

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ (Τ.Ε.Ι.) ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

# Ντοκιμαντέρ: «Νέα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και πώς αυτά επηρεάζουν τον χρήστη»

Επιμέλεια Πτυχιακής Εργασίας: ΤΡΟΥΜΠΑ ΚΑΛΛΙΟΠΗ

Εποπεύων Καθηγητής: κος. Καρακίτσος Γεώργιος

Πύργος, 2015

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, αποτελεί το τελευταίο κομμάτι της φοίτησής μου, στο ΤΕΙ του Πύργου, στο τμήμα Πληροφορικής και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Το θέμα που έχω αναλάβει για την εργασία μου, έχει τίτλο «Νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πώς αυτά επηρεάζουν τον χρήστη». Εκτός από το θεωρητικό κομμάτι, η εργασία μου περιλαμβάνει και το πρακτικό κομμάτι. Το θεωρητικό κομμάτι, περιλαμβάνει κεφάλαια, μέσα στα οποία αναλύονται όροι, όπως κοινωνική δικτύωση και κοινωνικά δίκτυα, όλα τα χαρακτηριστικά για μια καλή συνέντευξη, μία καλή προετοιμασία και ένα καλό μοντάζ. Το πρακτικό κομμάτι, περιλαμβάνει ντοκιμαντέρ, μέσα στο οποίο γίνεται αναφορά για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μέσω των συνεντεύξεων που έχουν πραγματοποιηθεί από ειδικούς, όπως ψυχολόγους και κοινωνιολόγους και από κάποιους χρήστες, αναδεικνύονται τα θετικά και τα αρνητικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή αλλιώς των social media, πώς τα χειρίζονται οι χρήστες, πώς επηρεάζονται οι άνθρωποι που τα χρησιμοποιούν, γιατί κάποιοι φτάνουν ακόμη και στην αυτοκτονία, για τον εθισμό, για τον διαδικτυακό εκφοβισμό, αλλά και για τα μέτρα που πρέπει να πάρουν οι γονείς για να προστατέψουν τα παιδιά τους από τον εθισμό αλλά και από τον εκφοβισμό.

## Ευχαριστίες

Αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω όλους όσους συνέβαλλαν, ο καθένας με τον δικό του τρόπο, στο να φτάσω μέχρι εδώ και να ολοκληρώσω την πτυχιακή μου εργασία.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους με βοήθησαν να φτάσω μέχρι εδώ και να βρίσκομαι αυτή την στιγμή να παρουσιάζω την πτυχιακή μου εργασία.Θέλω να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την εμπιστοσύνη που μου έδειξαν και με έστειλαν να σπουδάσω.Να τους ευχαριστήσω που είναι δίπλα μου και με στηρίζουν σε κάθε μου βήμα.

Θέλω να ευχαριστήσω τον καθηγητή μου, κύριο Γεώργιο Καρακίτσο,για την σημαντική καθοδήγηση και συμπαράσταση απο την αρχή μέχρι το τέλος της πτυχιακής μου εργασίας.

Για την υποστήριξη και την πολύτιμη βοήθειά του,σε όλα τα στάδια της εργασίας μου. Οι πολύτιμες γνώσεις και συμβουλές του, ενήργησαν καταλυτικά στην ολοκλήρωση της εργασίας μου.

Να ευχαριστήσω,τον κύριο Κούτρα,που μου έδωσε τις κάμερες για να πάρω τις συνεντεύξεις που ήθελα για το ντοκιμαντέρ μου και τις οδηγίες που μου έδωσε για ένα καλό αποτέλεσμα.

Να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές μου, που είχα όλα αυτά τα εξάμηνα και έμαθα πολλά πράγματα απο αυτούς και κατάφερα να φτάσω εδώ που είμαι. Και τέλος να ευχαριστήσω,όλους εκείνους που δέχτηκαν να τους κάνω κάποιες ερωτήσεις, για το θέμα που έχω αναλάβει να παρουσιάσω και να τους ενσωματώσω στο ντοκιμαντέρ μου.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Αναμφισβήτητα, τα Social Media, αποτελούν ένα παγκόσμιο φαινόμενο που φέρνει αλλαγές και καινοτομίες στην προσωπική, οικονομική αλλά και κοινωνική σκέψη και συμπεριφορά. Τα Social Media, προσμετρούν πάνω από 1 δισεκατομμύριο χρήστες παγκοσμίως. Τα κοινωνικά Μέσα, αποτελούν μια καινούργια πλατφόρμα συζήτησης για την συμπεριφορά των πολιτών, αλλά και των επιχειρήσεων. Είναι γεγονός, πως τα κοινωνικά Μέσα προσφέρουν στους πολίτες την δυνατότητα να παρεμβαίνουν στο δημόσιο διάλογο και στη δράση. Έχουν την δυνατότητα να παίρνουν θέση και να προκαλούν αλλαγές. Με την αυξανόμενη δημοτικότητα των social media, επηρεάζεται και η καταναλωτική συμπεριφορά των χρηστών αλλά και η πρόθεση για αγορά προϊόντων. Η παρούσα πτυχιακή εργασία, έχει ως στόχο να ερευνήσει κατά πόσο και που τα κοινωνικά δίκτυα επηρεάζουν τον χρήστη, είτε αυτός είναι έφηβος, είτε είναι ενήλικας. Θα δημιουργηθεί ντοκιμαντέρ, στο οποίο θα παρουσιάζονται οι απόψεις πολλών χρηστών, ώστε να μεταδωθούν σημαντικά μηνύματα που θα ευαισθητοποιήσουν την συνείδηση των άλλων ανθρώπων. Θα παρουσιαστούν επιστημονικές απόψεις από διάφορους ψυχολόγους και ψυχιάτρους για τον εθισμό και για τον διαδικτυακό εκφοβισμό, αλλά και από κάποιους κοινωνιολόγους για το πώς επιδρούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνία. Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι να διερευνηθούν οι έννοιες κοινωνικά δίκτυα, μάρκετινγκ και Facebook καθώς επίσης και να διαπιστωθεί η σχέση των κοινωνικών δικτύων με ανθρώπους διαφόρων ηλικιών με διαφορετικά ενδιαφέροντα, με το μάρκετινγκ για όφελος ή μη, κάποιων επιχειρήσεων και πόσο αυτά συμβάλλουν στην προώθηση ορισμένων προϊόντων και τη διαφήμιση των επιχειρήσεων που πωλούν τα προϊόντα αυτά. Θα αναφερθούν επίσης έννοιες σημαντικές γύρω από την δημιουργία και τα στάδια του ντοκιμαντέρ. Θα συλλεχθούν στοιχεία για τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα του Facebook και για ποιο λόγο οι χρήστες χρησιμοποιούν αυτό το είδος κοινωνικής δικτύωσης. Σήμερα, οι διαπροσωπικές σχέσεις και η επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων διαδικτυακά, αποτελούν τα θεμέλια της δημιουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εξώφυλλο .....	Σελ. 1
Πρόλογος .....	Σελ. 2
Ευχαριστίες .....	Σελ. 3
Περίληψη .....	Σελ. 4
Περιεχόμενα .....	Σελ. 5
Περιεχόμενα Εικόνων .....	Σελ. 8

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ

1.1. Ορισμός .....	Σελ. 9
1.2 Είδη Ντοκιμαντέρ .....	Σελ. 10
1.3 Η άποψη ενός καλού Ντοκιμαντέρ ....	Σελ. 12
1.4 Δομή Ντοκιμαντέρ .....	Σελ. 12
1.5 Μίνι Ντοκιμαντέρ .....	Σελ. 13

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΖΩΗΣ

2.1 Επικοινωνία .....	Σελ. 15
2.2 Ο σύγχρονος τρόπος ζωής .....	Σελ. 15
2.3 Σύγχρονοι τρόποι επικοινωνίας .....	Σελ. 16

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. SOCIAL MEDIA

3.1 Εισαγωγή .....	Σελ. 17
3.2 Σκοπός έρευνας .....	Σελ. 17

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΟΡΙΣΜΟΙ

4.1 Εισαγωγή .....	Σελ.19
4.2 Κοινωνικά Δίκτυα .....	Σελ.19
4.3 Κοινωνική Δικτύωση (Social Networking) .....	Σελ.20
4.3.1 On line Κοινωνική Δικτύωση .....	Σελ.21
4.4 Social Media-Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	
4.4.1 Εισαγωγή .....	Σελ.22
4.4.2 Ορισμός .....	Σελ.22
4.4.3 Δημοφιλέστερα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης .....	Σελ.23
4.4.4 Μη-ασφαλή Κοινωνικά Δίκτυα .....	Σελ.28
4.4.5 Λόγοι χρήσης Social Media .....	Σελ.28
4.4.6 Τύποι χρηστών Social Media .....	Σελ.30
4.4.7 Τομείς χρήσης των Social Media .....	Σελ.33
4.4.8 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Social Media .	Σελ.34

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ**

5.1 Εισαγωγή .....	Σελ 37
5.2 Είδη Συνεντεύξεων .....	Σελ 37
5.3 Προετοιμασία Συνέντευξης .....	Σελ 38
5.4 Έρευνα .....	Σελ 39
5.5 Δομή Συνέντευξης .....	Σελ 40
5.5.1 Κανόνες Συνεντεύξεων .....	Σελ 41
5.6 Τεχνική .....	Σελ 42

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΤΟ MARKETING ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ**

6.1 Εισαγωγή .....	Σελ 43
6.2 Ορισμός Marketing .....	Σελ 43
6.3 Marketing και Διαδίκτυο .....	Σελ 44
6.4 Το Διαδίκτυο μέσω Marketing .....	Σελ 44
6.5 Internet Marketing .....	Σελ 44
6.6 Πλεονεκτήματα του Internet Marketing .	Σελ 45
6.7 Στόχοι Marketing .....	Σελ 46
6.8 Marketing και Κοινωνικά Δίκτυα .....	Σελ 46

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

7.1 Εισαγωγή .....	Σελ 48
7.2 Η κίνηση της κάμερας .....	Σελ 48
7.2.1 Κατηγορίες κίνησης κάμερας ..	Σελ 51
7.3 Λήψεις κάμερας .....	Σελ 53
7.4 Άλλα πλάνα .....	Σελ 56
7.5 Γωνίες Λήψης .....	Σελ 58
7.6 Κινήσεις της κάμερας .....	Σελ 59
7.7 Είδη Γωνιών Λήψης .....	Σελ 62
7.8 Συντελεστές παραγωγής .....	Σελ 63

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΤΟ ΣΩΜΑ ΤΗΣ ΚΑΜΕΡΑΣ**

8.1 Λειτουργία της κάμερας .....	Σελ 66
8.2 Σύνθεση της κάμερας .....	Σελ 66
8.3 Κατηγορίες Μηχανών λήψης .....	Σελ 68

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9. ΜΟΝΤΑΖ**

9.1 Εισαγωγή .....	Σελ 71
9.2 Βίντεο Μοντάζ .....	Σελ 71
9.3 Στόχοι του Μοντάζ .....	Σελ 72
9.4 Στοιχεία Μοντάζ .....	Σελ 72
9.5 Τύποι Μοντάζ .....	Σελ 74
9.6 On- Off Line Μοντάζ .....	Σελ 75
9.7 Διαδικασία του Μοντάζ .....	Σελ 76
9.8 Σειρά εργασιών για εξαγωγή ψηφιακού βίντεο .....	Σελ 77
9.9 Τεχνικές και Επιμέλεια στο Adobe Premiere Pro CS5.5 .	Σελ 77

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10. ADOBE PREMIERE PRO CS5.5**

10.1 Εισαγωγή .....	Σελ.80
10.2 Δυνατότητες Adobe Premiere Pro CS5.5.....	Σελ.80
10.3 TC (Time Code) .....	Σελ.81
10.4 Περιβάλλον εργασίας Adobe Premiere Pro CS5.5 .	Σελ.82
10.5 Διαχείριση Ρυθμίσεων Adobe Premiere Pro CS5.5	Σελ.101
10.6 Keyframe (Καρέ κλειδιά) .....	Σελ.103
10.7 Εφέ αλλαγής πλάνου .....	Σελ.103
10.8 Επεξεργασία Ήχου .....	Σελ.106
10.9 Κίνηση Πλάνων .....	Σελ.107
10.10 Δημιουργία Τίτλου .....	Σελ.108
10.11 Δημιουργία Κίνησης .....	Σελ.114
10.12 Χρήση βιντεοκάμερας-Λήψη βίντεο .....	Σελ.115
10.13 Μεταφορά βίντεο .....	Σελ.115

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11. Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ**

11.1 Προπαραγωγή (Preproduction) .....	Σελ 117
11.1.1 Εξοπλισμός .....	Σελ 117
11.1.2 Σενάριο .....	Σελ 123
11.1.3 Πλάνο εργασίας .....	Σελ 126
11.1.4 Προετοιμασία Συνεντεύξεων ..	Σελ 127
11.1.5 Μέρη προς επίσκεψη .....	Σελ 127
11.2 Παραγωγή (Production) .....	Σελ 128
11.2.1 Καταγραφή ήχου .....	Σελ 128
11.2.2 Φωτισμός .....	Σελ 130
11.2.3 Υλοποίηση Συνεντεύξεων .....	Σελ 131
11.3 Μετα-Παραγωγή (Post-Production) ...	Σελ 132
11.3.1 Καταγραφή βίντεο (Capturing)	Σελ 132
11.3.2 Σπικάζ (Speakage) .....	Σελ 132
11.3.3 Εισαγωγή τίτλων .....	Σελ 133
11.3.4 Μοντάζ .....	Σελ 133
11.3.5 Εξαγωγή ταινίας .....	Σελ 134

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12. ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ**

.....	Σελ. 138
-------	----------

Βιβλιογραφία .....	Σελ 148
Παραρτήματα .....	Σελ 151

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

<b>Εικόνα 1:</b> Οι 12 τύποι χρηστών των social media.....	Σελ. 30
<b>Εικόνα 2:</b> Κινήσεις της κάμερας .....	Σελ. 49
<b>Εικόνα 3:</b> Απόσταση κάμερας απο το θέμα .....	Σελ. 52
<b>Εικόνα 4:</b> Μετακίνηση κάμερας .....	Σελ. 52
<b>Εικόνες 5,6,7:</b> Μηχανήματα μετακίνησης κάμερας .....	Σελ. 53
<b>Εικόνα 8:</b> Παράθυρο έναρξης προγράμματος .....	Σελ. 82
<b>Εικόνα 9:</b> Παράθυρο ρυθμίσεων του προγράμματος .....	Σελ. 83
<b>Εικόνα 10:</b> Περιβάλλον εργασίας του προγράμματος .....	Σελ. 84
<b>Εικόνα 11:</b> Παράθυρο Project του προγράμματος .....	Σελ. 84
<b>Εικόνα 12:</b> Παράθυρο εισαγωγής clip .....	Σελ. 85
<b>Εικόνα 13:</b> Παράθυρο Monitor 1 .....	Σελ. 86
<b>Εικόνα 14:</b> Παράθυρο Timeline (γραμμές χρόνου) .....	Σελ. 87
<b>Εικόνα 15:</b> Παράθυρο Automate to Sequence .....	Σελ. 88
<b>Εικόνα 16:</b> Παράθυρο προσθήκης καναλιών στην Timeline (Add Tracks) .....	Σελ. 91
<b>Εικόνα 17:</b> Εργαλειοθήκη (Tools) .....	Σελ. 91
<b>Εικόνα 18:</b> Ιστορικό κινήσεων στο πρόγραμμα (History) .....	Σελ. 94
<b>Εικόνα 19:</b> Πληροφορίες συγκεκριμένου σημείου στο πρόγραμμα (Info) .....	Σελ. 94
<b>Εικόνα 20:</b> Παράθυρο εφέ (Effects) .....	Σελ. 95
<b>Εικόνα 21:</b> Παράθυρο επεξεργασίας κάποιου εφέ (Effect Controls) .....	Σελ. 96
<b>Εικόνα 22:</b> Παράθυρο επεξεργασίας ήχου (Audio Mixer) .....	Σελ. 97
<b>Εικόνα 23:</b> Παράθυρο Monitor 2 .....	Σελ. 100
<b>Εικόνα 24:</b> Κουμπιά αναπαραγωγής του παραθύρου Monitor 2 .....	Σελ. 100
<b>Εικόνα 25:</b> Παράθυρο επιλογής ταχύτητας και διάρκειας (Speed/Duration) .....	Σελ. 107
<b>Εικόνα 26:</b> Παράθυρο δημιουργίας και επεξεργασίας τίτλων .....	Σελ. 109
<b>Εικόνα 27:</b> Εργαλειοθήκη του παραθύρου δημιουργίας τίτλων (Title Tools) .....	Σελ. 109
<b>Εικόνα 28:</b> Παράθυρο ρυθμίσεων του τίτλου (Title Properties) .....	Σελ. 111
<b>Εικόνα 29:</b> Παράθυρο επιλογών για στοίχιση σε τίτλο (Title Actions) .....	Σελ. 112
<b>Εικόνα 30:</b> Παράθυρο επιλογής τύπου για τίτλο (Roll/Crawl Options) .....	Σελ. 113
<b>Εικόνα 31:</b> Παράθυρο επεξεργασίας εφέ (Effect Controls) .....	Σελ. 115
<b>Εικόνα 32:</b> Βιντεοκάμερα .....	Σελ. 118
<b>Εικόνα 33:</b> Σχέδιο παραγωγής βίντεο σε χαρτί .....	Σελ. 118
<b>Εικόνα 34:</b> Χρήση συνεργάτη για λήψη .....	Σελ. 119
<b>Εικόνα 35:</b> Χρήση Μικροφώνου σε μια παραγωγή .....	Σελ. 119
<b>Εικόνα 36:</b> Διακριτικό φόντο σε μια παραγωγή .....	Σελ. 122
<b>Εικόνα 37:</b> Όχι Φως πίσω απο τον ομιλητή .....	Σελ. 123
<b>Εικόνα 38:</b> Επιλογές για εξαγωγή βίντεο στο πρόγραμμα .....	Σελ. 135
<b>Εικόνα 39:</b> Παράθυρο ρυθμίσεων για εξαγωγή βίντεο .....	Σελ. 136



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ

## 1.1 Ορισμός

Το ντοκιμαντέρ είναι ένα είδος κινηματογραφικής ταινίας που πραγματεύεται καλλιτεχνικά, ιστορικά, πολιτικά, ή άλλα θέματα, για την παρουσίαση των οποίων βασίζεται σε αποδεικτικά στοιχεία και πραγματικά περιστατικά.

Ένα ντοκιμαντέρ αποτυπώνει πραγματικά γεγονότα, με στόχο εκπαιδευτικό αλλά και ψυχαγωγικό. Ντοκιμαντέρ, είναι ένα είδος ταινίας που καταγράφει την αντικειμενική πραγματικότητα, έτσι όπως υπάρχει. Λόγω της διάρκειάς της, που συνήθως είναι μικρή, συγγέεται με ταινία μικρού μήκους.

Καλύπτει ένα αρκετά μεγάλο φάσμα του κινηματογράφου και διαιρείται σε 3 κατηγορίες:<sup>1</sup>

- στο ντοκιμαντέρ μεγάλου είτε μικρού μήκους ,που χαρακτηρίζει την έλλειψη μυθιστορηματικής υπόθεσης
- στο αμιγώς ευνοούμενο ντοκιμαντέρ και
- στην επιστημονική ταινία.

Η επιστημονική ταινία, χωρίζεται και αυτή σε 3 κατηγορίες:

- Στις **ταινίες έρευνας**: που είναι μια κατηγορία ταινιών, που γυρίζονται απο τους ίδιους τους επιστήμονες και επιτρέπουν επιστημονική έρευνα χάρη στα ειδικά εκείνα μέσα που διαθέτει ο κινηματογράφος. Με αυτά τα μέσα επιτρέπεται η χρησιμοποίηση της ευαισθησίας του φίλμ, που συλλαμβάνει ακόμα και αόρατες ακτινοβολίες και την παρατήρηση πολύ αργών και πολύ γρήγορων κινήσεων σε σχέση με τις ικανότητες του ανθρώπινου ματιού. Σε αυτήν την κατηγορία, ανήκουν και όλες εκείνες οι ταινίες οι οποίες γυρίζονται απο απόσταση.
- Στα ντοκιμαντέρ **επιστημονικής εκλαΐκευσης**: που αποτελεί την πιο γνωστή κατηγορία επιστημονικής ταινίας και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ιστορίας του κινηματογράφου που έχει δώσει πολλά διάσημα και με πολύ καλές κριτικές έργα.
- Στα **διδασκτικά ντοκιμαντέρ**: που σχετίζονται με θέματα εκπαίδευσης, όπως ιατρικά και τεχνικά μαθήματα. Δεν επιδιώκει τόσο θεαματικές σκηνές.

Ο όρος χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά απο την κινηματογραφική κριτική ως επίθετο και προέρχεται απο την γαλλική λέξη documentaire, λέξη που σημαίνει τεκμήριο. Αρχικά εμφανίζεται τη δεκαετία του 1910, περιγράφοντας τα κινηματογραφημένα “επίκαιρα” της εποχής και τις ταξιδιωτικές ταινίες.

---

<sup>1</sup>Ντοκιμαντέρ (2002-2005). Εγκυκλοπαίδεια Δομή (Τόμος 21), σελ. 337-343. Αθήνα: Εκδόσεις Δομή Α.Ε.  
Ντοκιμαντέρ μια άλλη πραγματικότητα, Ειρήνη Στάθη- Γιάννης Σκοπετεας, Αιγόκερως, 2009.

Ο Τζον Γκρίρσον ήταν ο Σκοτσέζος κοινωνιολόγος και κινηματογραφιστής, ο οποίος επινόησε τον όρο ντοκιμαντέρ. Ο όρος αυτός άρεσε από τον Φεβρουάριο του 1926, όπου ο Γκρίρσον έδωσε καινούργια και πειστική ερμηνεία στον όρο, ερμηνεύοντάς τον, ως “δημιουργική θεώρηση της πραγματικότητας”. Από τότε ο όρος ντοκιμαντέρ είναι προσαρμοσμένος και χρησιμοποιείται σε όλες τις γλώσσες σχεδόν, για να χαρακτηρίσει όλες τις μη αφηγηματικές ταινίες. Η λέξη “ντοκιμαντέρ”, αποκτά νόημα σε αντίθεση με τις ταινίες μυθοπλασίας και τις πειραματικές. Το ντοκιμαντέρ δεν είναι απλά μια αναπαραγωγή (reproduction), αλλά μια αναπαράσταση (representation), του κόσμου στον οποίο ήδη κατοικούμε. Στη συνείδηση του κόσμου υπάρχει η παρανόηση ότι το ντοκιμαντέρ είναι έργο, που έχει σκοπό να περιγράψει την πραγματικότητα. Στην ταινία καταγράφεται η αληθινή συμμετοχή των ανθρώπων στις πραγματικές συνθήκες εκδήλωσης, οι οποίες υλοποιούνται όχι σύμφωνα με τις σεναριακές και σκηνοθετικές υποδείξεις του δημιουργού, αλλά στην αυθεντική τους μορφή.

Το ντοκιμαντέρ θεωρείται η υψηλότερη μορφή της τηλεοπτικής και ραδιοφωνικής τέχνης και συνδυάζει τις ειδήσεις, τα ειδικά αφιερώματα, το δράμα, τη μουσική κ.τ.λ. Συνεισφέρει σημαντικά στην κατανόηση ερμηνεύοντας το παρελθόν, αναλύοντας το παρόν και αναμένοντας το μέλλον.

Η κάμερα απλά ακολουθεί και παρατηρεί το αυθύπαρκτο γεγονός, καταγράφοντας τη συμμετοχή των ηθοποιών σ' αυτό, χωρίς οι υπόλοιποι συμμετέχοντες να μπορούν να αναγνωρίσουν οτιδήποτε το σκηνοθετημένο.

Στο ντοκιμαντέρ, καταγράφετε μια αυθεντική σκηνή από μια αυθεντική δραστηριότητα ενός πραγματικού χαρακτήρα.

## 1.2 Είδη Ντοκιμαντέρ

Τα ντοκιμαντέρ μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση τη θεματική τους ή τις τεχνικές δημιουργίας τους. Σε κάθε περίπτωση, ένα ντοκιμαντέρ μπορεί να ανήκει ταυτόχρονα σε περισσότερες από μία κατηγορίες ή να αποτελεί υβρίδιο κάποιων από αυτές.

Τα είδη ενός ντοκιμαντέρ μπορεί να είναι: <sup>2</sup>

§ **Πολιτικά:** που ασχολούνται με την πολιτική και την οικονομία και με πολιτικά καθεστώτα όπως για παράδειγμα η χούντα, αλλά και με πολεμικές συρράξεις που έχουν διαπραχθεί για οικονομικά συμφέροντα. Τα πολιτικά ντοκιμαντέρ εστιάζουν περισσότερο στα έντονα θέματα παρά στις κινηματογραφικές τεχνικές, γ'αυτό και συχνά θυμίζουν ρεπορτάζ.

§ **Επιστημονικά:** Αποτελούν ίσως τα πιο γνωστά είδη ντοκιμαντέρ στο ευρύ κοινό, με τη συχνότερη προβολή στη μικρή οθόνη. Είναι τα ντοκιμαντέρ εκείνα, που ασχολούνται με διάφορα θέματα της ζωής και των επιστημών, έχουν γνωσιολογικό ή εγκυκλοπαιδικό περιεχόμενο και σχεδόν πάντα απαιτείται από το σκηνοθέτη γνώση του αντικειμένου ή συνεργασία με κάποιον επιστήμονα (βιολόγο, φιλόλογο, αρχαιολόγο κ.λ.π).

---

<sup>2</sup> Ντοκιμαντέρ μια άλλη πραγματικότητα, Ειρήνη Στάθη- Γιάννης Σκοπετεας, Αιγόκερως, 2009

- § **Φανταστικά- Ιδεών:** Σε αυτά τα ντοκιμαντέρ,απο την αντιπαράθεση των πλάνων βγαίνουν συναισθηματικά συμπεράσματα.Στα ντοκιμαντέρ ιδεών, τα συμπεράσματα είναι διανοητικά.
- § **Περιβαλλοντικά:** που ασχολούνται με το περιβάλλον και με την φύση όπως τα ζώα,τα δέντρα και τα φυτά.
- § **Κοινωνικά:** που ασχολούνται με κοινωνικά προβλήματα καθώς και με τις ανθρώπινες σχέσεις, όπως για παράδειγμα η ανεργία ή η παιδική κακοποίηση. Το κοινωνικά ντοκιμαντέρ, έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά με τα πολιτικά ντοκιμαντέρ, με τη διαφορά ότι τα θέματα αφορούν σε κοινωνικές ομάδες, που συνήθως αντιμετωπίζουν προβλήματα μέσα στο κοινωνικό σύνολο.
- § **Εκπαιδευτικά:** Σε αυτό το είδος,πρωταγωνιστικό ρόλο έχει ο λόγος και η διήγηση.Στόχος ενός τέτοιου ντοκιμαντέρ είναι να οδηγεί και να διδάσκει.
- § **Θρησκευτικά:**που αναφέρονται σε βίους αγίων αλλά και σε θρησκευτικά έθιμα.
- § **Πολεμικά :** Έκαναν την εμφάνισή τους στα χρόνια του Δεύτερου παγκοσμίου πολέμου, όταν η Βρετανική κυβέρνηση ζήτησε από τους κινηματογραφιστές να βοηθήσουν με τα μέσα που διέθεταν την «εθνική προσπάθεια». Έκτοτε, κάθε στρατιωτική επιχείρηση, διέθετε κινηματογραφική κάλυψη. Στο μεγάλο υλικό που συγκεντρώθηκε, είχαν πρόσβαση όλοι οι δημιουργοί. Το είδος αυτό, μεταφέρθηκε και στον αμερικάνικο κινηματογράφο και γνώρισε μεγάλη άνθιση.
- § **Ντοκιμαντέρ Επικαίρων:** Σκοπός του είναι να μεταδώσει μια είδηση.Είναι σύντομα και επιλέγουν τα σημαντικότερα γεγονότα.
- § **Ντοκιμαντέρ για την υγεία:** σχετίζονται με την σωστή διατροφή και την παχυσαρκία.
- § **Αθλητικά:** που ασχολούνται με αθλήματα,με βιογραφίες αθλητών και αθλητικές δραστηριότητες ή αναρρίχησης.
- § **Ντοκιμαντέρ ρεπορτάζ:** Αυτό το είδος, καταγράφει την πραγματικότητα όπως ακριβώς είναι έξω απο εμάς και χωρίς να βγαίνουν συμπεράσματα ή να γίνονται σχόλια.
- § **Πολυσυλλεκτικά :** Αυτό το είδος ταινιών, συγκεντρώνει παλαιότερο υλικό και ανασυνθέτει ένα θέμα από θραύσματα παλαιότερων. Σε κάποιες υβριδικές του μορφές, χρησιμοποιεί και πρόσφατα γυρισμένο για την περίσταση υλικό. Θεωρείται μεταμοντέρνο είδος, καθώς συγκεντρώνει μεγάλα αποσπάσματα από διαφορετικά οπτικοακουστικά έργα, τα οποία αναμειγνύονται αυτούσια ή με μεταβολές στην αρχική διάρκεια, ενώ γίνεται ελεύθερη μίξη σε ήχους και εικόνες από διαφορετικές πηγές και στυλ. Το υλικό που χρησιμοποιείται για ενα πολυσυλλεκτικό ντοκιμαντέρ προέρχεται από:

- Πλάνα και φωτογραφίες εικονογραφικές με γενικό περιεχόμενο

- Μουσική και τραγούδια
- Πλάνα και φωτογραφίες από οικογενειακές ταινίες
- Πλάνα και φωτογραφίες ειδησιογραφικές από ιστορικά γεγονότα
- Ήχοι και ηχογραφημένες ομιλίες
- Πλάνα και φωτογραφίες από υλικό σε συγκεκριμένη φόρμα (π.χ. διαφημιστικό)
- Γραφικές παραστάσεις και χάρτες

§ **Μουσικά:** ντοκιμαντέρ που ασχολούνται με βιογραφίες διάσημων καλλιτεχνών από το χώρο της μουσικής ή απο κάποια μουσικά συγκροτήματα.

§ **Ψευδοντοκιμαντέρ:** Είναι ένα είδος που μιμείται το ντοκιμαντέρ και χρησιμοποιεί μία στημένη πραγματικότητα για τη δημιουργία μιας ιστορίας, στα μέτρα του σκηνοθέτη. Ύστερα, αυτό παρουσιάζεται με τη μορφή ντοκιμαντέρ και όχι με μορφή μυθοπλασίας.

### 1.3 Η άποψη ενός καλού Ντοκιμαντέρ

Τα καλά ντοκιμαντέρ έχουν μια άποψη. Σκοπός ενός ντοκιμαντέρ είναι να παρουσιαστεί μια αντικειμενική και πολύπλευρη άποψη των παραδόσεων και των προβλημάτων μιας κοινότητας, καθώς και να παρουσιαστούν και λύσεις για ένα ή και περισσότερα προβλήματα.

Η άποψη είναι σημαντικό στοιχείο. Ένα ντοκιμαντέρ μπορεί να δημιουργηθεί και χωρίς να υπάρχουν πολλά μέσα, απο άποψη εξοπλισμού. Αρκεί να υπάρχει μια κάμερα, ένα κασετόφωνο και πρόσβαση σε μια αίθουσα σύνταξης για το τηλεοπτικό ντοκιμαντέρ.

Στόχος του ντοκιμαντέρ είναι η παρουσίαση των πληροφοριών με άμεσο και χωρίς προκαταλήψεις τρόπο. Γι' αυτό γίνεται έρευνα, κατα την οποία συγκεντρώνεται όσο το δυνατόν περισσότερο υλικό σχετικά με το θέμα που θα παρουσιαστεί.

Η έρευνα που γίνεται και η προσθήκη του υλικού, έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία του τελικού σεναρίου, το οποίο είναι πλέον έτοιμο για την διαδικασία έκδοσης.<sup>3</sup>

### 1.4 Δομή Ντοκιμαντέρ

Υπάρχουν πολλά δομικά στοιχεία που εμπεριέχονται σε ένα ντοκιμαντέρ και εφαρμόζονται στην τηλεόραση.<sup>4</sup>

- Απο το σύνολο του υλικού που έχει καταγραφεί, θα πρέπει να επιλεγούν οι σύντομες δηλώσεις που σχετίζονται με το θέμα των ατόμων εκείνων, απο τους οποίους έχουμε πάρει την συνέντευξη και στην συνέχεια πρέπει να το παρουσιάσουμε έτσι ώστε να προσελκύσει το ενδιαφέρον και την προσοχή του ακροατηρίου.

<sup>3,4</sup> *Ντοκιμαντέρ μια άλλη πραγματικότητα*, Ειρήνη Στάθη- Γιάννης Σκοπετεας, Αιγόκερως, 2009

Απο την αρχή του ντοκιμαντέρ θα πρέπει να γνωστοποιήσουμε στο ακροατήριο,την προσέγγιση που θα ακολουθήσουμε σε όλο το ντοκιμαντέρ. Ο πρόλογος στο ντοκιμαντέρ μπορεί να ενισχυθεί με την απλή παρουσίαση των δηλώσεων,χωρίς εισαγωγή και μουσική.

- Όταν στο σενάριο του ντοκιμαντέρ αναφερθούν σχεδόν όλα τα συμβάντα, δεν πρέπει να το τελειώσουμε εκεί, γιατί δεν έχουν καλυφθεί όλοι οι στόχοι του ντοκιμαντέρ.Μέσω των συνεντεύξεων και της αφήγησης, το σενάριο πρέπει να υπονοεί ότι εκτός των απαντήσεων στα ερωτήματα «ποιος,τι,που,πότε»,υπάρχουν κι άλλα πράγματα τα οποία πρέπει να αναφερθούν και να ξεκινήσει την διαδικασία να φτάσει πίσω απο το πρόβλημα.
- Όταν απαντηθεί και το ερώτημα «γιατί»,τότε υπάρχει η δυνατότητα να αναλυθεί και να σχολιαστεί το πρόβλημα και απο ειδικούς.
- Σε ένα ντοκιμαντέρ, απαραίτητο συστατικό είναι η αγωνία,η οποία δεν αφορά απλά και μόνο την ανακάλυψη του τι πρόκειται να συμβεί, διότι τα ντοκιμαντέρ, βασίζονται σε γεγονότα στα οποία τις περισσότερες φορές γνωρίζουμε ήδη τι πρόκειται να συμβεί.
- Στο ντοκιμαντέρ,μπορεί να υπάρχει η εναλλάξ παρουσίαση δύο ή περισσότερων ατόμων ή ομάδων ή σκηνικών όπου ακολουθούν παράλληλες πορείες ως προς τον χρόνο και τις ενέργειες.

## 1.5 Μίνι Ντοκιμαντέρ

Τα μίνι ντοκιμαντέρ είναι αυτά που γεφυρώνουν τις βραδινές περιόδους, ανάμεσα στις ειδήσεις και στα ψυχαγωγικά προγράμματα και γι'αυτό πρέπει να συνδυάζουν και ειδήσεις και ψυχαγωγία.

Τα κανονικά ντοκιμαντέρ με τα μίνι ντοκιμαντέρ είναι τα ίδια, με την διαφορά ότι μια εκπομπή μεγαλύτερης διάρκειας έχει περισσότερο χρόνο να αναπτύξει κάποιο θέμα και κάποιες ιδέες και να παρουσιάσει περισσότερες πληροφορίες.

*Στάδια μίνι ντοκιμαντέρ:*<sup>5</sup>

- Στα μίνι ντοκιμαντέρ, οι περισσότεροι συγγραφείς επιλέγουν το θέμα το οποίο μπορεί να προέρχεται απο οποιαδήποτε στιγμή,τον γενικό παραγωγό,τον παραγωγό συγκεκριμένων εκπομπών,τον ανεξάρτητο συγγραφέα-παραγωγό κ.α. Αφού καθοριστεί το θέμα,τότε ο συγγραφέας πρέπει να κάνει την κατάλληλη έρευνα είτε μέσω συνεντεύξεων, είτε σε βιβλιοθήκες.

---

<sup>5</sup> Ντοκιμαντέρ μια άλλη πραγματικότητα, Ειρήνη Στάθη- Γιάννης Σκοπετεας, Αιγόκερως, 2009

- Μετά την έρευνα,ετοιμάζεται το προσχέδιο που είναι ένα φύλλο καταγραφής όλων των διαδικασιών.Το προσχέδιο έχει απλη δομή, γιατί σε ένα μίνι ντοκιμαντέρ δεν υπάρχει αρκετός χρόνος για οτιδήποτε πολύπλοκο.Επίσης είναι εύκαμπτο, γιατί ο συγγραφέας δεν ξέρει ακόμα ποιος θα πει τι και ποια θα είναι τα μέσα τα οποία θα διατεθούν. Το τελικό προσχέδιο αποτελεί τη βάση του γυρίσματος.
- Μετά το γύρισμα,η παρουσίαση όλου του υλικού επιτρέπει στο συγγραφέα να προετοιμάσει το τελικό σενάριο.
- Σε ένα ντοκιμαντέρ, εφαρμόζονται απο πολλούς συγγραφείς οι βασικές αρχές της δημοσιογραφίας.Η αρχή γίνεται με έναν δυνατό πρόλογο στον οποίο παρουσιάζεται η ουσία της εκπομπής και στην συνέχεια ακολουθούν οι απαντήσεις στα 5 βασικά ερωτήματα (ποιος,που,πότε,τι,γιατί). Ο συγγραφέας δεν πρέπει να γράφει και να δημιουργεί δικά του γεγονότα για να καλύψει τα κένα,αλλά πρέπει να γράφει ότι διαθέτει.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΖΩΗΣ

### 2.1 Επικοινωνία

Στο πεδίο της επικοινωνίας βασίζονται οι ανθρώπινες σχέσεις. Επικοινωνία μπορεί να θεωρηθεί μια κουλτούρα των ανθρώπων που συνδέονται μεταξύ τους με διάφορα μέσα. Κάθε άτομο αλλά και κάθε αντικείμενο, εκπέμπουν σήματα, τα οποία όταν γίνουν αντιληπτά, μεταδίδουν ένα μήνυμα σε κάποιον δέκτη. Επίσης επικοινωνία μπορεί να περιγραφεί ως μέσο που διαθέτουν οι άνθρωποι, για την παρακολούθηση των γεγονότων, που συμβαίνουν στο άμεσο περιβάλλον τους και σε άλλα μέρη του κόσμου.

Ως ανθρώπινα όντα είναι πολύ σημαντικό να έχουμε τη δυνατότητα να μιλήσουμε, να επικοινωνήσουμε και να ανταπεξέλθουμε στις προκλήσεις της καθημερινότητας. Η αλήθεια είναι ότι κάθε μέρα οι άνθρωποι επικοινωνούν με άλλους ανθρώπους. Μερικές φορές είναι προφορικά, άλλες φορές είναι μέσα από το γραπτό λόγο, ακόμη και μη-λεκτικά με αυτό που ονομάζεται γλώσσα του σώματος. Ο ρόλος της επικοινωνίας στις ανθρώπινες σχέσεις είναι πολύ σημαντικός, γιατί κάνει τις ανθρώπινες σχέσεις πιο ευχάριστες και πιο φιλικές, διευρύνει τον πνευματικό ορίζοντα του ανθρώπου, αφού ανταλλάσσονται πληροφορίες και απόψεις και μαθαίνει το άτομο να συναναστρέφεται με διαφορετικούς τύπους ανθρώπων και να γνωρίζει τις ιδέες, τις αξίες και τα ενδιαφέροντά τους. Ο τρόπος που αντιλαμβάνονται οι άνθρωποι κάθε μέρα της ζωής τους, μέσω της σύνδεσής τους με άλλους ανθρώπους, είναι και αυτό ένα είδος επικοινωνίας. Οι άνθρωποι μπορούν να χρησιμοποιήσουν εικόνες για να επικοινωνούν. Είναι πολύ σημαντική η επικοινωνία στη ζωή, γιατί δίνει τη φυσική δύναμη στα άτομα να είναι σε θέση να επιτύχουν τους στόχους τους και να τροφοδοτούν την περιέργειά τους, εφόσον στη ζωή υπάρχει ήχος και οι σκέψεις, οι ιδέες και οι απόψεις, μπορούν να μοιραστούν. Οι διάφορες πτυχές της επικοινωνίας, έχουν χρησιμοποιηθεί για την αποστολή πληροφοριών, από και προς το πρόσωπο, του κάθε ανθρώπου, κάτι που επιτυγχάνεται με το γραπτό και τον προφορικό λόγο, με γραπτά σύμβολα καθώς και με διάφορες εκφράσεις του προσώπου και κινήσεις.<sup>6</sup>

### 2.2 Ο σύγχρονος τρόπος ζωής

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής είναι διαφορετικός από παλιά σε όλες τις πλευρές. Είναι εντελώς διαφορετικός από τον τρόπο που οι άνθρωποι ζούσαν στο παρελθόν. Ο κόσμος αλλάζει κάθε δευτερόλεπτο της ημέρας, το οποίο επιφέρει την αλλαγή του τρόπου ζωής στο σήμερα μοντέρνο στυλ. Διαφέρει στη στάση, στη ζωή, στο ρυθμό και στη φυσική κατάσταση.

---

<sup>6</sup> Χατζηδημητρίου Α. (2010) περιοδικό «health Advance», άρθρο: «Η σημασία της επικοινωνίας στη σχέση μας», ενότητα: «Σχέσεις και επικοινωνία». Σελ. 13-15

Εκμεταλλεούμενη πλήρως την τεχνολογία, σε συνδυασμό με την ταχύτερη και ανοιχτόμυαλη ζωή, όλα αυτά κάνουν την ανθρώπινη κοινωνία πιο άνετη, μεγαλύτερη, πιο ανεπτυγμένη και πιο δίκαιη. Ως εκ τούτου, η αλλαγή στη σύγχρονη ζωή είναι καλό να συνεχιστεί αλλά με έλεγχο.

