδήλωση που διοργανώθηκε την Τρίτη 20 Μαρτίου στο Ίδρυμα Ευγενίδου. Η Εκπαιδευτική Πύλη δημιουργήθηκε με στόχο τη βελτίωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας, τη συγκέντρωση του υπάρχοντος εκπαιδευτικού ψηφιακού υλικού που σήμερα βρίσκεται διάσπαρτο, και την περαιτέρω αξιοποίηση των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνίας (Τ.Π.Ε.). Η νέα διαδικτυακή πύλη διαθέτει ολοκληρωμένες προτάσεις για το σύγχρονο εκπαιδευτικό που επιθυμεί, μέσα από την υιοθέτηση διαδικασιών που στοχεύουν να κεντρίσουν το ενδιαφέρον των μαθητών, να ανανεώσει τις μεθόδους διδασκαλίας που εφαρμόζει. Η ιστοσελίδα <http://www.e-yliko.gr/> ανανεώνεται διαρκώς με τη συμβολή των

ίδιων των μελών της εκπαιδευτικής κοινότητας, αποτελώντας για δασκάλους και καθηγητές ένα χώρο ανταλλαγής απόψεων, όπου μπορούν ανά πάσα στιγμή να ανατρέξουν για τον εντοπισμό οποιουδήποτε τύπου εκπαιδευτικού υλικού και καινοτόμων προτάσεων διδασκαλίας.

Οι επισκέπτες της συγκεκριμένης διαδικτυακής πύλης θα μπορούν να βρουν προτάσεις διδασκαλίας, υποστηρικτικό υλικό, άρθρα, χρήσιμες διευθύνσεις, τρέχοντες διαγωνισμούς και πολλές άλλες χρήσιμες πληροφορίες. Η δωρεάν ανάπτυξη και υποστήριξη της διαδικτυακής πύλης <http://www.e-yliko.gr/> από τη Microsoft Ελλάς πραγματοποιείται στο πλαίσιο του Μνημονίου Συνεργασίας που η εταιρεία υπέγραψε το 2005 με το Υπουργείο Παιδείας, καθώς και του πρωτοποριακού χορηγικού προγράμματος «Συνεργάτες στη Μάθηση» το οποίο η Microsoft υλοποιεί σε περισσότερες από 100 χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο, συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας. Απευθύνοντας σύντομο χαιρετισμό, ο Γενικός Γραμματέας του ΥΠΕΠΘ, καθηγητής Ανδρέας Καραμάνος, δήλωσε ότι «Οι τεχνολογίες αποτελούν εργαλείο για τη βελτίωση της ποιότητας της εκπαιδευτικής και μαθησιακής διαδικασίας και όχι αυτοσκοπός. Η εκπαιδευτική πύλη που αποτελεί ένα παράθυρο στην εκπαίδευση είναι αποτέλεσμα μίας ιδιαίτερα αξιόλογης προσπάθειας του Υπουργείου, του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου και της Microsoft».

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ

### ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Οι επικοινωνίες, από την κλασική αλληλογραφία μέχρι και την ενσύρματη επικοινωνία, έχουν από καιρό μπει σε μια νέα διάσταση, τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα. Οι συσκευές και οι τεχνολογικές πλατφόρμες ενοποιούνται, όπως τα δίκτυα και οι υπηρεσίες.

#### 8.1 Τρόποι επικοινωνίας στο Διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο έχει καταφέρει να μπει για τα καλά στην ζωή μας αφού έχει αντικαταστήσει όλους τους παλαιότερους τρόπους επικοινωνίας και όχι μόνο. Μετά το τηλέφωνο, το οποίο με την σειρά του αντικατέστησε την κλασική αλληλογραφία, σειρά έχει το Διαδίκτυο, το οποίο δεν μας προσφέρει μόνο εικόνα. Μπορούμε πλέον με το ίδιο καλώδιο, να μεταφέρουμε φωνή, δεδομένα και εικόνα και όλα αυτά ταυτόχρονα.