### 2.3 Σύγχρονοι τρόποι επικοινωνίας

Οι σύγχρονοι τρόποι επικοινωνίας, κάνουν τη ζωή πιο εύκολη και άνθρωποι απ' όλο τον κόσμο συνδέονται σε χρόνο μηδέν, παρόλο που μια επαφή πρόσωπο με πρόσωπο είναι καλύτερη, γιατί έτσι μπορεί κανείς να δει τα μάτια του προσώπου που μιλάει ή τις χειρονομίες του και να καταλαβαίνει έτσι τα συναισθήματά του. Ο σύγχρονος τρόπος επικοινωνίας στηρίζεται στο Διαδίκτυο και παρέχει ένα ευρύ πεδίο πληροφοριών και είναι αρκετά βολικό και εξοικονομεί χρόνο. Το Διαδίκτυο δίνει την ευκαιρία στους ανθρώπους να επισκέπτονται οποιαδήποτε στιγμή θέλουν, οποιαδήποτε ιστοσελίδα και τα άτομα να μπορούν να βρίσκονται σε συνεχή επαφή με τα αγαπημένα τους πρόσωπα και να μοιράζονται μαζί τους εικόνες, στιγμές και συναισθήματα. Μπορούν να έχουν ακόμη γρήγορη πρόσβαση σε υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης, κάτι που αποτελεί μεγάλο πλεονέκτημα. Οι σύγχρονες τεχνολογίες είναι πολύ ευεργετικές και δεν θα μπορέσουν ποτέ να αντικαταστήσουν την προσωπική επαφή μεταξύ των ανθρώπων που θέλουν να δουν, να αγγίξουν και να αισθανθούν. Η προσωπική επαφή, είναι η ασφαλής επικοινωνία και οι άνθρωποι μπορούν και μοιράζονται την μοναδικότητά τους και κοιτάζοντας κάποιον στα μάτια, μπορούν να διατηρήσουν την ταυτότητά τους, ως ανθρώπινο όν.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Καζάζη Μ. (2008), «Ανθρώπινες σχέσεις και επικοινωνία», δεύτερη έκδοση, εκδόσεις Έλλην, Αθήνα



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. SOCIAL MEDIA

### 3.1 Εισαγωγή

Τα Social Media, κάποιοι τα χαρακτηρίζουν σαν ψηφιακές καφετέριες και άλλοι τα αντιμετωπίζουν σαν ένα αθώο κουτσομπολιό. Στην πραγματικότητα είναι η φυσική μετεξέλιξη των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας, τα οποία υιοθετήθηκαν από την τεχνολογική πρόοδο. Ιστοσελίδες όπως το Facebook, το YouTube, και το Twitter, έχουν καταφέρει να είναι κομμάτι της καθημερινότητας. Τα Social Media κατάφεραν να μειώσουν τις γεωγραφικές αποστάσεις και να φέρουν τους ανθρώπους πιο κοντά. Αποτελούν πηγές διάχυσης και ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ των χρηστών, ενίσχυσης της κοινωνικότητας καθώς και παροχής συναισθηματικής υποστήριξης. Με την χρήση των Social Media έχει μετατραπεί ο «μονόλογος» των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας, σε έναν ευρύτερο «διάλογο» μεταξύ των χρηστών. Η χρήση τους, έχει οδηγήσει σε πολλές αλλαγές στην οικονομία, στην πολιτική, στην κοινωνία αλλά και στον πολιτισμό. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, είναι ότι έχει αλλάξει ο τρόπος που επικοινωνούσαμε μέχρι σήμερα και έχει αναδιοργανωθεί μια ολόκληρη κοινωνία. Τα Social Media επηρεάζουν και την καταναλωτική συμπεριφορά και τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν οι επιχειρήσεις με τους καταναλωτές. Μέσω των Social Media, οι καταναλωτές ενημερώνονται για τα διάφορα προϊόντα της επιχείρησης που θέλουν, αλλάζουν με άλλους καταναλωτές απόψεις γι' αυτά τα προϊόντα και έρχονται σε επαφή με την επιχείρηση. Είναι γεγονός, όμως, πως τα Social Media επηρεάζουν την συμπεριφορά του καταναλωτή, γιατί ισχύει, ότι οι αγοραστικές μας αποφάσεις, θίγονται σχεδόν πάντα από την κοινωνική επιρροή και σήμερα μάλιστα μέσω κοινωνικής δικτύωσης.

### 3.2 Σκοπός έρευνας

Μέσω εμπειρικής και βιβλιογραφικής έρευνας, σκοπός είναι να προσδιοριστεί η σχέση των νέων μέσων ηλεκτρονικής κοινωνικής δικτύωσης με τους χρήστες διαφόρων ηλικιών. Επίσης με την έρευνα αυτή γίνεται ανίχνευση, κατα πόσο τα Social Media επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά και την πρόθεση των χρηστών για αγορά προϊόντων.

Κάποιοι βασικοί στόχοι που καλείται να καλύψει η έρευνα αυτή είναι:

1. Να διερευνήσει, ποια είναι τα δημοφιλέστερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
2. Να εξετάσει την στάση που έχουν οι χρήστες στα μέσα αυτά.
3. Να αναδείξει ποια είναι η στάση τους σε αυτά.
4. Να αναδείξει τους λόγους για τους οποίους κάποιος χρήστης οδηγείται στην χρήση αυτών των μέσων ηλεκτρονικής κοινωνικής δικτύωσης.
5. Να διερευνήσει πως επιδρά και τι επιπτώσεις έχει η χρήση αυτών των μέσων σε κάθε ηλικία.
6. Να εξετάσει το τι ζητάει η κάθε ηλικία χρηστών, με την χρήση των social media.

7. Να διερευνήσει ποια είναι τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα της χρήσης κάποιων social media.
8. Να αναδείξει κατα πόσο τα social media επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά των χρηστών.
9. Να διερευνήσει αν οι καταναλωτές μέσω των social media επηρεάζονται με τις διαφημίσεις, τα μηνύματα άλλων χρηστών ή επιχειρήσεων και τις διάφορες απόψεις που αποτυπώνονται.
10. Να εξετάσει αν οι επιχειρηματίες είναι ευχαριστημένοι ή όχι με την επικοινωνία τους μέσω των social media και αν με τις διαφημίσεις τους εκεί, έχουν καλή απόδοση στην αγορά των προϊόντων τους, από τους καταναλωτές.

Η έρευνα αυτή είναι πολύ σημαντική, διότι μέσω αυτής, μπορούν να ενημερωθούν πολλοί χρήστες για τους λόγους που τα social media οδηγούν τους ανθρώπους στην χρήση τους, για τα οφέλη αλλά και τους κινδύνους που εγκυμονεί η χρήση τους αλλά και για την επίδρασή τους, σε διάφορους τομείς της καθημερινότητας. Επιπλέον, η έρευνα, αναδεικνύει κατα πόσο τα social media επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά στην αγορά κάποιων προϊόντων. Μέσω της έρευνας αυτής, δίνεται ένα έναυσμα στους χρήστες να διερωτηθούν για περισσότερες πληροφορίες γύρω από τα social media και να διερευνήσουν έτσι την γενική εικόνα τους, να εξοικειωθούν με τα γενικά χαρακτηριστικά τους, να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους με την σχέση που έχουν τα social media με τους χρήστες και το πώς αυτά ικανοποιούν τις κοινωνικές ανάγκες με την χρήση τους. Εν κατακλείδι, μπορούν να μάθουν περισσότερα για την σχέση που έχουν τα social media με την επιχείρηση και την καταναλωτική συμπεριφορά και να μπορέσουν έτσι κάποιοι χρήστες που έχουν κάποια επιχείρηση και τους ενδιαφέρει να ανταποκριθούν. Διαφορετικά μπορούν να συμβουλευθούν κάποιους άλλους επιχειρηματίες σχετικά με αυτό, για να μπορέσουν σήμερα να επιβιώσουν σ' αυτό το ανταγωνιστικό ψηφιακό σκηνικό.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΟΡΙΣΜΟΙ

### 4.1 Εισαγωγή

Σ' αυτό το κεφάλαιο, θα γίνει αναφορά στις έννοιες που θα μας απασχολήσουν σ' αυτήν την εργασία, διότι όπως είναι γνωστό, το φαινόμενο της κοινωνικής δικτύωσης μέσω διαδικτύου είναι επίκαιρο, λόγω της δυναμικής του εξέλιξης και είναι ένα ζήτημα που έχει απασχολήσει έντονα το κοινωνικό γίγνεσθαι αλλά και την επιστημονική κοινότητα τα τελευταία χρόνια. Οπότε θα δωθούν οι ακριβείς ορισμοί των όρων των Social Media, της Κοινωνικής Δικτύωσης, των Κοινωνικών Δικτύων και θα γίνει αναφορά και σε ζητήματα που αφορούν τις επιδράσεις αυτών στην καθημερινή μας ζωή. Ένα είδος Social Media, είναι το *Social Web* που είναι ο Κοινωνικός Ιστός και αποτελεί σύνολο κοινωνικών σχέσεων που συνδέει μέσω του Παγκόσμιου αυτού Κοινωνικού Ιστού πολλούς ανθρώπους. Αναφέρεται περισσότερο στην κοινωνική δικτύωση αλλά και σε όλα εκείνα τα ηλεκτρονικά μέσα με τα οποία επιτυγχάνεται.

Η έννοια αυτή χρησιμοποιείται και για να περιγράψει, πώς οι άνθρωποι επικοινωνούν μεταξύ τους, πώς κοινωνικοποιούνται και πώς διαμοιράζονται κάποια περιεχόμενα με σκοπό να φτιάξουν μεγαλύτερα επιτεύγματα από ότι θα γινόταν αν κάποιος λειτουργούσε μεμονωμένα.

### 4.2 Κοινωνικά Δίκτυα

Σήμερα, μιλώντας για Κοινωνικά Δίκτυα αναφερόμαστε στο Διαδίκτυο και στο σε όλους γνωστό μας Facebook που έχει δεισδύσει στην καθημερινότητά μας. Τα κοινωνικά δίκτυα αποτέλεσαν τον πρόδρομο των νέων ψηφιακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Έτσι τα μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης επέκτειναν τα κοινωνικά δίκτυα. Τα κοινωνικά δίκτυα σήμερα παραδίνουν την σκυτάλη στα on line κοινωνικά δίκτυα ή όπως αλλιώς συνηθίζουν να τα αποκαλούν, σελίδες κοινωνικής δικτύωσης που παρέχουν την δυνατότητα στα άτομα, να κατασκευάσουν ένα δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα σύστημα και να δημιουργήσουν μια λίστα με άλλους χρήστες με τους οποίους να μοιράζονται μια σύνδεση που να προβάλλουν και να διανείμουν την λίστα των συνδέσεών τους, καθώς και αυτών που δημιουργήθηκαν από άλλους μέσα στο σύστημα.

Υπάρχουν πολλοί σημαντικοί επιστήμονες της Κοινωνιολογίας που έχουν μελετήσει το θέμα γύρω από τα κοινωνικά δίκτυα.

Τι είπαν όμως μερικοί από αυτούς για τα κοινωνικά δίκτυα;

Ø Οι *Walker, MacBride, and Vachon* (1977)<sup>8</sup>, όρισαν ως κοινωνικό δίκτυο το άθροισμα των προσωπικών επαφών μέσω των οποίων το άτομο διατηρεί την κοινωνική του ταυτότητα, λαμβάνει υλική ενίσχυση, συμμετοχή στις υπηρεσίες, συναισθηματική υποστήριξη, έχει πρόσβαση στις πληροφορίες και δημιουργεί νέες κοινωνικές επαφές.

<sup>8</sup> Αναφέρεται στο RONDOS, PAPANIS, (2008). SOCIAL NETWORKS AND EMPLOYMENT IN THE NORTH AEGEAN SEA REGION, The Journal of International Social Research Volume 1/5 σελίδα 659.

- Ø Οι **Brass, Butterfield & Skaggs** (1998), ορίζουν τα κοινωνικά δίκτυα σαν ένα σύνολο παραγόντων είτε είναι άνθρωποι, είτε είναι κάποιοι οργανισμοί και μια σειρά από δεσμούς που δημιουργούνται μεταξύ τους, όπως είναι φιλίες ή κάποιες συναλλαγές.
- Ø Ο **Millardo** (1988), ορίζει ως κοινωνικό δίκτυο, μια συλλογή από άτομα που γνωρίζουν και αλληλεπιδρούν με ένα συγκεκριμένο άτομο, στόχο ή ζευγάρι.
- Ø Ο **Χτούρης** (2004), ορίζει ως κοινωνικά δίκτυα τα «πολυδιάστατα συστήματα επικοινωνίας και διαμόρφωσης της ανθρώπινης πρακτικής και της κοινωνικής ταυτότητας».
- Ø Οι **Kwon και Wen** (2010), δηλώνουν πως τα κοινωνικά δίκτυα είναι «δικτυακοί τόποι, που επιτρέπουν την δημιουργία σχέσεων μεταξύ προσώπων σε απευθείας σύνδεση μέσω του διαμοιρασμού και της συλλογής χρήσιμων πληροφοριών με άλλους ανθρώπους». Ακόμη, μπορούν να δημιουργήσουν ομάδες, που επιτρέπουν την αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών με παρόμοια ενδιαφέροντα». Τον ορισμό αυτόν, τον δίνουν στο άρθρο τους, “An empirical study of the factors affecting social network service use”.
- Ø Σύμφωνα με τους **Maranto και Barton** (2010), κοινωνικά δίκτυα είναι ένα εργαλείο για τη διερεύνηση των τρόπων με τους οποίους τα μέλη των δικτύων αλληλεπιδρούν και έχουν τη δύναμη και τη φύση των ανταλλαγών ή των συνδέσεων, μεταξύ τους.

Ο πρώτος που εισήγαγε την έννοια των κοινωνικών δικτύων, ήταν ο **Barnes** το 1954 σύμφωνα με την αναφορά στο άρθρο Social Networks του Mitchell (1974).

Ένα κοινωνικό δίκτυο είναι επομένως, μια κοινωνική δομή που αποτελείται από άτομα τα οποία συνδέονται ή δεσμεύονται μεταξύ τους με έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους τύπους αλληλεξάρτησης, όπως η φιλία, η συγγένεια, τα κοινά ενδιαφέροντα, οι οικονομικές συναλλαγές κ.λ.π. Δεν είναι ίσως υπερβολή το να ισχυριστούμε ότι τα θέματα και τα ενδιαφέροντα των κοινωνικών δικτύων είναι τόσο ποικίλα και πλούσια, όσο και η ιστορία του κόσμου μας.

### 4.3 Κοινωνική Δικτύωση (Social Networking)

Η κοινωνική δικτύωση, αποτελεί μια βασική ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία έχει υιοθετηθεί από την τεχνολογική πρόοδο, καθ’ όλη την διάρκεια της ιστορίας, με το τηλέφωνο, το ραδιόφωνο, τις ταχυδρομικές υπηρεσίες και το διαδίκτυο, γκρεμίζοντας έτσι τα στενά όρια της πραγμάτωσής της, σε πραγματικό χρόνο και τόπο. Είναι ένας μικρός κόσμος που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο αριθμός των προσωπικών γνωριμιών για να συνδεθούν 2 άτομα τυχαία στον πλανήτη, είναι μικρός. Η Κοινωνική Δικτύωση, αποτελεί μία μορφή επικοινωνίας, μέσω διαδικτύου, κάτι που είναι δημοφιλές πλέον στους νεαρούς χρήστες. Τους δίνεται επίσης και η δυνατότητα απομακρυσμένης πρόσβασης σε ηλεκτρονικές πηγές και υπηρεσίες. Κοινωνική δικτύωση είναι η συγκέντρωση ή η συμμετοχή των ατόμων σε συγκεκριμένες ομάδες, όπως για παράδειγμα οι χώροι εργασίας, τα πανεπιστήμια και τα σχολεία.

Η κοινωνική δικτύωση είναι η χρήση των κοινοτήτων κοινού ενδιαφέροντος, για να συνδεθούν τα άτομα μεταξύ τους.

Όταν μιλάμε για κοινωνική δικτύωση, εννοούμε διαδικτυακούς κοινωνικούς χώρους, που έχουν σχεδιαστεί για να εξυπηρετούν την επικοινωνία, την συνεργασία και τον διαμοιρασμό υλικού ανάμεσα στα μέλη της κοινότητας που τους χρησιμοποιεί. Μέσα από την κοινωνική δικτύωση, ο άνθρωπος καλύπτει μια μεγάλη ανάγκη του, αυτή του συνεταιρίζεσθαι, δημιουργώντας έτσι δίκτυα με άλλους ανθρώπους και του παρέχεται η δυνατότητα να ανταλλάξει ιδέες, εμπειρίες, απόψεις και να εμπλουτίσει τις γνώσεις του. Όπως είναι γνωστό και από τον Αριστοτέλη, ο άνθρωπος είναι από την φύση του «κοινωνικό ον» και έχει την αίσθηση να ανήκει πάντα σε μια κοινότητα, να επικοινωνεί και να αλληλεπιδρά με τους άλλους ανθρώπους που έχουν παρόμοια ενδιαφέροντα.<sup>9</sup>

#### 4.3.1 On Line Κοινωνική Δικτύωση

Στην εποχή μας η κοινωνική δικτύωση, μετατρέπεται σε on-line δραστηριότητα και συνδέεται με τεχνολογικές υπηρεσίες που επιτρέπει στους ανθρώπους να επικοινωνούν με άλλους, από οπουδήποτε και οποιαδήποτε στιγμή θέλουν.<sup>10</sup> Προκύπτει λοιπόν, ένας νέος ορισμός, αυτός της on-line κοινωνικής δικτύωσης σύμφωνα με τον οποίο, Κοινωνική δικτύωση είναι η πράξη της αλληλεπίδρασης και της σύνδεσης με άλλους σε ένα κοινωνικό σε απευθείας σύνδεση (online) περιβάλλον, μέσω της χρήσης ενός δικτυακού τόπου. Η κοινωνική δικτύωση σήμερα λοιπόν, είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στην online μορφή της, δηλαδή σε απευθείας σύνδεση στο Διαδίκτυο. Αυτό συμβαίνει, διότι το Διαδίκτυο είναι γεμάτο με εκατομμύρια άτομα, που επιθυμούν να γνωρίσουν άλλους ανθρώπους, να αναπτύξουν φιλίες ή επαγγελματικές συμμαχίες, να αναζητήσουν εργασία, να σχηματίσουν ομάδες και να μοιράζονται από πρώτο χέρι πληροφορίες και εμπειρίες σχετικά με τα χόμπι και τα ενδιαφέροντά τους.

Η κοινωνική δικτύωση πλέον λαμβάνει χώρα μέσω των νέων ηλεκτρονικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης, μέσω των οποίων «ενώνουμε τις ζωές μας στα καλά και στα άσχημα».<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Christakis, N. & Fowler, J. (2009), "Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives -- How Your Friends' Friends Affect Everything You Feel, Think, and Do", New York: Little Brown

<sup>10</sup> Gunawardena Charlotte N, Mary Beth Hermans, Damien Sanchez, Carol Richmond, Maribeth Bohley, and Rebekah Tuttle, (2009), "A theoretical framework for building online communities of practice with social networking tools", Educational Media International, 46:1, 3-16.

<sup>11</sup> Shirky, C. (2008), "Here Comes Every-Body: The Power of Organizing without Organizing" London: Penguin.

## 4.4 Social Media - Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

### 4.4.1 Εισαγωγή

Τα Social Media, είναι σήμερα μια μόδα που πρόκειται να εξελιχθεί περισσότερο, κάτι το οποίο φαίνεται στην ολοένα και αυξανόμενη χρήση τους. Τα Facebook, Twitter και Youtube είναι μερικά από τα είδη social media που γνωρίζουμε περισσότερο και χρησιμοποιούμε συχνότερα. Υπάρχουν και άλλα είδη όπως είναι το Flickr, το Blogger, τα οποία κάποιος δεν τα γνωρίζει ή απλά δεν τα χρησιμοποιούν ιδιαίτερα.

### 4.4.2 Ορισμός

Όταν μιλάμε για Social Media, εννοούμε τα μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και πολύ συχνά αναφέρονται με το γενικό όρο κοινωνικά δίκτυα. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια αντανάκλαση των συνομιλιών που συμβαίνουν ακόμη και καθημερινά, όπου και αν βρισκόμαστε, με την διαφορά ότι επιτρέπουν σε αυτές τις συνομιλίες να φθάσουν σε ένα ευρύτερο ακροατήριο. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποτελούν εργαλεία για ανταλλαγή πληροφοριών. Αποτελούν ουσιαστικά την πλατφόρμα και τα εργαλεία για την ενημέρωση και την κοινωνική δικτύωση. Εκείνη την ομπρέλα που περιλαμβάνει όλες τις πλατφόρμες της νέας γενιάς στην σκιά της. Σχετικά με τις επιχειρήσεις, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι ένας τρόπος με τον οποίο αξιοποιούν τις συζητήσεις των χρηστών για το εμπορικό τους σήμα, τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες τους. Μπορούν επίσης να χρησιμοποιούν αυτά τα στοιχεία για να πάρουν έτσι καλύτερες επιχειρηματικές αποφάσεις και να συμμετέχουν στις συζητήσεις. Αν και οι περισσότερες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά, φαίνεται να έχουν μεταπηδήσει στην ψηφιακή εποχή, δημιουργώντας έτσι ιστοσελίδες και προσφέροντας, τα προϊόντα τους από το διαδίκτυο. Υπάρχει βέβαια μεγάλη επιφυλακτικότητα στις επιχειρήσεις για το άνοιγμα αυτό, στις εφαρμογές των κοινωνικών Μέσων (Social Media) για τις αντιδράσεις των καταναλωτών, για το πώς θα διαχειριστούν μέσα από τους διαλόγους την φήμη τους και το όνομά τους.

Είναι σημαντικό σήμερα να αναφέρουμε, ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ιδιωτικών εταιρειών, είναι οικογενειακές επιχειρήσεις και ακολουθούν αυστηρές ιεραρχικές δομές. Δραστηριοποιούνται σε τοπικό επίπεδο με γνώμονα το σχήμα «προμηθευτής-επιχείρηση-καταναλωτής».

Μέσα από διεθνείς βιβλιογραφίες έχουν προκύψει πολλοί ορισμοί από διάφορους επιστήμονες.

- Ø Ο *Evans* (2008), υποστηρίζει ότι τα Social Media αποτελούν τον εκδημοκρατισμό της πληροφορίας, διότι πλέον οι χρήστες δεν είναι απλοί αναγνώστες ενός περιεχομένου, αλλά γίνονται εκδότες με την χρήση τους. Τα μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης αποτελούν πηγές πληροφόρησης για τους χρήστες και παρέχουν συναισθηματική αλλά και κοινωνική υποστήριξη.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Evans D, (2008), "Social Media Marketing: an hour a day", Wiley Publishing, Inc. Indianapolis  
Wellman B and Milena Gulia (1999), "Net surfers don't ride alone", ed. Boulder, Colorado: Westview Press

- Ø Ο *Kaplan και ο Haenlein* (2010), στο άρθρο τους «Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media», ορίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σαν ένα σύνολο από διαδικτυακές εφαρμογές που επιτρέπουν την δημιουργία αλλά και την ανταλλαγή περιεχομένου.<sup>13</sup>
- Ø Οι *Halonen και al* (2008)<sup>5</sup>, υποστηρίζουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μέσα αλληλεπιδράσεων μεταξύ των ανθρώπων που δημιουργούν, ανταλλάσσουν και μοιράζονται περιεχόμενο σε εικονικές κοινότητες και δίκτυα. Ο ορισμός αυτός μοιάζει πολύ με αυτόν του *Jones* (2009), ο οποίος ισχυρίζεται πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποτελούν μια κατηγορία των μέσων ενημέρωσης, όπου οι άνθρωποι μιλούν, συμμετέχουν και μοιράζονται. Μέσα από την χρήση τους ενθαρρύνεται η συζήτηση, τα σχόλια, η ανταλλαγή και η διάχυση πληροφοριών από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

#### 4.4.3 Δημοφιλέστερα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Σήμερα, υπάρχουν πολλοί ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης. Οι ιστότοποι διακρίνονται σε κατηγορίες, ανάλογα με το αντικείμενό τους, δηλαδή το στόχο της δικτύωσης, τον τρόπο επικοινωνίας μεταξύ των μελών τους, τον τρόπο εγγραφής και συμμετοχής των μελών και το είδος του περιεχομένου που ανταλλάσσουν οι χρήστες μεταξύ τους. Άλλοι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης εστιάζουν σε συγκεκριμένα ενδιαφέροντα χρηστών, ενώ άλλοι δεν έχουν συγκεκριμένο στόχο ή αντικείμενο. Σε κάποιους ιστότοπους, η εγγραφή μελών είναι ελεύθερη, ενώ σε άλλους απαιτείται πρόσκληση από ένα υπάρχον μέλος για την εγγραφή του.

Μπορεί να περιλαμβάνει δημοσιεύσεις μηνυμάτων ή ακόμα και ζωντανές συνομιλίες, σχόλια, νήματα συζητήσεων κ.λ.π. Στους περισσότερους από αυτούς τους ιστότοπους, τα μέλη, μπορούν και να δημιουργήσουν το δικό τους δίκτυο φίλων. Ο τρόπος επικοινωνίας μεταξύ των μελών, μπορεί να είναι ατομικός, δηλαδή ανάμεσα σε δύο άτομα, ή μαζικός όπου τα μέλη δημοσιεύουν περιεχόμενο ορατό σε όλα τα μέλη. Το περιεχόμενο που δημοσιεύουν ή ανταλλάσσουν μεταξύ τους τα μέλη του ιστότοπου μπορεί να είναι κείμενο, φωτογραφίες, ή ακόμα και βίντεο. Ο όρος μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ή αλλιώς Social Media), αναφέρεται στα μέσα αλληλεπίδρασης ομάδων ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων. Τα social media εμφανίζονται σε διάφορες μορφές όπως για παράδειγμα ιστολόγια, ιστοσελίδες όπως το Facebook, φόρουμς, κ.λ.π.

---

<sup>13</sup> Kaplan, A. M. & Haenlein, M., (2010), “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons”, Vol. 53, pp. 59-68.

Οι πιο δημοφιλείς ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης είναι:

### Ø Facebook



Σήμερα το Facebook αποτελεί την πιο δημοφιλή ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης σε όλο τον κόσμο με πάνω από 1 δισεκατομμύριο μέλη. Είναι η δεύτερη πιο δημοφιής ιστοσελίδα από την Google. Στην Ελλάδα, το 55% των χρηστών του Facebook, είναι άνδρες και το 45% γυναίκες. Οι πιο συχνόι χρήστες είναι μεταξύ 25 έως 34 ετών (2013). Το Facebook ξεκίνησε την λειτουργία του το 2004, από έναν παλιό φοιτητή τον Harvard Mark Zuckerberg και είχε και ως στόχο να συνδέσει όλους τους φοιτητές σε μια κοινότητα. Το 2007 γίνεται προσβάσιμο σε όλους, έχοντας την δυνατότητα να δημιουργούν προφίλ, αφού εισάγουν τα προσωπικά τους στοιχεία, να επικοινωνούν με φίλους και να δημιουργούν ομάδες κοινού ενδιαφέροντος, να γράφουν στον «τοίχο» των φίλων τους, να κάνουν σχόλια, να ανεβάζουν φωτογραφίες καθώς και να κάνουν Like, να παίζουν online παιχνίδια και να δημιουργούν εικονικούς κόσμους.<sup>14</sup> Η σελίδα του Facebook, είναι προσβάσιμη σε 70 γλώσσες και κατέχει την θέση του πρώτου κοινωνικού δικτύου με την μεγαλύτερη αξία 29,11 δις δολάρια (2012) .

### Ø Wikipedia



Είναι η μεγαλύτερη online εγκυκλοπαίδεια και ανήκει στην κατηγορία των συνεργατικών έργων. Ξεκίνησε να λειτουργεί το 2001 και έχει καταφέρει να προσελκύσει 35 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες. Ταξινομείται στην 6η θέση ως προς την παγκόσμια κατάταξη ιστοσελίδων (2013).

### Ø Hi5



Το Hi5, είναι ένα site κοινωνικής δικτύωσης που βασίζεται στο Σαν Φρανσίσκο, Καλιφόρνια. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2004 από τον Ramu Yalamanchi. Μέχρι το 2008, αναφέρετε ότι το Hi5 είχε γίνει το τρίτο πιο δημοφιές site κοινωνικής δικτύωσης από την άποψη ότι είχε πολλούς επισκέπτες κάθε μήνα.

---

<sup>14</sup> Cheung & al (2010), "Online social networks: Why do students use Facebook?" Computers in Human Behavior 27 (2011): 1337–1343



Το site κοινωνικής δικτύωσης, το Tagged , αγόρασε το Hi5 το Δεκέμβριο του 2011, για ένα άγνωστο ποσό .Το Hi5 είχε πολλά κοινά χαρακτηριστικά με άλλους δικτυακούς τόπους κοινωνικής δικτύωσης.Σε αυτό, οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν ένα προφίλ, προκειμένου να δείξουν πληροφορίες σχετικά μ'αυτούς,όπως είναι τα ενδιαφέροντά τους, η ηλικία τους και η πατρίδα τους. Οι χρήστες μπορούν επίσης να ανεβάσουν φωτογραφίες και να δημιουργήσουν φωτογραφικά άλμπουμ, όπου εκεί θα μπορούν να δημοσιεύουν σχόλια. Θα μπορούν επίσης να στείλουν αιτήσεις σε κάποιο φίλο μέσω e-mail . Όταν ένα άτομο λαμβάνει ένα αίτημα για νέο φίλο, μπορεί να το δεχτεί ή να το απορρίψει ή και να αποκλείσει το χρήστη συνολικά. Εάν ο χρήστης αποδεχτεί έναν άλλο χρήστη ως φίλο, τότε θα εμφανιστεί στη λίστα των φίλων του ατόμου.Στις αρχές του 2009, το Hi5 άρχισε να εξελίσσεται από ένα κοινωνικό δίκτυο σε ένα δίκτυο gaming (με παιχνίδια).

### Ø Blogger



Είναι μια υπηρεσία που δημιουργήθηκε το 1999 από την Pyra Labs και δημιουργεί ιστολόγια. Εξαγοράστηκε το 2003 από την Google. Οι χρήστες μπορούν να δημοσιεύουν σε αυτά υλικό με μορφή κειμένου, ήχου και εικόνας. Οι υπόλοιποι χρήστες μπορούν να προσθέτουν σχόλια στο δημοσιευμένο περιεχόμενο. Για την δημιουργία ιστολογίου, απαιτείται η δημιουργία λογαριασμού Google. Το ιστολόγιο, γνωστό συχνά ως blog, είναι μια μορφή ιστοχώρου. Είναι λίστα καταχωρήσεων από την πιο πρόσφατη καταχώρηση στην παλαιότερη. Το περιεχόμενο των καταχωρήσεων μπορεί να είναι οτιδήποτε, όπως σχολιασμός των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των διασημοτήτων, προσωπικά ημερολόγια και ειδικά θέματα όπως τεχνολογία, μόδα, αθλητικά, τέχνες κ.α. Το blog είναι μία μορφή εναλλακτικής δημοσιογραφίας καθώς συμπληρώνει τις κλασσικές μορφές δημοσιογραφίας. Τα ιστολόγια (blogs), αποτελούν λοιπόν ένα είδος κοινωνικών δικτύων των οποίων τα μέλη (bloggers), δραστηριοποιούνται έντονα επαγγελματικά ή από προσωπικό ενδιαφέρον σε συγκεκριμένο τομέα ή θέμα και επιθυμούν να δημοσιεύουν τις προσωπικές τους απόψεις συνήθως με εκτενή τρόπο. Η λειτουργία των blog είναι ταυτόσημη με τον κύριο σκοπό της δημοσιογραφίας,γιατί παρέχει στους πολίτες τις πληροφορίες που χρειάζονται για να είναι ελεύθεροι και αυτοκυβερνώμενοι.Ο καθένας μπορεί να συμβάλλει στην παραγωγή ειδήσεων και στη διανομή πληροφοριών και να δίνει τη δυνατότητα σχολιασμού κάθε δημοσίευσης. Τα blog προσφέρουν περιορισμένη συμμετοχική επικοινωνία.Συνήθως ένας άνθρωπος εκφράζει την άποψή του για συγκεκριμένα θέματα και προσφέρει υπερσυνδέσεις, αλλά ταυτόχρονα παρουσιάζουν περιεχόμενο και σχόλια επάνω στο περιεχόμενο. Στόχος τους είναι να προσελκύσουν απλούς χρήστες του Διαδικτύου, οι οποίοι θα γίνουν αποδέκτες των προσωπικών τους απόψεων, ή θα εμπλακούν σε διάλογο μαζί τους.

Μπορούν να χαρακτηριστούν ως “ερασιτέχνες” δημοσιογράφοι ή συγγραφείς. Η παρουσία των ιστολογίων στον Παγκόσμιο Ιστό αποτελεί μια μορφή διαδικτυακής δημοσιογραφίας που υλοποιεί την έννοια της δημοσιογραφίας των πολιτών.

### Ø *Twitter*



Το Twitter δημιουργήθηκε το 2006 από τον Jack Dorsey και από τότε αναπτύσσεται ταχέως. Είναι γνωστό ότι αποτελεί το αμέσως πιο γνωστό κοινωνικό δίκτυο μετά το Facebook. Το Twitter είναι μια ιστοσελίδα με την οποία υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας μικρό-ιστολογίων και επιτρέπει σε αυτούς που έχουν προφίλ να διαβάζουν και να στέλνουν μηνύματα μικρού μεγέθους 140 χαρακτήρων και είναι γνωστά ως “tweets”. Τα μέλη του twitter μπορούν να ακολουθούν καθώς και να απαντούν στα μηνύματα άλλων χρηστών. Στην Ελλάδα υπάρχουν 85,000 ενεργοί Έλληνες χρήστες, οι οποίοι πραγματοποιούν 180,000 tweets ημερησίως (2012). Στο τέλος του 2012 μετρήθηκαν πάνω από 465 εκατομμύρια ενεργοί λογαριασμοί χρηστών. Κάθε λεπτό δημιουργούνται 11 προφίλ και στέλνονται 100,000 tweets.<sup>15</sup>

### Ø *Flickr*



Το Flickr δημιουργήθηκε το 2004 από την Ludicorp μια εταιρία που εδρεύει στο Βανκούβερ που φιλοξενούσε chat rooms με δυνατότητα ανταλλαγής φωτογραφιών μεταξύ των χρηστών. Το Flickr είναι ένα κοινωνικό δίκτυο δημοσίευσης και διαμοίρασης φωτογραφιών και εξαγοράστηκε το 2005 από την Yahoo. Είναι μια ιστοσελίδα, η οποία δημιουργήθηκε για να φιλοξενεί φωτογραφίες και βίντεο. Σήμερα φιλοξενεί πάνω από 51 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες. Η υπηρεσία χρησιμοποιείται συχνά από bloggers για να ενσωματώνουν τις φωτογραφίες τους στα blogs τους. Η εγγραφή στο Flickr μπορεί να είναι είτε δωρεάν είτε επί πληρωμή, η οποία παρέχει περισσότερα δικαιώματα στους χρήστες του. Αξίζει να σημειωθεί πως παρόμοιο κοινωνικό δίκτυο αποτελεί και το Instagram που έχει κι αυτό τεράστια ανάπτυξη και απήχηση στο κοινό με 80 εκατομμύρια χρήστες.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> <http://www.thesocialskinny.com>

## Ø MySpace



Το Myspace είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης. Ξεκίνησε τον Αύγουστο του 2003 και έχει την έδρα της στο Μπέμπερλι Χιλς, στην Καλιφόρνια. Τον Απρίλιο του 2014, το Myspace είχε 1 εκατομμύριο μοναδικούς επισκέπτες στις ΗΠΑ. Ιδρύθηκε λοιπόν το 2003 από τον Chris DeWolfe και τον Tom Anderson και αργότερα αποκτήθηκε από την News Corporation τον Ιούλιο του 2005 για 580 εκατομμύρια δολάρια. Από το 2005 έως τις αρχές του 2008, το Myspace ήταν το πιο επισκέψιμο site κοινωνικής δικτύωσης στον κόσμο, και τον Ιούνιο του 2006 ξεπέρασε το Google ως την πιο επισκέψιμη ιστοσελίδα στις Ηνωμένες Πολιτείες. Τον Απρίλιο του 2008, το Myspace είχε ξεπεραστεί από το Facebook στον αριθμό των μοναδικών επισκεπτών σε όλο τον κόσμο, και ξεπέρασε τον αριθμό των μοναδικών επισκεπτών ΗΠΑ το Μάιο του 2009. Το Myspace είχε σημαντική επίδραση στην поп κουλτούρα και μουσική και δημιούργησε μια πλατφόρμα τυχερών παιχνιδιών. Τον Ιούνιο του 2009, με το Myspace απασχολούνται περίπου 1.600 εργαζόμενοι. Τον Ιούνιο του 2011, μια Ειδική Ομάδα Media και ο Justin Timberlake αγόρασαν την εταιρεία από κοινού για περίπου 35 εκατομμύρια δολάρια. Σύμφωνα με το νέο ιδιοκτησιακό καθεστώς, η εταιρεία είχε υποβληθεί σε αρκετούς γύρους απολύσεων και τον Ιούνιο του 2011, το Myspace είχε μειώσει το προσωπικό της σε περίπου 200.

## Ø Google plus



Ξεκίνησε να λειτουργεί το 2011 και σήμερα αποτελείται με πάνω από 500 εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως. Είναι μια πολύγλωσση υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης που δίνει την δυνατότητα, οι χρήστες να ανταλλάσσουν πληροφορίες και να επικοινωνούν μεταξύ τους. Η Google+ είναι ένα «κοινωνικό στρώμα», που ενισχύει πολλές ιδιότητες, και είναι όχι απλά μια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά είναι και ένα εργαλείο που συνδέει το περιεχόμενο web, απευθείας με τον ιδιοκτήτη ή τον συγγραφέα του.

Στόχος της εταιρείας Google, είναι μέσα από το Google plus να εδραιωθεί και να ανταγωνιστεί τον πιο σημαντικό αντίπαλό της, που είναι το Facebook.

---

<sup>16</sup> Σπυροπούλου, Α. (2012), «Το ελληνικό κοινωνικό δίκτυο», ΤΟ ΒΗΜΑ

## Ø *Linked In*



Είναι μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης. Ιδρύθηκε το Δεκέμβριο του 2002 και ξεκίνησε στις 5 Μαΐου του 2003 και χρησιμοποιείται κυρίως για επαγγελματική δικτύωση.

Το 2006, το LinkedIn αυξήθηκε σε 20 εκατομμύρια τηλεθεατές.

Η ιστοσελίδα είναι διαθέσιμη σε 20 διαφορετικές γλώσσες.

Πολλά από αυτά τα κοινωνικά δίκτυα, Facebook, Twitter, MySpace και άλλα, προσφέρουν εφαρμογές και για κινητά τηλέφωνα, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στους χρήστες να αλληλεπιδρούν με τους φίλους τους και μέσω του κινητού τηλεφώνου πλέον.

Το κοινωνικό αυτό δίκτυο παρέχεται και δωρεάν, αλλά υπάρχουν όμως σε κάποιες παροχές, χρεώσεις, γιατί απευθύνονται σε εργοδότες που κάνουν δημοσιεύσεις για διαθέσιμες θέσεις εργασίας.

Ταξινομείται στην 14η θέση ως προς την παγκόσμια κατάταξη ιστοσελίδων.<sup>12</sup>

### **4.4.4 Μη – ασφαλή Κοινωνικά Δίκτυα**

Τα κοινωνικά δίκτυα είναι φιλικά στους χρήστες, αλλά η αλήθεια είναι πως δεν είναι ασφαλή. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων είναι θεμελιώδες δικαίωμα. Εκατομμύριοι είναι οι χρήστες, που μοιράζονται δίχως δισταγμό τις πιο προσωπικές στιγμές τους, σε οποιοδήποτε μέρος και αν βρίσκονται και δεν μπορούν να κρύψουν τα δεδομένα τους. Σύμφωνα με τους New York Times, στους ιστοτόπους πρέπει να δημιουργηθούν υποδομές, που να επιτρέπουν τις υποκλοπές καθώς πολλοί επικοινωνούν με το διαδίκτυο και όχι με το τηλέφωνο. Αυτό θα ισχύει ακόμα και για εταιρείες του εξωτερικού και θα προκαλέσει ισχυρό πλήγμα στο απόρρητο της επικοινωνίας. Αυτό θα προκαλέσει καταστροφικές συνέπειες αφού θα διευκολύνει τους χάκερ να υποκλέπτουν στοιχεία.<sup>17</sup>

### **4.4.5 Λόγοι χρήσης Social Media**

Υπάρχουν πολλοί και διάφοροι λόγοι, που «σπρώχνουν» τους ανθρώπους στην υιοθέτηση αλλά και την χρήση των κοινωνικών δικτύων. Για να υιοθετηθεί λοιπόν, η χρήση μιας τεχνολογίας πρέπει να είναι αντιλαμβανόμενη η ευκολία χρήσης αλλά και η χρησιμότητα.

---

<sup>17</sup> Wasserman S., Faust K., (1994), "Social Network Analysis: Methods and Applications Structural Analysis in the Social Sciences", 1 edition, εκδόσεις Cambridge University Press

Κάθε μέρα, χιλιάδες χρήστες, εισχωρούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δημιουργώντας εκεί προφίλ, έστω και με μικρή διάρκεια ζωής. Στις αρχές του 2012, σύμφωνα με έρευνα, οι Έλληνες, χρήστες της χώρας μας, χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα για να επικοινωνήσουν με φίλους και συγγενείς κατά 37%, για να ψυχαγωγηθούν κατά 32% και για να μοιραστούν φωτογραφίες και βίντεο κατά 28%.<sup>18</sup>

Υπήρχαν και άλλες έρευνες παλαιότερα που ο κάθε ερευνητής, εξέταζε τους λόγους χρήσης ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Μια έρευνα που είχε γίνει το 1994 ο McQuail, ανέφερε ότι οι λόγοι ήταν αρχικά η ενημέρωση, στη συνέχεια η ψυχαγωγία, η κοινωνική αλληλεπίδραση και τέλος η προσωπική ταυτότητα.

Το 2007, οι *Ellison, al., Lenhart και Madden*, στις έρευνές τους, διαπίστωσαν ότι τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούνται περισσότερο για να διατηρήσουν ή να παγιώσουν τις σχέσεις που ήδη υπήρχαν, παρά για να δημιουργήσουν νέες. Το 2009, οι *Brandtzæg και Heim*, ανέφεραν ότι οι λόγοι χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ήταν για να γνωρίσουν νέους ανθρώπους και στην συνέχεια για να επικοινωνούν με φίλους.<sup>19</sup> Σήμερα οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, «social media», για να συζητούν με άλλους ανθρώπους και να ανταλλάσσουν απόψεις και να συγκεντρώνουν πληροφορίες. Άλλοι πάλι τα χρησιμοποιούν για ψυχαγωγικούς λόγους, όπως για να παίζουν παιχνίδια, για να φλερτάρουν, για να περάσουν ωραία τον ελεύθερό τους χρόνο, για να ανεβάσουν, να σχολιάσουν και να ψάξουν για φωτογραφίες και για να αναδείξουν και να διαφημίσουν τον εαυτό τους.

Πολλοί άνθρωποι επίσης χρησιμοποιούν κάποια από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να επικοινωνήσουν με ανθρώπους που ήδη γνωρίζουν και θέλουν να συναντηθούν μαζί τους ή με ανθρώπους που έχουν πολλά χρόνια να δουν και θέλουν έτσι να αποκαταστήσουν τις σχέσεις τους με αυτούς.

Τέλος σύμφωνα με την παγκόσμια έκθεση για τα Social Media για το 2012, ο σημαντικότερος λόγος χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι η διατήρηση επαφών των χρηστών με άτομα που ήδη γνωρίζουν και στη συνέχεια η συλλογή πληροφοριών και η ενημέρωση για τις παγκόσμιες εξελίξεις. Οι λόγοι χρήσης που μπορούν να υιοθετήσουν οι χρήστες μέσα στο περιβάλλον των Social Media, είναι πάρα πολλές και δεν τελειώνουν παρά αυξάνονται καθημερινά.

---

<sup>18</sup> Obrist, M., Geerts, D., Brandtzæg, P.B., Tscheligi, M. (2008), "Design for creating, uploading and sharing user generated content", Human Factors in Computing Systems, pp.2391–2394. ACM, Florence.

<sup>19</sup> Brandtzæg & Heim (2009), "Why People Use Social Networking Sites", A.A. Ozok and P. Zaphiris (Eds.): Online Communities, LNCS 5621, pp. 143–152.

#### 4.4.6 Τύποι χρηστών Social Media

Υπάρχουν πολλοί και διαφορετικοί τύποι χρηστών των social media.



Εικόνα 1: Οι 12 τύποι χρηστών των social media

Πηγή 1: (<https://www.google.gr/search?q=typoi+twm+social+media&source>)

Κάποιοι απο αυτούς είναι:<sup>20</sup>

- Ø Ο **θεατής**: Αυτός ο τύπος χρήστη είναι η πιο κοινή κατηγορία χρήστη. Είναι το άτομο που κάνει συχνά αναζητήσεις για σχόλια άλλων χρηστών και επισκεπτών, που διαβάζει blogs, απόψεις χρηστών που δημιουργούν βίντεο στο YouTube για παράδειγμα και που διαβάζει συζητήσεις σε διάφορα φόρουμ.
- Ø Ο **Joiner**: Είναι ο τύπος του ατόμου που συνδέεται σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook.
- Ø Ο **δημιουργός**: Σε αυτή την κατηγορία ανήκει ο χρήστης που συμμετέχει ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Συμμετέχει σε φόρουμ, αναρτά βίντεο και εικόνες και δημοσιεύει περιεχόμενο σε blogs.

<sup>20</sup> Απο άρθρο στο Telegraph.

<http://www.telegraph.co.uk/technology/social-media/9987213/What-type-of-social-media-user-are-you.html>

- Ø Ο **συλλέκτης**: Ο οποίος οργανώνει το περιεχόμενο για τον εαυτό του ή για τους άλλους χρησιμοποιώντας ένα είδος format για να μεταφέρει δεδομένα στο διαδίκτυο. Δίνει στους χρήστες την δυνατότητα να λαμβάνουν πολλές νέες πληροφορίες από ιστοσελίδες που τους ενδιαφέρουν, χωρίς να χρειάζεται να τις επισκεφτούν, γιατί αυτό γίνεται ακόμα και την στιγμή που δημοσιεύονται.
- Ø Ο **κριτής**: Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται οι χρήστες που ανταποκρίνονται και αντιδρούν σε περιεχόμενο που έχει δημιουργηθεί από άλλους χρήστες. Οι χρήστες αυτοί σχολιάζουν δημοσιεύσεις και «ποστάρουν» σχόλια για προϊόντα ή υπηρεσίες.
- Ø Οι **Εθισμένοι**: Για τους συνήθεις χρήστες τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένας σημαντικός τρόπος επικοινωνίας με την οικογένεια και τους φίλους αλλά για τον «εθισμένο» έχει εξελιχθεί στο σημαντικότερο και ίσως μοναδικό τρόπο επικοινωνίας. Αφιερώνει πολύ χρόνο και ελέγχει δεκάδες φορές την ημέρα τον λογαριασμό του, με αποτέλεσμα να μην χάνει ούτε μία νέα δημοσίευση. Σε περιπτώσεις που δεν βρίσκει ανταπόκριση στο βαθμό που θα ήθελε, το βιώνει αρνητικά και αισθάνεται απομονωμένος.
- Ø Οι **Τουρίστες**: Αυτοί μπορούν στα αλήθεια να ζήσουν χωρίς τα social media, με αποτέλεσμα να συνδέονται σπάνια και να επικοινωνούν σπανιότερα. Μπορεί να μπουν μια φορά το μήνα και να κάνουν μια ενημέρωση ανά τρίμηνο.
- Ø Οι **Αρνητές**: Είναι εκείνοι που δεν παραδέχονται τον εθισμό τους στα social media. Νομίζουν ότι μπορούν εύκολα να ζήσουν χωρίς αυτά αλλά στην πραγματικότητα κάθε φορά που δεν μπορούν να έχουν πρόσβαση στα αγαπημένα τους δίκτυα για μεγάλο χρονικό διάστημα, γίνονται ανήσυχοι και αισθάνονται αποκομμένοι από τον υπόλοιπο κόσμο.
- Ø Οι **Κατάσκοποι**: Είναι αυτοί που κρύβονται στις σκιές του κυβερνοχώρου παρακολουθώντας τι λένε οι άλλοι στα κοινωνικά δίκτυα, αλλά σπάνια, αν όχι ποτέ, συμμετέχουν οι ίδιοι. Εκτός δικτύου, σνομπάρουν την ποιότητα στις αναρτήσεις των άλλων, αλλά κατά βάθος ανησυχούν που δεν έχουν κάτι ενδιαφέρον να αναρτήσουν.
- Ø Οι **Νεοσύλλεκτοι**: Είναι τα νέα άτομα που παίρνουν το "βάπτισμα του πυρός" στα κοινωνικά δίκτυα. Είναι το πρώτο διάστημα, μέχρι να κατανοήσουν τον τρόπο επικοινωνίας του εκάστοτε μέσου και μέχρι να δημιουργήσουν το κύκλο επαφών τους, βιώνουν ένα είδος "ψαρώματος". Στους περισσότερους μάλιστα προκαλούνται ερωτήματα του στυλ "τι κάνω εγώ εδώ;" ή "πότε θα γίνω σαν το τάδε που έχει 1000 φίλους και 60 likes σε κάθε ενημέρωση που κάνει;"

Από τους πρώτους μήνες και από το τρόπο συμμετοχής, φαίνεται αν ο νεοσύλλεκτος θα γίνει σύντομα ένας εθισμένος χρήστης.

- Ø Οι **Μεταλλαγμένοι**: Αυτοί όχι μόνο προασπίζουν την ανωνυμία τους αλλά υιοθετούν μια άλλη προσωπικότητα και συμμετέχουν κανονικά στα μέσα έχοντας την ασφάλεια ότι κανείς δεν γνωρίζει την πραγματική τους ταυτότητα.
- Ø Τα **Παγώνια**: Ο χρήστης «Παγώνι», μπορεί εύκολα να αναγνωριστεί στα social media, επειδή ο τρόπος συμμετοχής του είναι μια εμφανής ευκαιρία για αυτοπροβολή και επίδειξη των δυνατοτήτων του. Κρίνει την “κοινωνική θέση” των άλλων από τον αριθμό των φίλων ή ακολούθων τους και ο στόχος της κάθε δημοσίευσης είναι να εξασφαλίσει όσο το δυνατόν περισσότερα likes και retweets.
- Ø Οι **Ανακριτές**: Χαρακτηρίζει τον χρήστη που συμμετέχει στο Facebook και το Twitter με ερωτήσεις, όχι επειδή θέλει πραγματικά να μάθει, αλλά γιατί είναι ένας αποδοτικός τρόπος να αρχίσει συνομιλίες και να αποκτήσει κοινό. Με το φόβο ότι δεν έχει κάτι σημαντικό να πει, ακολουθεί την μέθοδο των ερωτήσεων που του δίνει μια καλή ευκαιρία να συμμετέχει.
- Ø Οι **Επαίοντες**: Αν και σε εκτός δικτύου συνομιλίες μπορεί να είναι διαλλακτικός και συζητήσιμος, ο «Επαίοντας» μεταμορφώνεται σε απόλυτο και δογματικό στα social media. Εκμεταλλεύεται την δυνατότητα του πληκτρολογίου για να εκφράσει απόψεις, χωρίς να χρειάζεται να αντιμετωπίσει, άμεσο τουλάχιστον, αντίλογο. Όταν γίνει πλέον αντιληπτός συνήθως δεν απολαμβάνει ιδιαίτερη διάδραση με άλλους, εκτός αν πρόκειται για διάνοια του είδους. Συναντάται κυρίως στο twitter.
- Ø Τα **Φαντάσματα**: Ο χρήστης που θέλει να συμμετέχει σε συζητήσεις, αλλά ανησυχεί για την αποκάλυψη προσωπικών πληροφοριών του, κυρίως προς αγνώστους. Η μόνη λύση είναι η χρήση ψευδώνυμων, ελάχιστων προσωπικών πληροφοριών και γενικά κρίνεται ως μια "απρόσωπη" παρουσία με άποψη. Η ανωνυμία ωστόσο περιορίζει σημαντικά τον κύκλο γνωριμιών του και το κύρος των όσων δημοσιεύει ή σχολιάζει.
- Ø Οι **Ανασφαλείς**: Αυτός ο τύπος χρήστη ανησυχεί ιδιαίτερα για το πόσα likes, comments και re-tweets λαμβάνει για κάθε ενημέρωση που κάνει, επειδή συνδέει αυτή τη μέτρηση με την δημοτικότητα του. Μετά από κάθε δημοσίευση ελέγχει συνεχώς την απήχηση που έχει και δεν ηρεμεί αν δεν αρχίσουν τα πρώτα σχόλια και οι αναδημοσιεύσεις.
- Ø Οι **Πληροφοριοδότες**: Η ενδιαφέρουσα πληροφορία έχει μεγάλη αξία στα social media.



Ο πρώτος που θα εντοπίσει κάτι σημαντικό και θα το διαδώσει, κερδίζει δόξα και φυσικά φίλους και ακόλουθους. Ο «Πληροφοριοδότης» σαρώνει το διαδίκτυο ψάχνοντας για νέα, ειδήσεις, βίντεο, φωτογραφίες, ιστορίες, προσφορές, κλπ, για να ικανοποιήσει το κοινό του.

#### 4.4.7 Τομείς χρήσης των Social Media

Τα Social Media χρησιμοποιούνται ολοένα και περισσότερο σε τομείς που θεμελιώνουν την κοινωνία μας, αλλά και σε προσωπικούς τομείς της ζωής του κάθε ατόμου. Τα σύγχρονα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εφαρμόζονται σε τομείς της εκπαίδευσης, της αγοράς εργασίας, αλλά και σε επιχειρησιακούς τομείς. Πιο αναλυτικά:

##### **Ø Στην Εκπαίδευση**

Η χρήση των κοινωνικών δικτύων σε εκπαιδευτικό και διδακτικό πλαίσιο μπορεί να θεωρηθεί ως μια ισχυρή ιδέα, επειδή οι μαθητές περνούν πολύ χρόνο σε αυτές τις online δραστηριότητες δικτύωσης. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον τομέα της εκπαίδευσης, ενσωματώνουν πλήθος δυνατοτήτων αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας των μαθητών. Με την χρήση των social media, τα παιδιά μαθαίνουν να συνεργάζονται για την παραγωγή κοινού έργου, να ανταλλάσσουν ιδέες και απόψεις και να εκφράζονται μέσω κειμένων.<sup>21</sup>

Οι νέοι μαθαίνουν πολύ πιο εύκολα μέσα από δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με τη διασκέδαση και τη δημιουργική συμμετοχή σε κοινωνικά δίκτυα και αυτό αποτελεί ισχυρό κίνητρο ένταξης των κοινωνικών δικτύων στην διαδικασία μάθησης. Η χρήση των Social Media, ενισχύει την επικοινωνία ανάμεσα σε μαθητές, εκπαιδευτικούς και γονείς, ενώ βελτιώνει αλλά και προωθεί την εκπαίδευση που γίνεται εξ'αποστάσεως. Η χρήση των κοινωνικών δικτύων στην εκπαίδευση, οδηγεί σε μια νέα κουλτούρα, σε μια μάθηση που στηρίζεται στις αρχές της συλλογικής ανακάλυψης.<sup>22</sup>

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποτελούν πλατφόρμες που δίνουν την δυνατότητα στους μαθητές να ενημερώνονται, να μοιράζονται σχόλια και απόψεις και να ανταλλάζουν πληροφορίες.<sup>23</sup> Επίσης τους δίνεται η δυνατότητα, να αναπτύξουν κριτική και αναλυτική σκέψη με στόχο την οικοδόμηση νέας γνώσης, μέσα από τον κοινωνικό αυτό χαρακτήρα των κοινωνικών δικτύων.<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> Κίργινας Σ. (2012) περιοδικό: «Εκπαίδευση ενηλίκων», άρθρο: «Κοινωνικά δίκτυα στην εκπαίδευση» σελ. 22-

<sup>22</sup> Douglas & Seely-Brown (2011), "A New Culture of Learning: Cultivating the Imagination for a World of Constant Change".

<sup>23</sup> DeSchryver, M., Mishra, P., Koehler, M., & Francis, A. P. (2009), "Moodle vs. Facebook: Does using Facebook for discussions in an online course enhance perceived social presence and student interaction?", The Society for Information Technology and Teacher Education International Conference (pp. 329-336). Chesapeake, VA: AACE.

<sup>24</sup> Selwyn, N. (2012), "Social media in higher education", The Europa World of Learning, διαθέσιμο στον ιστότοπο [www.worldoflearning.com](http://www.worldoflearning.com).

Τέλος, παρατηρείται μία όλο και αυξανόμενη χρήση των Social Media από τις βιβλιοθήκες, δίνοντας την δυνατότητα στον χρήστη να έχει άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες οποιασδήποτε βιβλιοθήκης παγκοσμίως και έτσι οι χρήστες έχουν το πλεονέκτημα να ενημερώνονται και να ψυχαγωγούνται και από το σπίτι τους.<sup>25</sup>

### **Ø Στην αγορά Εργασίας**

Πολύ σημαντική είναι η χρήση των κοινωνικών δικτύων όσον αφορά την προσφορά και την ζήτηση εργασίας. Κάποιες επιχειρήσεις στην Ελλάδα χρησιμοποιούν τα Social Media για να προσελκύσουν και να επιλέξουν προσωπικό, καθώς και για να βρουν πληροφορίες για τους υποψήφιους. Σήμερα πολλοί από τους χρήστες των Social Media παγκοσμίως ψάχνουν για εργασία μέσα από αυτά.

### **Ø Στις Επιχειρήσεις**

Υπάρχουν πολλοί σημαντικοί λόγοι για την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τις επιχειρήσεις. Μερικοί από αυτούς είναι οι εξής:<sup>26</sup>

- για να δημιουργήσουν αναγνωρισιμότητα για το brand τους
- για την πρόσληψη εργαζομένων
- για να ενισχύσουν τη συνεργασία, την καινοτομία, τη φήμη, την παραγωγικότητα και τη δέσμευση των εργαζομένων τους με την εταιρεία
- για να τα χρησιμοποιήσουν σαν ένα online εργαλείο διαχείρισης της φήμης τους
- για να το χρησιμοποιήσουν ως εργαλείο για να υποκλέψουν πιθανές προοπτικές
- για να μάθουν τις νέες τεχνολογίες και τους ανταγωνιστές τους

Οι επιχειρήσεις μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, επιτυγχάνουν μέσα από τις προσωπικές τους σελίδες, να ενθαρρύνουν τους καταναλωτές και τους πελάτες, να ακούσουν τις απόψεις τους έτσι ώστε να βελτιώσουν ή να αλλάξουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους, να έρθουν σε επαφή μαζί τους μέσα από συζητήσεις και να χτίσουν μαζί τους σχέσεις εμπιστοσύνης.

#### **4.4.8 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Social Media**

Τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πολλά μειονεκτήματα και κινδύνους που υπάρχουν στις προσωπικές σχέσεις των ανθρώπων και ολοένα και πληθαίνουν.

---

<sup>25</sup> Maness J. (2006), "Library 2.0 theory: web 2.0 and its implications for libraries", Webology, Volume 3, Number 2, June, 2006.

<sup>26</sup> Nimetz, Jody (2007), "Jody Nimetz on Emerging Trends in B2B Social Networking" (<http://www.marketing-jive.com/2007/11/jody-nimetz-on-emerging-trends-in-b2b.html>). Marketing Jive, November 18, 2007.

Πολλά **μειονεκτήματα** και πολλοί κίνδυνοι που προκύπτουν λοιπόν είναι: <sup>27</sup>

- § Η χρήση των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης δίνει τη δυνατότητα στους χάκερ, να διαπράξουν απάτη και να ξεκινήσουν επιθέσεις ιών.
- § Σπατάλη χρόνου.
- § Παρενόχληση από άτομα εντελώς άγνωστα μέλη του κοινωνικού δικτύου χωρίς τη δυνατότητα προστασίας.
- § Κλοπή προσωπικών δεδομένων.
- § Η υπερβολική χρήση οδηγεί σε εθισμό
- § Cyber- Bullying. Αναφέρεται στον διαδικτυακό εκφοβισμό των χρηστών που μπορεί να οδηγήσει σε συναισθηματικό τραυματισμό. Σύμφωνα με έρευνα (complete Social Media guide), το 39% των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αναφέρει πως έχει πέσει θύμα εκφοβισμού.
- § Καταπάτηση της ιδιωτικότητας.
- § Επιβλαβής έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών.
- § Τα Social Media αυξάνουν τον κίνδυνο των ατόμων που πέφτουν θύματα ηλεκτρονικών απατών που φαίνονται γνήσιες, με αποτέλεσμα την κλοπή προσωπικών δεδομένων.
- § Μετάδοση επιλεγμένων πληροφοριών με σκοπό την χειραγώγηση της κοινής γνώμης.
- § Υπάρχει ο κίνδυνος εξαπάτησης, δηλαδή η σύνδεση με άτομα που ισχυρίζονται ότι είναι κάποιος που δεν είναι στην πραγματικότητα, διότι οι χρήστες του Διαδικτύου μπορούν να διατηρήσουν την ανωνυμία τους όταν έρχονται σε επαφή με άλλους χρήστες.
- § Trolling. Αναφέρεται στην κακή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για συναισθηματική κακοποίηση, που επιτυγχάνεται για παράδειγμα με δυσμενή σχόλια για να προκαλέσουν τον θυμό ή την λύπη κάποιου.
- § Η χρήση των Social Media καλλιεργεί τον εγωισμό και τον ναρκισσισμό. Τα κοινωνικά δίκτυα βομβαρδίζουν τους χρήστες οδηγώντας τους σε υπερκατανάλωση άχρηστων πληροφοριών, καλλιεργώντας έτσι ένα υπερτροφικό Εγώ.
- § Βομβαρδισμός πληροφοριών διαφημιστικών μηνυμάτων. <sup>28</sup>
- § Σε επιχειρησιακό επίπεδο, μπορεί να οδηγήσουν σε αρνητικά σχόλια τους υπαλλήλους μιας επιχείρησης σχετικά με την εταιρεία ή να επιφέρουν νομικές συνέπειες, αν οι εργαζόμενοι χρησιμοποιούν αυτές τις ιστοσελίδες για να προβάλλουν παράνομο ή προσβλητικό υλικό.

Με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης υπάρχουν κάποια **πλεονεκτήματα** για τους χρήστες. Κάποια από αυτά είναι τα εξής: <sup>29</sup>

- § Παρέχουν την δυνατότητα αναζήτησης περιεχομένου, όπως φωτογραφίες, βίντεο κ.λ.π, στο οποίο οι χρήστες δε θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση με διαφορετικό τρόπο όπως π.χ. από έντυπα μέσα.

---

<sup>27</sup> Weir & al (2011), "The threats of social networking: Old wine in new bottles?", Information Security Technical Report, Vol. 16, pp.38-43.

<sup>28</sup> Marcon M., Viswanath B., Cha M., Gummedi K. (2011), "Sharing Social Content from Home: A Measurement-driven Feasibility Study", NOSSDAV 2011.

- § Η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων, εφόσον το Διαδίκτυο συγκεντρώνει μεγάλο πλήθος απο άτομα από όλο τον κόσμο.
- § Διευκολύνουν την ανοιχτή επικοινωνία, που οδηγεί σε αυξημένη ανακάλυψη πληροφοριών.
- § Η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με άτομα που μπορεί να βρίσκονται σε μεγάλη γεωγραφική απόσταση το ένα από το άλλο, εφόσον το Διαδίκτυο καταργεί τις αποστάσεις.
- § Συμβάλλουν στην διάχυση της γνώσης.
- § Η δυνατότητα δημιουργίας μεγάλης ποικιλίας κοινωνικών δεσμών με άτομα από διαφορετικές χώρες, πολιτισμούς, κοινωνίες και με διαφορετικές συνήθειες και χαρακτηριστικά.
- § Καλύπτουν την βασική ανάγκη των ανθρώπων η οποία είναι να μοιραστούν πράγματα, απόψεις και σκέψεις.
- § Η δυνατότητα διεύρυνσης των γνώσεων και των πνευματικών οριζόντων του ατόμου.
- § Παρέχουν την δυνατότητα άμεσης ενημέρωσης για οτιδήποτε συμβαίνει στον κόσμο την ίδια στιγμή, εφόσον οι ειδήσεις μεταδίδονται μεταξύ των χρηστών του Διαδικτύου από τη μια άκρη της γης στην άλλη, σε ελάχιστο χρόνο.
- § Βελτιώνουν την επιχειρηματική φήμη και πελατεία με ελάχιστη χρήση της διαφήμισης.
- § Η δυνατότητα δραστηριοποίησης και σύμπραξης για κοινούς σκοπούς με άτομα που μπορεί να βρίσκονται οπουδήποτε στη γη.
- § Δίνουν την ευκαιρία να διευρυνθούν οι επιχειρηματικές επαφές.
- § Επιτρέπουν στους εργαζόμενους να συζητήσουν τις ιδέες, να μοιραστούν links (υπερσυνδέσμους), να ποστάρουν νέα και να κάνουν ερωτήσεις.
- § Παρέχουν την δυνατότητα δημιουργίας δεσμών, με πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων παγκοσμίως, με διαφορετικές συνήθειες και χαρακτηριστικά, από διαφορετικές χώρες, πολιτισμούς και κοινωνίες. Επιτρέπουν την άμεση αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών.
- § Παρέχουν την δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε ψυχαγωγικό περιεχόμενο, από το σπίτι, όπως είναι η παρακολούθηση βίντεοκλιπ και η ενασχόληση με εφαρμογές ψυχαγωγικού χαρακτήρα όπως τα παιχνίδια.
- § Επιτρέπουν την γρήγορη μετάδοση των γεγονότων.

---

<sup>29</sup> HamzaKhan(2012), διαθέσιμο στον ιστότοπο <http://www.instantshift.com/2012/06/28/social-networking-vs-social-media-understand-the-difference/>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

### 5.1 Εισαγωγή

Οι συνεντεύξεις προετοιμάζονται με τη μορφή της καταγραφής των γενικών σημείων.Ο βασικός λόγος που δεν επιτρέπει τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου σεναρίου είναι ότι η ανταλλαγή των συναισθημάτων ανάμεσα στους συμμετέχοντες και των ιδεών απαιτεί αυτοσχεδιασμό.

Οι συμμετέχοντες εκτός από το άτομο που παίρνει συνέντευξη, δεν είναι επαγγελματίες και έτσι δεν μπορούν να απομνημονεύσουν ή να διαβάσουν ένα ολοκληρωμένο σενάριο χωρίς να φαίνονται περιορισμένοι.Η ομιλία είναι πάντα προετοιμασμένη με τον πρόλογό της και τον επίλογό της.Σε μια συνέντευξη,οι συμμετέχοντες ανταλλάζουν σχόλια και μιλούν ελεύθερα ο ένας στον άλλον.Αυτός που παίρνει την συνέντευξη,είναι και αυτός που αποφασίζει από ποιον θα ξεκινήσει και με ποιον θα τελειώσει την συνέντευξη.<sup>30</sup>

Οι συνεντεύξεις χρησιμοποιούνται σε πολλά προγράμματα, ιδίως στις ειδήσεις,στις παρουσιάσεις,στα ντοκιμαντέρ,στα προγράμματα συνεντεύξεων και στα εκπαιδευτικά προγράμματα.

### 5.2 Είδη Συνεντεύξεων

Υπάρχουν τρία βασικά είδη συνεντεύξεων:<sup>31</sup>

- 1) Η συνέντευξη που παρουσιάζει πληροφορίες:

Αυτό το είδος, αφορά συνεντεύξεις κοινής ωφέλειας.Το άτομο που δίνει τη συνέντευξη μπορεί να παρουσιάσει τα γεγονότα με άμεσο τρόπο και να συνδυάσει τις πληροφορίες με τα προσωπικά του πιστεύω.

Η πληροφορία μπορεί να δοθεί από μια άγνωστη προσωπικότητα ή από ένα γνωστό άτομο του συγκεκριμένου τομέα.Αν το άτομο που δίνει συνέντευξη δεν είναι ηθοποιός, τότε λογικό είναι να μην ξέρει να διαβάσει σωστά και έτσι θα πρέπει να γίνει πρόβα του προγράμματος ως μια αυτοσχέδια παρουσίαση.

Ο βασικός στόχος μιας συνέντευξης είναι η μετάδοση πληροφοριών με αποτέλεσμα ένα ολοκληρωμένο σενάριο.Οι συνεντεύξεις που παρουσιάζουν ειδήσεις ανήκουν στην παρούσα κατηγορία συνεντεύξεων.

---

<sup>30</sup> Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G.Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

<sup>31</sup> Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο- Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

## 2) Η συνέντευξη που παρουσιάζει γνώμες:

Σε αυτή την κατηγορία, ανήκει η συνέντευξη που επικεντρώνεται στις πεποιθήσεις ενός ατόμου. Οι συνεντεύξεις αυτής της κατηγορίας, δίνονται από γνωστά άτομα που είναι ειδικοί στους τομείς τους και παρουσιάζουν πληροφορίες και αναλύουν μια προσωπικότητα. Τα άτομα αυτά μπορεί να έχουν ενημερωθεί πριν την μαγνητοσκοπήση ή τη ζωντανή μετάδοση του προγράμματος.

Ο δημοσιογράφος στη συνέντευξή του, πρέπει να έχει στο μυαλό του μια εισαγωγή, μια ερώτηση και όλες τις υπόλοιπες ερωτήσεις που θα ακολουθήσουν μετά τις πιθανές απαντήσεις.

## 3) Η συνέντευξη που αναλύει μια προσωπικότητα:

Αυτό το είδος της συνέντευξης, προκαλεί το ανθρώπινο ενδιαφέρον κι έχει ως στόχο να διερευνήσει.

Η πιο επιτυχημένη συνέντευξη που αναλύει μια προσωπικότητα βασίζεται στον συνδυασμό της διερεύνησης των προσωπικών στάσεων και της αποκάλυψης των ενεργειών και των πεποιθήσεων. Η προετοιμασία των ερωτήσεων, βασίζεται στην απόκτηση όλων των πληροφοριών σχετικά με το ιστορικό του ατόμου που δίνει την συνέντευξη. Πριν μεταδωθεί το πρόγραμμα πρέπει να συζητηθούν οι ερωτήσεις με το άτομο που θα δώσει την συνέντευξη, για να μπορέσουν να αναλυθούν τα γεγονότα σε βάθος και να οριστεί η λογική σειρά των ερωτήσεων.

## 5.3 Προετοιμασία Συνέντευξης

Πολύ σπάνια, οι συνεντεύξεις ακολουθούν ένα ολοκληρωμένο σενάριο το οποίο οδηγεί σε μια μονότονη παρουσίαση εκτός από την περίπτωση που το άτομο που δίνει αλλά και αυτό που παίρνει την συνέντευξη, είναι έμπειροι άνθρωποι οι οποίοι μπορούν να παρουσιάσουν ως αυτοσχέδιο το γραπτό κείμενο. Αυτό είναι κάτι το οποίο δεν συμβαίνει συχνά.

Το άτομο που παίρνει την συνέντευξη, πρέπει να οργανώσει και να προετοιμάσει πάρα πολύ καλά τις κατάλληλες ερωτήσεις την συγκεκριμένη στιγμή. Αυτό πρέπει να γίνει, γιατί μια συνέντευξη μπορεί να κρύβει κινδύνους όταν είναι εντελώς απροετοίμαστη, διότι το άτομο που δίνει συνέντευξη μπορεί να είναι βαρετό ή μπορεί να είναι πολύ ομιλητικό ή να βρεθεί σε δύσκολη θέση.

Για να γίνει σωστή προετοιμασία, θα πρέπει να γίνουν όλα επιγραμματικά και με σειρά.<sup>32</sup>

- Γίνεται η κατάλληλη εντατική και λεπτομερής έρευνα, έτσι ώστε ο παρουσιαστής να είναι έτοιμος να κάνει εύστοχες ερωτήσεις με μια λογική σειρά. Θα πρέπει να έχει μια ιδέα των πιθανών απαντήσεων που μπορεί να δωθούν, στις ερωτήσεις που έχει ήδη προετοιμάσει.

<sup>32</sup> Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΟΝ»

- Ο παραγωγός,ο παρουσιαστής και ο συγγραφέας πρέπει να προετοιμάσουν την μορφή των ερωτήσεων.
- Πριν την συνέντευξη, γίνεται μια συνάντηση με το άτομο που θα δώσει την συνέντευξη για να ενημερωθεί για τα βασικά μόνο σημεία των ερωτήσεων που θα του τεθούν και τους δίνει και την γενική μορφή των απαντήσεών του.Αυτό είναι μια βοήθεια για τον συγγραφέα γιατί εφόσον θα ξέρει τις απαντήσεις θα μπορέσει να βρει τις ερωτήσεις που θα κάνει βάσει αυτών των απαντήσεων.
- Τότε και ο συγγραφέας συνεργάζεται με τον παρουσιαστή, ώστε να γίνει επανεξέταση του υλικού που έχει προετοιμαστεί,μια τελευταία πρόβα δηλαδή, λίγο πριν γίνει η μετάδοση. Με αυτήν την τακτική επιτυγχάνεται ένα εξαιρετικό σενάριο απο τον συγγραφέα.
- Σε περίπτωση που το άτομο που δίνει την συνέντευξη δεν μπορέσει να παρευρεθεί πριν, ο συγγραφέας τότε πρέπει να μαντέψει τις πιθανές απαντήσεις.

Είναι πολύ σημαντικό,να αναφερθεί το γεγονός ότι το κλειδί για μια επιτυχημένη συνέντευξη είναι η προετοιμασία. Ο συγγραφέας πρέπει να ψάξει βαθιά και ο παρουσιαστής πρέπει να γνωρίζει καλά το ιστορικό,τη στάση αλλά και τα συναισθήματα του ατόμου που θα δώσει τη συνέντευξη.Όταν οι παρουσιαστές έχουν προετοιμάσει πολύ καλά τις ερωτήσεις, τότε η συζήτηση γίνεται πιο έξυπνη και οι εκπομπές είναι πιο ζωντανές και πιο ενδιαφέρουσες.

Τα βασικά συστατικά μιας *καλής συνέντευξης* είναι:

- 1) η μελέτη του προσκεκλημένου
- 2) η μελέτη όσων έχει γράψει ο προσκεκλημένος και
- 3) η προετοιμασία ερωτήσεων που αποκαλύπτουν ένα υψηλό επίπεδο κατανόησης

## 5.4 Έρευνα

Το κλειδί μιας αποτελεσματικής συνέντευξης είναι η έρευνα. Σε αυτήν την περίπτωση, πρέπει να βρεθεί οτιδήποτε σχετίζεται με το άτομο που θα δώσει την συνέντευξη,δηλαδή η βιογραφία του.

Πολύ σημαντική είναι και η εξοικείωση με το άτομο που έχουμε προσκαλέσει και το θέμα μας, έτσι ώστε οι ερωτήσεις που θα προετοιμαστούν να είναι έξυπνες και εύστοχες.

Δεν πρέπει να γίνουν άσχετες ερωτήσεις ή ερωτήσεις που μπορούν να απαντηθούν απο κάποιους άλλους,γιατί έτσι σπαταλάμε άδικα τον χρόνο και το δικό μας αλλά και του καλεσμένου.

Το σωστό είναι απο μόνοι μας να βρούμε τις πληροφορίες που χρειαζόμαστε για την συνέντευξη και απο πηγές ακόμα τις οποίες εμπιστευόμαστε αρκεί να ακούμε προσεχτικά όλες τις απόψεις.

Πρέπει να γράφουμε πάντα σε κάποιο σημειωματάριο ή να ηχογραφούμε τις απαντήσεις που δίνονται στις ερωτήσεις μας, γιατί θα τις ακούσουμε και θα τις ξεχάσουμε ή δεν θα τις θυμόμαστε με τόση ακρίβεια.

Καλό είναι να γίνεται και έρευνα στο ακροατήριο για το τι γνωρίζει σχετικά με το θέμα, για τον καλεσμένο μας, ποια είναι η στάση του απέναντι στο θέμα και τον καλεσμένο μας ,αλλά και άλλα σχετικά με αυτά, γιατί είναι πολύ σημαντικό για μια συνέντευξη.

Σε όλες τις συνεντεύξεις ο συγγραφέας προετοιμάζει τον πρόλογο,τον επίλογο, όλο το βασικό υλικό για τον καλεσμένο, την έναρξη και το τέλος των διαφημιστικών διαλειμμάτων και φυσικά υπάρχουν και οι ερωτήσεις αλλά και οι απαντήσεις σε μια συνέντευξη.

Ο επίλογος πρέπει να διατίθεται σε πολλά μήκη, σε περίπτωση που το πρόγραμμα τελειώσει πιο γρήγορα ή καθυστερήσει.

Κάποιες συνεντεύξεις ξεκινούν απότομα, αρχίζοντας με την συνέντευξη, για να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του ακροατηρίου και αργότερα κάνουν μια εισαγωγή στο θέμα.

Η μορφή των συνεντεύξεων, εξαρτάται από τις προσωπικές προσεγγίσεις και τεχνικές του παρουσιαστή, κυρίως αν αυτός είναι ο συγγραφέας και ο παραγωγός.

Σε μια συνέντευξη, πρέπει να γίνονται καλές ερωτήσεις, ώστε να μην δίνονται μονολεκτικές απαντήσεις, αλλά ούτε να καλύπτονται τα θέματα και οι ερωτήσεις σε σύντομο χρονικό διάστημα.<sup>33</sup>

## 5.5 Δομή Συνέντευξης

Μια συνέντευξη για να είναι επιτυχημένη πρέπει να ακολουθηθούν κάποια βήματα: <sup>34</sup>

1. Με την έναρξη της συνέντευξης πρέπει να γίνει η παρουσίαση του προσκεκλημένου.
2. Πρέπει να προσδιοριστεί αμέσως αν το άτομο έχει κάποιο επάγγελμα ή τίτλο,αν έχει επιτύχει κάτι το ιδιαίτερο.Αυτό πρέπει να γίνει για να εξασφαλιστεί η αξιοπιστία του προσκεκλημένου για την συνέντευξη.
3. Στη συνέχεια,πρέπει να αναφερθεί ο σκοπός για τον οποίο γίνεται η συνέντευξη και τι είναι αυτό που πρέπει να περιμένει το ακροατήριο καθ'όλη τη διάρκεια της συνέντευξης και ιδιαίτερα στο τέλος.
4. Πρέπει να μαντέψουμε τι είναι αυτό που θέλει να μάθει το ακροατήριο, για να προετοιμάσουμε αυτές τις ερωτήσεις που θα μας οδηγήσουν στις κατάλληλες απαντήσεις.

---

<sup>33</sup> Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»,Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

<sup>34</sup> Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»,Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»



5. Η αρχή της συνέντευξης δεν πρέπει να γίνεται με δύσκολες ερωτήσεις, γιατί τότε ο προσκεκλημένος θα λάβει αμυντική θέση και θα δημιουργηθούν εμπόδια. Η αρχή λοιπόν, καλό είναι να γίνει με ερωτήσεις που αφορούν τη θέση που έχει ο προσκεκλημένος και με ερωτήσεις ανθρώπινου ενδιαφέροντος. Έτσι ο προσκεκλημένος θα διευκολυνθεί και το ακροατήριο θα μάθει κάποια πράγματα για την προσωπικότητά του.
6. Να αποφευχθούν οι ερωτήσεις που δεν οδηγούν πουθενά. Αυτό εμποδίζει τον παρουσιαστή και τον προσκεκλημένο να φτάσουν στο στόχο της συνέντευξης.
7. Δεν πρέπει στην συνέντευξη να μιλάει μόνος του ο παρουσιαστής αλλά να δίνει και την ευκαιρία στον προσκεκλημένο και να τον αφήνει να ολοκληρώνει την απάντησή του.
8. Πρέπει να δίνετε βάθος στη συνέντευξη. Δεν αρκεί μόνο να αναφερθεί το ποιος, που, τι πότε και πως, αλλά να απαντηθεί και το γιατί.
9. Να αποφευχθεί η βαρετή επανάληψη των ερωτήσεων και των απαντήσεων. Πρέπει να γνωρίζουμε πράγματα για τον προσκεκλημένο, ώστε να μην υπάρχουν στην συνέντευξή μας, ερωτήσεις οι οποίες θα έχουν ως απάντηση μόνο ένα Ναι ή ένα Όχι. Αλλά να γίνονται ερωτήσεις που θα οδηγούν σε πρωτότυπες απαντήσεις.

### 5.5.1 Κανόνες Συνεντεύξεων

Άσχετα με τη μορφή και τον προσανατολισμό, εφαρμόζονται κάποιοι κανόνες για να γίνει μια επιτυχημένη συνέντευξη.<sup>35</sup>

- Προσδιορισμός σκοπού συνέντευξης
- Προσδιορισμός του είδους προσέγγισης
- Παρουσίαση του προσκεκλημένου
- Προσδιορισμός του ιστορικού του προσκεκλημένου σχετικά με την συγκεκριμένη συνέντευξη.
- Προσδιορισμός του σκηνικού που γίνεται η συνέντευξη.
- Δημιουργία δράσης. Αφού προσελκυστεί η προσοχή του ακροατηρίου, πρέπει να αυξηθεί το ενδιαφέρον του, μέσω των εύστοχων ερωτήσεων.
- Να συνοψιστεί το τέλος.

---

<sup>35</sup> Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

## 5.6 Τεχνική

Υπάρχουν πολλά βασικά σημεία που πρέπει να γίνουν για ένα τελικό σενάριο.<sup>36</sup>

1. Έρευνα σε βάθος. Αναζήτηση όλων εκείνων των πληροφοριών σχετικά με το θέμα, είτε αυτό είναι ένα άτομο, είτε ένα γεγονός.
2. Εκμάθηση όλων των πιθανών απαντήσεων, για να προετοιμαστούν αντίστοιχα και οι κατάλληλες ερωτήσεις.
3. Διπλός έλεγχος όλων των γεγονότων όσων αφορά τις δηλώσεις του παρουσιαστή, διότι αυτό προκαλεί μεγάλη αμηχανία. Πόσο μάλλον, όταν ένας προσκεκλημένος δηλώνει στον αέρα ότι ο παρουσιαστής έκανε μια λαθος δήλωση.
4. Πρέπει να συμφωνούν τα αντίγραφα με το ύφος του προγράμματος.

Πρέπει να τεθούν ερωτήματα όπως:

- α) Ποια είναι η κύρια προσέγγιση;
  - β) Να καθοδηγήσουμε, να επιτεθούμε ή να επαινέσουμε τους προσκεκλημένους;
  - γ) Η συγκεκριμένη συνέντευξη τι προσανατολισμό έχει; Πολιτικό; Θρησκευτικό;
5. Να είμαστε συγκεκριμένοι με τις ερωτήσεις. Δεν πρέπει να υπάρχει καμιά αμφιβολία με τις πληροφορίες που αναζητάμε. Αν έχουμε μια γενική ερώτηση, πρέπει να είμαστε σίγουροι ότι ο καλεσμένος μπορεί να μιλήσει ελεύθερα για το θέμα.
  6. Επανάληψη της ερώτησης με διαφορετικούς τρόπους, αν ο καλεσμένος προσπαθεί να την αποφύγει.

---

<sup>36</sup> Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΤΟ MARKETING ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

## 6.1 Εισαγωγή

Είναι απαραίτητο να γίνει αναφορά στην κατηγορία του Marketing, διότι πραγματοποιήθηκε στο ντοκιμαντέρ και συνέντευξη σε κάποιους επιχειρηματίες, οι οποίοι μέσω κάποιων κοινωνικών δικτύων, διαφημίζουν την επιχείρησή τους και τα προϊόντα τους, καθώς όλα αυτά τα προωθούν στο κοινό, μέσω του Διαδικτύου. Έχουν δική τους ιστοσελίδα, όπου εκεί ανεβάζουν φωτογραφίες από όλα τα προϊόντα που διαθέτει η επιχείρηση και τα στοιχεία που χρειάζονται για την πλήρη ενημέρωση του κοινού, όπως είναι η τιμή του προϊόντος, η διάσταση και ο κωδικός που αντιστοιχεί στο κάθε προϊόν για να διευκολυνθεί το κοινό στην γρηγορότερη αναζήτησή του.

Διαθέτει επίσης δική του σελίδα στο Facebook, μέσω του οποίου διαφημίζει την επιχείρηση, έχοντας φωτογραφίες της επιχείρησης, φωτογραφίες προϊόντων και στο προφίλ του Facebook είναι αναρτημένες οι προσφορές που υπάρχουν, κάποια φοιτητικά πακέτα, οι εκπτώσεις και τα δώρα που δίνονται με κάθε αγορά. Επίσης, μέσα στην σελίδα του Facebook υπάρχει ένα σημειωματάριο, μέσα στο οποίο το κοινό, μπορεί να γράφει τα θετικά αλλά και τα αρνητικά του σχόλια, για την επιχείρηση αυτή, αν είναι ικανοποιημένοι με τα προϊόντα αυτά ή όχι κ.τ.λ. Η επισκεψιμότητα του κοινού σήμερα στο διαδίκτυο είναι τεράστια, γεγονός που καθιστά τα νέα μέσα για τους επαγγελματίες του Marketing, να φθάσουν στον στόχο τους, που είναι η αγορά.

## 6.2 Ορισμός Marketing

Το Marketing είναι μία διαδικασία που περιλαμβάνει ανάλυση, σχεδιασμό και υλοποίηση.

Marketing, είναι το σύνολο κάποιων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην διαπίστωση των αναγκών των πελατών, αλλά και στην μελέτη, στον σχεδιασμό και στην συνέχεια στην τυποποίηση και στην παραγωγή εκείνων των προϊόντων, που προορίζονται για την ικανοποίηση αυτών των αναγκών<sup>37</sup>. Οι επιχειρηματικές αυτές δραστηριότητες κατευθύνουν την ροή των αγαθών και των υπηρεσιών από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Αργότερα τα προϊόντα αυτά προωθούνται και προβάλλονται για την ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών με κάποιο κέρδος.

Το Marketing είναι αναπόσπαστο κομμάτι μιας επιχείρησης και δεν μπορεί να θεωρηθεί ως μια ξεχωριστή λειτουργία. Η επιτυχία μιας επιχείρησης, εξαρτάται από τον πελάτη περισσότερο και όχι από τον παραγωγό.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Βλαδίκας Γ., Πίγκα Β. (2008), «ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ MARKETING», Αθήνα

<sup>38</sup> Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α., (2011), «Μάρκετινγκ, Αρχές - Στρατηγικές - Εφαρμογές» εκδόσεις Rosili, Αθήνα

### 6.3 Marketing και Διαδίκτυο

Με τη διανομή των πληροφοριών στο παγκόσμιο κοινό με πολύ χαμηλό κόστος, το διαδίκτυο έχει συμβάλει μοναδικά στον τομέα του marketing. Το μάρκετινγκ μέσω Internet, είναι η διαδικασία ανάπτυξης και προώθησης μιας επιχείρησης, χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικά μέσα.