Βέβαια ο υπολογιστής μόνος του δεν μπορεί να μεταφέρει σε έναν άλλο χρήστη εικόνα και ήχο ζωντανά. Αυτό γίνεται συνδέοντας άλλα εξαρτήματα στον υπολογιστή, όπως είναι η μικρή κάμερα που τοποθετείται στο πάνω μέρος του υπολογιστή και έχει την δυνατότητα να δείχνει τι διαδραματίζεται αυτή την στιγμή μπροστά της, καθώς επίσης και να τα μεταφέρει στον χρήστη με τον οποίο έχουμε ζωντανή επικοινωνία μαζί του. Με λίγα λόγια, ο υπολογιστής, με βοήθεια την κάμερα, μας δίνει την δυνατότητα να μιλάμε με έναν άλλο χρήστη σαν να τον έχουμε απέναντί μας.

Εκτός από τον τρόπο αυτό, μια άλλη μορφή επικοινωνίας είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή αλλιώς e-mail. Και με το e-mail μπορούμε να στείλουμε εικόνα και δεδομένα σε μορφή κειμένου. Ο χρήστης στον οποίο απευθυνόμαστε μπορεί να το λάβει οποιαδήποτε στιγμή από την ώρα που το στείλαμε. Το μειονέκτημα εδώ είναι ότι δεν υπάρχει ζωντανή σύνδεση, και έτσι σπαταλάμε πολύτιμο χρόνο περιμένοντας να μας σταλεί η απάντηση.

Ένας ακόμη τρόπος επικοινωνίας, ο οποίος έχει ενταχθεί και στον τομέα της ψυχαγωγίας είναι η γνωστή ιστοσελίδα «facebook». Σε αυτήν την ιστοσελίδα λοιπόν, δεν έχουμε μόνο την δυνατότητα να διασκεδάσουμε με τους τρόπους που έχουμε ήδη αναφέρει, αλλά μπορούμε να επικοινωνήσουμε και με χρήστες του οποίους έχουμε δεχθεί ως “φίλους” μας,

γνωστούς και άγνωστους. Το ποιους θα κάνουμε “φίλους” μας βρίσκεται αποκλειστικά στην δική μας κρίση. Όταν λοιπόν αποδεχθούμε κάποιους χρήστες, και βλέπουμε ότι είναι και αυτοί on-line τότε μπορούμε να επικοινωνήσουμε μαζί τους άμεσα και χωρίς να σπαταλάμε χρόνο για να περιμένουμε πότε θα μας σταλθεί η απάντηση. Είναι και αυτός ένας ωραίος τρόπος επικοινωνίας, διότι εκτός από το να επικοινωνούμε, μαθαίνουμε και διάφορες πληροφορίες τις οποίες έχει δημοσιεύσει ο χρήστης-“φίλος” μας.

Η επικοινωνία έχει πολλά πλεονεκτήματα, διότι μας βοηθά να επικοινωνήσουμε με ανθρώπους που βρίσκονται στην άλλη άκρη του κόσμου. Η έκθεση όμως δεδομένων, όπως είναι οι φωτογραφίες ή τα βίντεο, μερικές φορές δεν έχουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Όπως έχουμε αναφέρει και σε προηγούμενο κεφάλαιο, υπάρχουν κάποιοι άνθρωποι, οι οποίοι μετατρέπουν τα προσωπικά μας δεδομένα και τα τοποθετούν στο Διαδίκτυο όπου ο καθένας έχει την δυνατότητα να τα δει. Αυτό βέβαια δεν είναι καθόλου σωστό, διότι πρέπει να υπάρχει προστασία στο Διαδίκτυο από οποιοδήποτε ακατάλληλο διαδικτυακό περιεχόμενο, όπως πορνογραφικό υλικό, βία, επικίνδυνα διαδικτυακά παιχνίδια και chat. Τα περισσότερα παιδιά, ως άπειροι νέοι χρήστες, πέφτουν στην παγίδα αυτή με αποτέλεσμα να μεγαλώνει η διαδικτυακή βία και η παιδική πορνογραφία.

## **8.2 Πορνογραφία στο Διαδίκτυο**

### **- Διαφορές μεταξύ παιδικής πορνογραφίας και πορνογραφίας ενηλίκων**

Πολλοί άνθρωποι το βρίσκουν δύσκολο να φανταστούν πορνογραφικές εικόνες παιδιών και επομένως δεν αντιλαμβάνονται τον όρο «παιδική πορνογραφία». Αυτό που είναι σημαντικό να έχουμε στο μυαλό μας είναι ότι η παιδική πορνογραφία είναι η απεικόνιση ενός εγκλήματος, όπου θύμα είναι ένας ανήλικος. Είναι φωτογραφίες της σεξουαλικής κακοποίησης ενός παιδιού και τίποτα λιγότερο από μια επίθεση σε ένα παιδί. Πρόκειται για εικόνες ενηλίκων σε σεξουαλικές δραστηριότητες με ανηλικούς και όταν αυτές οι φωτογραφίες διαδοθούν μέσω Διαδικτύου, οι ανήλικοι αυτοί γίνονται θύματα της ίδιας πράξης ξανά και ξανά.

Η πορνογραφία ενηλίκων έχει διαφορετικό νομικό καθορισμό και διαφορετικά επίπεδα αποδοχής σε διαφορετικές χώρες. Ορίζεται ως μια αναπαράσταση (βίντεο, dvd, ήχος, κείμενο) ενός ενήλικου ατόμου που

συμμετέχει ή απεικονίζεται ως συμμετέχων σε σαφή σεξουαλική δραστηριότητα. Υπάρχει αρκετά μεγάλος βαθμός συναίνεσης σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ότι η πρόσβαση στο συγκεκριμένο υλικό μπορεί να επηρεάσει τη σωματική και την πνευματική ανάπτυξη των ανηλίκων και ότι θα πρέπει να επιτρέπεται μόνο σε ενηλίκους.

#### - Πως τα κυκλώματα παιδοφιλίας χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο

Υπάρχει μια ισχυρή εντύπωση ότι το Διαδίκτυο έχει γίνει ένας ισχυρός παράγων στην εξέλιξη των παιδοφιλικών κυκλωμάτων παγκοσμίως. Πολλές πρόσφατες καταδίκες στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και στο Ηνωμένο Βασίλειο απέδειξαν ότι το Διαδίκτυο χρησιμοποιείται ευρέως από τα μέλη τέτοιων κυκλωμάτων, τόσο για να την ανταλλαγή εμπειριών όσο και για την διακίνηση φωτογραφιών παιδικής πορνογραφίας.

Η διάδοση της παιδικής πορνογραφίας προκαλεί μεγάλη ανησυχία στους διεθνείς φορείς που ασχολούνται με την προστασία των ανηλίκων. Ανεξάρτητα από τους τρόπους που χρησιμοποιούνται για την διακίνηση φωτογραφιών παιδικής πορνογραφίας στο Διαδίκτυο, το πρόβλημα εξακολουθεί να είναι σοβαρό στη δυτική Ευρώπη, όπου αποκαλύφθηκαν σημαντικά κυκλώματα παιδικής πορνογραφίας στη Δανία, την Ισπανία, τη Γερμανία, την Ιταλία, την Ολλανδία, τη Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Καθώς αυτά τα δίκτυα όλο και συχνότερα χρησιμοποιούν ανεπτυγμένες τεχνολογίες τηλεπικοινωνιών, κάνοντας χρήση κρυπτογράφησης και κωδικών ονομασιών, γίνεται συνεχώς δυσκολότερη η ανακάλυψή τους από τις αρχές.