Η προώθηση μέσω διαδικτύου, συνδυάζει τη δημιουργική και την τεχνική άποψη, συμπεριλαμβάνοντας τον σχεδιασμό, την κατασκευή, τη διαφήμιση, αλλά και τις πωλήσεις. Είναι απαραίτητο οι χρήστες του Internet, αλλά και η αγορά γενικότερα, να γνωρίζουν την ύπαρξη αυτής της ιστοσελίδας, ώστε να αντιλαμβάνονται την ύπαρξη της επιχείρησης, στην οποία ανήκει η ιστοσελίδα και να συμβάλλουν στην επιτυχία των στόχων της επιχείρησης.<sup>39</sup>

### 6.4 Το Διαδίκτυο μέσω Marketing

Μέσω του Διαδικτύου, οι παραγωγοί μπορούν να πωλούν τα προϊόντα τους on-line, μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, και να διαφημίζουν τη λειτουργία τους μέσα από μια ιστοσελίδα. Για την προώθηση μιας επιχείρησης, μπορούν να χρησιμοποιηθούν κάποια blogs και άλλα κοινωνικά μέσα. Οι παραγωγοί, δημιουργώντας τη δική τους ιστοσελίδα μπορούν να επωφεληθούν με πολλούς τρόπους, προωθώντας την επιχείρησή τους και επιτυγχάνουν αύξηση της έκθεσής της, στους πελάτες. Το Διαδίκτυο πλέον, είναι ένα από τα νεότερα κανάλια της αγοράς για τα προϊόντα μιας επιχείρησης.

Πολλοί καταναλωτές πλέον, ψωνίζουν on-line και δεν είναι λίγοι εκείνοι που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να ερευνήσουν τις μελλοντικές αγορές. Η πώληση μέσω Διαδικτύου εξαρτάται βέβαια και από τη γνωριμία με τους πελάτες, γι' αυτό οι παραγωγοί πρέπει να θέτουν κάποια ερωτήματα για τους πελάτες τα οποία να απαντώνται και από τους ίδιους. Αν αναρωτηθούν οι παραγωγοί, για το ποιοι είναι, αλλά και για το πώς χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, αυτό θα τους επιτρέψει να αναπτύξουν μια ιστοσελίδα που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών.<sup>40</sup>

### 6.5 Internet Marketing

Το Internet Marketing δεν σημαίνει απλά «τη δημιουργία ενός ιστοχώρου».

Τα τελευταία χρόνια το Internet, χρησιμοποιείται ως ένα από τα σημαντικότερα μέσα προβολής και προώθησης των επιχειρήσεων.

Πολλοί άνθρωποι, χρησιμοποιούν το Internet, για αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Γι' αυτό το λόγο, ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις, αποκτούν παρουσία στο Internet, με παροχή λειτουργιών και υπηρεσιών. (R. Gardner, 2007).

---

<sup>39</sup> Καλαιτζής Σ. (1998), « Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΟΠΩΣ ΘΑ ΘΕΛΑΤΕ ΝΑ ΤΗΝ ΞΕΡΕΤΕ», εκδόσεις Leader Books, Αθήνα

<sup>40</sup> Ernst, M. T. Woods (2006), περιοδικό βρετανικού Υπουργείου Αγροτικής Οικονομίας 400 Charles E. p. 82-86

Το διαδίκτυο είναι μια ευκαιρία για όλους εκείνους που συμμετέχουν στην εμπορική και κοινωνική ανάπτυξη. Το Internet, είναι το όχημα που μεταφέρει την ωφέλεια και το κέρδος. (Γ. Βλαδίκας, Β. Πίγκα, 2008).<sup>41</sup>

Το Internet περιλαμβάνει όλες τις πτυχές των Online προϊόντων διαφήμισης, υπηρεσιών και ιστοχώρων, συμπεριλαμβανομένης της έρευνας αγοράς, του μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, των άμεσων πωλήσεων και του μάρκετινγκ μέσω μηχανών αναζήτησης. (Leo Burnett, 2007).

## 6.6 Πλεονεκτήματα του Internet Marketing

Ένα βασικό πλεονέκτημα του Internet Marketing, είναι το γεγονός ότι το εμπόριο είναι πολύ φθηνό και απευθύνεται ειδικά σε απευθείας σύνδεση χρήστες κατά το χρόνο που ενδιαφέρονται.

Το Marketing διαδικτύου, είναι πραγματικά η νέα φάση της εμπορίας. Πλεονέκτημα στην γέννηση του Internet Marketing, που πολλαπλασιάζει τη δύναμη μιας επιχείρησης, είναι το γεγονός ότι μέσω του Διαδικτύου, οι άνθρωποι μπορούν να φτάσουν σε άλλους ανθρώπους πολύ γρήγορα με τα σχόλια που γίνονται από κάθε άτομο για κάποιο προϊόν. Μπορούν να σχολιάσουν και να θέσουν ερωτήσεις σχετικά με διάφορα post, πραγματικά γρήγορα. Έτσι οι παραγωγοί, μπορούν να επικοινωνούν με τους πελάτες τους πιο γρήγορα. Όσο πιο γρήγορα τους πείσουν να αγοράσουν το προϊόν που προωθούν, τόσο το καλύτερο.

Επίσης πλεονέκτημα αποτελεί και το γεγονός ότι μέσω του Διαδικτύου, ο πελάτης έχει την δυνατότητα να πληροφορηθεί πολύ γρήγορα για:

1. Το Προϊόν: Δηλαδή για τα χαρακτηριστικά του προϊόντος.
2. Την Τιμή: Δηλαδή το κόστος που έχει ένα προϊόν σε μια επιχείρηση. Η στρατηγική της χαμηλής τιμής, έχει στόχο να κερδίσει η επιχείρηση το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς.
3. Την Προώθηση: Σε αυτήν την περίπτωση, το διαδίκτυο προσφέρει ένα νέο κανάλι επικοινωνιών, με το οποίο οι καταναλωτές ενημερώνονται για τα οφέλη ενός προϊόντος και τους βοηθά στη λήψη της αγοραστικής τους απόφασης.<sup>42</sup>
4. Τον Τόπο: Εκεί δηλαδή που οι άνθρωποι προωθούν τα προϊόντα τους. Το διαδίκτυο είναι αυτό, που παρέχει ένα νέο κανάλι πωλήσεων, για διανομή προϊόντων μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου. Αυτό επιτρέπει σε μικρές επιχειρήσεις που δεν έκαναν εξαγωγές, τώρα να μπορούν να κάνουν αγορές. Το Διαδίκτυο είναι ένας πολύ καλός τρόπος, για να μιλήσει μια επιχείρηση για την αγορά της και να κάνει γνωστά στους καταναλωτές τα προϊόντα της.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Βλαδίκας Γ. ,Πίγκα Β. (2008), «ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ MARKETING», Αθήνα

<sup>42</sup> Βλαδίκας Γ. ,Πίγκα Β. (2008), «ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ MARKETING», Αθήνα

<sup>43</sup> James P. (2011), περιοδικό “techie buzz”, άρθρο “The Advantages of Internet Marketing Over Traditional Marketing”

## 6.7 Στόχοι Marketing

Το Marketing, έχει κάποιους βασικούς στόχους:<sup>44</sup>

1. Την εικόνα του προϊόντος
2. Τον έλεγχο των πωλήσεων
3. Την αύξηση των πωλήσεων
4. Τη διερεύνηση και την διεύρυνση των επιθυμιών, των αναγκών και των οικονομικών δυνατοτήτων του κοινού, όπου απευθύνονται τα προϊόντα.
5. Τον τρόπο επικοινωνίας με το κοινό.
6. Τον έλεγχο των συνθηκών αγοράς.
7. Τη μελέτη και ανάλυση του ανταγωνισμού και αξιοποίηση μιας αδύνατης θέσης τους, προς όφελός μας.

## 6.8 Marketing και Κοινωνικά Δίκτυα

Πολλές επιχειρήσεις, έχουν αντιληφθεί τη χρησιμότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τα χρησιμοποιούν αναλόγως. Δεν είναι ότι απλά χρησιμοποιούν αυτές τις υπηρεσίες, αλλά το πόσο και το πώς εκμεταλλεύονται τη δύναμή τους. Η χρήση των κοινωνικών δικτύων, δημιούργησαν νέες ανάγκες στην προβολή και την παρουσία μιας επιχείρησης στο Διαδίκτυο. Τα κοινωνικά δίκτυα είναι μια on-line συζήτηση, η οποία τρέφει τη δικτύωση μεταξύ ατόμων, σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης. Τα άτομα αυτά, επικοινωνούν μόνο με περιεχόμενο, χωρίς τη δυνατότητα συζήτησης. Στόχος για ένα καλό μάρκετινγκ, είναι οι άνθρωποι να συζητούν online για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Μέσω των κοινωνικών δικτύων, για ένα καλό Marketing, μπορούν να αναπτυχθούν καλές επιχειρηματικές επαφές και να καταστεί πιο εύκολη η επικοινωνία της επιχείρησης με τους καταναλωτές. Οι επιχειρήσεις θα αξιοποιήσουν την online δυνατότητα, για να συνδέσουν ανθρώπους με τα προϊόντα τους.

Τα κοινωνικά δίκτυα παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στο χτίσιμο της μάρκας ενός προϊόντος, γιατί αυτό αποτελεί σημαντικό εργαλείο του μάρκετινγκ.

Η διαμόρφωση της εικόνας της μάρκας ενός προϊόντος, συμβάλλει και στην ανάδειξη των αξιών, αλλά και των ωφελειών που το περιβάλλουν. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, να προβάλλονται οι αξίες και η κοινωνική συνεισφορά της επιχείρησης.

Ορισμένες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις πλούσιες δυνατότητες αλληλεπίδρασης, που παρέχουν τα κοινωνικά μέσα για την εξυπηρέτηση των πελατών.

Μέσω των κοινωνικών δικτύων, οι καταναλωτές μπορούν να εκφράσουν με σχόλια κάτω από το κάθε προϊόν της επιχείρησης, την γνώμη τους γι' αυτό, αν έχουν μείνει ευχαριστημένοι ή όχι από αυτό, καθώς επίσης και να μοιραστούν τις καταναλωτικές τους εμπειρίες. Μπορούν επίσης, να γίνουν εκτιμήσεις, με δείκτες όπως τα «likes» στο Facebook, έτσι ώστε να δωθεί μια ένδειξη, της απήχησης μιας εταιρικής σελίδας.

Για ένα επιτυχημένο στους καταναλωτές Marketing, απαιτείται, οι μάρκες των προϊόντων και οι επιχειρήσεις, να επικοινωνούν μεταξύ τους κοινωνικά.

---

<sup>44</sup> Πίττας Σ. (2008), πολυοδηγός «MarketonWheels», Αθήνα

Πρέπει οι επιχειρήσεις να καλύπτουν πρώτα απ' όλα τις ανάγκες των καταναλωτών. Να είναι έντιμες, να μην αγνοούν τον καταναλωτή και να χρησιμοποιούν τα προϊόντα τους προς όφελος τους με τον σωστό πάντα τρόπο.

Με την δημιουργία κάποιου λογαριασμού ή προφίλ στο Facebook ή στο Twitter, μια επιχείρηση, προσκαλεί το κοινό να επισκεφτεί την διαφημιζόμενη ιστοσελίδα, ακολουθώντας τους τοποθετημένους συνδέσμους και έτσι να μπορεί να αγοράζει το προϊόν που το ενδιαφέρει ή να ενημερώνεται για την υπηρεσία που επιθυμεί. Ένα καλά σχεδιασμένο site, μπορεί να δεχτεί αλλά και να διατηρήσει με επιτυχία το πλήθος των επισκέψεων, που προέρχονται από την χρήση των κοινωνικών δικτύων. Αυτό που χρειάζεται είναι ένα σωστά δομημένο περιεχόμενο, που να πληροφορεί, να ευχαριστεί και να εκπληρώνει τις προσδοκίες του καταναλωτή.<sup>45</sup>

Με αυτό επιτυγχάνεται η βελτίωση του σχεδίου Marketing και αυξάνεται το ποσοστό μετατροπής των επισκεπτών σε πελάτες.

---

<sup>45</sup> Taubenheim, A.M., Long, T., Smith, E.C., Jeffers, D., Wayman, J., Temple, S. (2008), "Using social media and internet marketing to reach women with the heart truth"

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

### 7.1 Εισαγωγή

Υπάρχουν κάποιες τεχνικές παραγωγής, οι οποίες μπορούν να διευκολύνουν και να στηρίξουν ένα σενάριο. Οι νέες εξελίξεις της τεχνολογίας είναι συνεχείς. Υπάρχουν απαραίτητα στοιχεία για την παραγωγή ενός σεναρίου. Αυτά είναι η κίνηση της κάμερας, οι φακοί, οι λήψεις και ο ήχος. Η τοποθέτηση της κάμερας είναι ο πιο καθοριστικός παράγοντας στην υλοποίηση της υποκειμενικής ματιάς του δημιουργού. Το τελικό κάδρο, είναι αυτό που δηλώνει το νόημα, αφού ότι βρίσκεται εκτός αυτού, σημαίνει ότι δεν έχει σημασία, ή αποκρύπτεται ή ότι δεν υπάρχει. Μια ποικιλία από αποστάσεις μεταξύ της κάμερας και του αντικειμένου καθώς και οι διάφορες γωνίες λήψης, παρέχουν την δυνατότητα διαφοροποίησης της τελικής αίσθησης που θα εισπράξει ο θεατής.

### 7.2 Η κίνηση της κάμερας

Οι βασικές κινήσεις μιας κάμερας και η ορολογία είναι κατά βάση οι ίδιες. Η διαφορά βρίσκεται στον τρόπο λήψης.

Ο συγγραφέας θα πρέπει να θεωρεί την κάμερα ως ένα μέσο που κινείται και προσαρμόζεται και έτσι ο συγγραφέας και ο σκηνοθέτης θα μπορούν να οδηγήσουν την προσοχή του ακροατηρίου εκεί που αυτοί θέλουν. Η κίνηση της κάμερας είναι αναπόσπαστο κομμάτι του κινηματογράφου. Δεν θα μπορούσε παρά να είναι παρούσα και στην διαδικασία της λήψης, καθώς η κάμερα δεν παραμένει πάντα στατική.

Τα γενικά χαρακτηριστικά της κίνησης της κάμερας, είναι ότι αλλάζει το φυσικό χώρο και δημιουργεί τον κινηματογραφικό-τηλεοπτικό χώρο.

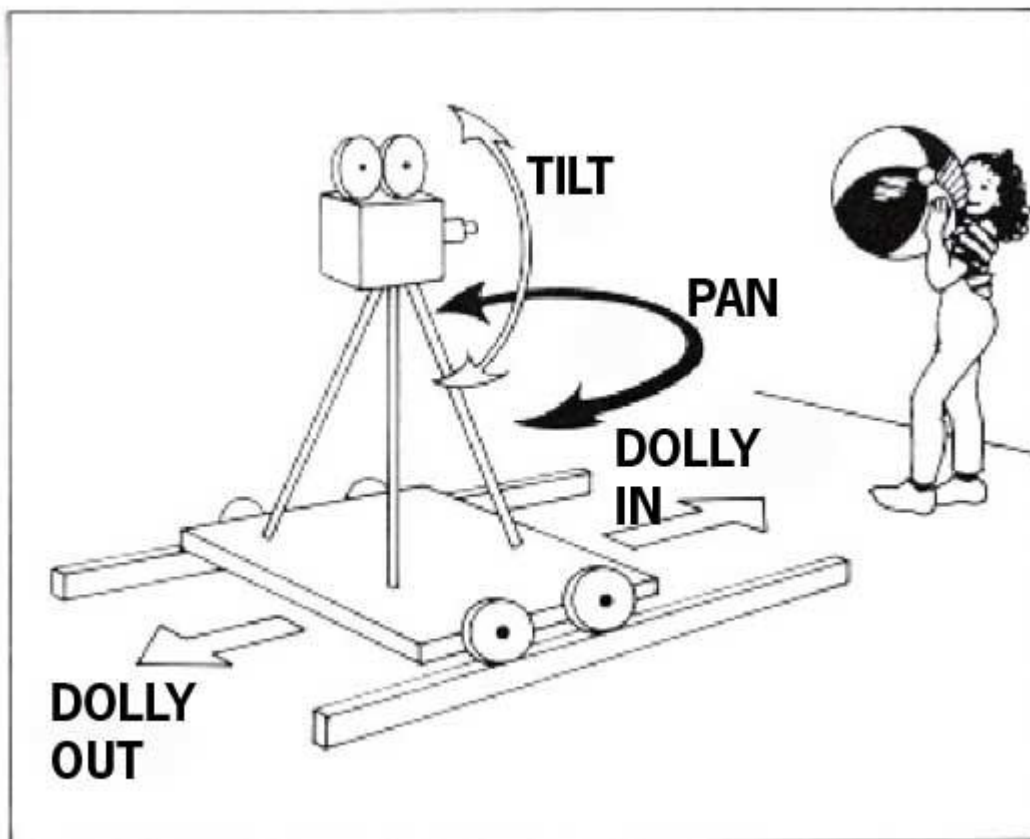
Μέσω της κάμερας μπορούν να αλλάξουν τέσσερα σημαντικά σημεία τα οποία προσελκύουν το κοινό:

- 1) η απόσταση ανάμεσα στο κοινό και το θέμα
- 2) κατά πόσο το κοινό βλέπει το θέμα
- 3) η θέση του κοινού σε σχέση με το θέμα και
- 4) η γωνία από την οποία ο θεατής παρακολουθεί το θέμα.

Ο συγγραφέας πρέπει να είναι προετοιμασμένος να κάνει όλες τις απαραίτητες κινήσεις, για να κατευθύνει την προσοχή του κοινού.



Κάποιες σημαντικές και απαραίτητες κινήσεις της κάμερας είναι οι εξής: <sup>46</sup>



Εικόνα 2: Κινήσεις της κάμερας

Πηγή 2: ([https://www.google.gr/search?q=κινήσεις+της+κάμερας&es\\_sm=93&biw=1366&bih=643&source](https://www.google.gr/search?q=κινήσεις+της+κάμερας&es_sm=93&biw=1366&bih=643&source))

### 1. *Zoom in-Zoom out*

Το zoom στενεύει την οπτική γωνία και μειώνει το βάθος και χρησιμοποιείται για να καλύψει ευκολότερα τον ίδιο στόχο με αυτόν της πλατφόρμας, από μεσαίες και μεγάλες αποστάσεις, κάνοντας τα αντικείμενα ή τα άτομα να φαίνονται πιο κοντά. Με το Zoom in, το κάδρο από γενικό γίνεται πολύ κοντινό. Με το Zoom out, το πλάνο γίνεται γενικό και ανοίγει το οπτικό πεδίο του κάδρου.

Το zoom, δίνει την δυνατότητα αλλαγής εστιακής απόστασης, σύμφωνα με τις προτιμήσεις του σκηνοθέτη.

Ορισμένοι συγγραφείς πιστεύουν ότι η κίνηση αυτή είναι αποτελεσματική, γιατί μεταφέρει το ακροατήριο πιο κοντά ή μακριά από το θέμα, ενώ το ζουμ δίνει την εντύπωση ότι το θέμα απομακρύνεται ή πλησιάζει το ακροατήριο.

Το zoom είναι ένα εφέ από μόνο του. Δεν δίνει στ'αλήθεια το συναίσθημα της κίνησης προς ένα θέμα, αλλά μπορεί να είναι χρήσιμο υποκατάστατο. Ένα ξαφνικό zoom δίνει δυναμική εντύπωση, γιατί εντοπίζει ένα χαρακτηριστικό και κολλάει επάνω του, όπως είναι τα υπερβολικά συναισθήματα που δημιουργούνται σε κάποιες παραγωγές.

## 2. *Dolly in-Dolly out*

Η κάμερα τοποθετείται σε μια πλατφόρμα, που επιτρέπει την ομαλή κίνηση προς τα πίσω ή προς τα εμπρός. Αυτή η κίνηση, επιτρέπει μια αλλαγή στον προσανατολισμό του κοινού ενώ η δράση συνεχίζεται. Τα πλάνα με dolly μιμούνται την ανθρώπινη κίνηση, αν ο θεατής θέλει να φανεί μέσω των ματιών του ήρωα, καθώς αυτός κινείται στο χώρο. Το πλάνο με κίνηση dolly ενισχύει τη δράση της σκηνής.

## 3. *Boom shot*

Είναι το μπουμ της κάμερας, που αποτελεί βοήθημα των τηλεοπτικών παραγωγών. Είναι ο γερανός που βρίσκεται πάνω σε μια πλατφόρμα που κινείται, διευκολύνοντας την κάμερα να μετακινείται από τη βασική της θέση, σε διάφορες γωνίες από το θέμα. Η πιο γνωστή λήψη είναι από ψηλά και είναι γνωστή ως λήψη από γερανό.

## 4. *Tilt up-Tilt down*

Η κίνηση αυτή ονομάζεται ως panning up και panning down. Είναι η κίνηση της κάμερας προς τα πάνω ή προς τα κάτω και βοηθάει το θεατή να παρακολουθεί το θέμα από ψηλότερη ή χαμηλότερη θέση. Tilt up και tilt down είναι αντίστοιχα οι κινήσεις της κάμερας προς τα πάνω και προς τα κάτω, όσο ο οριζόντιος άξονάς της, παραμένει σταθερός. Κίνηση tilt, είναι επί παραδείγματι όταν γνέφετε με το κεφάλι σας πάνω και κάτω. Όταν για παράδειγμα, ένα πλάνο ξεκινά από τα πόδια μια γυναίκας και ανεβαίνει προς το πρόσωπό της, έχουμε να κάνουμε με tilt up. Με την προς τα πάνω κίνηση, υποδεικνύεται ύψος, αλλά και προσμονή, ενώ όταν έχουμε tilt down, υποδηλώνεται βάθος αλλά και απόγνωση ή έλλειψη ενδιαφέροντος.

## 5. *Follow left-Follow right*

Η κάμερα βρίσκεται σε ορθή γωνία σε σχέση με το θέμα και ακολουθεί ένα αντικείμενο που κινείται κατά μήκος ή ακολουθεί κάθετα ένα ακίνητο αντικείμενο. Η κίνηση αυτή ονομάζεται επίσης και travel shot ή truck shot, δηλαδή λήψη που ακολουθεί συγκεκριμένη διαδρομή. Το ακροατήριο που βρίσκεται δεξιά ή αριστερά από τον φακό της κάμερας, βλέπει τα αντικείμενα στην παρουσίαση.

## 6. *Pan right- Pan left*

Η κάμερα κινείται πάντα δεξιά ή αριστερά από τον άξονά της και χρησιμοποιείται για να ακολουθήσει ένα χαρακτήρα ή μια ενέργεια ή για να οδηγήσει προς ένα συγκεκριμένο θέμα, την προσοχή του ακροατηρίου.

Το pan γενικότερα, είναι η πανοραμική καταγραφή ενός θέματος. Μπορεί να χρησιμοποιείται όταν θέλουμε να ακολουθήσουμε με τη μηχανή, ένα κινούμενο θέμα ή να αφήσουμε τη μηχανή να περιπλανηθεί στα διάφορα χαρακτηριστικά μιας μεγάλης σκηνής. Είναι συνήθως πλάνο μεγάλης διάρκειας και χρησιμοποιείται και σε ντοκιμαντέρ, αλλά δεν πρέπει να γίνεται κατάχρηση, γιατί γίνεται βαρετό.

---

<sup>46</sup> Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

Το pan έχει πολλές χρήσεις .Μπορεί να δώσει πιο πλατιά άποψη ενός θέματος απ'ότι επιτρέπει ο φακός της μηχανής.Περνώντας αργά η μηχανή πάνω απο το θέμα, καταγράφεται το κάθε τμήμα του με λεπτομέρεια.Το αργό pan πρέπει να κινείται με ομοιόμορφη ταχύτητα και να είναι αρκετά αργό, ώστε να αποφεύγεται η εντύπωση του γρήγορου τρεμουλιάσματος, που δεν επιτρέπει στον θεατή να δει τίποτα. Απο την άλλη, το γρήγορο pan, μπορεί να δώσει έμφαση στο θέμα στο οποίο καταλήγει το πλάνο και μπορεί και να χρησιμοποιηθεί για να δείξει αλλαγή τόπου ή χρόνου. Χρησιμοποιείται το γρήγορο pan αντί για σβήσιμο της σκηνής (fade out). Η κίνηση pan σημαίνει panoramic και αντιστοιχεί στην στροφή του φακού της κάμερας αριστερά και δεξιά. Με αυτή την κίνηση, αποκαλύπτονται περισσότερα στοιχεία του σκηνικού χώρου από αυτά που θα φανέρωνε ένα στατικό πλάνο, ενώ η κάμερα μπορεί να ακολουθήσει ένα αντικείμενο ή έναν χαρακτήρα που κινείται στον χώρο.

### 7.2.1 Κατηγορίες κίνησης κάμερας

Η κίνηση της κάμερας είναι δυναμική και αλλάζει συνέχεια, επηρεάζοντας τον ρυθμό γρήγορα ή αργά.

Η κίνηση μιας κάμερας διαιρείται σε δύο κατηγορίες: <sup>47</sup>

1. Η κίνηση επιτόπου και
2. Η κίνηση στο χώρο

Όταν μιλάμε για *κίνηση επιτόπου*, εννοούμε όλες εκείνες τις κινήσεις, που μπορεί να κάνει η κάμερα, όταν είναι τοποθετημένη πάνω σε ένα τρίποδο ή κάπου αλλού και δεν μετακινείται καθόλου απο το έδαφος.

Υπάρχουν τριών ειδών κινήσεις κάμερας επιτόπου:

A. Η *κάθετη*, όπου είναι η κίνηση της κάμερας πάνω στον κάθετο άξονά της, είτε απο κάτω προς τα πάνω ή αντίθετα. Αυτή η κίνηση, δηλώνει το κατέβασμα και το ανέβασμα του κεφαλιού ενός ανθρώπου όταν βλέπει κάτι απο κάτω προς τα πάνω ή απο πάνω προς τα κάτω.

B. Η *πανοραμική*, όπου είναι η κίνηση της κάμερας στον οριζόντιο άξονά της, είτε απο αριστερά προς τα δεξιά ή αντίστροφα. Αυτή η κίνηση, δηλώνει το στρίψιμο του κεφαλιού ενός ανθρώπου δεξιά ή αριστερά.

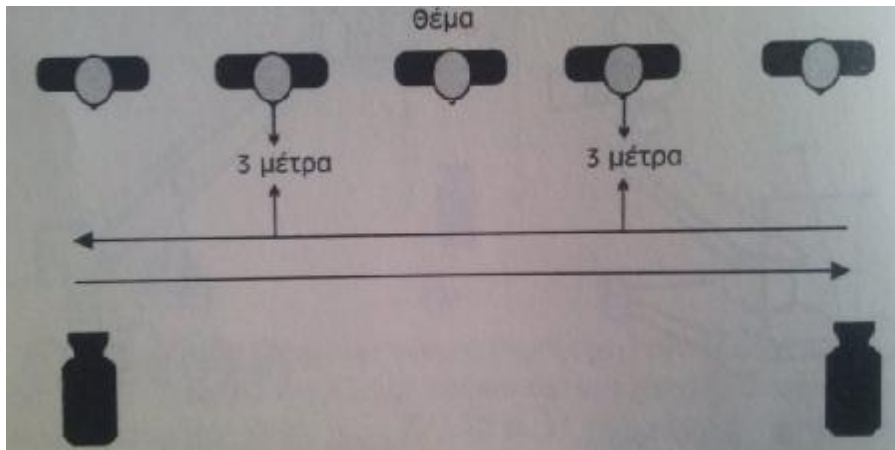
Γ. Η *συνδιασμένη επιτόπου* κίνηση, όπου είναι η κίνηση της κάμερας, που γίνεται διαδοχικά, τόσο στον οριζόντιο όσο και στον κάθετο άξονά της.

---

<sup>47</sup> Πραγματεία για το Μοντάζ-Τάκης Δαυλόπουλος-Έκδοση Εταιρίας Ελλήνων Σκηνοθετών, Αθήνα 1985

Η κίνηση στο χώρο, διακρίνεται σε τρία είδη:

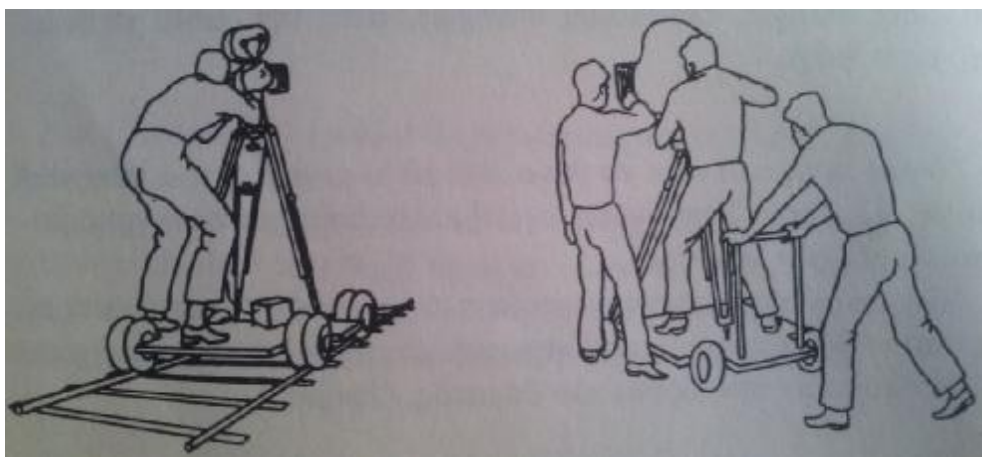
Α. Η **παράλληλη κίνηση**, όπου η κάμερα κινείται παράλληλα με το θέμα που μας ενδιαφέρει. Σε αυτή την περίπτωση, το θέμα είτε κινείται, είτε είναι ακίνητο. Στην κίνηση αυτή, η απόσταση της κάμερας από το θέμα πρέπει να είναι ίση σε όλη την διάρκειά της.



Εικόνα 3: Απόσταση κάμερας από το θέμα

Πηγή 3: Απο βιβλίο: Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

Β. Η **κίνηση προς και από το θέμα** που είναι ακίνητο, όπου η κάμερα κινείται προς ή από το θέμα που είναι ακίνητο και πάντα σε παράλληλο ή στον ίδιο άξονα με τον άξονα του θέματος. Η κάμερα είναι τοποθετημένη ή όχι, πάνω σε ένα τρίποδο που βρίσκεται πάνω σε μια μικρή πλατφόρμα. Το τρίποδο αυτό, έχει τρεις ή τέσσερις τροχούς, που κινούνται πάνω σε σιδερένιες ράγες ή σε λείο πάτωμα. Η κίνηση αυτή, μας δίνει μια καταγραφή της πραγματικότητας.



Εικόνα 4: Μετακίνηση κάμερας

Πηγή 4: Απο βιβλίο: Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

Επίσης, η κάμερα μπορεί να μετακινηθεί και πάνω σε άλλα μηχανήματα, όπως είναι ο γερανός,σε πλατφόρμα αυτοκινήτου, σε ντόλυ και σε άλλα μέσα με τα οποία μπορεί να κινηθεί.



Γερανός



Πλατφόρμα αυτοκινήτου



Ντόλυ

Εικόνες 5,6,7 : Μηχανήματα μετακίνησης κάμερας

Πηγή 5,6,7 : Απο βιβλίο: Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»,Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

Γ. Η *κίνηση κατά σύμπτυξη ή ανάπτυξη τριγώνου*, όπου μπορούμε να πούμε ότι αποτελεί κατηγορία της προηγούμενης. Εδώ η κάμερα κινείται προς ή απο το θέμα που είναι ακίνητο ή κινείται σε άξονα που δημιουργεί γωνία με τον άξονα του θέματος.

### 7.3 Λήψεις κάμερας

Οι λήψεις μιας κάμερας, καθορίζουν πόσο θα φαίνεται ένα αντικείμενο.Ο σκηνοθέτης επιλέγει,ποιες θα είναι οι λήψεις.Ο τρόπος που ένας σκηνοθέτης στήνει την κάμερά του, το είδος πλάνου που χρησιμοποιεί, αλλά και η γωνία λήψης, καθορίζουν όχι μόνο τη ματιά του πάνω στο θέμα του και το ύφος του, αλλά σε τελική ανάλυση την ηθική του στάση.

Κάποιες φορές όμως, αποτελεί και επιλογή του συγγραφέα, ο οποίος θέλει να δώσει έμφαση σε ένα αντικείμενο, για να υπάρχει μία λογική συνέχεια στο σενάριο. Στα περισσότερα πλάνα, έχουν δοθεί ονομασίες για να επιτυγχάνεται η καλύτερη συννεύση μεταξύ σκηνοθέτη και εικονολήπτη. Οι ονομασίες αυτές αλλάζουν, ανάλογα με τις λήψεις των προσώπων ή των αντικειμένων.<sup>48</sup>

Τα διαφορετικά πλάνα, ορίζονται από την ποσότητα του υλικού που υπάρχει μέσα στο κάδρο της οθόνης. Τα πλάνα καθορίζονται με βάση την ποσότητα της ανθρώπινης φιγούρας, που διακρίνεται στο κάδρο της οθόνης. Το πλάνο δεν ορίζεται απαραίτητα από την απόσταση μεταξύ της κάμερας και του φωτογραφημένου αντικειμένου, επειδή μερικές φορές συγκεκριμένοι φακοί παραμορφώνουν τις αποστάσεις. Οι προσδιορισμοί των λήψεων ποικίλλουν από την κοντινή, τη μέση και την μακρινή λήψη. Σ' αυτές βέβαια τις κατηγορίες, υπάρχουν και διαβαθμίσεις όπως η μέση, η μακρινή λήψη και η εξαιρετικά κοντινή. Μολονότι υπάρχουν πολλά είδη πλάνων, τα περισσότερα από αυτά υπάγονται σε έξι βασικές κατηγορίες:<sup>49</sup>

- α) στα πολύ γενικά πλάνα
- β) στα γενικά πλάνα
- γ) στα πλήρης πλάνα
- δ) στα μεσαία πλάνα
- ε) στα κοντινά πλάνα (γκρο) και
- στ) στα πολύ κοντινά πλάνα (τρε γκρο).

Οι πιο συνηθισμένες λοιπόν λήψεις είναι:

### 1. Πολύ γενική λήψη

Το πλάνο αυτό γυρίζεται από πολύ μεγάλη απόσταση, μερικές φορές τόσο μακρινή που φτάνει τα 250 μέτρα. Είναι σχεδόν πάντα ένα εξωτερικό πλάνο και δείχνει ένα μεγάλο μέρος της τοποθεσίας που διαδραματίζεται μια κατάσταση. Είναι λοιπόν εκείνο το πλάνο που πρωταγωνιστεί ο χώρος ή ένα μεγάλο πλήθος ανθρώπων, των οποίων δεν διακρίνονται τα γενικά χαρακτηριστικά τους.<sup>50</sup>

Τα πολύ γενικά πλάνα επίσης, ονομάζονται και θεμελιώδη πλάνα. Όταν οι άνθρωποι συμπεριλαμβάνονται στα πολύ γενικά πλάνα, συνήθως φαίνονται στην οθόνη σαν απλές κουκκίδες. Στο πολύ γενικό πλάνο, ένα αντικείμενο ή ένα άτομο ή μια ομάδα, εμφανίζεται σε ολόκληρη την οθόνη για το ακροατήριο. Περιλαμβάνει ολόκληρο το εικονιζόμενο πρόσωπο. Εισάγει τον θεατή στον τόπο που θα διαδραματιστεί η ιστορία.

### 2. Γενική λήψη

Η γενική λήψη διαφορετικά, ονομάζεται μακρινή λήψη, αρχική λήψη ή ευρεία λήψη. Η λήψη αυτή χρησιμοποιείται για να καλύψει το μεγαλύτερο μέρος του σκηνηκού ή ολόκληρο το σκηνηκό, καθώς αυτό αποτελεί ανάγκη για τον σωστό προσανατολισμό του ακροατηρίου.

<sup>48</sup> Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο-Robert L.Hilliard, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

<sup>49</sup> Παραγωγή Βίντεο-Βασικές Αρχές & Τεχνικές, Herbert Zettl, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

<sup>50</sup> Πως Γράφεται το Σενάριο-Θανάσης Σκρούμπελος- Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ», Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ» 1996  
Εισαγωγή στη Θεωρία του Μοντάζ-Ντεκουπάζ-Μάριος Ρετσίλας

Η κάμερα απο την μακρινή λήψη, μπορεί να περάσει στη μέση λήψη και απο εκεί στην κοντινή λήψη, δημιουργώντας έτσι μια κίνηση απο το σύνολο στην ουσία της κατάστασης ή της σκηνής.

Επίσης, η κάμερα μπορεί να περάσει απο την πολύ κοντινή λήψη, στην ευρεία γωνία της πολύ μακρινής λήψης. Για να ξεκινήσει μια σειρά γεγονότων, χρησιμοποιούνται συχνά αυτές οι δύο προσεγγίσεις.

Το γενικό πλάνο είναι ίσως το πιο πολύπλοκο πλάνο. Η έκταση των γενικών πλάνων αντιστοιχεί στην απόσταση μεταξύ του κοινού και της σκηνής στο θέατρο. Η κοντινότερη έκταση αυτής της κατηγορίας είναι το πλήρης πλάνο, το οποίο μόλις περιλαμβάνει το ανθρώπινο σώμα σε όλη του την έκταση, με το κεφάλι να αγγίζει την κορυφή του κάδρου και τα πόδια να είναι κοντά στη βάση. Τα γενικά πλάνα, ήταν τα καλύτερα προσαρμοσμένα στην τέχνη της παντομίμας, αλλά επίσης ήταν αρκετά κλειστά για να συλλάβουν σε κάθε περίπτωση ένα πλήθος εκφράσεων του προσώπου. Τα γενικά πλάνα περιλαμβάνουν ένα σημαντικό τμήμα του χώρου δράσης, μαζί με το ανθρώπινο σώμα σε όλη την έκτασή του. Ολόκληρο το σώμα του ηθοποιού, είναι ορατό σαν ένα τμήμα του περιβάλλοντος χώρου.

### 3. *Μέση Λήψη* (πλάν μουγιέν ραπροσέ)

Στην μέση λήψη, η κάμερα εστιάζει σε ένα σημείο του ατόμου ή μιας ομάδας ή ενός αντικειμένου, το οποίο καλύπτει συνήθως την οθόνη, όχι όμως τελείως χωρίς να φαίνεται μεγάλο μέρος του φυσικού περιβάλλοντος. Δείχνει το εικονιζόμενο πρόσωπο απο τη μέση και πάνω και επιτρέπει στο θεατή να βλέπει τις κινήσεις του υποκειμένου, αλλά και τις εκφράσεις του προσώπου. Είναι το πλάνο απο την μέση του μέχρι λίγο πάνω απο το κεφάλι. Αυτό το πλάνο χρησιμοποιείται συνήθως σε σκηνές με διαλόγους, όταν δύο πρόσωπα κάθονται το ένα δίπλα στο άλλο. Τότε αποτυπώνεται σαν μεσσαίο πλάνο και λέγεται διπλό πλάνο. Το μεσσαίο πλάνο μπορεί να καθιερώσει κάποιες σχέσεις μεταξύ των ηρώων, μεταφέροντάς τους σε μια αληθινή αμεσότητα. Το μεσαίο πλάνο περιλαμβάνει μία φιγούρα από τα γόνατα ή τη μέση προς τα πάνω. Είναι ένα λειτουργικό πλάνο, χρήσιμο για γύρισμα εξωτερικών σκηνών, για τη μεταφορά της κίνησης, και για διάλογο. Χρησιμοποιείται επίσης, για το πέρασμα ανάμεσα σε γκρο πλάνα και γενικά, και για την επανεγκατάσταση της συνάφειας, μετά από ένα κοντινό ή γενικό πλάνο. Το πλάνο είναι αρκετά κοντινό, ώστε να μας επιτρέπει να δούμε τις εκφράσεις του προσώπου, αλλά και αρκετά μακρινό ώστε να συλλαμβάνει τη γλώσσα του σώματος ενός ηθοποιού. Αυτή η λήψη χρησιμοποιείται συνήθως για σκηνές με διαλόγους.

### 4. *Κοντινή Λήψη* (Ραπροσέ)

Μια κοντινή λήψη, είναι η λήψη στο πρόσωπο ενός ατόμου, αλλά μπορεί να περιλαμβάνει και άλλα μέλη του κορμού. Παραλλαγές της κοντινής λήψης είναι η λήψη του ώμου που αφορά στην περιοχή απο τους ώμους ως το κεφάλι, καθώς και η λήψη της μέσης, του γοφού και του γόνατου. Το κοντινό πλάνο προσδίδει στο περιγραφόμενο πρόσωπο, τις λεπτομέρειες των εκφράσεων, που γίνονται αντιληπτές απο τον θεατή. Προσθέτει ένα δραματικό τόνο και δείχνει συναίσθημα. Το πλάνο αυτό επικεντρώνει το ενδιαφέρον του θεατή στις εκφράσεις του προσώπου. Αποτελεί ένα παράθυρο στην ψυχή του ηθοποιού.

Το κοντινό πλάνο, μπορεί να δώσει έμφαση στις λεπτομέρειες. Αυτή η λήψη, δεν δίνει αρκετό χώρο για κινήσεις.<sup>51</sup> Αυτό το πλάνο είναι το συνηθέστερο που χρησιμοποιείται στις συνεντεύξεις, αφού ο λόγος αποτελεί το κυρίαρχο στοιχείο. Το γκρο πλάνο, δείχνει πολύ λίγο ή καθόλου από τον χώρο της σκηνής, και επικεντρώνεται πάνω σε ένα σχετικά μικρό αντικείμενο, το ανθρώπινο πρόσωπο, για παράδειγμα. Καθώς το γκρο πλάνο μεγενθύνει το μέγεθος ενός αντικειμένου, τείνει να εξυψώνει τη σπουδαιότητα των πραγμάτων, συχνά, υποδηλώνοντας μία συμβολική σημασία.

#### 5. *Πολύ κοντινή λήψη* (τρε γκρο)

Το τρε γκρο πλάνο, αντί για ένα πρόσωπο μπορεί να δείξει μόνο το ένα μάτι του προσώπου ή το στόμα του. Αυτό το πλάνο, δείχνει μόνο ένα μικρό τμήμα του ανθρώπινου σώματος. Αυτό δημιουργεί στον θεατή, ψυχολογική ένταση, διότι ο άνθρωπος δεν έχει συνηθίσει στην καθημερινή του ζωή να βλέπει από τόσο κοντά μόνο το πρόσωπο ή τα μάτια ενός άλλου ανθρώπου, λόγω κατασκευής του οπτικού του συστήματος.<sup>52</sup>

#### 6. *Παραλλαγές*

Σε αυτές τις λήψεις, χρησιμοποιούνται πολλές παραλλαγές, όταν είναι αναγκαία η εξήγηση αυτών των σημείων, που επιθυμεί να εξηγήσει ο συγγραφέας ή ο σκηνοθέτης.

Υπάρχουν αρκετές παραλλαγές των μεσαίων πλάνων:

Το διπλό πλάνο περιέχει δύο φιγούρες από τη μέση και πάνω, που καλύπτουν ολόκληρη την οθόνη.

Το τριπλό πλάνο περιέχει τρεις φιγούρες. Πέρα από το τριπλό, το πλάνο τείνει να γίνει ένα πλήρες, εκτός και αν οι φιγούρες βρίσκονται στο φόντο.

### 7.4 *Άλλα πλάνα*

Εδώ ανήκουν κάποια άλλα πλάνα, κοντινά ή γενικά, που είναι απαραίτητα για το δέσιμο των πλάνων στο μοντάζ, προκειμένου να μην διαταραχθεί η αίσθηση της συνέχειας.

Τα πλάνα που είναι σημαντικά να αναφερθούν είναι:

#### 1. *Αμόρσα* (shot-reverse shot)

Το πλάνο που λέγεται αμόρσα, είναι όταν δύο άνθρωποι μιλούν ο ένας απέναντι στον άλλον και η μηχανή είναι τοποθετημένη πάνω από τον ώμο ενός, καδράροντας στο πρόσωπο του άλλου. Αυτό το είδος πλάνου, συνηθίζεται σε συνεντεύξεις αλλά και σε αφηγηματικές εκπομπές. Η πιο συνηθισμένη θέση της κάμερας, είναι πάνω από τον ώμο και στο κάδρο εικονίζεται ο ώμος και ένα μέρος της πλάτης και του κεφαλιού του ενός χαρακτήρα και το πρόσωπο του άλλου.

---

<sup>51</sup> Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G. Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

<sup>52</sup> Πως Γράφεται το Σενάριο-Θανάσης Σκρούμπελος- Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ», Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ» 1996  
Εισαγωγή στη Θεωρία του Μοντάζ-Ντεκουπάς-Μάριος Ρετσίλας



Στο πλάνο αμόρσα επιτρέπονται όλες οι εσωτερικές και εξωτερικές γωνίες, αλλά και όλες οι παραλλαγές.

### 2. *Πλάνο αντίδρασης* (reaction shot)

Είναι το πλάνο που καταγράφει τις αντιδράσεις των υποκειμένων στη δράση. Σε μια συνέντευξη, το πλάνο αυτό, καταγράφει το κούνημα του προσώπου του ερωτώντα, που συμφωνεί με αυτό που είπε ο συνεντευξιαζόμενος.

### 3. *Σφήνα* (insert shot)

Είναι το ενδιάμεσο πλάνο που το χρησιμοποιούμε για να συνδυάσουμε δύο πλάνα που δεν μπορούμε άμεσα να τα δέσουμε. Το ενδιάμεσο αυτό πλάνο, δίνει την εντύπωση ότι είναι ένας μόνο μηχανικά βοηθητικός κρίκος ανάμεσα σε δύο πλάνα και δεν έχει δική του δραματική υπόσταση. Όταν για παράδειγμα ένας οπερατέρ, βιντεοσκοπήσει την αρχή ενός αγώνα μέχρι ένα σημείο και μετά τον τερματισμό, τότε αυτά τα πλάνα μεταξύ τους δεν δένουν, γιατί είναι πολύ γενικά και έτσι φαίνεται ότι υπάρχει «πήδημα» χρόνου και χώρου. Σε αυτήν την περίπτωση, ο μοντέρ πρέπει να βάλει ανάμεσα στο πρώτο και στο δεύτερο πλάνο σφήνα. Μια σφήνα θα μπορούσε να ήταν ένα πλάνο με τους θεατές, που παρακολουθούν τον αγώνα.

Η σφήνα κολλάει τα δύο αυτά πλάνα κατά κάποιο τρόπο και έτσι ο θεατής ικανοποιείται.

### 4. *Υποκειμενικό πλάνο* (point of view shot), *Ψευδοϋποκειμενικό πλάνο*, *Αντικειμενικό πλάνο*

Υποκειμενικό πλάνο, είναι το πλάνο που γυρίζεται από το ύψος των ματιών ενός χαρακτήρα και δείχνει ό,τι θα μπορούσε να δει αυτό το πρόσωπο. Ο θεατής λοιπόν μπορεί να δει με τα μάτια του ηθοποιού μέσω της κάμερας. Καταγράφεται η πραγματικότητα, όχι μόνο πώς την βλέπει το υποκείμενο, αλλά και με τον τρόπο που την βλέπει (π.χ. ένας μεθυσμένος που βλέπει θολά). Το υποκειμενικό πλάνο, παρεμβάλλεται συνήθως πριν ή μετά από ένα πλάνο, στο οποίο εμφανίζεται ο χαρακτήρας που κοιτάει. Η μετακίνηση γίνεται σε εσωτερικές γωνίες πάνω στον ίδιο άξονα, ο οποίος στην μία του πλευρά έχει έναν χαρακτήρα. Η διήγηση, γίνεται σε πρώτο πρόσωπο, διότι περιγράφει τί και με ποιόν τρόπο το υποκείμενο βλέπει. Επίσης τι βλέπει και πώς αισθάνεται γι' αυτό που βλέπει.

Ψευδοϋποκειμενικό, είναι το πλάνο όπου η κάμερα βλέπει την πραγματικότητα όπως ένα υποκείμενο, περιέχοντας και ένα τμήμα του σώματός του, (π.χ. όταν κάποιος παρακολουθεί κάποιον άλλον, τότε η κάμερα βρίσκεται πίσω από την πλάτη αυτού που τον παρακολουθούν).

Αντικειμενικό, είναι το πλάνο που αποτυπώνει την πραγματικότητα από την οπτική ενός τρίτου. Δηλαδή πώς ένας τρίτος βλέπει την εξωτερική πραγματικότητα. Η διήγηση γίνεται σε τρίτο πρόσωπο, γιατί παρακολουθεί και καταγράφει χωρίς να σχολιάζει την εξωτερική πραγματικότητα.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Πως Γράφεται το Σενάριο-Θανάσης Σκρούμπελος- Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ», Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ» 1996  
Εισαγωγή στη Θεωρία του Μοντάζ-Ντεκουπάζ-Μάριος

### 5. *Πλάνο εδραίωσης* (establishing shot)

Πρόκειται για ένα γενικό πλάνο, με το οποίο δείχνονται τα αντικείμενα, οι ηθοποιοί και οι μεταξύ τους σχέσεις στο χώρο της σκηνής. Σκοπός του πλάνου, είναι να προσανατολίσει τον θεατή για τις θέσεις και τις σχέσεις των αντικειμένων σε μια σκηνή, γι' αυτό το λόγο κάθε νέα σκηνή, ξεκινά συνήθως με ένα τέτοιο πλάνο. Το πλάνο εδραίωσης μπορεί να καταγράψει με μεγάλη σαφήνεια τον χώρο και είναι το πρώτο ή το δεύτερο σε σειρά πλάνο απο την έναρξη της σκηνής, ώστε να σχηματίζεται άμεσα και εύκολα ο χάρτης στο μυαλό του θεατή.

### 6. *Πλάνο αντίθετης γωνίας* (reverse angle shot)

Αντίθετη γωνία έχουμε, όταν γίνεται αντιστροφή του οπτικού πεδίου μεταξύ 120 και 160 μοιρών και δείχνει μια διαφορετική άποψη ενός γεγονότος, όταν επιθυμούμε να διευκρινιστεί καλύτερα ένα επίμαχο σημείο. Τέτοιο πλάνο γίνεται συνήθως στις καλύτερες αθλητικών γεγονότων.

### 7. *Κεκλιμένο πλάνο δεξιά ή αριστερά*

Σε αυτό το πλάνο, η κάμερα παίρνει την ίδια θέση με αυτή της στάσης του σώματος ενός ανθρώπου που γέρνει το κεφάλι του, δεξιά ή αριστερά.

### 8. *Ρεαλιστικό ή Συμβατικό πλάνο*

Ρεαλιστικό, είναι εκείνο το πλάνο, όπου η κάμερα παίρνει θέση την οποία μπορεί να πάρει και συνηθίζει να παίρνει στην καθημερινή του ζωή και ο άνθρωπος.

Απο την άλλη, συμβατικό, είναι εκείνο το πλάνο, όπου η κάμερα παίρνει θέση την οποία ο άνθρωπος, δεν μπορεί να πάρει ή δεν συνηθίζει να παίρνει στην καθημερινή του ζωή (π.χ. πίσω απο μία φωτιά που καίει).

## 7.5 Γωνίες Λήψης

Σε αυτήν την περίπτωση, εννοούμε το ύψος και την κλίση που θα έχει η μηχανή, σε σχέση με το σημείο ενδιαφέροντος. Στα περισσότερα πλάνα, το ύψος της κάμερας είναι ανάλογο με αυτό του προσώπου που βρίσκεται εκεί σε οποιαδήποτε θέση. Το ύψος της κάμερας, βρίσκεται βαθιά στην αντίληψη που έχουμε για όλη τη μορφή της κάμερας, που το επίπεδο του ματιού μας έγινε συνώνυμο με το κανονικό «νορμάλ» ύψος. Οι κινήσεις της κάμερας, αποτελούν ένα πολύ σημαντικό στοιχείο και είναι πολύ καλά εργαλεία έκφρασης, αρκεί να έχουν τη δυνατότητα να τις κάνουν οι κάμερες, έχοντας καλούς φακούς και βάσεις στήριξης. Οι γωνίες και το ύψος λήψης, αναδεικνύουν τη σχέση που υπάρχει μεταξύ ανθρώπων και αντικειμένων σε μια σκηνή δράσης.

Οι γωνίες της κάμερας είναι: <sup>54</sup>

- Û Η γωνία λήψης, με θέση, όπου περιγράφει το πλάνο απο πάνω προς τα κάτω είναι **υψηλή γωνία λήψης**-plongée. Η κάμερα βρίσκεται υψηλότερα απο το αντικείμενο που τραβάει. Η θέση plongée χρησιμοποιείται σε πλάνα που κάνει τους ανθρώπους μικρούς, ασήμαντους και αδύναμους ή που βρίσκονται σε κακή ψυχολογική κατάσταση. Η γωνία της κάμερας, μπορεί να γίνει αντιληπτή απο το φόντο ενός πλάνου. Οι υψηλές γωνίες, δείχνουν συνήθως το έδαφος ή το πάτωμα, ενώ οι χαμηλές τον ουρανό ή το ταβάνι.
- Û Παρέκκλιση της κανονικής θέσης της μηχανής, σε σχέση με το ύψος των ματιών, είναι θέση που περιγράφει το πλάνο απο κάτω προς τα πάνω και αυτό είναι η **χαμηλή γωνία λήψης**-contre plongee. Σε αυτή τη λήψη πλάνου, η μηχανή είναι πιο χαμηλά απο το ύψος των ματιών, σε κλίση προς τα πάνω. Βρίσκεται χαμηλότερα απο το αντικείμενο που τραβάει. Αυτή η γωνία λήψης χρησιμοποιείται για να δοθεί κύρος στο σημείο ενδιαφέροντος, όταν το πλάνο χρησιμοποιείται ως αντικειμενικό. Η χαμηλή γωνία λήψης, κάνει ένα αντικείμενο να φαίνεται μεγάλο και έναν ηθοποιό εύσωμο και δυνατό. Στη λήψη απο χαμηλή γωνία, η παραμόρφωση της προοπτικής, κάνει το θέμα να φαίνεται μεγάλο και να κυριαρχεί στην εικόνα.
- Û **Στραβή δεξιά ή αριστερά γωνία**. Είναι η θέση εκείνη, όπου η κάμερα, γέρνει δεξιά ή αριστερά και το σημείο ενδιαφέροντος φαίνεται να γέρνει ανάλογα. Η λοξή γωνία, περιλαμβάνει μια πλευρική κλίση της κάμερας. Οι λοξές γωνίες, υποδηλώνουν ένταση, μετάβαση και επικείμενη κίνηση. Οι λοξές γωνίες λήψης δεν χρησιμοποιούνται συχνά, επειδή μπορούν να αποπροσανατολίσουν τον θεατή.
- Û **Ζουμ**. Είναι όταν αλλάζει η εστιακή απόσταση του φακού μιας κάμερας, χωρίς να μετακινείται όμως η κάμερα. Ζουμ προσέγγισης (zoom in), είναι όταν ο φακός μεταβάλλεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να φαίνεται ότι η σκηνή κινείται προς τον θεατή, ενώ ζουμ απομάκρυνσης (zoom out), είναι όταν ο φακός μεταβάλλεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να φαίνεται ότι η σκηνή απομακρύνεται απο τον θεατή

## 7.6 Κινήσεις της κάμερας

Πρέπει πάντα να υπάρχουν στο μυαλό μας, οι βασικές κινήσεις της κάμερας και να προσπαθούμε να αναγάγουμε τη λήψη μία σε μία ή σε συνδυασμό αυτών. Η κίνηση της κάμερας χρησιμοποιήθηκε για να ακολουθεί την δράση και τις πανοραμικές εικόνες. Όταν ανακαλύφθηκε η τηλεόραση, η κίνηση της κάμερας έγινε ομαλή και πιο συχνή. Οι βασικές κινήσεις της κάμερας είναι: <sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G. Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

- **Πανοραμική κίνηση (pan)** και λήψη της κάμερας, είναι η πιο στοιχειώδης κίνηση της κάμερας και το πλάνο που προκύπτει, είναι γνωστό ως πανοραμικό. Η κάμερα, είναι τοποθετημένη πάνω σε μια σταθερή βάση και κινείται μόνο η κεφαλή της βάσης, δεξιά και αριστερά. Η πανοραμική κίνηση δεξιά (pan right), είναι η στροφή της κάμερας δεξιόστροφα, έτσι ώστε ο φακός να κατευθύνεται προς τα δεξιά. Ενώ πανοραμική κίνηση αριστερά (pan left), είναι η στροφή της κάμερας αριστερόστροφα, έτσι ώστε ο φακός να κατευθύνεται προς τα αριστερά. Τις περισσότερες φορές, τα πανοραμικά πλάνα έχουν περιγραφικό και υποκειμενικό ρόλο.
- Σκοπεύουν, εξερευνώντας έναν χώρο, είτε να μας πληροφορήσουν για τα στοιχεία που τον απαρτίζουν, είτε να μας αποκαλύψουν τον κύκλο ενός βλέμματος κάποιου που κοιτά στον ορίζοντα. Η κίνηση αυτή, πολλές φορές, έχει και εκφραστικό και δραματικό ρόλο, εισάγοντας στοιχείο δράσης κατά τη διάρκεια της αποκάλυψης του πλάνου.
- Στο **ranning**, η κάμερα ακολουθεί ένα αντικείμενο καθώς αυτό κινείται παράλληλα με τον ορίζοντα της σκηνής και είναι τοποθετημένη πάνω σε βάση που καλείται τρίποδο.
- Στο **tilt** που ονομάζεται και βερτικάλε, έχουμε κίνηση της κάμερας από κάτω προς τα πάνω ή και αντίθετα με τη θέση του τρίποδα της κάμερας να παραμένει σταθερή.
- **Κίνηση κλίσης (tilt)**, είναι η στροφή της κάμερας προς τα κάτω (tilt down) ή προς τα πάνω (tilt up).
- **Καμπύλη κίνηση (arc)**. Είναι η κατευθυντική ή πλευρική κίνηση της κάμερας, δεξιά ή αριστερά, με ελαφρά καμπύλη γύρω από ένα αντικείμενο. Αυτή η καμπύλη κίνηση, χρειάζεται για να αποκαλυφθεί καλύτερα ένα πρόσωπο που βρίσκεται μακριά από την κάμερα ή για να αποκαλυφθεί μια θέα από ένα πρόσωπο που βρίσκεται κοντά στην κάμερα.
- Από την θέση **νορμάλ**, η βιντεοσκόπηση του προσώπου, θεωρείται συναισθηματικά αφόρτιστη. Ένα τέτοιο πλάνο μπορεί να είναι αντικείμενο, υποκείμενο ή ψευδοϋποκειμενικό.
- Η **κατευθυντική κίνηση (dolly)**, είναι μια κίνηση που γίνεται όχι από σταθερή βάση, αλλά από μια μετακινούμενη βάση με ροδάκια, εκτελώντας κινήσεις δεξιά ή αριστερά, εμπρός ή πίσω και πάνω ή κάτω. Οι κινήσεις αυτές βασίζονται στην κίνηση που εκτελεί το υποστήριγμα μιας βάσης μιας κάμερας και πήρε το όνομά της, από το τέχνασμα που δημιουργεί η κάμερα αυτή. Τα πλάνα με dolly, κινούνται σε καμπύλες, σε σχήματα οκτώ και σε οποιαδήποτε άλλη κατεύθυνση, όπου υπάρχει δυνατότητα να κυλήσουν τα ροδάκια.
- **Κατευθυντική προσέγγιση (dolly in)**, είναι η κίνηση της κάμερας προς ένα αντικείμενο, ενώ κατευθυντική απομάκρυνση (dolly out) ή αλλιώς κατευθυντική πίσω (dolly back), είναι η κίνηση της κάμερας σε αντίθετη κατεύθυνση από το αντικείμενο. Μπορεί οι κινήσεις dolly εμπρός και πίσω να φαίνονται στο θεατή σαν κινήσεις zoom, διαφέρουν όμως σημαντικά.
- **Κατακόρυφη κίνηση (pedestal)**. Με την κάμερα τοποθετημένη σε κάποιον τρίποδο ή βάση στούντιο, γίνεται το κατακόρυφο ανέβασμα ή το κατέβασμα της κάμερας. Η κάμερα τοποθετείται σε διάφορες κατακόρυφες θέσεις και έτσι ο θεατής μπορεί να βλέπει την σκηνή από ψηλά ή από χαμηλά.

---

<sup>55</sup> Παραγωγή Βίντεο-Βασικές Αρχές & Τεχνικές, Herbert Zettl, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»  
Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G. Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

- ü **Πλευρική κίνηση (tracking ή trucking)**, είναι όταν το πλάνο κινείται δεξιά (truck right) ή αριστερά (truck left). Μετακινείται η βάση της κάμερας, πάνω σε ράγες για να εκτελούνται οι κινήσεις ομαλά. Η πλευρική κίνηση, εκφράζεται και με τον όρο κίνηση παρακολούθησης (tracking), κάτι το οποίο χρησιμοποιείται όταν η κάμερα κινείται ακολουθώντας για παράδειγμα έναν άνθρωπο, με πλευρική κίνηση, κατα μήκος του δρόμου και ο φακός να κατευθύνεται προς το πρόσωπο που παρακολουθείται.
- ü **Πλάγια κίνηση (cant)**. Είναι η κίνηση της κάμερας προς τα πλάγια δεξιά ή αριστερά. Με την πλάγια κίνηση, η εικόνα φαίνεται πιο ασταθής και έτσι αυξάνεται η ενέργεια του γεγονότος. Όταν η κίνηση είναι πλάγια δεξιά (cant right), τότε η γραμμή του ορίζοντα γέρνει προς τα κάτω, όπου το ψηλότερο σημείο της, βρίσκεται στο αριστερό μέρος της οθόνης και το χαμηλότερο, στο δεξιό μέρος. Όταν είναι πλάγια αριστερά (cant left) όμως, το αποτέλεσμα είναι αντίθετο. Για να πραγματοποιηθεί πλάγια κίνηση, η κάμερα δεν πρέπει να στηρίζεται σε βάση, αλλά να είναι κάμερα ώμου ή χειρός.
- ü **Κίνηση με γερανό (crane)**. Στο άκρο του γερανού, βρίσκεται μια κάμερα. Η κίνηση του γερανού είναι πάνω, κάτω και η κάμερα κινείται ολόκληρη πάνω, κάτω όπως και ο γερανός και δεν αλλάζει η κλίση της, πάνω στην σταθερή βάση. Ο γερανός είναι ένα μεγάλο και ογκώδες μηχάνημα, που ανυψώνει την κάμερα με τον χειριστή της. Η κίνηση με γερανό προς τα πάνω, χρησιμοποιείται για να δώσει τέλος στη σειρά κάποιων σκηνών ή το τέλος κάποιου προγράμματος. Λήψη τέτοιων πλάνων γίνεται συνήθως σε συναυλίες και ποδοσφαιρικούς αγώνες.
- ü **Κίνηση με φορητή κάμερα**. Η κίνηση αυτή, πραγματοποιείται όταν ο χειριστής έχει τοποθετημένη τη μηχανή στον ώμο του και κινείται μέσα στο χώρο της σκηνής. Αυτό το πλάνο δεν είναι σταθερό, γιατί επηρεάζεται από το βάδισμα του χειριστή. Η φορητή κάμερα στηρίζεται πάνω σε βάσεις που προσαρμόζονται στον ώμο του χειριστή. Εκτελούνται ικανοποιητικά οι κινήσεις δεξιά-αριστερά και πάνω-κάτω. Δεν μπορούν όμως να απορροφήσουν την κίνηση του σώματος, σε περίπτωση βαδίσματος ή τρεξίματος.
- ü **Κίνηση σε βάθρο**. Σε αυτή την περίπτωση, το πλάνο με το βάθρο είναι αυτό που δείχνει η κάμερα, όταν ανυψώνεται ή χαμηλώνει όλος ο κορμός της. Με την χρησιμοποίηση του βάθρου αυτού, μπορούν να εκτελεστούν και οι πανοραμικές κινήσεις.
- ü **Κίνηση γλώσσας (tongue)**. Είναι η κίνηση της κάμερας, από τα αριστερά προς τα δεξιά ή και αντίθετα. Εάν η σκηνή, δεν έχει μεγάλο εύρος, τότε μπορούμε να προσομοιώσουμε την κίνηση γλώσσας, με κάμερα χειρός, μετακινώντας την, δεξιά προς αριστερά και αντίθετα. Ακόμα όμως και μεγάλο εύρος να έχει η σκηνή, η κίνηση της γλώσσας πρέπει να γίνεται με μεγάλο γερανό.
- ü **Κίνηση με steadycam**. Είναι ένα γυροσκοπικό τέχνασμα, που ισορροπεί και κρέμεται με ιμάντα στο σώμα του χειριστή. Είναι σαν ένα ειδικό γιλέκο που απορροφάει τον κραδασμό του ανθρώπινου σώματος και επιτρέπει την καταγραφή μιας εικόνας που δεν έχει κανένα κούνημα. Η κίνηση με το σύστημα αυτό, είναι σταθερή και χρησιμοποιείται όταν χρειαζόμαστε μια ομαλή κίνηση και δεν έχουμε τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουμε ράγες για dolly.

## 7.7 Είδη Γωνιών Λήψης

Υπάρχουν πέντε βασικές γωνίες λήψης:<sup>56</sup>

1. Το «**βλέμμα του πουλιού**», είναι η πιο αποπροσανατολιστική γωνία από όλες, επειδή περιλαμβάνει μία σκηνή τραβηγμένη ακριβώς πάνω από το κεφάλι του ηθοποιού. Αυτή η γωνία λήψης, μπορεί να είναι πολύ εκφραστική. Στην ουσία, το «βλέμμα του πουλιού» είναι πλάνο που μας επιτρέπει να περιπτάμεθα πάνω από μία σκηνή όπως οι παντοδύναμοι θεοί. Οι φωτογραφημένοι άνθρωποι φαίνονται σαν μυρμήγκια και ασήμαντοι.
2. Η **ψηλή γωνία**. Συνήθως τα πλάνα με ψηλές γωνίες λήψης, δεν είναι τόσο ακραία και γι' αυτό το λόγο δεν είναι τόσο αποπροσανατολιστικά. Η κάμερα είναι τοποθετημένη πάνω σε γερανό, ή σε κάποιες ψηλές φυσικές τοποθεσίες, αλλά η αίσθηση της παντοδυναμίας του κοινού δεν είναι υπερβολική. Οι υψηλές γωνίες λήψης, δίνουν στο θεατή μία αίσθηση γενικής εποπτείας, αλλά δεν υπονοούν απαραίτητα τη μοίρα ή το πεπρωμένο. Όσον αφορά το φωτογραφημένο αντικείμενο, οι ψηλές γωνίες, μειώνουν το ανάστημα των αντικειμένων, και συνήθως περιλαμβάνουν το έδαφος ή το πάτωμα σαν φόντο.  
Η κίνηση επιβραδύνεται: Αυτή η γωνία λήψης τείνει να είναι αναποτελεσματική, για τη μετάδοση της αίσθησης της ταχύτητας και χρήσιμη για την υποδήλωση βαριεστημάρας.  
Η σπουδαιότητα του σκηνικού ή του περιβάλλοντος αυξάνεται: Το περιβάλλον συχνά φαίνεται να καταπίνει τους ανθρώπους.  
Οι υψηλές γωνίες λήψης, μειώνουν τη σημασία του αντικειμένου. Ένα πρόσωπο φωτογραφημένο από ψηλά φαίνεται ακίνδυνο και ασήμαντο. Αυτή η γωνία είναι επίσης αποτελεσματική, για τη μετάδοση της αυτοπεριφρόνησης ενός χαρακτήρα. Οι υψηλές γωνίες, τείνουν να υποδηλώνουν παγίδευση ή αδυναμία.
3. Το πλάνο στο **ύψος του ματιού μας**, μας επιτρέπει να διαμορφώσουμε τις ιδέες μας, γύρω από το τι είδους άνθρωποι μας παρουσιάζονται. Τέτοια πλάνα είναι πολύ παραπλανητικά και δεσμευτικά και η κάμερα διατηρείται σε ουδέτερη και απαθή θέση.
4. Η **χαμηλή γωνία λήψης**, έχει το αντίθετο αποτέλεσμα από την ψηλή. Οι χαμηλές γωνίες λήψης, αυξάνουν το ανάστημα και έτσι είναι χρήσιμες για την υποδήλωση καθετότητας. Πιο πρακτικά, αυξάνουν το ανάστημα ενός κοντού ηθοποιού. Η κίνηση επιταχύνεται, και ιδιαίτερα στις σκηνές βίας, οι χαμηλές γωνίες λήψης αιχμαλωτίζουν μία αίσθηση σύγχυσης.

---

<sup>56</sup> Πραγματεία για το Μοντάζ-Τάκης Δαυλόπουλος-Έκδοση Εταιρίας Ελλήνων Σκηνοθετών, Αθήνα 1985

5. Το περιβάλλον είναι συνήθως ελαχιστοποιημένο στις χαμηλές γωνίες, και συχνά ο ουρανός ή το ταβάνι είναι το μόνο φόντο. Ψυχολογικά, οι χαμηλές γωνίες εντείνουν τη σπουδαιότητα του θέματος. Η φιγούρα δεσπόζει απειλητικά πάνω στον θεατή, ο οποίος αισθάνεται ανασφαλής και κυριαρχημένος. Ένα πρόσωπο τραβηγμένο από κάτω εμπνέει φόβο, δέος, και σεβασμό. Γι' αυτό το λόγο, οι χαμηλές γωνίες λήψεις, χρησιμοποιούνται συχνά στα προπαγανδιστικά φιλμ ή στις σκηνές που περιγράφουν ηρωισμό. Όταν μία υπερβολικά χαμηλή γωνία, συνδυάζεται με έναν παραμορφωτικό της προοπτικής του κάδρου ευρυγώνιο φακό, ο χαρακτήρας μπορεί να φανεί απειλητικός, επειδή δεσπόζει πάνω από την κάμερα και πάνω από εμάς, όπως ένας πανύψηλος γίγαντας. Και
6. Η **λοξή γωνία**, περιλαμβάνει μία πλευρική κλίση της κάμερας. Όταν η εικόνα προβάλλεται, ο ορίζοντας είναι λοξός. Ένας άντρας φωτογραφημένος με μία λοξή γωνία, θα φαίνεται σαν να πρόκειται να πέσει προς μία πλευρά. Αυτή η γωνία, μερικές φορές, χρησιμοποιείται για υποκειμενικά πλάνα, για να υποδηλώσει για παράδειγμα την έλλειψη ισορροπίας ενός μεθυσμένου. Ψυχολογικά, οι λοξές γωνίες, υποδηλώνουν ένταση, μετάβαση, και επικείμενη κίνηση. Οι φυσικές οριζόντιες και κάθετες γραμμές μιας σκηνής, μετατρέπονται σε ασταθείς διαγώνιες. Οι λοξές γωνίες λήψης δεν χρησιμοποιούνται συχνά, επειδή μπορούν να αποπροσανατολίσουν το θεατή. Στις σκηνές που αποδίδεται βία, ωστόσο, μπορούν να είναι αποτελεσματικές, στην ακριβή σύλληψη αυτής της αίσθησης, της οπτικής ανησυχίας.

## 7.8 Συντελεστές παραγωγής

Πρόκειται για εξειδικευμένους τεχνικούς, που στον τομέα του ο καθένας, δείχνει τις ικανότητές του. Πίσω από κάθε μεγάλη παραγωγή, υπάρχει πάντα μια καταπληκτική ομάδα.

Συντελεστές μιας παραγωγής είναι: <sup>57</sup>

1. **Ο σκηνοθέτης:** Είναι υπεύθυνος για όλη την παραγωγή από την δημιουργία μέχρι και το αποτέλεσμα μιας παραγωγής. Εκείνος επιλέγει και συντονίζει τους ανθρώπους που λαμβάνουν μέρος στην παραγωγή, είτε αυτοί είναι ηθοποιοί είτε είναι τεχνικοί. Μετατρέπει τον γραπτό κείμενο σε οπτικά και ακουστικά είδωλα και προτείνει τον βασικό τύπο παραγωγής. Ο σκηνοθέτης έχει τον έλεγχο των οικονομικών και δίνει τον καλύτερο εαυτό του, για μια ποιοτική παραγωγή. Πρέπει να συνεργάζεται με το προσωπικό και να παίρνει αποφάσεις. Σε μικρές εταιρείες παραγωγής, ο σκηνοθέτης λειτουργεί ως συγγραφέας και παραγωγός ταυτόχρονα.
2. **Ο ντεκορατέρ:** Είναι ένας βασικός συντελεστής, που φροντίζει για την αισθητική του πλάνου, μετατρέποντας τον χώρο (ντεκόρ), σύμφωνα με τις ανάγκες της παραγωγής.
3. **Οι τεχνίτες σκηνικών:** Είναι αυτοί που κατασκευάζουν το ντεκόρ του χώρου, σύμφωνα με τις υποδείξεις του ντεκορατέρ.

4. **Ο ενδυματολόγος:** Είναι ο συντελεστής, που φροντίζει για την κατασκευή των ρούχων που θα φοράνε οι ηθοποιοί και οι κομπάρσοι. Πρέπει πάντα να είναι ακριβής στον τρόπο ένδυσης της συγκεκριμένης εποχής, στην οποία αναφέρεται η παραγωγή.
5. **Ο κάμεραμαν ή οπερατέρ:** Είναι ο χειριστής της κάμερας, επομένως πρέπει να έχει γνώση του αντικειμένου, αλλά και όλων των εξαρτημάτων που το αποτελούν, όπως είναι οι φακοί, τα φίλτρα κ.τ.λ.
6. **Οι ηλεκτρολόγοι:** Είναι οι τεχνικοί, που τοποθετούν τα φώτα. Πρέπει όμως, αυτό να γίνεται με σωστό τρόπο, ώστε να μην emπίπτουν στο οπτικό πεδίο της κάμερας.
7. **Ο διευθυντής παραγωγής:** Είναι υπεύθυνος για τα οικονομικά της παραγωγής, είτε αυτό είναι, οι αμοιβές των συντελεστών, είτε προμήθειες που χρειάζονται για την παραγωγή, είτε οικονομικές συμφωνίες με τα πλατώ. Είναι υπεύθυνος για την ολοκλήρωση των στόχων του έργου, στα πλαίσια του προβλεπόμενου προϋπολογισμού και χρόνου.  
Γενικά, ο διευθυντής παραγωγής, είναι υπεύθυνος για την ιδέα, τις προσλήψεις, τα οικονομικά και τον συντονισμό όλων των δραστηριοτήτων της παραγωγής.
8. **Ο ηχολήπτης:** Είναι ο τεχνικός για τον ήχο κάθε πλάνου. Είναι υπεύθυνος για την ποιότητα και την πιστότητα του ήχου, που ζωντανεύει την εικόνα, με την βοήθεια βέβαια ενός άριστου εξοπλισμού. Είναι υπεύθυνος για την τοποθέτηση μικροφώνων στις σωστές θέσεις, για την δημιουργία ηχητικών εφέ και για την μείξη ήχου, μουσικής και διαλόγων.
9. **Οι μακιγιέρ:** Είναι έμπειροι και εξειδικευμένοι μακιγιέρ, που φροντίζουν τα πρόσωπα των ηθοποιών και είναι ικανοί να αποδώσουν και ένα άλλο είδος μακιγιάζ, με αλλοιώσεις στο πρόσωπο και στο σώμα, όπως είναι οι ουλές κ.τ.λ.
10. **Ο κομμωτής:** Είναι αυτός που φροντίζει την κόμμωση των ηθοποιών, σύμφωνα με τις ανάγκες των ρόλων.
11. **Ο φροντιστής:** Είναι ο συντελεστής εκείνος, που φροντίζει για να βρεθούν καταλύματα, τροφή και στέγη για το συνεργείο των τεχνικών και των ηθοποιών, κυρίως όταν η παραγωγή γίνεται σε χώρους εκτός έδρας και μακριά από τα πλατώ.
12. **Ο φωτογράφος:** Είναι εκείνος που φωτογραφίζει στιγμιότυπα, κατά την διάρκεια της παραγωγής.
13. **Ο διευθυντής φωτογραφίας:** Είναι υπεύθυνος για την ποιότητα της φωτογραφίας. Συνήθως είναι και χειριστής κάμερας, όταν χρειάζεται μία επιπλέον κάμερα, για να υπάρξει λήψη και από διαφορετική γωνία ή σε περίπτωση που κάποιος κάμεραμαν δυσκολεύεται να την χειριστεί.



14. **Ο μοντέρ:** Είναι ο άνθρωπος που έχει αναλάβει όλη την διαδικασία, που απαιτεί το μοντάζ της παραγωγής, με επαρκή κατάρτιση στην τεχνική του Μοντάζ. Η δουλειά του, είναι το φιλμάρισμα της παραγωγής, η επένδυση της παραγωγής με τους κατάλληλους ήχους και μουσική και με τα κατάλληλα εφέ. Ο μοντέρ είναι ο συναρμολογητής των πλάνων, για να δίνεται η αίσθηση της συνέχειας σε μια παραγωγή.

---

<sup>57</sup> Τηλεοπτική Παραγωγή 2 – Άνθρωπος, Τεχνική διαδικασία, Herbert Zettl , Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΤΟ ΣΩΜΑ ΤΗΣ ΚΑΜΕΡΑΣ

### 8.1 Λειτουργία κάμερας

Η κάμερα είναι ένα τέχνασμα παραγωγής εικόνων, το οποίο αναπαράγει εικόνες, οι οποίες έχουν υποστεί θεμελιώδη αλλαγή.

Έτσι οι τρεις διαστάσεις γίνονται δύο, τα χρώματα της φύσης γίνονται χρώματα του βίντεο και η περίμετρος του πλαισίου της κάμερας οριοθετεί την εικόνα. Η ποιότητα των εικόνων που αναπαράγεται, συντίθενται από τα στοιχεία της χρωματικότητας, της ευκρίνειας, του βάθους πεδίου, της ανάλυσης και άλλων πολλών τεχνικών παραμέτρων που εξαρτώνται άμεσα από την τεχνολογία που εφαρμόζεται για την λειτουργία αλλά και την κατασκευή αυτών των μηχανών.

Η κάμερα, είναι ο μηχανισμός στο χώρο της ανάλυσης της εικόνας, που έχει σκοπό να αναλύσει τα φωτεινά και χρωματικά στοιχεία μιας εικόνας, σε ανάλογες ηλεκτρικές διεγέρσεις.

Μια εικόνα δημιουργείται ξεχωριστά για κόκκινα, πράσινα και μπλε στοιχεία, οπότε τρεις εικόνες ταυτόχρονα. Η χρονική ανάλυση της εικόνας γίνεται με γραμμές οριζόντιες, 625 για τα ευρωπαϊκά πρότυπα και 525 γραμμές για τα αμερικάνικα, για να ολοκληρωθεί και να σαρωθεί η εικόνα. Στην διάρκεια ενός δευτερολέπτου, έχουμε 25 τέτοιες εικόνες για τα ευρωπαϊκά πρότυπα και 30 για τα αμερικάνικα.<sup>58</sup>

### 8.2 Σύνθεση της κάμερας

Κάθε κάμερα αποτελείται από τρία βασικά μέρη: το σώμα της κάμερας, το φακό και το σκόπευτρο που αποτελούν την κεφαλή και συμπληρώνεται για τη καλή λειτουργία του, από τον εξοπλισμό στήριξης και τα διάφορα χειριστικά των λειτουργιών του.<sup>59</sup>

#### · Σώμα της κάμερας

Είναι ο μηχανισμός, όπου η οπτική εικόνα μετά τον φακό, μετατρέπεται σε ηλεκτρονική μορφή. Πριν η εικόνα πάρει την ηλεκτρονική της μορφή, διαχωρίζεται σε τρεις οπτικές εικόνες με βάση τα τρία βασικά χρώματα.

Ο διαχωρισμός αυτός, γίνεται από έναν οπτικό μηχανισμό που ονομάζεται οπτικός διαχωριστής, στην έξοδο του οποίου καταλήγουν τρεις φωτεινές εικόνες, με τρία βασικά χρώματα, κόκκινο, πράσινο και μπλε. Αυτός ο οπτικός διαχωριστής, χωρίζει ένα οπτικό σήμα σε τρεις διαφορετικές εκδόσεις της εικόνας. Η μία δείχνει το επίπεδο του ερυθρού, η δεύτερη δείχνει το επίπεδο του μπλε και η τρίτη το επίπεδο του πράσινου (RGB).

Η κάμερα συνδυάζει τις τρεις αυτές εικόνες και μας δίνει μια πλήρη εικόνα και των τριών χρωμάτων.

---

<sup>58,59</sup> Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G. Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

## · **Φακός**

Ο φακός είναι ο οφθαλμός της κάμερας. Κάθε αντικείμενο γίνεται αντιληπτό από τον ανθρώπινο οφθαλμό, εφόσον η φωτεινή ενέργεια που εκπέμπει, διέρχεται μέσα από αυτόν, πριν το οπτικό ερέθισμα μετατραπεί και καταγραφεί σε εικόνα από τον μηχανισμό της οράσεως. Ο φακός είναι ένας καθαρός ιστός, σχήματος φασιολιού, που μπορεί να γίνεται παχύτερος ή λεπτότερος, ώστε να βλέπουμε κοντά ή μακριά. Η εστίαση των ακτίνων που προέρχονται από τη φωτεινή πηγή, γίνεται από τον φακό αυτό στο πίσω μέρος του ματιού, όπου υπάρχει ο αμφιβληστροειδής χιτώνας. Οι φακοί της κάμερας, έχουν δύο κύρια χαρακτηριστικά. Την ταχύτητα και την εστιακή απόσταση. Η ταχύτητα αναφέρεται στην ποσότητα του φωτός που αφήνει να περάσει ο φακός, ενώ η εστιακή απόσταση αναφέρεται στο εύρος της σκηνής που φαίνεται μέσω ενός φακού από μια συγκεκριμένη θέση.

Υπάρχουν διάφορες κατηγορίες φακών: <sup>60</sup>

### **1. Ευρυγώνιος φακός**

Είναι ο φακός αυτός, ο οποίος δείχνει μια μεγαλύτερη άποψη του θέματος, μειώνοντας το μέγεθος του υποκειμένου μέσα στο κάδρο. Δίνει μεγαλύτερο βάθος και αυξάνει την αυταπάτη του βάθους, προκαλώντας μια μικρή παραμόρφωση. Ο ευρυγώνιος φακός, παρουσιάζει ένα μεγάλο εύρος σκηνής, όπου τα μακρινά αντικείμενα σε σχέση με τα αντικείμενα που βρίσκονται από μπροστά, φαίνονται πολύ μικρά. Όσο πιο ευρυγώνιος είναι ο φακός, τόσο μεγαλύτερη είναι η παραμόρφωση και η αίσθηση του βάθους που παρουσιάζεται. Οι φακοί αυτοί χρησιμοποιούνται συνήθως για τοπία και είναι ιδανικός για χρήση της κάμερας στο χέρι, εφόσον το κούνημα της κάμερας δεν γίνεται αντιληπτό.

### **2. Φακοί Zoom**

Οι περισσότερες βιντεοκάμερες έχουν μηχανισμούς μεταβλητής εστιακής απόστασης και καλούνται φακοί zoom. Ο φακός zoom, έχει δυνατότητα εστίασης σε διαφορετικές αποστάσεις. Συνδυάζει δηλαδή τον ευρυγώνιο φακό, τον τηλεφακό και τον κανονικό, σε έναν. Βασικό πλεονέκτημα είναι ότι επιτρέπει στον εικονολήπτη να αλλάζει εστιακή απόσταση, χωρίς να αλλάζει φακό. Η μεταβλητή εστιακή απόσταση, ορίζει το πόσο κοντά μπορούμε να φέρουμε ένα αντικείμενο στο φακό μας κατά τη λήψη, χωρίς να διαταράσσεται η εστίαση.

### **3. Κανονικός φακός**

Ο φακός αυτός είναι πιο κοντά σε αυτό που βλέπει το ανθρώπινο μάτι και γύρω στα 50mm. Ο κανονικός φακός, είναι πιο στενός και πιο μικρός στο μέγεθος. Πλησιάζει την οπτική ακτίνα του ανθρώπινου ματιού και η αυταπάτη του βάθους είναι πιο ρηχή.

---

<sup>60</sup> Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G. Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

#### 4. Τηλεφακός

Ο φακός αυτός έχει μεγάλη εστιακή απόσταση και δείχνει μια μικρότερη άποψη του θέματος, απο αυτή του κανονικού. Συμπιέζει το βάθος, ώστε τα αντικείμενα που είναι σχετικά κοντά ή μακριά απο την κάμερα να φαίνονται ότι βρίσκονται στην ίδια περίπου απόσταση. Ο τηλεφακός σε αντίθεση με τον ευρυγώνιο φακό, μειώνει την αυταπάτη του βάθους. Ο φακός αυτός παραμορφώνει την κίνηση, οπότε δεν ενδείκνυται για χρήση κάμερας στο χέρι. Αυτού του είδους οι φακοί, οι τηλεφακοί, χρησιμοποιούνται κυρίως σε αθλητικές μεταδόσεις, για να αποδοθεί η μετάδοση απο μακρινή απόσταση, μια κοντινή όψη της δράσης.

- **Σκόπευτρο (viewfinder)**

Είναι μια μικρή οθόνη, στην οποία απεικονίζεται η εικόνα που λαμβάνεται απο τον φακό σε ηλεκτρονική μορφή. Αυτό το σκόπευτρο βοηθάει τον χειριστή να καδράρει το πλάνο, να εστιάσει με ακρίβεια το φακό στο θέμα και να επιλέξει το σωστό διάφραγμα με τη βοήθεια αναγραφόμενων ενεργειών που φαίνονται πάνω στη μικροσκοπική αυτή οθόνη. Τα περισσότερα σκόπευτρα, είναι μονόχρωμα και τις εικόνες που βλέπει η κάμερα, τις παρουσιάζουν ασπρόμαυρες. Το ηλεκτρονικό σκόπευτρο, δείχνει στην πραγματικότητα την ίδια άποψη που βλέπει ο φακός και είναι το ίδιο που μας δείχνει η οθόνη LCD. Η ίδια εικόνα που προβάλλεται σε αυτή την οθόνη, προβάλλεται και στην μικροσκοπική οθόνη.

### 8.3 Κατηγορίες Μηχανών λήψης

Οι μηχανές λήψης, κατασκευάστηκαν για να καλύψουν τις επαγγελματικές ανάγκες για εικονοληψία ενός τηλεοπτικού σταθμού. Οι κάμερες κατασκευάζονται για να καλύπτουν επαγγελματικές, ημιεπαγγελματικές και ερασιτεχνικές χρήσεις.<sup>61</sup>

#### Û **Επαγγελματική βιντεοκάμερα**

Είναι μια υψηλών απαιτήσεων συσκευή, για την καταγραφή κινούμενων εικόνων, σε ηλεκτρονική μορφή. Αυτές οι μηχανές αναπτύχθηκαν για χρήση σε τηλεοπτικά studio, για την κάλυψη ζωντανών ή μαγνητοσκοπημένων τηλεοπτικών εκπομπών. Οι επαγγελματικές φορητές κάμερες, είναι μεγαλύτερες απο τις κάμερες των καταναλωτών και είναι σχεδιασμένες για να μεταφέρονται στο ώμο.