#### - Πως εκτίθενται τα παιδιά σε πορνογραφικό υλικό

Είναι πολύ εύκολο να «ανεβάσει» κάποιος φωτογραφικό υλικό στο Διαδίκτυο. Αφού σκανάρει την φωτογραφία, μπορεί να την αποθηκεύσει σε κάποιο αρχείο, και μετά είτε να την στείλει μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, είτε να τη δημοσιεύσει σε κάποια ιστοσελίδα, είτε να την προωθήσει μέσω κινητής τηλεφωνίας. Είναι επομένως εξαιρετικά πιθανό να συναντήσει κανείς παιδική πορνογραφία ενώ σερφάρει στο Διαδίκτυο ή προσπαθώντας να επικοινωνήσει με e-mail ή κινητό τηλέφωνο.

Υπάρχει λοιπόν τόσο μεγάλη προσφορά τέτοιου είδους υλικού που τα παιδιά ακόμα και μέσω μιας απλής μηχανής αναζήτησης μπορούν να το

εντοπίσουν. Βέβαια ακόμη και αν δεν το αποζητήσουν τα ίδια, υπάρχουν πολλά άτομα που τα προσεγγίζουν στο Διαδίκτυο, δίνοντάς τους πορνογραφικό υλικό. Με πολύ γρήγορο τρόπο, κάποιος μπορεί να διαβιβάσει μέσω του Διαδικτύου φωτογραφίες σεξουαλικού περιεχομένου με παιδιά σε παραλήπτες από όλο τον κόσμο. Είναι προφανές, ότι εκτός από την ζημιά που γίνεται στα παιδιά που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία αυτών των φωτογραφιών, το υλικό αυτό κρύβει κινδύνους και για τα παιδιά που αποκτούν πρόσβαση σε αυτό. Το ίδιο ισχύει και για ιστοσελίδες με περιεχόμενο που προωθεί τη βία, τον ρατσισμό και το μίσος.

Οι έφηβοι εμφανίζονται ως η πιο ευάλωτη ηλικιακή ομάδα σε ότι αφορά την παιδική πορνογραφία και το πορνογραφικό περιεχόμενο που δημοσιεύεται γενικότερα στο Διαδίκτυο. Κατά την περίοδο της εφηβείας τα νεαρά άτομα εξερευνούν τη σεξουαλικότητά τους και προσπαθούν να ανεξαρτητοποιηθούν, κάνοντας την «προσωπική τους επανάσταση». Αυτή η στάση ανεξαρτησίας και η αναζήτηση νέων γνωριμιών μέσω Διαδικτύου, ως αγαπητού μέσου επικοινωνίας και κοινωνικής δικτύωσης καθιστούν τους εφήβους την πιο ευαίσθητη ομάδα στο ζήτημα της πορνογραφίας αλλά και της σεξουαλικής παρενόχλησης.

#### - Τι είναι η παιδική πορνογραφία

Η παιδική πορνογραφία ορίζεται διαφορετικά από τη νομοθεσία της κάθε χώρας. Ο κοινός παρανομαστής είναι οι αναπαραστάσεις ανηλίκων που συμμετέχουν σε σεξουαλικές πράξεις ή καταστάσεις που υποδηλώνουν σεξουαλικές δραστηριότητες. Μερικές φορές ο ορισμός περιλαμβάνει εικόνες που έχουν υποστεί επεξεργασία από ηλεκτρονικό υπολογιστή ή και καρτούν.

Είναι ευρέως γνωστό ότι η παιδική πορνογραφία είναι παράνομη και υπόκειται σε ποινικές κυρώσεις. Επιπλέον υπάρχουν σημαντικές διαφορές στην αντιμετώπιση της παιδικής πορνογραφίας από χώρα σε χώρα. Σε ορισμένες χώρες, όπως και στην Ελλάδα, ακόμη και η εν γνώση κατοχή παιδικής πορνογραφίας είναι έγκλημα.

Σύμφωνα με τη Σύμβαση για τα Διαδικτυακά Εγκλήματα του Συμβουλίου της Ευρώπης η παιδική πορνογραφία έχει τις εξής μορφές:

α. Ένας ανήλικος που συμμετέχει σε σεξουαλική δραστηριότητα.

β. Ένα άτομο που συμμετέχει σε σεξουαλική δραστηριότητα προσποιούμενο ότι είναι ανήλικο.