Οι επαγγελματικές κάμερες προορίζονται για να καλύπτουν ποιοτικές προδιαγραφές, στην ποιότητα των χρωμάτων και στην ευκρίνεια. Αυτές οι κάμερες χρησιμοποιούν πολύ καλούς φακούς και υψηλές προδιαγραφές επεξεργασίας και εγγραφής του ψηφιακού σήματος.

Η ποιότητα του ήχου είναι πάρα πολύ καλή και διαθέτουν είσοδο για μικρόφωνο ή ακουστικά.

---

<sup>61</sup> Παραγωγή Βίντεο-Βασικές Αρχές & Τεχνικές, Herbert Zettl, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

Διαθέτουν εργονομική στήριξη και λειτουργία και είναι κατασκευασμένες από εξαιρετικά ανθεκτικά υλικά για να αντέχουν στη σκληρή χρήση και τις καιρικές συνθήκες.

Το μέγεθος και το βάρος τους, είναι πλεονέκτημα, τις περισσότερες φορές για μια επαγγελματική χρήση. Το βάρος και η δυνατότητα να κάθεται η κάμερα στον ώμο λόγω του μεγέθους της, επιτρέπει τη χρησιμοποίηση του σώματος, ως υποστηρικτικού μηχανισμού, ένα είδος τρίποδου, που ελαττώνει την καταγραφή των κραδασμών, κατά την διάρκεια συγκεκριμένων κινήσεων της κάμερας.

### **Û Ημιαγγελματική βιντεοκάμερα**

### **Û Ερασιτεχνική βιντεοκάμερα**

Η ποιότητα της εικόνας που έχει μια ερασιτεχνική κάμερα εγγραφής, είναι ακριβώς ίδια με μια πιο ακριβή, μεγάλη και βαριά επαγγελματική κάμερα εγγραφής. Έχουν πολύ καλή ποιότητα, ειδικά όταν υπάρχει αρκετός φωτισμός. Μία ερασιτεχνική κάμερα σε σχέση με μια επαγγελματική, δεν έχει τόσο καλούς φακούς. Δεν διαθέτουν τόσο υψηλό λόγο ζουμ, όσο οι κάμερες ENG/EFP.

### **Û Κάμερες Studio**

Είναι μεγάλες κάμερες και εγκατεστημένες πάνω σε βάσεις, με υψηλή ποιότητα σε διάφορες συνθήκες. Αυτού του είδους οι κάμερες, χρησιμοποιούνται σε παραγωγές στούντιο, όπως είναι οι συνεντεύξεις και οι ειδήσεις. Για καλύτερη ποιότητα, η κάμερα πρέπει να συνδέεται σε συσκευές με ηλεκτρονική ισχύ, διότι δεν μπορεί να λειτουργήσει μόνη της. Όλες οι κάμερες στούντιο, διαθέτουν μεγάλους και υψηλής ποιότητας φακούς ζουμ και εξοπλισμό ελέγχου.

### **Û Κάμερες ENG/EFP**

ENG/EFP, ονομάζονται οι μικρές φορητές κάμερες, που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή πεδίου και την χειρίζεται ένα άτομο. Το ENG (Electronic News Gathering) είναι η ηλεκτρονική συλλογή ειδήσεων και το EFP (Electronic Field Production), η ηλεκτρονική παραγωγή πεδίου. Αυτές οι μικρές κάμερες ανήκουν στις μικρού μήκους κάμερες ή ερασιτεχνικές. Για την βιντεοσκόπηση, οι κάμερες αυτές συνδέονται με ξεχωριστό μαγνητοσκόπιο μέσω καλωδίου κάμερας, διότι από μόνες τους δεν έχουν. Επίσης, μπορούν να τροφοδοτηθούν και με μπαταρίες. Προτιμότερο βέβαια είναι να συνδέονται με καλώδιο, διότι σε λήψη μεγάλης διάρκειας, δεν θα υπάρχει κίνδυνος εξάντλησης των μπαταριών. Έχουν πολύ μικρούς φακούς ζουμ, είναι ελαφριές και διαθέτουν αυτόματα χειριστήρια για την διευκόλυνση του χειριστή. Παρα το γεγονός ότι η καλύτερη κάμερα ENG/EFP, είναι χαμηλότερης ποιότητας από την καλύτερη κάμερα στούντιο, πολλοί την αντικαθιστούν με κάμερα ENG/EFP, διότι είναι πιο φθηνές και πιο εύκολες στην χρήση τους. Οι κάμερες αυτές, διαθέτουν και υψηλότερο λόγο ζουμ. Οι περισσότερες κάμερες ENG/EFP, είναι εφοδιασμένες, με αυτό το σύστημα εστίασης. Οι επαγγελματικές κάμερες ENG/EFP, έχουν ημιαυτόνομο χειριστήριο ισορροπίας λευκού, που πρέπει να ρυθμίζετε κάθε φορά που μετακινούμαστε σε άλλο περιβάλλον.

### **ÿ Κάμερες HDTV**

Πρόκειται για κάμερες ακριβές, με υψηλή ευκρίνεια και παράγει πολύ καθαρή εικόνα. Η εικόνα που δίνει η κάμερα, έχει μεγαλύτερη οριζόντια διάσταση, από μια κανονική κάμερα. Παράγει καλύτερα χρώματα και λιγότερη αντίθεση μεταξύ φωτεινού και σκοτεινού. Το σύστημα HDTV, χρησιμοποιείται μόνο σε ειδικές εφαρμογές, όπως είναι η ηλεκτρονική παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, στην παραγωγή διαφημίσεων κ.τ.λ.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9. ΜΟΝΤΑΖ

### 9.1 Εισαγωγή

Το μοντάζ είναι τέχνη και επιστήμη ταυτόχρονα. Είναι η καρδιά της τέχνης του video. Όταν μιλάμε για μοντάζ, αναφερόμαστε στη σειρά και στη διάρκεια των πλάνων μιας ταινίας που καθορίζει και το ενδιαφέρον του θεατή για το θέμα. Το μέρος της τέχνης περιλαμβάνει τη στρατηγική χρήση των πληροφοριών για να ξεγελαστεί το αισθητήριο σύστημα, ενώ το μέρος της επιστήμης περιλαμβάνει την πλήρη κατανόηση για το πώς τα οπτικοακουστικά αισθητήρια μέρη του σώματος και του εγκεφάλου μας, αντιλαμβάνονται τον κόσμο γύρω μας.

Το μοντάζ είναι το πιο δυνατό στοιχείο της τηλεοπτικής μορφής. Δεν είναι ένα στατικό φαινόμενο, αλλά αλλάζει σύμφωνα με τις τεχνολογικές προόδους, τις αισθητικές μόδες και τις οικονομικές συντεταγμένες. Είναι ένα από τα βασικά εκφραστικά μέσα που δημιουργεί αυτή την ποιότητα σχέσης και επικοινωνίας θεάματος και θεατή, κάτι που γίνεται με τις μοναδικές δυνατότητες και ιδιότητές του. Με το μοντάζ μπορούμε να συγκεντρώσουμε το υλικό σε κάποια διαδοχική σειρά, να συγκεντρώσουμε πλάνα για να μας δώσουν το επιθυμητό μήνυμα και να διορθώσουμε τα λάθη κόβοντάς τα ή καλύπτοντάς τα με άλλο υλικό. Ο μοντέρ, μπορεί να φτιάξει μια ιστορία δημιουργώντας ένα ελκυστικό σύνολο από μια σειρά γυρισμάτων, να ρέει ομαλά μια παρουσίαση αφαιρώντας μερικά δευτερόλεπτα και καλύπτοντάς τα με άλλο πλάνο και να μεταδώσει ένα μήνυμα που θα έχει έντονη επίδραση στο κοινό.

Το Μοντάζ, είναι μια μέθοδος έκφρασης και ενόρασης του σκηνοθέτη και των Ιδεών του.

Οι τεχνικές του μοντάζ έχουν ως σκοπό να αναδείξουν τα εκφραστικά στοιχεία που υπάρχουν μέσα στα πλάνα και τις σκηνές που έχουν γυριστεί.<sup>62</sup>

### 9.2 Βίντεο Μοντάζ

Το μοντάζ είναι η τέχνη της κίνησης και του ρυθμού στην εναλλαγή των πλάνων, η τέχνη της συναρμολόγησης των εικόνων και της ταύτισης στα πλάνα λόγου και μουσικής. Είναι η επιλογή κάποιων τμημάτων ενός γεγονότος και η τοποθέτησή τους στη σωστή σειρά. Το μοντάζ είναι αυτό που αναλαμβάνει ώστε τα πλάνα να αποκτούν νόημα και ενότητα και να υπάρχει διάρθρωση σε μια συντεταγμένη αλληλουχία ήχων και εικόνων, γιατί δεν αρκούν μόνο τα ωραία καλογυρισμένα και καλοφωτισμένα πλάνα. Το μοντάζ γίνεται για να αποκτήσει το θέμα σαφήνεια και να μπορεί να επιδρά στους θεατές. Μέσω του μοντάζ αφαιρείται ο περιττός χώρος και χρόνος, γιατί αποτελεί μια συνθετική διαδικασία τεμαχισμού τους, που γίνεται σε ένα βαθμό στο γύρισμα και ολοκληρώνεται έτσι στο μοντάζ.

---

<sup>62</sup> Πραγματεία για το Μοντάζ-Τάκης Δαυλόπουλος-Έκδοση Εταιρίας Ελλήνων Σκηνοθετών, Αθήνα 1985

Αυτό που γίνεται κατά τη διάρκεια του μοντάζ στην μεταπαραγωγή, είναι μιας άλλης μορφής σκηνοθεσία, εφόσον ο μοντέρ μπορεί και ενώνει, διακόπτει, επανατοποθετεί, καταργεί και επαναδημιουργεί τη ροή που προκύπτει από το σενάριο και τη βιντεοσκοπήση.

Μέσω του μοντάζ, η αρχική μορφή του υλικού διαφοροποιείται, πράγμα που είναι φυσικό, διότι δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί αυτούσιο υλικό έτσι όπως γυρίστηκε, αλλά θα πρέπει να υποστεί κάποια μικρή ή μεγάλη επεξεργασία.

Η πιο απλή διαδικασία μοντάζ που μπορεί να γίνει, είναι η αφαίρεση κάποιων ανεπιθύμητων σκηνών ή το κόψιμο αυτών. Το μοντάζ διαφέρει κάθε φορά, ανάλογα με το πρόγραμμα που θα μεταδοθεί.<sup>63</sup>

### 9.3 Στόχοι του Μοντάζ

Υπάρχουν πάρα πολλοί λόγοι για να κάνουμε μοντάζ σε ένα βίντεο. Κάποιοι από αυτούς είναι:<sup>64</sup>

- Η Συγκέντρωση υλικού σε διαδοχική σειρά, εφόσον τα γυρίσματα τις πιο πολλές φορές γίνονται εκτός σειράς.
- Ο Περιορισμός κάποιων συμβάντων, εφόσον κατά την εγγραφή ενός προγράμματος πολλές φορές έχουμε περιγραφή γεγονότων με λεπτομέρεια, που πιθανόν να είναι περιττός χρόνος. Έτσι μειώνεται το συνολικό μήκος ενός τμήματος του υλικού, διότι υπάρχει περίπτωση να χαθεί η ουσία του θέματος και να αναδεικνύονται άσκοπες επαναλήψεις πλάνων. Γι' αυτό πρέπει να επιλεγεί το κατάλληλο διαθέσιμο υλικό. Στο μοντάζ, ο μοντέρ μπορεί να αφαιρέσει κάποια λεπτά ή δευτερόλεπτα από την εγγραφή, για να καλύψει με κάποια άλλα πλάνα, για μια πιο ομαλή παρουσίαση.
- Η Διόρθωση και αφαίρεση ανεπιθύμητου υλικού. Αυτό είναι ένα από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μοντέρ στις μονάδες μοντάζ και προκύπτουν στην παραγωγική διαδικασία, όπως είναι οι κακοί φωτισμοί και οι κακές ηχοληπτικές λήψεις. Πρόβλημα επίσης υπάρχει και στην προσαρμογή ανόμοιων χρωμάτων. Το μοντάζ που γίνεται για την διόρθωση των λαθών της παραγωγής, μπορεί να θεωρηθεί ως μια από τις πιο δύσκολες και χρονοβόρες δραστηριότητες της μεταπαραγωγής.
- Η Δόμηση, όπου είναι το πιο ευχάριστο κομμάτι στη διαδικασία του μοντάζ. Η δόμηση, γίνεται συνδυάζοντας τα διάφορα ελκυστικά πλάνα των γυρισμάτων και έτσι φτιάχνεται μια ιστορία, μεταδίδοντας συγχρόνως κάποιο νόημα και ασκώντας έντονη επίδραση και ένταση στο κοινό.

### 9.4 Στοιχεία Μοντάζ

Τα βασικά συστατικά στοιχεία του μοντάζ, πρέπει να ακολουθούν μια ανάλογη σειρά για να μπορεί ο θεατής να αντιλαμβάνεται αμέσως αυτό που ο σκηνοθέτης ή γενικότερα ο δημιουργός θέλει να πει.

---

<sup>63,64</sup>



Η σειρά αυτή ολοκληρώνεται στη διαδικασία του μοντάζ, δίνοντας το αφηγηματικό ύψος μιας ταινίας ή ενός τηλεοπτικού συμβάντος.

Τα βασικά συστατικά στοιχεία ενός συμβάντος ή καλύτερα ενός τηλεοπτικού προγράμματος, είναι:

### **1. Το πλάνο**

Είναι το μικρό χρονικά ή μεγάλο μήκους τράβηγμα της μηχανής λήψης, στην οποία καταγράφεται ο αντικειμενικός κόσμος απο τη στιγμή που πατήσουμε τον διακόπτη εγγραφής, ως την στιγμή που απενεργοποιήσουμε την εγγραφή. Κάθε πλάνο αποτελείται απο στατικές εικόνες (frame-καρέ), βαλμένες στη σειρά και καταγράφει μια οπτικοακουστική φράση, που σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες, θα συνδέσει το βιντεοσκοπημένο μας αφήγημα. Το πλάνο, σε ότι αφορά το χώρο, μπορεί να ολοκληρώνεται στον ίδιο χώρο ή και σε διαφορετικούς χώρους.

### **2. Το κάδρο**

Είναι κάθε μία απο τις εικόνες που συγκροτούν μία εικόνα σε ένα δευτερόλεπτο. Είναι η μικρότερη κατα πλάτος οπτική ενότητα. Το κάδρο στην κινούμενη εικόνα είναι πάντα σε διαρκή μεταβολή. Κάθε φορά όμως που η κάμερα και το θέμα που παρουσιάζει είναι ακίνητα, τότε έχουμε ένα διαφορετικό κάδρο. Το κάδρο είναι σαν μια φωτογραφία ή σαν ένας ζωγραφικός πίνακας. Στην καλλιτεχνική γλώσσα όμως, κάδρο εννοούμε το οπτικό περιεχόμενο του πλάνου. Την διαδικασία δηλαδή της σύνθεσης και οργάνωσης του περιεχομένου του κάδρου με την χρήση της οπτικοακουστικής τεχνολογίας και την αξιοποίηση των τεχνικών.

### **3. Η σκηνή**

Αποτελεί το μικρότερο κομμάτι μιας αφηγηματικής πράξης και αποτελείται απο ένα σύνολο πλάνων που διαδραματίζονται στον ίδιο τόπο και χρόνο. Είναι μία δράση μέσα σε καθορισμένο τοπικά αλλά και χρονικά σκηνογραφικό περιβάλλον.<sup>65</sup> Μπορεί να αποτελείται απο ένα ή και περισσότερα πλάνα.

### **4. Το σεκάνς ή σίκουενς**

Είναι μία ακολουθία σκηνών, που δημιουργούν ένα αφηγηματικό σύνολο. Είναι η μεγαλύτερη κατα πλάτος αφηγηματική ενότητα. Στην διάρκειά της, ενώνεται μία εξωτερική ή εσωτερική δράση, ή ένας πλήρης συναισθηματικός ή ψυχολογικός κύκλος, ανεξάρτητα απο το χρόνο και το χώρο όπου εκτυλίσσεται. Αποτελεί μία σειρά απο πλάνα, που δένονται νοηματικά μεταξύ τους ακόμη κι αν αυτά δεν συγκροτούν μια σκηνή. Τα πλάνα θα ενωθούν μεταξύ τους, για να συνδέσουν τις σκηνές που με τη σειρά τους θα συνδέσουν τις σεκάνς, για να προκύψει το τελειωμένο έργο που είναι η αφήγηση μιας ιστορίας, που θα οργανωθεί στο μοντάζ.

Εν κατακλείδι, η σκηνή και η σεκάνς ή σίκουενς αφορούν την αρχιτεκτονική του σεναρίου, ενώ το πλάνο και το κάδρο, την κινηματογραφική-τηλεοπτική αρχιτεκτονική λήψη.

Πολλές φορές, δύο οπτικές ενότητες και σε ελάχιστες περιπτώσεις τρεις οπτικές ενότητες, συμπίπτουν κατα πλάτος, χωρίς να πάντουν να διατηρούν τα χαρακτηριστικά τους.

---

<sup>65</sup> Πως Γράφεται το Σενάριο-Θανάσης Σκρούμπελος- Εκδοτικός Ομίλος «ΙΩΝ», Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ» 1996  
Εισαγωγή στη Θεωρία του Μοντάζ-Ντεκουπάζ-Μάριος Ρετσίλας

Οι ενότητες *σκηνή-πλάνο*, συμπίπτουν όταν η κάμερα απο την έναρξη της λειτουργίας της, παρακολουθεί αδιάκοπα τη δράση, μέχρι να ολοκληρωθεί ακόμη κι αν εκτυλίσσεται σε διαφορετικούς χώρους.

Οι ενότητες *πλάνο-κάδρο*, συμπίπτουν όταν η κάμερα και το θέμα είναι ακίνητα. Είναι απαραίτητο να αναφερθεί το γεγονός, ότι η σεκάνς ή σίκουενς περιέχει σκηνές. Η σκηνή περιέχει πλάνα και τα πλάνα περιέχουν κάδρα. Ένα πλάνο περιέχει ένα ή περισσότερα κάδρα. Ποτέ όμως ένα κάδρο δεν μπορεί να περιέχει περισσότερα απο ένα πλάνο.<sup>66</sup>

## 9.5 Τύποι Μοντάζ

Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τρόποι για να επεξεργαστούμε ένα βίντεο. Κάθε μέθοδος έχει και τα υπέρ της και τα κατά της.<sup>67</sup>

- *Αφηγηματικό ή οριζόντιο μοντάζ*

Αυτός ο τύπος Μοντάζ, γεννήθηκε τη στιγμή που η κάμερα εγκατέλειψε την ακινησία της και την θεατρική οπτική της και άρχισε να κινείται ελεύθερα προς κάθε κατεύθυνση. Το Αφηγηματικό Μοντάζ, είναι απλό και εύκολο στην μεθοδολογία του. Είναι κατανοητό και εξυπηρετεί πολλούς παραγωγούς του κινηματογράφου.

- *Γραμμικά και μη γραμμικά συστήματα μοντάζ*

Σε αυτόν τον τύπο μοντάζ, έχουμε μια γραμμική διαδικασία, διότι για να υπάρξει πρόσβαση σε κάποιο καρέ, πρέπει να περιμένουμε την αναπαραγωγή όλων των προηγούμενων. Οι εγγραφές και οι διαγραφές της εικόνας, γίνονται πάνω στην ταινία του recorder μέχρι να φτάσουμε στην τεχνική μονταρισμένη κόπια. Αυτό μπορεί να προκαλέσει κάποιες απώλειες της εικόνας.

Γραμμικό μοντάζ έχουμε, όταν μοντάρουμε απο κασέτα σε κασέτα και η επεξεργασία της εικόνας ή του ήχου γίνεται απο κάποια ηλεκτρονικά μηχανήματα πριν γίνει η εγγραφή στην ταινία του recorder. Γραμμικά είναι όλα τα αναλογικά ή ψηφιακά συστήματα μαγνητοσκόπησης, διότι δεν γίνεται άμεση πρόσβαση στο υλικό της ταινίας.

Εάν για παράδειγμα, θέλουμε να κάνουμε μοντάζ απο το πλάνο 2 που είμαστε, στο πλάνο 10, πρέπει να κάνουμε μοντάζ σε όλα τα ενδιάμεσα πλάνα.<sup>68</sup>

Απο την άλλη πλευρά, έχουμε το μη γραμμικό μοντάζ, όπου η πρόσβαση σε κάθε καρέ είναι επιλεγμένη και δεν χρειάζεται να περιμένουμε την αναπαραγωγή όλων των προηγούμενων καρέ. Όλη η διαδικασία γίνεται στα αποθηκευτικά μέσα που διαθέτει ο υπολογιστής, με την βοήθεια κατάλληλων λογισμικών προγραμμάτων. Στο μη γραμμικό μοντάζ, η επεξεργασία γίνεται στον μαγνητικό δίσκο, χωρίς καμία απώλεια ποιότητας εικόνας και ήχου.

---

<sup>66</sup> Πραγματεία για το Μοντάζ-Τάκης Δαυλόπουλος-Έκδοση Εταιρίας Ελλήνων Σκηνοθετών, Αθήνα 1985

<sup>67</sup> Πραγματεία για το Μοντάζ-Τάκης Δαυλόπουλος-Έκδοση Εταιρίας Ελλήνων Σκηνοθετών, Αθήνα 1985

- **Ευθύγραμμο Μοντάζ**

Το Ευθύγραμμο Μοντάζ, αποτελεί την απλή μορφή του Αφηγηματικού μοντάζ και είναι μια διαδικασία που εφαρμόζεται με ακρίβεια. Σε αυτόν τον τύπο μοντάζ, ο μοντέρ συναρμολογεί τα πλάνα που έχουν φιλμαριστεί με χωρική και χρονική κατάταξη. Συμπερασματικά, είναι μία μορφή μοντάζ, που περιορίζεται σε μια απλή διεργασία συναρμολόγησης.

- **Συγκόλληση ταινίας.**

Το μοντάζ, εδώ δεν είναι επεξεργασία βίντεο, αλλά ο πρώτος τρόπος για να μοντάρουμε κινούμενες εικόνες. Αποτελεί την βάση όλων των μεθόδων επεξεργασίας της εικόνας. Ο τρόπος αυτός εφαρμόστηκε με την απλή και μηχανική διαδικασία συγκόλλησης του φιλμ. Πάνω σε αυτήν την μηχανή, γινόταν αναγνώριση του κάθε frame εικόνας, και με ένα αντιμαγνητικό ψαλίδι, κόβαμε την ταινία και την ενώναμε με την αρχή κάποιας άλλης σκηνής με μια ειδική συγκολλητική ταινία.

Το μοντάζ γινόταν, αφού κόβαμε και ενώναμε σκηνές που είχαν εγγραφεί, με την βοήθεια κάποιων εργαλείων ανάγνωσης και κοπής. Αυτός ο τρόπος μοντάζ είναι και ο μη γραμμικός, που περιελάμβανε πολλά προβλήματα και κινδύνους. Σήμερα δεν χρειάζεται να κόβουμε αλλά να αντιγράφουμε.

## 9.6 On-Off Line Μοντάζ

Μιλάμε για **on line** μοντάζ, όταν το μοντάζ γίνεται κατευθείαν από το πρωτογενές υλικό στην τελική του μορφή. Μια on line σουίτα μη γραμμικού μοντάζ, διαθέτει πλήρες και πολύ καλό εξοπλισμό. Οι συσκευές ποιότητας που χρησιμοποιούνται για εκπομπή, κάνουν on line μοντάζ. Το βίντεο είναι ψηφιοποιημένο στην καλύτερη δυνατή ποιότητα και λόγω του υψηλού κόστους μοντάζ στη σουίτα αυτή, ο πελάτης δαπανά όσο λιγότερο χρόνο. Στο on line μοντάζ, γίνεται πρώτα μια επεξεργασία σε εικόνες και ήχους κανονικής ποιότητας. Παίρνουμε όλο το υλικό της παραγωγής που είναι τα πλάνα, τα γραφικά, οι ήχοι και τα λοιπά και τα συναρμολογούμε στην τελική τους μορφή, δημιουργώντας έτσι το τελικό πρόγραμμα.

**Off line** μοντάζ, εννοούμε το μοντάζ που δεν χρησιμοποιεί άμεσα το πρωτογενές υλικό, ούτε το τελικό μονταρισμένο, αλλά καθορίζει την αλληλουχία των προς εγγραφή καρτέ, πάνω σε μια λίστα με βάση το TC (time code) από κάποιο αντίγραφο του υλικού και στην συνέχεια το μοντάζ γίνεται με βάση τη λίστα αυτή στη γραμμική ή μη γραμμική μονταζιέρα. Για off line μοντάζ, χρησιμοποιούνται εκείνες οι συσκευές που δεν είναι κατάλληλες για εκπομπή. Στο μοντάζ αυτό, δεν χρησιμοποιούμε άμεσα το πρωτογενές υλικό, αλλά κάποιο αντίγραφο υποδεέστερης ποιότητας που καθόριζε την ακριβή διεύθυνση των πλάνων πάνω σε κάθε ταινία. Η χρησιμοποίηση μιας off line διαδικασίας μοντάζ, δεν αφορά μόνο στο χειριστή μοντέρ, αλλά και στον δημιουργό-σκηνοθέτη, αφού χρειάζεται μια άλλη λογική διαχείρισης των πλάνων.

---

<sup>68</sup> Τηλεοπτική Παραγωγή 2-Άνθρωπος, Τεχνική διαδικασία, Herbert Zettl, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΟΝ»

Παραγωγή Βίντεο-Βασικές Αρχές & Τεχνικές, Herbert Zettl, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΟΝ»

Εάν δεν γίνει off line μοντάζ, τότε ο σκηνοθέτης έχει όλα τα πλάνα που πρέπει να συναρμολογήσει στο μυαλό του, για να πάρουμε μια γενική εικόνα της δομής του προγράμματος, πριν προχωρήσουμε με το τελικό μοντάζ.

Το off line μοντάζ,είναι το κύριο στάδιο επεξεργασίας που γίνεται σε χαμηλή ποιότητα και με την επεξεργασία της λίστας γίνεται το τελικό στάδιο,του on line μοντάζ σε υψηλή ποιότητα.Στο on line μοντάζ, κολλάμε πλάνα που επιλέγονται και φτιάχνονται κατα την διάρκεια της off line διαδικασίας και ο μοντέρ του, on line δημιουργεί το τελικό πρόγραμμα, που πρέπει να ικανοποιεί τις οικονομικές, τεχνολογικές και αισθητικές ανάγκες της παραγωγής.<sup>69</sup>

## 9.7 Διαδικασία του Μοντάζ

Υπάρχουν πολλοί κανόνες οι οποίοι χρειάζονται για την εκτέλεση του μοντάζ. Πριν ξεκινήσουμε την διαδικασία του μοντάζ, πρέπει να δούμε το υλικό μας, παρακολουθώντας πλάνο προς πλάνο όλο το ιστορικό της σκηνής.Με αυτή την παρακολούθηση, δημιουργούνται κάποια ερωτήματα προκειμένου το μοντάζ να δώσει τον αφηγηματικό χαρακτήρα που επιθυμεί ο σκηνοθέτης.

Κάποια απο αυτά τα ερωτήματα είναι:<sup>70</sup>

- Πως είναι ο χώρος της σκηνής;
- Ποια είναι η περιοχή στην οποία πραγματοποιούνται οι πράξεις και γίνονται γνωστές στον θεατή;
- Ποιος είναι ο αφηγηματικός σκοπός ή λειτουργία του κάθε πλάνου;
- Ποιες έννοιες μεταφέρει κάθε πλάνο στον θεατή σχετικά με την ιστορία;
- Γιατί κάθε πλάνο γυρίζεται απο μία συγκεκριμένη θέση της κάμερας;
- Ποιες είναι οι γωνίες της κάμερας σύμφωνα με τον κανόνα των 180 μοιρών;

Βασικός κανόνας όμως, για την εκτέλεση του μοντάζ, είναι η προετοιμασία αυτού.

Αρχικά λοιπόν, πρέπει να προετοιμάσουμε τη διαδικασία του μοντάζ, για να υπάρχει ένα άριστο αποτέλεσμα.

Πρώτα απ' όλα πρέπει να φορτώσουμε όλο το χρήσιμο υλικό, απο τις πολλές λήψεις που διαθέτουμε κατα την διάρκεια του γυρίσματος και να προετοιμάσουμε το υλικό αυτό, πάνω στην κασέτα και να φορτώσουμε το το υλικό στις αποθήκες (bin).

Για την ολοκλήρωση του μοντάζ, απαιτείται ο έλεγχος και η καταγραφή του υλικού, που είναι διαθέσιμο, είτε πρόκειται για μοντάζ ενός έργου, είτε για μοντάζ ενός ρεπορτάζ ειδήσεων.

Η προετοιμασία του μοντάζ, μπορεί να γίνει πριν το φόρτωμα του υλικού πάνω σε κασέτες ή και μετά το φόρτωμα, στα αρχεία και στους φακέλους που έχουν μπει.

Στην συνέχεια χρειάζεται ένα ημερολόγιο εγγραφής. Κατα την διάρκεια του γυρίσματος μιας σκηνής, καταγράφονται στο πεδίο δράσης τα πλάνα απο τους βοηθούς του σκηνοθέτη και αργότερα αυτά καταχωρούνται σε ένα ημερολόγιο.Τα πιο απλά ημερολόγια είναι χειρόγραφα.Υπάρχουν όμως και λογισμικά προγράμματα που διευκολύνουν την διαδικασία καταχώρησης.Εκεί κρατούνται κάποιες σημειώσεις για τα κατάλληλα πλάνα.

---

<sup>69</sup> Βίντεο Μοντάζ,Τεχνολογία-Τέχνη και Τεχνική, Χρήστος Κ.Κάρλος, Εκδόσεις «Εναστρον»

<sup>70</sup> Τηλεοπτική Παραγωγή 2 –Άνθρωπος,Τεχνική διαδικασία, Herbert Zettl , Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»,Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

Σε κάποιες περιπτώσεις στη διαδικασία μη γραμμικού μοντάζ, είναι απαραίτητη η χρήση λογισμικού, αφού με βάση τη λίστα του ημερολογίου φορτώνεται και ψηφιοποιείται το υλικό μέσα στον υπολογιστή.

## 9.8 Σειρά εργασιών για εξαγωγή ψηφιακού βίντεο

Υπάρχει μια συγκεκριμένη σειρά εργασιών, για τη δημιουργία βίντεο με εφαρμογές μη-γραμμικής επεξεργασίας μοντάζ, όπως το Adobe Premiere Pro.

Η σειρά λοιπόν είναι:<sup>71</sup>

- Λήψη βίντεο.
- Μεταφορά του βίντεο στον σκληρό δίσκο.
- Κατασκευή του μονταρισμένου βίντεο, με επιλογή, κοπή και προσθήκη των πλάνων που θέλουμε σε ένα διάγραμμα ροής χρόνου, που στο πρόγραμμα ονομάζεται timeline.
- Δημιουργία κειμένου ,τίτλων ή απλών γραφικών και εφαρμογή τους στο έργο μας.
- Προσθήκη εφέ ,όπως είναι τα εφέ αλλαγής πλάνων και εφαρμογή εφέ βίντεο στα κλιπ και σύνθεση πολλαπλών κλιπ.
- Προσθήκη κάποιου ήχου, κάποιας αφήγησης, μουσικής, ή κάποιων ηχητικών εφέ.
- Χρήση εφέ αλλαγής πλάνων,μείξη πολλαπλών καναλιών ήχου (audio tracks) και (transitions) και άλλων ειδικών εφέ στο ηχητικό υλικό.
- Εξαγωγή του τελικού έργου, σε μορφή κατάλληλη για αναπαραγωγή μέσω Internet, με συνεχή ροή σε βιντεοταινία,σ' ένα αρχείο στον υπολογιστή μας, ή σε κάποιο DVD.

## 9.9 Τεχνικές και Επιμέλεια στο Adobe Premiere Pro CS5.5

Υπάρχουν πολλές τεχνικές, με τις οποίες μπορούν να τροποποιηθούν εικόνες ή βίντεο και να περνάνε απο την μία εικόνα στην άλλη και απο το ένα βίντεο στο άλλο, βοηθώντας έτσι να κατευθυνθεί η προσοχή του ακροατηρίου.Αυτό γίνεται με κάποια ειδικά εφέ,τα οποία μπορούν να κάνουν κάτι που είναι ακατόρθωτο να φανεί αληθινό.<sup>72</sup>

### 1. Σβήσιμο εικόνας μέσα σε άλλη - *Dissolve*

Εδώ μειώνεται η ένταση μιας εικόνας και αυξάνεται η ένταση μιας άλλης εικόνας και έτσι η μία σβήνει μέσα στην άλλη αφού εγκατασταθεί μέσα στην άλλη.Το σβήσιμο της σκηνής μέσα σε άλλη, χρησιμοποιείται για να υποδείξει μια αλλαγή στο χώρο, αλλά ορισμένες φορές, μπορεί να υποδεικνύει και μια χρονική αλλαγή.

Το σβήσιμο της σκηνής, μπορεί να έχει πολλές παραλλαγές.

---

<sup>71</sup> Τηλεοπτική Παραγωγή 2 –Άνθρωπος,Τεχνική διαδικασία, Herbert Zettl , Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»,Εκδοτικός Ομίλος «ΙΩΝ»

Μια απο αυτές είναι το διπλό σβήσιμο κατα το οποίο δύο όμοια ή παρόμοια αντικείμενα, αντικαθιστά το ένα το άλλο ή με το ένα να εμφανίζεται βαθμιαία και το άλλο να σβήνει βαθμιαία, παρουσιάζοντας έτσι μια μεταμόρφωση. Κατα τη διάρκεια του σβήσιματος, η οθόνη ποτέ δεν γίνεται μαύρη.

Ως προς το χρόνο, απο την άλλη, το σβήσιμο της σκηνής μέσα σε άλλη μπορεί να γίνεται γρήγορα, σχεδόν σε ένα δευτερόλεπτο και αργά ίσως και σε πέντε δευτερόλεπτα. Ένα παράδειγμα, αποτελεί και το σβήσιμο ενός κεριού που μόλις ανάψαμε και η εμφάνιση ενός κεριού που μόλις κήκε, γεγονός που υποδεικνύει ένα χρονικό πέρασμα.

## 2. Υπερέκθεση- *Superimposition*

Υπερέκθεση είναι η εμφάνιση της μιας εικόνας πάνω στην άλλη. Αυτό χρησιμοποιείται συνήθως όταν ένα άτομο σκέφτεται κάτι υποσυνείδητα και αυτή η σκέψη παρουσιάζεται στην οθόνη μαζί με αυτό το άτομο. Για να έχουμε κάποιες αντιθέσεις στην υπερέκθεση, πρέπει να φωτίζεται η μία εικόνα περισσότερο απο την άλλη. Η υπερέκθεση, χρησιμοποιείται συνήθως σε σκηνές χωρίς ιδιαίτερη δράση, όπως η παρουσίαση του ονόματος ενός προϊόντος που διαφημίζεται πάνω στην εικόνα.

## 3. Απότομο πέρασμα - *Cut*

Είναι μία τεχνική που χρησιμοποιείται συνήθως και αφορά απλά στην άμεση αλλαγή απο τη μία εικόνα στην άλλη. Η αλλαγή ή αλλιώς κόψιμο, δεν είναι ορατή, αλλά αυτό που φαίνεται είναι η προηγούμενη και η επόμενη λήψη. Η αλλαγή χρησιμοποιείται κυρίως για να διευκρινιστεί ή να τονιστεί κάποιο γεγονός, όσο πιο καθαρά γίνεται και να δοθεί μια συνέχεια. Επίσης, με την αλλαγή, μπορούν να αποκαλυφθούν λεπτομέρειες. Αυτό συμβαίνει όταν για παραδειγμα κάποιο γεγονός που το βλέπουμε σε μακρινή λήψη, δεν ξεχωρίζουμε τις λεπτομέρειες, ενώ αν γίνει κόψιμο σε μια πιο κοντινή λήψη, τότε αποκαλύπτονται καθαρά οι λεπτομέρειες. Πρέπει να αποφεύγονται τα πολλά περάσματα. Το πέρασμα, πρέπει να συμφωνεί με το ρυθμό, τη διάθεση, το βηματισμό και την ψυχολογική προσέγγιση του προγράμματος ως σύνολο.

## 4. Βαθμιαία εμφάνιση και σβήσιμο εικόνας – *Fade in\_ Fade out*

Η βαθμιαία εμφάνιση, αφορά στην επαναφορά της εικόνας απο μια κενή ή μαύρη οθόνη. Το βαθμιαίο σβήσιμο, αφορά στην εξαφάνιση της εικόνας μέχρι η οθόνη να γίνει μαύρη.

Η βαθμιαία εμφάνιση ή το βαθμιαίο σβήσιμο, χρησιμοποιούνται για να υποδείξουν ένα χρονικό πέρασμα ή μια ενέργεια που να μοιάζει με το κατέβασμα μιας αυλαίας. Ακόμη μπορεί να χρησιμοποιηθεί, για να παρουσιαστεί μία αλλαγή του χώρου. Η βαθμιαία εμφάνιση ή η εξαφάνιση της εικόνας, ανάλογα με τη σειρά των ενεργειών, μπορεί να γίνει γρήγορα ή αργά.

Στο σβήσιμο, η εικόνα είτε σταδιακά γίνεται μαύρη (*Fade in*), είτε απο το μαύρο σταδιακά εμφανίζεται στην οθόνη (*Fade out*). Το σβήσιμο χρησιμοποιείται για να σηματοδοτήσει την αρχή ή το τέλος μιας σκηνής.

## 5. Κλείσιμο της σκηνής με σβήσιμο – *Wipe*

Σε αυτή την περίπτωση, όταν μια εικόνα σβήνει μια άλλη εικόνα απο την οθόνη, τότε το κλείσιμο αυτό μπορεί να γίνεται προς οποιαδήποτε κατεύθυνση κάθετα ή οριζόντια ή και διαγώνια. Το σβήσιμο επίσης μπορεί να γίνει και απο το κέντρο της οθόνης προς τα έξω ή να διπλώσει απο όλες τις πλευρές. Το σβήσιμο μιας εικόνας ή μιας σκηνής προσδιορίζει αλλαγή χρόνου και χώρου.

## 6. Διαχωρισμός της οθόνης - *Split screen*

Κατα τον διαχωρισμό της οθόνης, η εικόνα μοιράζεται το χώρο με τις λήψεις απο δύο ή περισσότερες κάμερες ή από άλλες πηγές λαμβάνοντας τον ίδιο χώρο στην οθόνη. Η οθόνη μπορεί να χωριστεί σε πολλά τμήματα και σε πολλά σχήματα, όπως είναι στις τηλεφωνικές συνομιλίες παρουσιάζοντας τα άτομα που μιλούν, στα δύο μισά της οθόνης.

## 7. *Key* ή *Matte*

Η τεχνική *key* είναι ένα ειδικό εφέ απο δύο πηγές, όπου μια εικόνα φαίνεται σε πρώτο και σε δεύτερο πλάνο.

Η τεχνική *matte*, είναι μια παρόμοια τεχνική, αλλά μπορεί να προσθέσει χρώμα στην εικόνα που φαίνεται σε πρώτο πλάνο.

Υπάρχουν γεννήτριες χαρακτήρων που προσθέτουν γράμματα με ηλεκτρονικό τρόπο στις εικόνες που φαίνονται σε δεύτερο πλάνο.

Με την τεχνική αυτή *key* ή *matte*, εισάγονται και οι τίτλοι, αλλά και τα ονόματα των προϊόντων στις διαφημίσεις.

Με το ηλεκτρονικό εφέ *chroma key*, αφαιρείται το χρώμα απο μία εικόνα και αντικαθίσταται με κάποιο άλλο οπτικό εφέ. Παράδειγμα του συγκεκριμένου εφέ, αποτελεί και το μπλε φόντο που υπάρχει πίσω απο τους παρουσιαστές ενός δελτίου ειδήσεων, που αντικαθίσταται με μια διαφάνεια ή με μία μαγνητοσκοπημένη λήψη.

---

<sup>72</sup> Τηλεοπτική Παραγωγή 2 – Άνθρωπος, Τεχνική διαδικασία, Herbert Zettl , Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10. ADOBE PREMIERE PRO CS5.5

### 10.1 Εισαγωγή

Το Adobe Premiere Pro, είναι ένα πρόγραμμα μη-γραμμικής επεξεργασίας βίντεο που επιτρέπει σε χρήστες του προγράμματος να εισάγουν, να κόβουν και να μετακινούν κλιπ, οπουδήποτε θέλουν στο τελικό, μονταρισμένο βίντεο.

Με το Adobe Premiere Pro, μπορούν επίσης να κάνουν αλλαγές σέρνοντας απλώς με το ποντίκι οποιαδήποτε κλιπ ή αποσπάσματα σε οποιαδήποτε θέση του τελικού βίντεο. Μπορούν να επεξεργαστούν τα αποσπάσματα βίντεο ξεχωριστά και στη συνέχεια να τα μοντάρουν.

Το Adobe Premiere Pro,είναι σχεδιασμένο για αποτελεσματική επεξεργασία, διόρθωση και βελτίωση των clips,και αυτό το καθιστά ένα πολύτιμο εργαλείο.

Έχουν και την δυνατότητα της άμεσης πρόσβασης σε όλα τα κλιπ βίντεο. Δεν χρειάζεται πλέον να περνούν ατελείωτες ώρες γυρίζοντας μπροστά ή πίσω εκατοντάδες ταινίες,για να βρουν ένα σημαντικό πλάνο.Με το Adobe Premiere Pro, είναι πάντα ένα κλικ του ποντικιού μακριά.

### 10.2 Δυνατότητες Adobe Premiere Pro CS5.5

- Έξοδος για φορητές συσκευές: Το πρόγραμμα δίνει στα βίντεο τη δυνατότητα προβολής στις νεότερες πλατφόρμες διανομής περιεχομένου. Μετατρέπει τα έργα σε κατάλληλη μορφή για να μπορεί να προβληθεί σε κινητά τηλεφώνά, φορητές συσκευές αναπαραγωγής μέσωσν αλλά και άλλες φορητές συσκευές.
- Αποτελεσματικότητα κατά την επεξεργασία - μοντάζ : Με τα ισχυρά αυτά εργαλεία του προγράμματος,όλα λειτουργούν γρηγορότερα και αποτελεσματικότερα και έτσι δεν χρειάζεται κανείς να περιμένει την απόδοση του ήχου, όταν δουλεύουν με αλληλουχίες πλάνων.
- Αργή κίνηση υψηλής ποιότητας με επαναπροσδιορισμό χρόνου (time remapping): Μέσα απο το πρόγραμμα,μπορεί κανείς να δημιουργήσει εντυπωσιακά εφέ αργής και γρήγορης κίνησης χωρίς να απαιτείται η εξαγωγή των κλιπ σε άλλες εφαρμογές. Εξαιτίας της εξαιρετικής ακρίβειας στον έλεγχο των καρέ-κλειδιών, της ανατροφοδότησης σε πραγματικό χρόνο,μπορεί εύκολα να αυξάνει ή να μειώνει την ταχύτητα και να κάνει ένα κλιπ για να προβάλλεται αντίστροφα.