γ. Ρεαλιστικές εικόνες που αναπαριστούν ένα ανήλικο να συμμετέχει σε σεξουαλικές δραστηριότητες.

Για να αντιληφθούμε πλήρως τις διαστάσεις του προβλήματος, σας δίνουμε μερικά στατιστικά στοιχεία που έδωσε στη δημοσιότητα η UNESCO σχετικά με την παιδική πορνογραφία στο Διαδίκτυο:

- Ο τζίρος της βιομηχανίας παιδικής πορνογραφίας στο Διαδίκτυο ξεπερνά τα 3 δις ευρώ κάθε χρόνο.
- Ο αριθμός των ιστοσελίδων που φιλοξενούν πορνογραφικό περιεχόμενο με πρωταγωνιστές ανήλικα παιδιά, ακόμη και βρέφη, υπολογίζεται ότι σημείωσε την τελευταία πενταετία αύξηση της τάξης του 345%.
- Ορισμένες ιστοσελίδες παιδικής πορνογραφίας, έχουν ημερήσια επισκεψιμότητα περίπου 150.000, παρά το υψηλό κόστος.

### **8.3 Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την πάταξη της παιδικής πορνογραφίας.**

«Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποφάσισε να χορηγήσει 427.000 ευρώ ως χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων του Ευρωπαϊκού Χρηματοδοτικού Συνασπισμού (ΕΧΣ) για την πάταξη της διακίνησης παιδοπορνογραφικού υλικού στο Διαδίκτυο. Την απόφαση αυτή ανακοίνωσε ο Jacques Barrot, αντιπρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, αρμόδιος για θέματα Δικαιοσύνης, Ελευθερίας και Ασφάλειας.»(Η Επιτροπή χρηματοδοτεί την πάταξη της παιδικής πορνογραφίας, Η Κέρκυρα Σήμερα, τ.3.827, Μάρτιος 2009.)

Η Επιτροπή θα παράσχει χρηματοδότηση έως 427.000 ευρώ στις δραστηριότητες του Συνασπισμού, ο οποίος αποσκοπεί στη συγκέντρωση όλων των εταίρων που δρουν στον τομέα της καταπολέμησης της εμπορικής διανομής παιδοπορνογραφικών εικόνων μέσω Διαδικτύου. Ο συνασπισμός θα συμβάλλει στον εντοπισμό και την προστασία των θυμάτων, την ανίχνευση και τη σύλληψη των κακοποιών- παιδεραστών καθώς και εκείνων που αντλούν οικονομικό όφελος από την πώληση εικόνων και κυρίως την κατάσχεση των κερδών που απορρέουν από αυτές τις εγκληματικές δραστηριότητες. Κατ'αυτόν τον τρόπο, θα εμποδίζεται η αγορά παιδοπορνογραφικού υλικού με πιστωτική κάρτα ή μέσω άλλων συστημάτων

ηλεκτρονικής πληρωμής. Επί πλέον, η Επιτροπή θα υποβάλλει προσεχώς προτάσεις για την επικαιρότητα και την ενίσχυση της απόφασης-πλαίσιο του Συμβουλίου για την καταπολέμηση της σεξουαλικής κακοποίησης και της σεξουαλικής εκμετάλλευσης παιδιών.



## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Στο παραπάνω σύγγραμμα αναφερθήκαμε στο Διαδίκτυο και αναφέραμε τις χρήσεις και τις καταχρήσεις του. Για να γίνουν πιο κατανοητές οι θετικές και αρνητικές επιδράσεις του Διαδικτύου, θεωρήσαμε σκόπιμο να το χωρίσουμε σε επιμέρους τομείς και να αναλύσουμε κάθε έναν από αυτούς.

Αναλύοντας χωριστά κάθε έναν από τους τομείς που επηρεάζει το Διαδίκτυο, μπορέσαμε να εντοπίσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της χρήσης του, τα οποία είναι διαφορετικά για τον κάθε ένα.