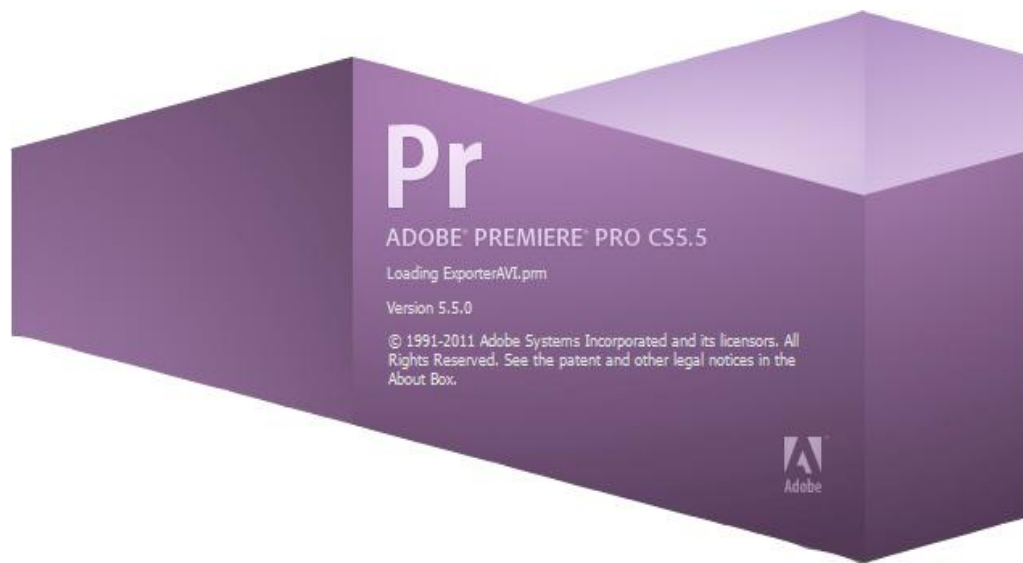
### 10.3 TC (Time Code)

Είναι κώδικες χρόνου, που καταγράφουν τα δεδομένα ταυτόχρονα με κάθε καρέ της εικόνας και επηρεάζει τον τρόπο καθορισμού του χρόνου σε ένα έργο. Όταν η βιντεοταινία παίζει τα στοιχεία, αυτά μπορούν να διαβαστούν ανεξάρτητα ή να φανούν πάνω στην εικόνα. Σε κάθε εικόνα προσδιορίζεται με ακρίβεια η διεύθυνσή της, πάνω στην ταινία. Το TC είναι ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο στη διαδικασία επεξεργασίας του γραμμένου υλικού, για την σωστή προετοιμασία και επιλογή των σκηνών.

Οι πληροφορίες που βρίσκονται κάτω από κάθε εικόνα, έχουν τέσσερις ενότητες:

1. Τα **userbits**. Αυτά καταγράφονται σε κάθε εικόνα. Αποτελούνται από 32 bits και μπορούν να καταγράψουν πληροφορίες όπως είναι για παράδειγμα η ημερομηνία γυρίσματος της σκηνής. Μπορούν επίσης να καταγράψουν με την χρήση χαρακτήρων ASCII, όλα τα χαρακτηριστικά που περιλαμβάνει το πρότυπο ενός ηλεκτρολογίου γραφομηχανής, δηλαδή αριθμούς, γράμματα και σύμβολα.
2. Τον **χρόνο** σε λεπτά, σε ώρες, σε δευτερόλεπτα και σε πλαίσια (frame). Ο χρόνος είναι ο αριθμός της εικόνας. Ανάλογα με το πρότυπο που χρησιμοποιείται σε ένα δευτερόλεπτο, καταγράφονται 24 καρέ στο φιλμ ή 25 frame στο PAL βίντεο. Η μορφή του TC, περιγράφει επίσης τον τρόπο με τον οποίο αναγράφεται ο χρόνος (Ωρες:Λεπτά:Δευτερόλεπτα:Καρέ= HH:MM:SS:FF), όπου δύο ψηφία αντιστοιχούν σε κάθε τμήμα του TC. Δηλαδή δύο ψηφία για την ώρα, δύο για τα λεπτά, δύο για τα δευτερόλεπτα και δύο για τα καρέ.
3. Τα **controlbits**. Δύο από τα controlbits, χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό των στοιχείων του χρήστη. Αυτά τα στοιχεία χρησιμοποιούνται για την καταγραφή πληροφοριών, σχετικά με την αλληλουχία των χρωματικών συνιστωσών πάνω στο σήμα του TC κατά την κωδικοποίηση των έγχρωμων σημάτων στο PAL και στο NTSC. Και
4. Το **synchronization word**. Εδώ δίνονται πληροφορίες για σαφή κατανομή του κώδικα χρόνου, σε σχέση με τη σάρωση της εικόνας και γίνεται αναγνώριση του ενός frame ως την αρχή του επόμενου. Στο μοντάζ, ο μοντέρ για να σιγουρευτεί για την ομαλή διεξαγωγή της εργασίας, θα πρέπει πρώτα να σιγουρευτεί, ότι το TC θα είναι συγχρονισμένο με το βιντεοσήμα και όταν αυτό γράφεται στην ταινία. Αν η λέξη συγχρονισμού δηλώνει ότι το frame αρχίζει σε διαφορετικό σημείο από ότι λέει το βιντεοσήμα, τότε το κόλλημα δεν γίνεται.

## 10.4 Περιβάλλον εργασίας Adobe Premiere Pro CS5.5

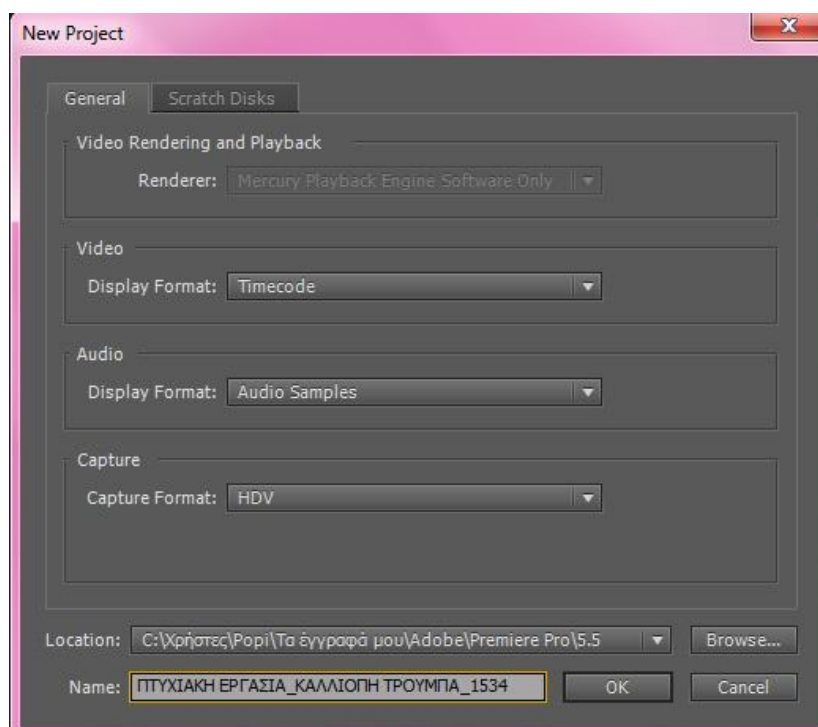


Ανοίγοντας το Premiere, έχουμε την επιλογή να ξεκινήσουμε νέο project (New Project) ή να ανοίξουμε ένα ήδη υπάρχον (Open Project).



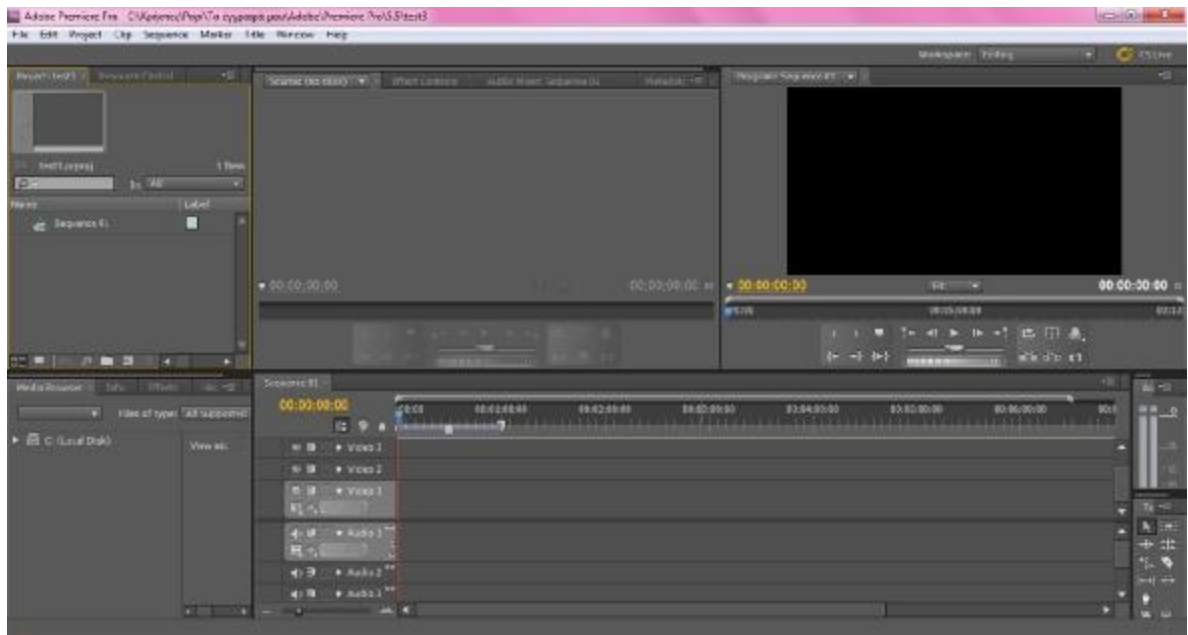
Εικόνα 8: Παράθυρο έναρξης προγράμματος

Αφού επιλέξουμε να ανοίξουμε ένα νέο, εμφανίζεται ένα νέο παράθυρο, όπου εκεί επιλέγουμε από το Capture Format, το πρότυπο HDV, για βίντεο υψηλής ανάλυσης (high definition). Στη συνέχεια, ορίζουμε το σημείο που θέλουμε να γίνει η αποθήκευση (path) και τέλος το όνομά του, με κατάληξη αρχείου (\*.prproj).



**Εικόνα 9: Παράθυρο ρυθμίσεων του προγράμματος**

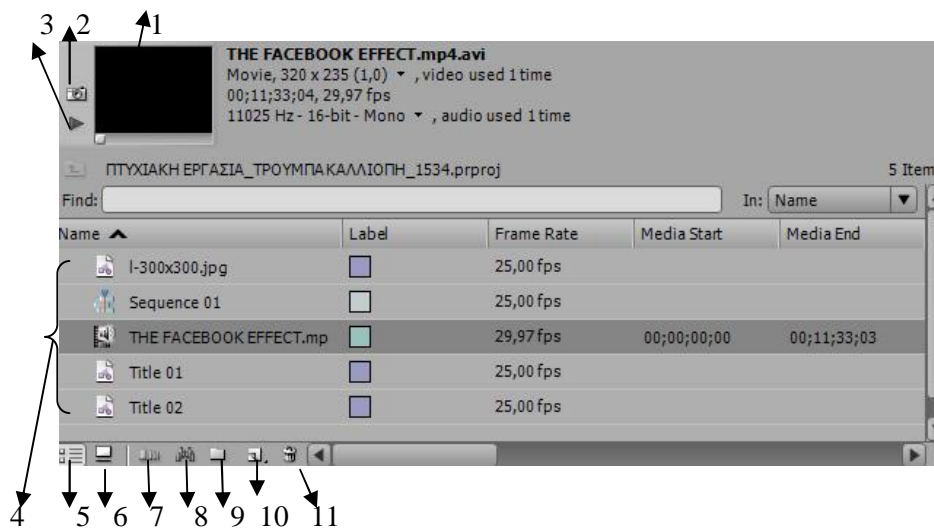
Στη συνέχεια μπαίνουμε στο περιβάλλον εργασίας (workspace) του προγράμματος, το οποίο βλέπουμε χωρισμένο σε τμήματα (tabs). Στα συστήματα μοντάζ, όλες οι απεικονίσεις του υλικού εικόνας και ήχου αλλά και οι απεικονίσεις των εντολών, επιλογών και εργαλείων του μοντάζ, παρουσιάζονται πάνω σε δύο οθόνες ανάλογα με το πρόγραμμα που χρησιμοποιούμε. Όταν ξεκινάμε το πρόγραμμα αυτό λοιπόν του Adobe Premiere Pro CS5.5 στον υπολογιστή μας, εμφανίζει οθόνες και διάφορα δικά του παράθυρα τα οποία αποτελούν και το περιβάλλον εργασίας του.



Εικόνα 10: Περιβάλλον εργασίας του προγράμματος

Ξεκινώντας λοιπόν ένα πρόγραμμα επεξεργασίας βίντεο, αυτό διαμορφώνει το δικό του περιβάλλον εργασίας. Σε αυτό το περιβάλλον, υπάρχει ένας χώρος στον οποίο τοποθετούμε τα υλικά μας, ένας χώρος στον οποίο βρίσκονται τα εργαλεία και ένας χώρος στον οποίο δουλεύουμε.

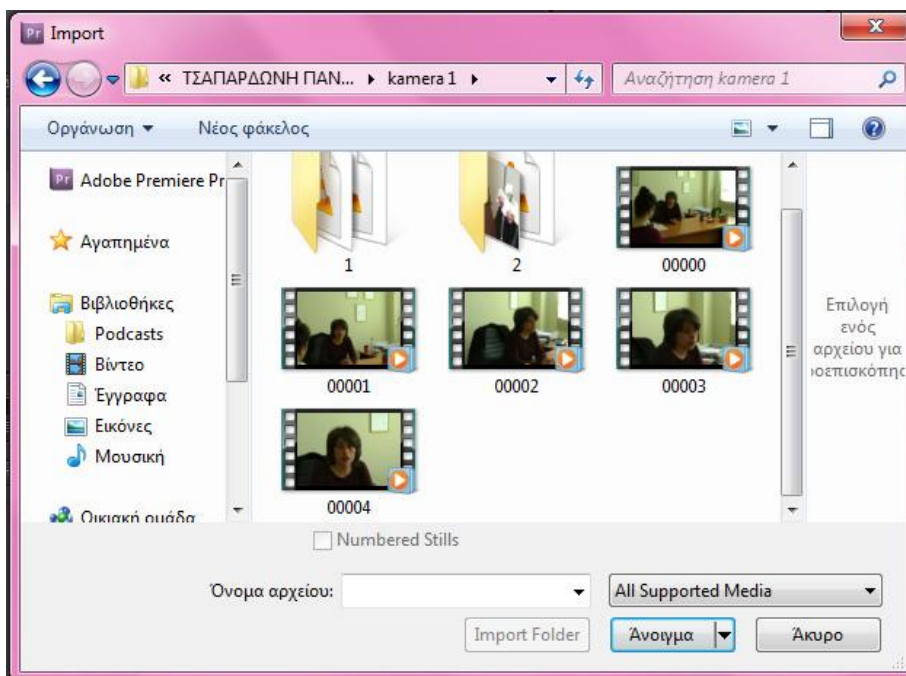
Στην οθόνη αριστερά, υπάρχει το παράθυρο Project, όπου εκεί εισάγεται η λίστα όλου του υλικού εικόνας και ήχου πάνω στο οποίο πρόκειται να δουλέψουμε και ονομάζονται clip. Τα στοιχεία του υλικού φαίνονται με το όνομα που εμείς τους έχουμε δώσει. Μπορούμε επίσης να δημιουργήσουμε υποφακέλους για καλύτερη οργάνωση του υλικού που θα χρησιμοποιήσουμε. Αν δεν υπάρχει αυτό το παράθυρο στην οθόνη μας, μπορούμε να το εμφανίσουμε από το μενού Window-Project. Σε αυτό το παράθυρο, μπορούμε για κάθε clip μας, να προσθέσουμε κάποια πληροφορία. Τα εικονίδια που υπάρχουν δίπλα σε κάθε όνομα αρχείου, δείχνουν τον τύπο του αρχείου.



Εικόνα 11: Παράθυρο Project του προγράμματος

1. Προβολή μικρογραφιών
2. Καρέ αφίσας
3. Κουμπί Play
4. Clips
5. Προβολή λίστας
6. Προβολή εικονιδίων
7. Κουμπί Automate to Sequence
8. Κουμπί Εύρεσης Find
9. Bin
10. Νέα Στοιχεία
11. Clear (Διαγραφή)

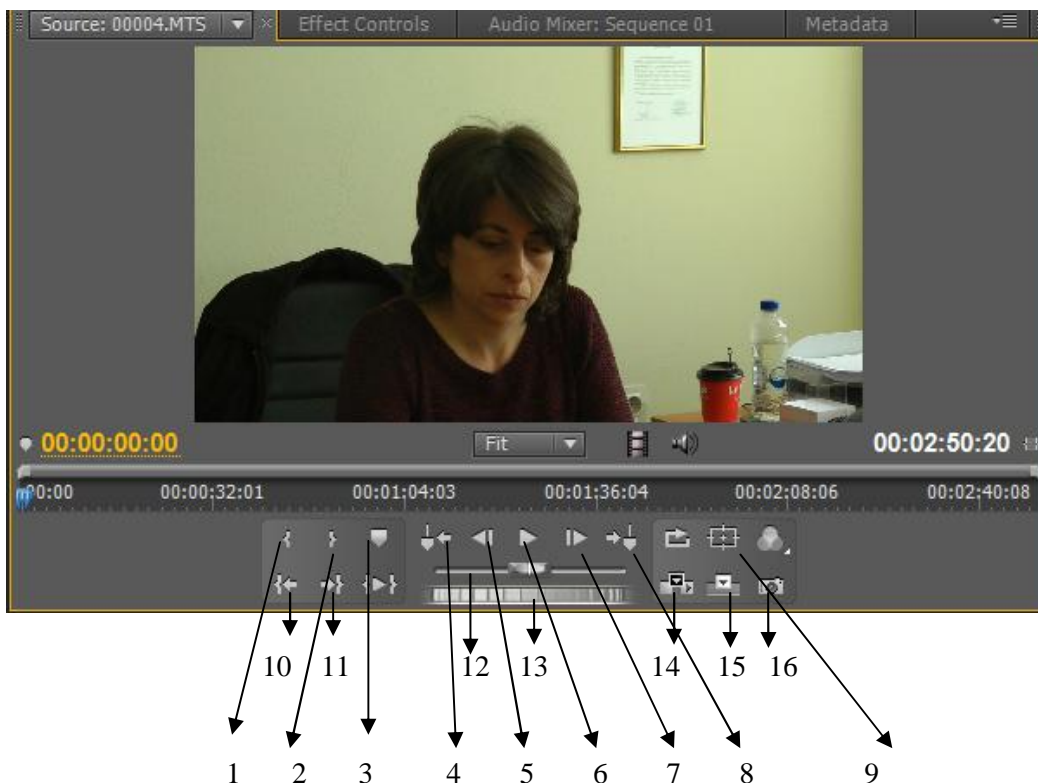
Για να εισάγουμε clips στο παράθυρο Project, επιλέγουμε από το μενού File-Import. Ανοίγει ένα παράθυρο, από το οποίο διαλέγουμε αυτό που θέλουμε να εισάγουμε. Αν είναι πολλά τα clips, τότε με πατημένο το πλήκτρο Ctrl, επιλέγουμε αυτά που θέλουμε.



**Εικόνα 12: Παράθυρο εισαγωγής clip**

Στα δεξιά του παραθύρου Project, υπάρχει το παράθυρο Monitor 1, όπου εκεί σύρουμε και τοποθετούμε από την αποθήκη με drag & drop κάθε φορά το clip που επιθυμούμε. Σε αυτό το παράθυρο, εμφανίζεται το "Source:...". Μέσα σε αυτό, παίζουμε το υλικό με τα εργαλεία χειρισμού που βρίσκονται από κάτω (play). Αυτό το παράθυρο, προβάλλει έναν πίνακα μέσω του οποίου συμπεριλαμβάνει στατικές εικόνες, ήχο, χρώματα και τίτλους. Ο χρήστης μπορεί να μεταφέρει το αρχείο απευθείας στο παράθυρο time line και να κρατήσει τα ωφέλιμα πλάνα, περιορίζοντας τη διάρκειά τους, με την μετακίνηση της αρχής ή και του τέλους του. Στο παράθυρο Monitor 1, μας επιτρέπεται να δούμε σε προεπισκόπηση ένα clip και να το περικόψουμε αν θέλουμε. Καθώς έχουμε ένα βίντεο στο Monitor 1 να παίζει, όταν βρούμε το σημείο που θέλουμε για να αρχίζει το βίντεο, κάνουμε κλικ στο κουμπί Set In Point (I), που βρίσκεται στο κάτω μέρος του παραθύρου. Από εκεί λοιπόν θα είναι η αρχή του βίντεο.

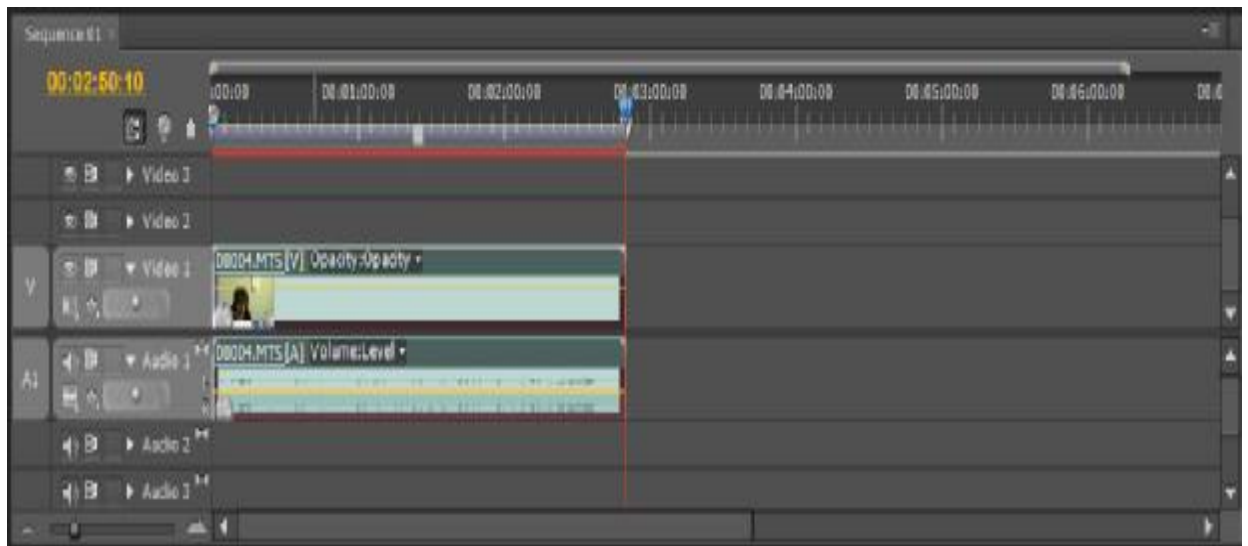
Όταν φτάσουμε και στο σημείο του βίντεο που θέλουμε να τελειώσει, κάνουμε κλικ στο Set Out Point (}). Εκεί θα είναι και το σημείο τέλους του βίντεο. Στην κάτω μεριά του Monitor 1, υπάρχει το πάνελ Capture, στο οποίο υπάρχουν τα εξής κουμπιά:



**Εικόνα 13: Παράθυρο Monitor 1.**

- 1.Κουμπί Ορισμού Σημείου Αρχής
- 2.Κουμπί Ορισμού Σημείου Τέλους
- 3.Κουμπί ορισμού δείκτη
- 4.Μετάβαση στο προηγούμενο σημείο επεξεργασίας
- 5.Κίνηση Καρέ-Καρέ προς τα Πίσω
- 6.Αναπαραγωγή
- 7.Κίνηση Καρέ-Καρέ προς τα Εμπρός
8. Μετάβαση στο επόμενο σημείο επεξεργασίας
9. Κουμπί για ασφαλή περιθώρια
- 10.Κουμπί μετακίνησης στην αρχή
11. Κουμπί μετακίνησης στο τέλος
- 12.Μηχανισμός Μετακίνησης (Shuttle)
13. Ρυθμιστικό Μετακίνησης, Χειριστήριο Μεμονωμένων Καρέ
14. Κουμπί παρεμβολής(Insert) → Εισάγει clip χωρίζοντας σε δύο μέρη οποιοδήποτε clip που βρίσκεται σε αυτή τη θέση.
15. Κουμπί επικάλυψης (Overlay) → Εισάγει clip, αντικαθιστώντας οποιοδήποτε clip που βρίσκεται σε αυτή τη θέση.
- 16.Λήψη βίντεο και ήχου.

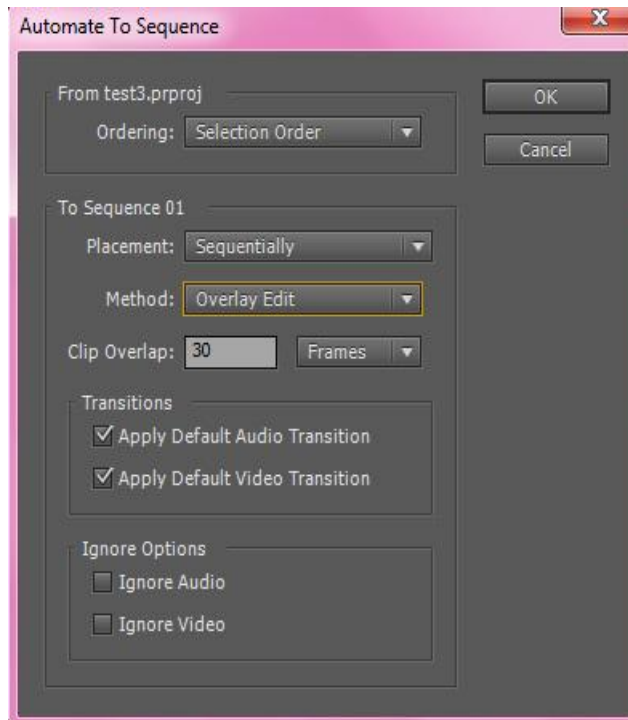
Στο κάτω μέρος της οθόνης βρίσκονται οι γραμμές χρόνου (time lines) της εικόνας και του ήχου. Κάθε αρχείο βίντεο που εισάγουμε στο παράθυρο Timeline, διαχωρίζεται η πληροφορία εικόνας και η πληροφορία ήχου στα αντίστοιχα κανάλια. Το Timeline (γραμμή χρόνου), είναι το κυριότερο σημείο επεξεργασίας του βίντεο, καθώς εκεί γίνονται οι βασικές διεργασίες του μοντάζ. Το κόψιμο των πλάνων, η αντικατάστασή τους με άλλα, η ένθεση πλάνων εμβόλιμων σε άλλα πλάνα, η τοποθέτηση των εφέ μέσα στα πλάνα και η προσθήκη μουσικής, ήχων και τίτλων. Διαθέτει μια σειρά από κανάλια πάνω στα οποία επανατοποθετείται όλο το υλικό. Τα κανάλια αυτά είναι χωρισμένα σε κανάλια ήχου και εικόνας. Τα κομμάτια βίντεο και ήχου που επεξεργαζόμαστε στη γραμμή χρόνου, δεν αποτελούν πραγματικό όγκο πληροφορίας, αλλά μια «χαρτογραφημένη» απεικόνιση, της επεξεργασίας τους. Υπάρχει η δυνατότητα εισαγωγής πολλών διαφορετικών tracks, για τον ήχο και για την εικόνα. Το track εικόνας που βρίσκεται ψηλότερα, καλύπτει αυτό που βρίσκεται χαμηλότερα.



Εικόνα 14: Παράθυρο Timeline (γραμμές χρόνου)

Για να προσθέσουμε απο το παράθυρο Project, κάποια clip όπως ακριβώς είναι στο Timeline, επιλέγουμε τα clip με την σειρά που θέλουμε, με πατημένο το πλήκτρο Ctrl, και κάνουμε κλικ στο μενού Project-Automate to Sequence. Ανοίγει ένα παράθυρο, όπου εκεί επιλέγουμε τα κατάλληλα πεδία. Προσέχουμε να μην είναι επιλεγμένα τα πλαίσια ελέγχου Ignore Options (Επιλογές Αγνόησης), να είναι απενεργοποιημένες οι επιλογές Apply Default Audio Transition (εφαρμογή προεπιλεγμένης αλλαγής ήχου) και Apply Default Video Transition (εφαρμογή προεπιλεγμένης αλλαγής πλάνου βίντεο) και πριν κάνουμε κλικ στο OK, να επιλέξουμε στο πεδίο Method, Insert Edit (επεξεργασία παρεμβολής) ή Clip Overlap (επικάλυψη clip).

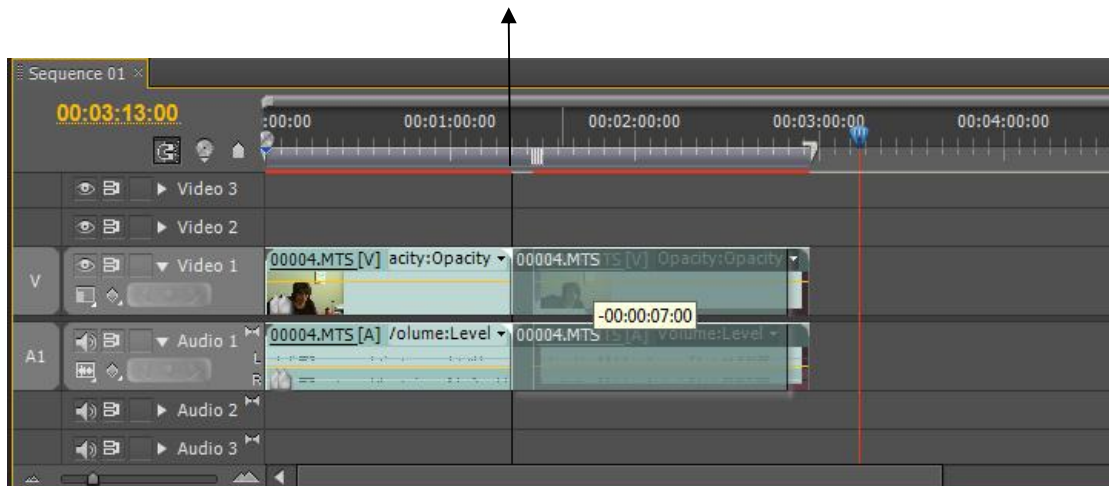




Εικόνα 15: Παράθυρο Automate to Sequence

Για να βάλουμε στο Timeline, μια σειρά από clips, τα οποία θα ενώνονται μεταξύ τους, πρέπει το επόμενο clip, να εφάπτεται στο τελικό σημείο του προηγούμενου clip. Εμφανίζεται μια κατακόρυφη μαύρη γραμμή και ένα ζευγος τριγώνων στο σημείο «κουμπώματος», δηλώνοντας έτσι ότι τα clips εφάπτονται μεταξύ τους.

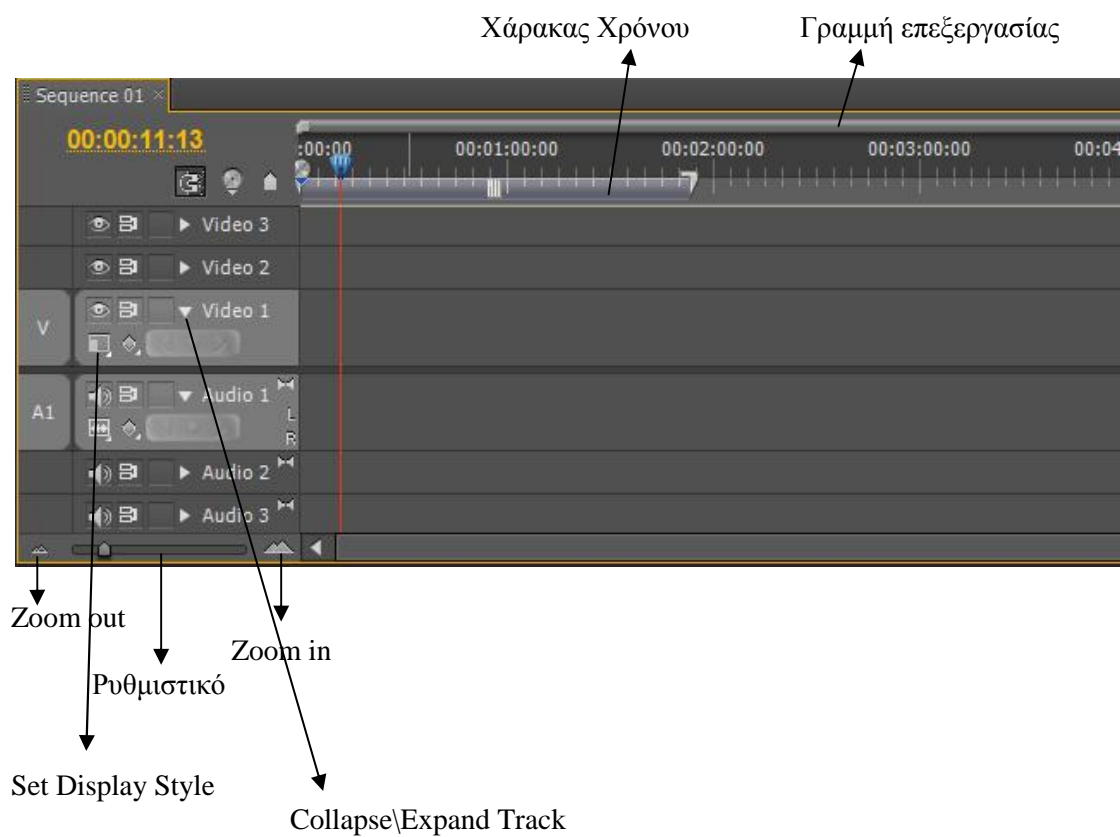
Γραμμή «κουμπώματος» των clip μεταξύ τους



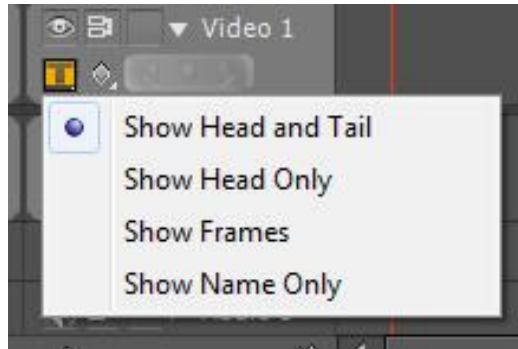
Πάνω από τα tracks, διακρίνεται μια γραμμή, η οποία, ανάλογα με την περίπτωση, είναι κόκκινη, κίτρινη ή πράσινη και δείχνει εάν το βίντεο είναι rendered ή όχι, αν δηλαδή έχουν εφαρμοστεί ή όχι τα αποτελέσματα της επεξεργασίας της εικόνας από εφέ, ενώ το κίτρινο χρώμα σηματοδοτεί την περίπτωση υποστήριξης της κάρτας γραφικών.






Στο επάνω μέρος του παραθύρου Timeline, υπάρχει μία «μπάρα»,με την οποία μπορούμε να ρυθμίσουμε την χρονική διάρκεια προβολής,σύροντας το δεξιό ή αριστερό άκρο.Ενώ στο κάτω και αριστερό μέρος του παραθύρου, υπάρχουν τα κουμπιά Zoom in και Zoom out,με τα οποία η πλοήγηση στο Timeline,είναι πιο εύχρηστη.Αυτά τα κουμπιά μας επιτρέπουν να κάνουμε ζουμ,στην κλίμακα του χρόνου και να μπορέσουμε να δούμε περισσότερες λεπτομέρειες ή μεγαλύτερο τμήμα του βίντεό μας. Κάνουμε κλικ και κρατάμε πατημένη την γραμμή επιπέδου Time Zoom,σέρνοντάς την δεξιά, κάνουμε ζουμ μεγέθυνσης για να δούμε περισσότερες λεπτομέρειες και αριστερά για να εμφανιστεί μεγαλύτερο μέρος του προγράμματος video.




Τα κανάλια που βρίσκονται στο Timeline,μπορούν να μορφοποιηθούν.Αν κάνουμε κλικ στο εικονίδιο Collapse\Expand Track,ανοίγει απο κάτω μια καρτέλα με κάποιες επιλογές.Αν κάνουμε κλικ στο εικονίδιο Set Display Style,ανοίγει μια λίστα με επιλογές.



Όταν επιλέξουμε την πρώτη επιλογή, που είναι η “Show Head and Tail”, τότε προβάλλονται μικρογραφίες στην αρχή και στο τέλος ενός clip. Με αυτή την επιλογή, το εικονίδιο Set Display Style, αλλάζει σε ένα άλλο εικονίδιο  . Αν κάνουμε κλικ στην δεύτερη επιλογή “Show Head Only”, προβάλλεται μια μικρογραφία μόνο στην αρχή ενός clip. Και σε αυτή την περίπτωση, το εικονίδιο Set Display Style, αλλάζει σε ένα άλλο εικονίδιο .

Αν κάνουμε κλικ στην τρίτη επιλογή “Show Frames”, προβάλλονται μικρογραφίες για όλα τα καρέ σε ένα clip. Το εικονίδιο Set Display Style, αλλάζει σε ένα άλλο εικονίδιο .

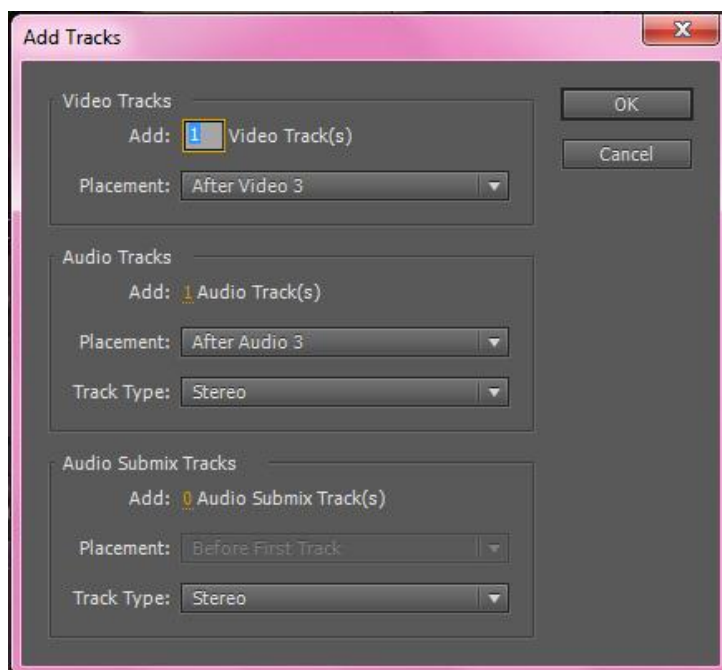
Αν κάνουμε κλικ στην τέταρτη και τελευταία επιλογή “Show Name Only”, προβάλλεται μόνο το όνομα αρχείου, χωρίς την εικόνα του γραφικού. Το εικονίδιο Set Display Style, αλλάζει σε ένα άλλο εικονίδιο .

Τέλος, πρέπει να αναφερθεί το γεγονός ότι στο Timeline, ένα τμήμα video είναι συνδεδεμένο πάντα με ένα τμήμα ήχου. Οπότε, κάθε φορά που μετακινούμε, μεγενθύνουμε ή ελαχιστοποιούμε σε διάρκεια ή διαγράφουμε το τμήμα του video, αυτόματα το ίδιο γίνεται και στον ήχο του. Αν θέλουμε να αποσυνδέσουμε το video από τον ήχο και να μπορούμε να τα επεξεργαστούμε χωριστά αυτό γίνεται, επιλέγοντάς τα και από το μενού Clip επιλέγουμε Unlink Audio & Video. Σε περίπτωση όμως, που ένα video με έναν ήχο δεν είναι συνδεδεμένα, για να τα συνδέσουμε, τα επιλέγουμε και από το μενού Clip, επιλέγουμε Link Audio & Video.

Οι στατικές εικόνες και τα αρχεία βίντεο που δεν φέρουν ήχο και περιέχουν μόνο πληροφορίες εικόνας καταλαμβάνουν θέσεις σε κανάλια βίντεο.

Μπορούμε να προσθέσουμε και επιπλέον κανάλια αν τα υπάρχοντα δεν είναι αρκετά, επιλέγοντας από το μενού Sequence > Add Tracks. Έτσι μπορούμε να βλέπουμε ένα πλάνο και να ακούγεται η φωνή κάποιου συνεντευξιαζόμενου.

Όταν στα κανάλια τα αρχεία ήχου είναι το ένα κάτω από το άλλο, τότε ακούγονται όλοι μαζί, εκτός και αν ο χειριστής επιθυμεί να απομονώσει κάποιο.

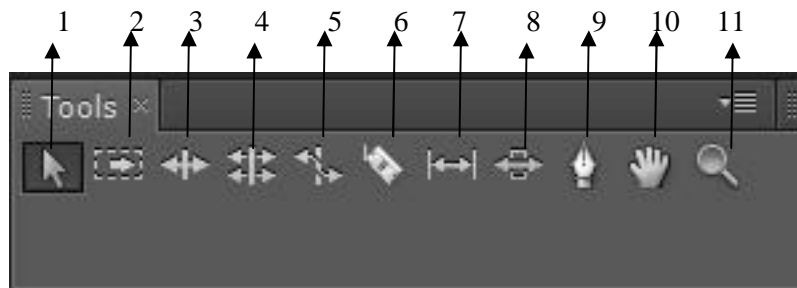


**Εικόνα 16: Παράθυρο προσθήκης καναλιών στην Timeline (Add Tracks)**

Στο παράθυρο “Project”, τοποθετούνται οι συνδέσεις (links) που οδηγούν σε αρχεία ήχου, σε γραφικά, σε στατικές εικόνες, σε βίντεο κλιπ και σε αλληλουχίες πλάνων (σεκάνς). Σε αυτό το παράθυρο, μπορούν να δημιουργηθούν και κάποιοι φάκελοι για την ταξινόμηση των υλικών.








Στο παράθυρο των “Tools”, βρίσκουμε εργαλεία μοντάζ, για την επεξεργασία των κλιπ, όπως είναι το Selection tool, το Slip tool, το Track select tool, το Slide tool, το Ripple edit tool, το Pen tool, το Rolling edit tool, το Hand tool, το Rate stretch tool, το Zoom tool και το Razor tool. Το κάθε εικονίδιο σ’ αυτό το παράθυρο, αντιπροσωπεύει ένα εργαλείο, το οποίο εκτελεί μία συγκεκριμένη λειτουργία επεξεργασίας στο έργο μας.

Πιο αναλυτικά, η παρουσίαση εργαλείων αλλάζουν λειτουργικότητα, ανάλογα με την τρέχουσα κατάσταση. Για παράδειγμα, το εργαλείο επιλογής, μεταμορφώνεται σε διάφορα αλλά εργαλεία ανάλογα με την θέση του στο πρόγραμμα.