Με βάση τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι το Διαδίκτυο μας παρέχει πολλές υπηρεσίες, φθηνά προϊόντα, δυνατότητες για ψυχαγωγία, ενημέρωση και επικοινωνία, καθώς επίσης να ενημερωνόμαστε σε θέματα υγείας. Όμως θα πρέπει να είμαστε ιδιαίτερα προσεκτικοί γιατί εγκυμονεί πολλούς κινδύνους, τους οποίους δεν πρέπει να παραβλέπουμε.

Τέλος, το Διαδίκτυο έχει επηρεάσει αισθητά την ζωή μας με ποικίλους τρόπους και δεν μπορούμε πλέον να φανταστούμε την σημερινή κοινωνία χωρίς την χρήση του στην καθημερινότητά μας. Έχει γίνει πλέον απαραίτητο για όλους μας, αρκεί βέβαια η χρήση του να μην εξελίσσεται σε κατάχρηση.

## ΠΗΓΕΣ

### **A) Βιβλία**

1. Αξιωτέλης Γ., (1983), Σχολική Υδρία, Αθήνα, Εκδόσεις Γ. Αξιωτέλης.
2. Δοκανάρη Μάγδα, Μαγγιώρου Μαρία, Συστήματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου Β2Β, αδημοσίευτη πτυχιακή εργασία στο τμήμα Εφαρμογών Πληροφορικής στην Διοίκηση και στην Οικονομία, ΤΕΙ Μεσολογγίου, 2004.
3. Δουκίδης Γεώργιος, (2001), Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Αθήνα, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών.
4. Θεμπριάν Χουάν Λουίς, (2000), Το Δίκτυο-Το Ίντερνετ και τα Νέα Μέσα Επικοινωνίας (μτφρ. Παπαγεωργίου Χάρης), Αθήνα, Εκδόσεις Στάχυ.
5. Κατσουλάκος Γιάννης, (2001), Νέα Οικονομία- Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Αθήνα, Εκδόσεις Κέρκυρα.
6. Λέανδρος Νίκος, (2004), Το Διαδίκτυο- Ανάπτυξη και Αλλαγή, Αθήνα, Εκδόσεις Καστανιώτη.

### **B) Άρθρα Εφημερίδων- Ιστοσελίδων**

7. Γονείς και Κηδεμόνες- Συνομιλίες μέσω Διαδικτύου. [www.e-yliko.gr](http://www.e-yliko.gr)
8. Διαφορές μεταξύ Παιδικής Πορνογραφίας και Πορνογραφίας Ενηλίκων, [www.SaferInternet\\_gr](http://www.SaferInternet_gr).
9. Εκπαίδευση- Συνεχιζόμενη Ιατρική, [www.elegeia.gr](http://www.elegeia.gr).
10. Η Επιτροπή χρηματοδοτεί την πάταξη της Παιδικής Πορνογραφίας, Η Κέρκυρα Σήμερα, τ. 3.827, Μάρτιος 2009, σελ.9.
11. Νέος νόμος για την Παιδική Πορνογραφία, [www.SaferInternet\\_gr](http://www.SaferInternet_gr).
12. Πορνογραφία με θύμα το παιδί, [www.SaferInternet\\_gr](http://www.SaferInternet_gr).
13. Πορνογραφία- Ποιοι κινδυνεύουν, [www.SaferInternet\\_gr](http://www.SaferInternet_gr).

14. Προτεραιότητα στα νέα προϊόντα, Τα Νέα- Σαββατοκύριακο, Οδηγός Τηλεπικοινωνίες, Μάρτιος 2008, σελ.6.
15. Πως τα κυκλώματα Παιδοφιλίας χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, [www.SaferInternet\\_gr](http://www.SaferInternet_gr).
16. Υγεία και Διαδίκτυο, [www.pathfinder.gr](http://www.pathfinder.gr).
17. Υγεία μέσα στο Διαδίκτυο, [www.iatronet\\_gr](http://www.iatronet_gr).
18. e-Learning πλατφόρμες και εκπαίδευση στο Διαδίκτυο, [www.moodle.gr](http://www.moodle.gr).