**Εικόνα 17: Εργαλειοθήκη (Tools)**

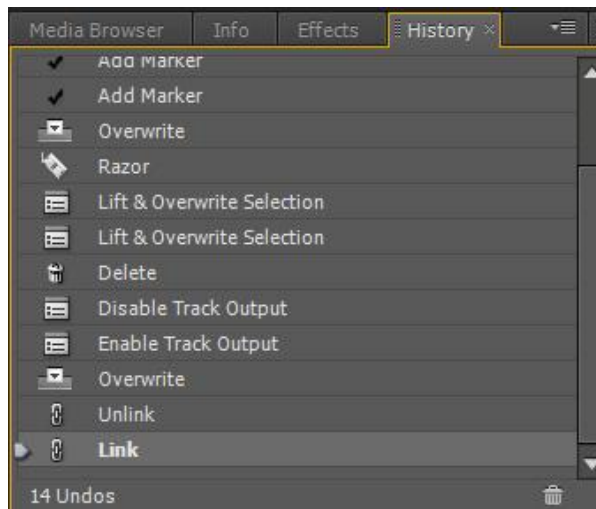
1. *Selection* (Εργαλείο Επιλογής)
2. *Track Select* (Εργαλείο Επιλογής καναλιών)
3. *Ripple Edit* (Εργαλείο Επεξεργασίας/μοντάζ με μεταφορά)
4. *Rolling Edit* (Εργαλείο Επεξεργασίας/μοντάζ με αντικατάσταση)
5. *Rate Stretch* (Αυξομείωση ταχύτητας)
6. *Razor* (Εργαλείο Ξυράφι)
7. *Slip* (Ολίσθηση)
8. *Slide* (Εργαλείο Μετατόπισης)
9. *Pen* (Εργαλείο Πένας)
10. *Hand* (Εργαλείο Χέρι)
11. *Zoom* (Εργαλείο Ζουμ)

1. **Selection Tool:**  Είναι ένα εργαλείο επιλογής πολλαπλών χρήσεων. Χρησιμοποιείται συχνά για μεταφορά, απόθεση, επιλογή και κοπή κάποιου κλιπ.
2. **Track Select:**  Το εργαλείο αυτό Επιλογής Καναλιού, δεν είναι ίδιο με το εργαλείο Επιλογής. Με το εργαλείο επιλογής καναλιού, μπορούμε να επιλέξουμε όλα τα κλιπ που υπάρχουν στα δεξιά οποιασδήποτε θέσης τοποθετηθεί σ' ένα κανάλι ήχου ή βίντεο. Με shift και κλικ, μπορούν να επιλεγούν επιπλέον κανάλια. Μετά μπορούν να μετακινηθούν με ολίσθηση (slide), να διαγραφούν, να αποκοπουν και να επικολληθούν, ή να αντιγράψουν και να επικολληθούν.
3. **Ripple Edit:**  Είναι ένα εργαλείο Επεξεργασίας και Μοντάζ με Μεταφορά. Με αυτό το εργαλείο, κόβεται ένα κλιπ και τα επόμενα κλιπ που υπάρχουν στο ίδιο κανάλι μετατοπίζονται κατά το ποσό που κόπηκε.
4. **Rolling Edit:**  Με το εργαλείο αυτό Επεξεργασίας και Μοντάζ με αντικατάσταση, κόβεται ταυτόχρονα ο ίδιος αριθμός καρτέ από τα σημεία Τέλους και Αρχής δύο γειτονικών κλιπ. Αυτό μετακινεί το σημείο επεξεργασίας και μοντάζ μεταξύ των κλιπ, διατηρώντας τις θέσεις των άλλων κλιπ πάνω στη συνολική διάρκεια της σεκάνς και στο χρόνο.
5. **Rate Stretch:**  Είναι ένα εργαλείο Αυξομείωσης Ταχύτητας, όπου επιτρέπει την επιμήκυνση ή την συντόμευση ενός κλιπ, βάζοντάς το σε αργή κίνηση ή επιταχύνοντας τη δράση.
6. **Razor:**  Το εργαλείο αυτό Ξυράφι, κόβει ένα ή και περισσότερα κλιπ στα δύο. Χρησιμεύει, όταν θέλουμε να χρησιμοποιήσουμε διαφορετικά εφέ, τα οποία δεν μπορούν να εφαρμοστούν ταυτόχρονα στο ίδιο κλιπ, όπως για παράδειγμα στις διαφορετικές ρυθμίσεις ταχύτητας.
7. **Slip:**  Είναι ένα εργαλείο Ολίσθησης, όπου σέρνοντας με αυτό το εργαλείο, μπορεί να γίνει αλλαγή στο αρχικό και τελικό καρτέ ενός

κλιπ,χωρίς να γίνει αλλαγή στη διάρκειά του και χωρίς να επηρεαστούν τα γειτονικά κλιπ.Καθώς σέρνουμε το σημείο αρχής και το σημείο τέλους του clip με αυτό το εργαλείο,ολισθαίνουν προς την ίδια κατεύθυνση ταυτόχρονα.Το εργαλείο αυτό,προσαρμόζει τα σημεία αρχής και τέλους ενός clip,ενώ διατηρεί τη διάρκειά του.Η θέση του clip στο Timeline,δεν αλλάζει.

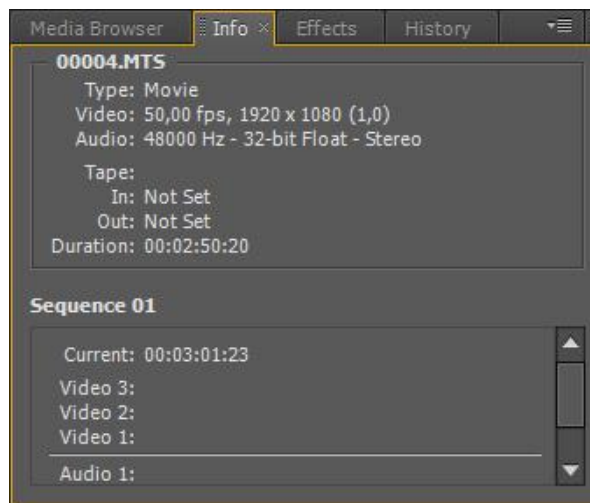
8. **Slide:**  Είναι το εργαλείο Μετατόπισης.Αυτό μετατοπίζει ένα κλιπ κατά μήκος του Διαγράμματος Ροής Χρόνου, ενώ ταυτόχρονα κόβει καρέ από τα γειτονικά κλιπ για να αντισταθμίσει αυτή τη μετακίνηση. Καθώς σέρνεται ένα κλιπ αριστερά ή δεξιά,το πρόγραμμα κόβει από το σημείο Τέλους του προηγούμενου κλιπ και το σημείο Αρχής του επόμενου κλιπ τον αριθμό των καρέ κατά τα οποία μετατοπίζεται, παραμένουν ίδια.Το εργαλείο αυτό επίσης,διατηρεί την διάρκεια του επιλεγμένου clip και η θέση του clip,μετακινείται προς τα δεξιά ή προς τα αριστερά στο Timeline.
9. **Pen:**  Αυτό το εργαλείο πένα, χρησιμοποιείται για να προσθέτει, να μετακινεί, να διαγράφει ή και να προσαρμόζει καρέ-κλειδιά (keyframes), σε μία ακολουθία πλάνων. Τα καρέ-κλειδιά χρησιμοποιούνται για την αλλαγή της έντασης του ήχου και τη μετατόπιση του ήχου μεταξύ των καναλιών (panning) και τη μεταβολή των εφέ ήχου και βίντεο στο πέρασμα του χρόνου.
10. **Hand:**  Αυτό το εργαλείο,χέρι,χρησιμοποιείται για την κάλυψη μιας ολόκληρης ακολουθίας πλάνων (σεκάνς), πιάνοντας ένα κλιπ και σέρνοντάς το μαζί με το υπόλοιπο της σεκάνς, προς μία πλευρά. Λειτουργεί παρόμοια με τη μετακίνηση της γραμμής κύλισης, στο κάτω άκρο του Διαγράμματος Ροής Χρόνου.
11. **Zoom:**  Το εργαλείο Ζοομ,λειτουργεί όμοια με τα κουμπιά Zoom In (μεγέθυνση) και Zoom Out (σμίκρυνση), που εμφανίζονται στην κάτω αριστερή γωνία του Διαγράμματος Ροής Χρόνου και στην περιοχή πάνω από τον χάρακα χρόνου. Η προεπιλεγμένη λειτουργία του είναι η μεγέθυνση. Όταν κρατάμε πατημένο το πλήκτρο Alt, μπορεί να αλλάξει η λειτουργία του σε σμίκρυνση.

Το παράθυρο “History”, δείχνει το ιστορικό των ενεργειών κατα την διάρκεια του project. Παρακολουθεί και καταγραφεί κάθε βήμα στη διαδικασία παραγωγής ενός βίντεο και είναι εφικτή η μετάβασή του, σε προηγούμενη χρονική στιγμή, εάν δεν είναι ικανοποιητικό το αποτέλεσμα των τελευταίων προσπαθειών μας.Εκεί,μπορούμε αν θέλουμε να διαγράψουμε κάποιες επεξεργασίες και να επαναφέρουμε τυχόν καταστάσεις που θέλουμε.



**Εικόνα 18: Ιστορικό κινήσεων στο πρόγραμμα (History)**

Το παράθυρο “Info” δείχνει πληροφορίες του συγκεκριμένου σημείου που έχουμε επιλέξει. Αυτό το παράθυρο, παρουσιάζει ένα στιγμιότυπο οποιουδήποτε πηγαίου υλικού που είναι επιλεγμένο στο παράθυρο Project, ή οποιουδήποτε κλιπ ή εφέ αλλαγής πλάνων που έχει επιλεγεί σε μία αλληλουχία πλάνων (σεκάνς). Κάνοντας κλικ σε ένα οποιοδήποτε clip, στο παράθυρο Info, προβάλλεται το όνομα, ο τύπος, η διάρκεια, τα χαρακτηριστικά του ήχου του clip και την θέση του στο Timeline.



**Εικόνα 19: Πληροφορίες συγκεκριμένου σημείου στο πρόγραμμα (Info)**

Με το παράθυρο “Effects”, βλέπουμε όλες τις μεταρρυθμίσεις και όλες τις μεταβάσεις οι οποίες γίνονται σε κάποιο συγκεκριμένο σημείο του βίντεο που έχουμε επιλέξει. Πρόκειται για μια μεγάλη συλλογή από εφέ αλλαγής πλάνου, που ομαδοποιούνται σε κατηγορίες, όπως είναι η τρισδιάστατη κίνηση (3D motion), το ζουμ (Zoom), η διάλυση (Dissolve) και το σβήσιμο με σκούπισμα (Wipe).

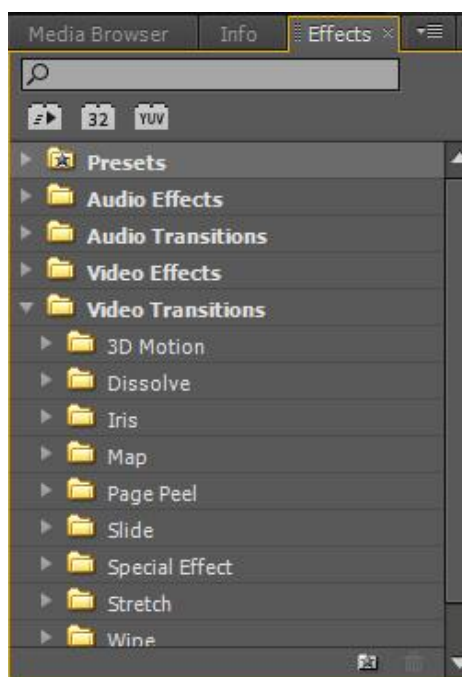
Τα εφέ του παραθύρου “Effects”, είναι τοποθετημένα σε κατηγορίες: Presets (προκαθορισμένα), Audio Effects (ηχητικά εφέ), Audio Transitions (ηχητικά εφέ αλλαγής πλάνου), Video Effects (εφέ βίντεο) και Video Transitions (εφέ αλλαγής πλάνων βίντεο).Ο κάθε φάκελος περιλαμβάνει κάποια ηχητικά εφέ για τον εμπλουτισμό της ηχητικής επένδυσης των έργων μας.

Κάποια απο αυτά είναι: δύο εφέ crossfade (σταδιακό σβήσιμο), εφέ αλλαγής πλάνων όπως τα dissolve (διάλυση) και wipe (σάρωση), καθώς και πολλά εφέ βίντεο για τον μετασχηματισμό των βίντεοκλίπ μας, σε εντυπωσιακές παραγωγές.Αυτό το παράθυρο,μπορεί να συνδεθεί με το παράθυρο Project, για εξοικονόμηση χώρου στην επιφάνεια εργασίας.

Τα εφέ,μπορούμε να τα χρησιμοποιήσουμε για να διορθώσουμε κάποιες ατέλειες σε ένα υλικό video ή ήχου,για να αποκαταστήσουμε την χρωματική ισορροπία ενός video clip ή και για να αφαιρέσουμε τυχόν θόρυβο.

Όλα τα εφέ αλλαγής πλάνου,χρησιμοποιούν καρτέ απο το τέλος του πρώτου clip και καρτέ απο την αρχή του δεύτερου clip,για να δημιουργήσουν την αλλαγή πλάνου.

Το προεπιλεγμένο εφέ αλλαγής πλάνου, είναι το Cross Dissolve,γιατί αυτό χρησιμοποιείται πιο πολλές φορές σε βίντεο και φιλμ και γι’αυτό έχει κόκκινο περίγραμμα.Μπορούμε να βάλουμε ως προεπιλεγμένο εφέ αλλαγής πλάνου,όποιο εμείς θέλουμε.Αυτό γίνεται,αν επιλέξουμε το εφέ που θέλουμε να έχουμε ως προεπιλεγμένο,να κάνουμε κλικ στο βελάκι που βρίσκεται πάνω και δεξιά του παραθύρου και απο την λίστα που θα μας εμφανίσει,να κάνουμε κλικ στην επιλογή Set Selected as Default Transition.



Εικόνα 20: Παράθυρο εφέ (Effects)

Στην καρτέλα “Effect Controls”, που βρίσκεται στην αριστερή πλευρά του προγράμματος,μπορούμε να επεξεργαστούμε τις παραμέτρους των εφέ στην πορεία του χρόνου, με τη χρήση keyframes (σημείων – κλειδιών).

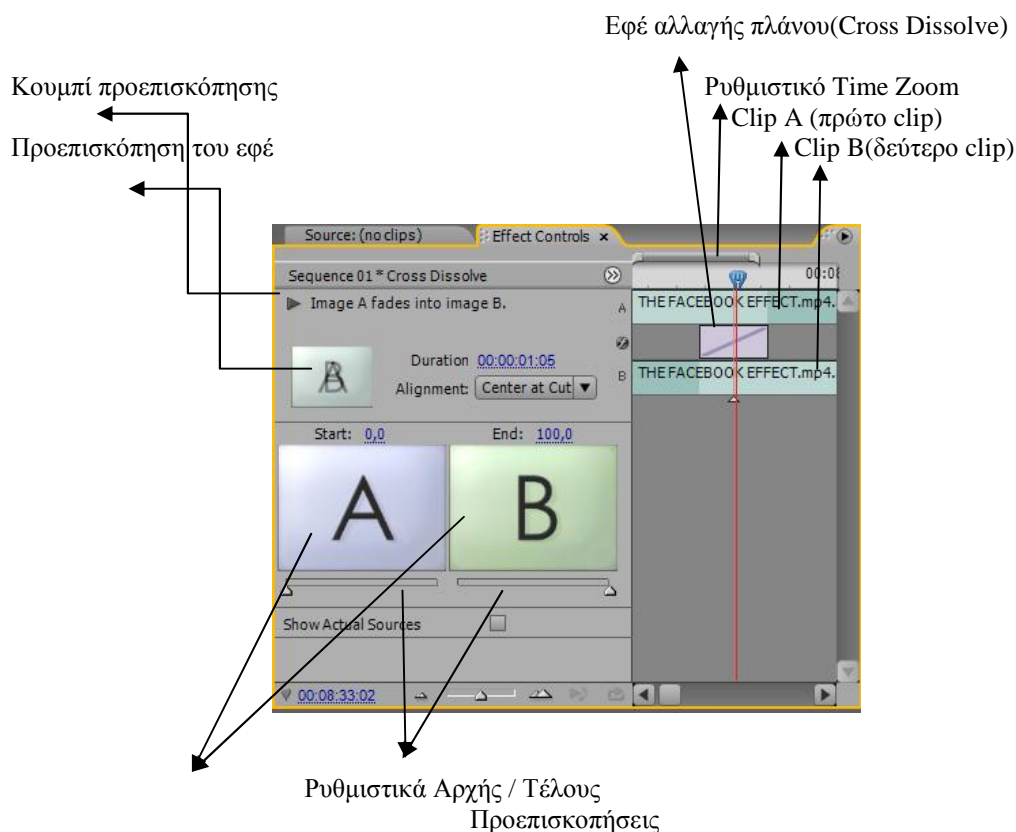


Αυτή η καρτέλα εμφανίζεται,όταν έχει εφαρμοστεί ένα εφέ ή ένα εφέ αλλαγής πλάνου σε ένα clip. Είναι ένα εξαιρετικά ισχυρό εργαλείο το οποίο έχει τη δυνατότητα απίστευτης δημιουργικής ελευθερίας.Αν δεν υπάρχει στο παράθυρό μας,το ανοίγουμε απο το μενού Window- Effect Controls.

Στο παράθυρο “Effect Controls”,στην δεξιά πλευρά,βρίσκεται ένας χάρακας χρόνου και μια περιοχή πλοήγησης.Στην αριστερή πλευρά του παραθύρου, στην μέση, προβάλλονται τα A και B,που είναι οι περιοχές μικρογραφιών των clip.

Αυτές οι μικρογραφίες θα φανούν,αν κάνουμε κλικ στο πλαίσιο ελέγχου Show Actual Source.

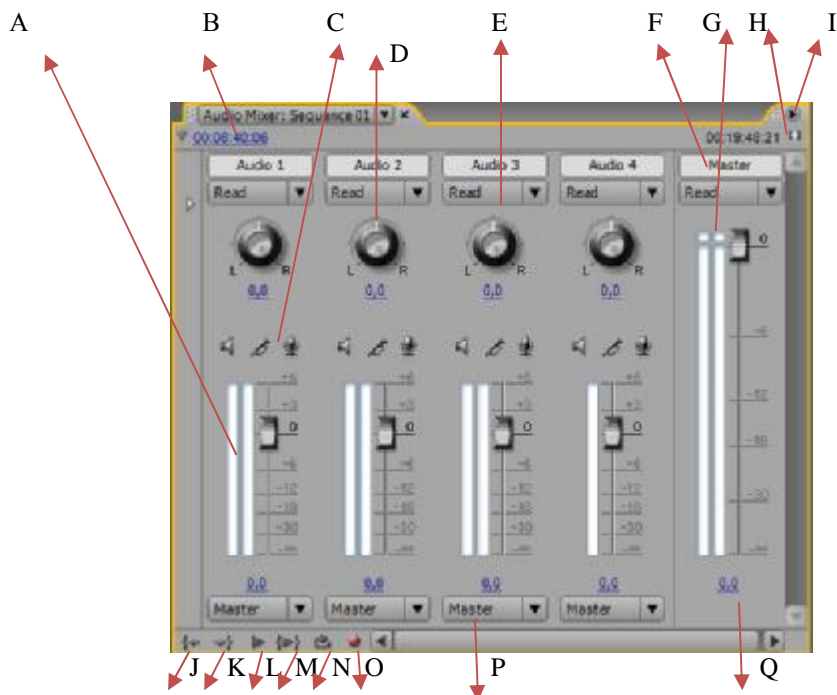
Κάτω απο τις περιοχές μικρογραφιών,υπάρχει ένα ρυθμιστικό Αρχής/Τέλους,με το οποίο αλλάζει η αρχική και η τελική εμφάνιση του εφέ αλλαγής πλάνου.



Εικόνα 21: Παράθυρο επεξεργασίας κάποιου εφέ (Effect Controls)

Η καρτέλα “Audio mixer”, αφορά τα κανάλια ήχου. Με τους μηχανισμούς κύλισης που υπάρχουν σε αυτό το παράθυρο,ελέγχεται η ένταση του ήχου.Πρόκειται για μια κονσόλα μείξης,που μοιάζει πολύ με μια επαγγελματική,που παρέχει εξεζητημένες τεχνολογίες μείξης ήχου,που επιτρέπουν σε εμάς να ρυθμίζουμε πολλά κανάλια ήχου,ενώ τα ακούμε και να βλέπουμε το βίντεό μας σε πραγματικό χρόνο. Για να ανοίξουμε αυτόν τον χώρο εργασίας,επιλέγουμε απο το μενού Window-Workspace-Audio.





Εικόνα 22: Παράθυρο επεξεργασίας ήχου (Audio Mixer)

- A. Ένδειξη και Μέτρηση
- B. Ένδειξη Χρόνου
- C. Κουμπιά Mute/Solo Track/Record Enable
- D. Μηχανισμός Pan/Balance
- E. Επιλογές Αυτοματισμού
- F. Ονόματα καναλιών
- G. Ένδειξη χωρισμού σε clips
- H. Διάρκεια προγράμματος In/Out
- I. Μενού παραθύρου
- J. Go to In Point (Μετάβαση στο σημείο αρχής)
- K. Go to Out Point (Μετάβαση στο σημείο τέλους)
- L. Αναπαραγωγή
- M. Αναπαραγωγή απο το σημείο αρχής ως το σημείο τέλους
- N. Ενεργοποίηση βρόχου επανάληψης
- O. Sequence Record Enable (ενεργοποίηση εγγραφής αλληλουχίας)
- P. Έξοδος
- Q. Βασική ένδειξη και μέτρηση VU

Το παράθυρο αυτό, περιέχει ένα σύνολο μηχανισμών για κάθε ηχητικό κανάλι. Περιέχει ένα ρυθμιστικό έντασης του ήχου, με την ετικέτα Master, που ελέγχει την συνολική ένταση για ολόκληρο το έργο.

Για κάθε κανάλι ήχου, οι ακόλουθες επιλογές στο μενού Automation, καθορίζουν την κατάσταση αυτοματοποίησης κατά την μείξη των ήχων.



Τι σημαίνει όμως η κάθε επιλογή;

- **Off:** Η επιλογή αυτή, αγνοεί τα αποθηκευμένα δεδομένα έντασης και μετατόπισης κατά την αναπαραγωγή. Μας επιτρέπει, να χρησιμοποιούμε τους μηχανισμούς μείξης σε πραγματικό χρόνο, χωρίς παρεμβολές.
- **Read:** Με αυτήν την επιλογή, διαβάζονται τα αποθηκευμένα δεδομένα έντασης και μετατόπισης ήχου. Χρησιμοποιεί αυτά τα δεδομένα, για να ελέγχει το επίπεδο του ήχου του καναλιού κατά την αναπαραγωγή του.
- **Latch:** Μοιάζει λίγο με την επιλογή Write, με την διαφορά ότι η αυτοματοποίηση δεν ξεκινάει μέχρι να αρχίσουμε να ρυθμίζουμε μια τιμή. Όταν σταματήσουμε την προσαρμογή της, η τιμή θα παραμείνει εκεί.
- **Touch:** Και αυτή η επιλογή μοιάζει με την επιλογή Write, με την διαφορά ότι η αυτοματοποίηση δεν ξεκινάει, μέχρι να αρχίσουμε να ρυθμίζουμε μια τιμή. Όταν σταματήσουμε την προσαρμογή μιας ιδιότητας, τότε η τιμή θα επανέλθει εκεί που ήταν, πριν καταγραφούν αυτές οι αυτοματοποιημένες αλλαγές.
- **Write:** Η επιλογή αυτή, διαβάζει τα αποθηκευμένα δεδομένα έντασης και μετατόπισης ήχου και καταγράφει οποιεσδήποτε ρυθμίσεις γίνονται σε αυτές τις τιμές με την χρήση μηχανισμών έντασης και μετατόπισης ήχου από το παράθυρο Audio Mixer.

Στο παράθυρο Audio Mixer, υπάρχουν τα κουμπιά Mute Track ,Solo Track και Enable track for recording.



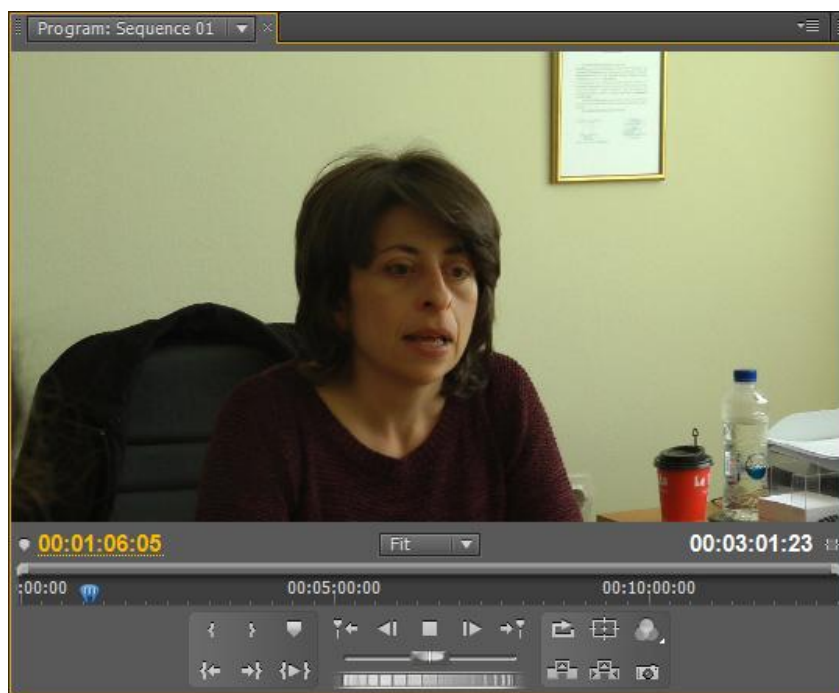
- **Mute Track:** Με αυτό το κουμπί, μπορούμε να επιβάλλουμε προσωρινά την σιωπή των επιλεγμένων καναλιών.
- **Solo Track:** Με αυτό το κουμπί, μπορούμε να παρακολουθούμε επιλεγμένα κανάλια.Κάνοντας κλικ σε αυτό το κουμπί για ένα κανάλι, τότε τα υπόλοιπα κανάλια που δεν έχουν ενεργή αυτή την επιλογή, θα σιωπαίνουν.
- **Enable track for recording:** Το κουμπί αυτό, μας επιτρέπει να χρησιμοποιούμε ήχο, που δεν είναι ακόμα σε ψηφιακή μορφή, όπως είναι για παράδειγμα, μία ζωντανή ομιλία.

Και στην καρτέλα “Sources”, μπορούμε να εισάγουμε κάποιο αρχείο ήχου ή βίντεο από το “Project”, για επεξεργασία, πριν το φορτώσουμε στο “Timeline”.

Πάνω δεξιά στην οθόνη, βρίσκεται το Monitor 2.Αν δεν υπάρχει,μπορούμε να το εισάγουμε απο το μενού Window-Monitor.Σε αυτό το παράθυρο, εμφανίζεται το “Program Sequence”,όπου εκεί βλέπουμε μια προεπισκόπηση του τελικού αποτελέσματος, με κουμπιά αναπαραγωγής και πλοήγησης.

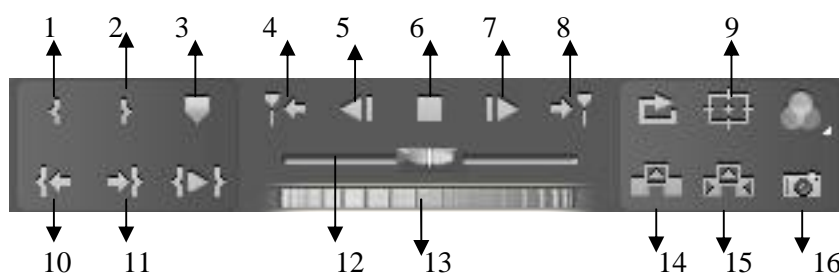
Το παράθυρο αυτό,χρησιμοποιείται για την εξέταση του έργου μας, καθ’ όλη τη διάρκεια εξέλιξής του.

Εκεί λοιπόν βλέπουμε οποιαδήποτε στιγμή θέλουμε, το περιεχόμενο των αρχείων που έχουν τοποθετηθεί στη γραμμή του χρόνου (Timeline) και αποτελούν την οπτικοακουστική παραγωγή, όπως την θέλουμε. Η τοποθέτηση αυτή, γίνεται κάθε φορά με τα εργαλεία χειρισμού του μοντάζ, που βρίσκονται κάτω απο το Monitor 2.



Εικόνα 23: Παράθυρο Monitor 2

Στην κάτω μεριά του Monitor 2, υπάρχει το πάνελ Capture, στο οποίο υπάρχουν τα κουμπιά αναπαραγωγής.



Εικόνα 24: Κουμπιά αναπαραγωγής του παραθύρου Monitor 2

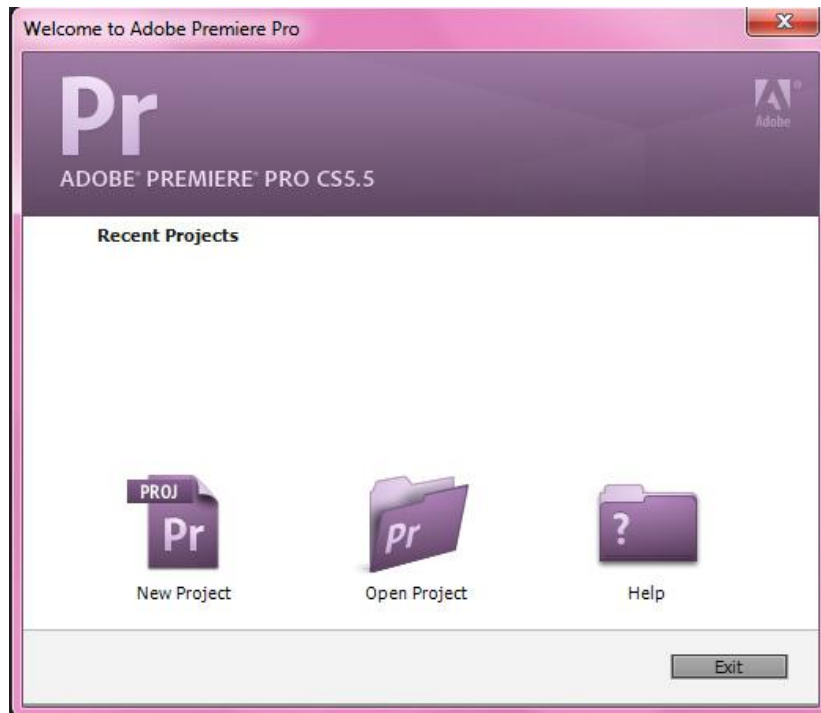
- 1.Κουμπί Ορισμού Σημείου Αρχής
- 2.Κουμπί Ορισμού Σημείου Τέλους
- 3.Κουμπί ορισμού δείκτη
- 4.Μετάβαση στο προηγούμενο σημείο επεξεργασίας
- 5.Κίνηση Καρέ-Καρέ προς τα Πίσω
- 6.Αναπαραγωγή
- 7.Κίνηση Καρέ-Καρέ προς τα Εμπρός
8. Μετάβαση στο επόμενο σημείο επεξεργασίας
9. Κουμπί για ασφαλή περιθώρια
- 10.Κουμπί μετακίνησης στην αρχή
11. Κουμπί μετακίνησης στο τέλος
- 12.Μηχανισμός Μετακίνησης (Shuttle)
13. Ρυθμιστικό Μετακίνησης, Χειριστήριο Μεμονωμένων Καρέ
14. Lift (Απόσυρση/Αφαίρεση καρέ) → Αφαιρεί τα καρέ και το κενό μένει

15.Extract (Απόσπαση/Αφαίρεση καρέ)→ Αφαιρεί τα καρέ,αλλά το κενό κλείνει.

16.Λήψη βίντεο και ήχου

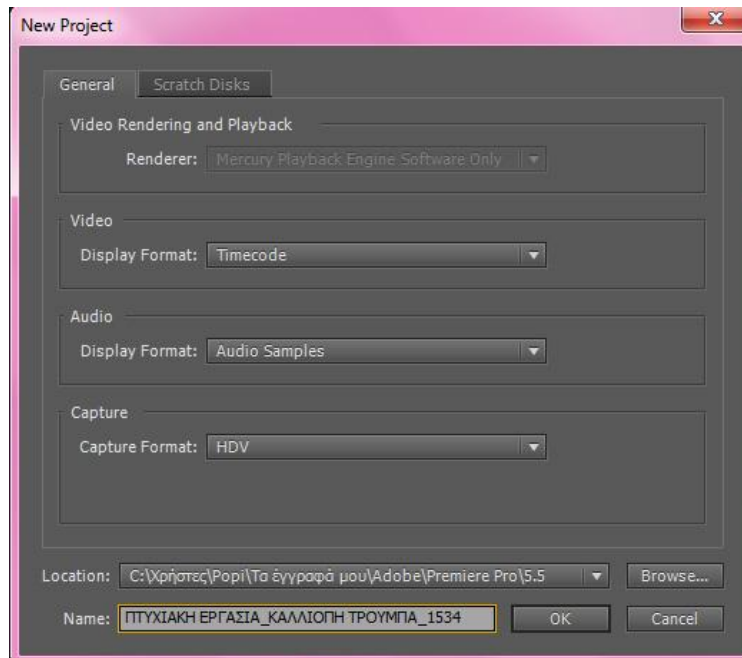
## 10.5 Διαχείριση Ρυθμίσεων Adobe Premiere Pro CS5.5

Για την διαχείριση των ρυθμίσεων, πρέπει πρώτα να γίνει εκκίνηση του Adobe Premiere Pro CS5.5 και να κάνουμε κλικ στο New Project (νέο έργο), για να ανοίξουμε το παράθυρο διαλόγου New Project.



Στην συνέχεια, εμφανίζεται ένα παράθυρο. Σε αυτό το παράθυρο, πρέπει να γίνουν όλες αυτές οι ρυθμίσεις, διότι όταν ξεκινήσουμε να φτιάχνουμε αυτό το νέο έργο, δεν θα μπορούν να αλλάξουν πολλές απο αυτές τις ρυθμίσεις.

Επιλέγουμε να ανοίξει η καρτέλα General.



Εκεί που υπάρχει η επιλογή Capture Format, υπάρχουν οι εξής επιλογές:

1. **DV-24p:** Αυτή η επιλογή, δημιουργήθηκε για χρήση με κάμερες 24p DV. Ορισμένες φορές χρησιμοποιείται για ταινίες, οι οποίες έχουν τραβηχτεί με ταχύτητα καρέ για φιλμ, 24 καρέ ανά δευτερόλεπτο, και έχουν μεταφερθεί σε μορφή DV.
2. **DV-NTSC:** Το NTSC είναι το πρότυπο προβολής τηλεοπτικής εικόνας, που χρησιμοποιείται στην Αμερικανική ήπειρο και στην Ιαπωνία. Οι περισσότεροι χρήστες του Adobe Premiere Pro δουλεύουν με αυτή τη μορφή.
3. **DV-PAL:** Το PAL είναι το πρότυπο προβολής τηλεοπτικής εικόνας που χρησιμοποιείται στο μεγαλύτερο μέρος της δυτικής Ευρώπης και στην Αυστραλία.
4. **HDV:** Αυτή η επιλογή, χρησιμοποιείται για την εγγραφή συμπιεσμένου βίντεο υψηλής ευκρινείας (HD), σε στάνταρ κασέτες DV.
5. **Mobile & Devices:** Χρησιμοποιείται για επεξεργασία βίντεο που προέρχεται από φορητές συσκευές και άλλα μέσα μετάδοσης βίντεο χαμηλού εύρους ζώνης.

Εμείς επιλέγουμε την επιλογή HDV.

Κάνουμε κλικ στο Browse και ανοίγει ένα παράθυρο στο οποίο επιλέγουμε την τοποθεσία που θέλουμε, για να αποθηκευτεί το έργο μας.

Δίνουμε ένα όνομα στο έργο μας και κάνουμε κλικ στο OK .Η προεπιλεγμένη κατάληξη αρχείου .prproj, προστίθεται αυτόματα, στο όνομα του αρχείου.

## 10.6 Keyframe (Καρέ κλειδιά)

Τα Keyframes, χρησιμοποιούνται στο Adobe Premiere για αλλαγή κάποιου εφέ. Κάθε φορά που εφαρμόζετε ένα εφέ σε ένα κλιπ, το Premiere δημιουργεί μία αρχή και ένα τέλος ενός keyframe με την ίδια φωτεινότητα. Με την εφαρμογή όμως, διαφορετικών φωτεινότητων στο keyframe, μπορεί να προστεθεί ένα εφέ κάθε φορά. Αν θελήσουμε για παράδειγμα σε ένα κλίπ στην αρχή να είναι σκοτεινό, αργότερα πιο φωτεινό και στο τέλος πάλι σκοτεινό, τότε σε αυτήν την περίπτωση, χρειάζονται τρία keyframes. Τότε αυτομάτως, στην εναλλαγή των keyframes, η φωτεινότητα, θα αυξηθεί βαθμιαία μεταξύ του πρώτου και του δεύτερου keyframe, ενώ θα μειωθεί βαθμιαία μεταξύ του δεύτερου και του τρίτου.

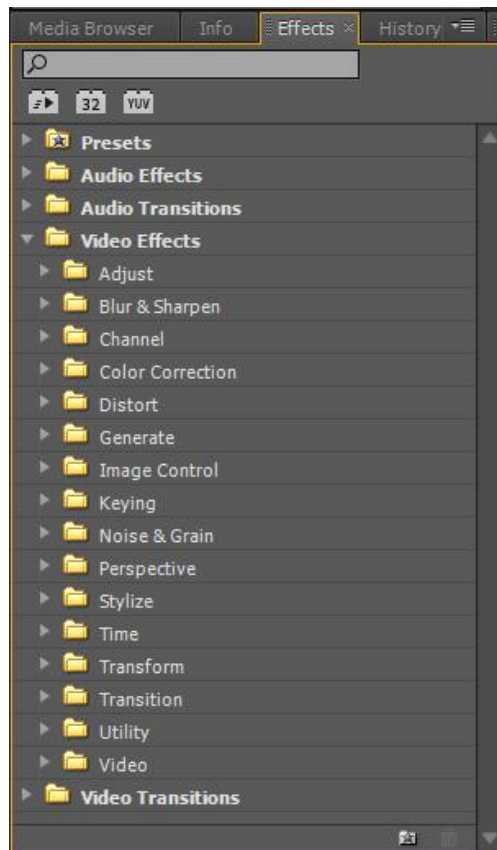
## 10.7 Εφέ αλλαγής πλάνου

Η προσθήκη εφέ αλλαγής πλάνων στα έργα μας, είναι μία μορφή τέχνης. Το μεγαλύτερο μέρος της εργασίας μας, με τα εφέ αλλαγής πλάνου, είναι στο χώρο του Effect Controls.

Ένα εφέ αλλαγής πλάνου, χρησιμοποιείται για την συγκάλυψη του εμφανούς αποτελέσματος μιας επέμβασης, όπως για παράδειγμα, ένα αιφνίδιο κόψιμο ή ένα απότομο άλμα, μετασχηματίζοντάς το έτσι, σε κάτι πιο ευχάριστο για το μάτι. Το Adobe Premiere Pro διαθέτει σχεδόν 80 εφέ αλλαγής πλάνου για εικόνα βίντεο. Η διαδικασία ενός εφέ αλλαγής πλάνου ανάμεσα σε δύο κλιπ, ξεκινά με μία απλή διαδικασία μεταφοράς και απόθεσης. Ορισμένα εφέ αλλαγής πλάνου διαθέτουν ένα κουμπί Custom το οποίο ανοίγει ένα ξεχωριστό παράθυρο διαλόγου, με επιλογές μοναδικές για το συγκεκριμένο εφέ.

Τα εφέ αλλαγής πλάνου, είναι διασκεδαστικά και ενδιαφέρον και προσθέτουν εντυπωσιασμό, ελκυστικότητα και ανάλαφρη διάθεση στα έργα μας. Επίσης, προσδίδουν νόημα και σημασία στο έργο.

Τα εφέ αλλαγής πλάνου μπορεί να είναι και ηχητικά. Δηλαδή, δεν χρησιμοποιούνται μόνο σε εικόνες ή σε βίντεο για αλλαγή πλάνου, αλλά χρησιμοποιούνται και στον ήχο και να αλλάζει ο ήχος με εφέ από πλάνο σε πλάνο. Όλα τα εφέ βρίσκονται συγκεντρωμένα στην καρτέλα «Effects».



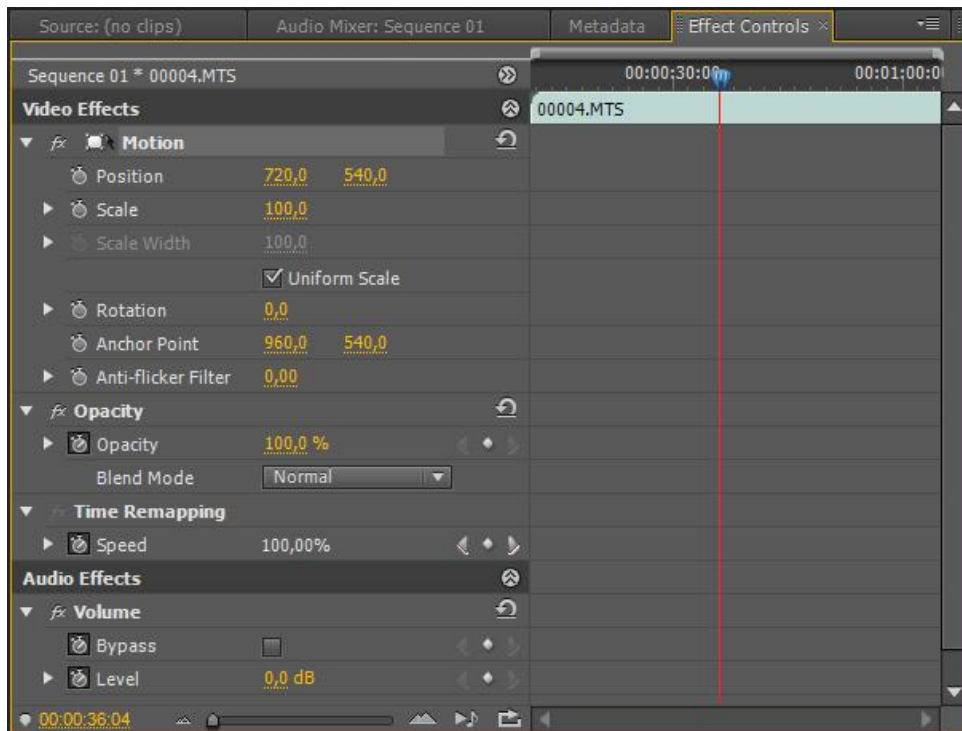
Τα εφέ για βίντεο, βρίσκονται στην καρτέλα «Effects», στο φάκελο «Video Effects» και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να αλλάξουν την έκθεση ή το χρώμα του βιντεοσκοπημένου υλικού, για να παραμορφώσουν εικόνες, ή για να προσδώσουν καλλιτεχνικό στυλ σ' ένα έργο. Η προσθήκη εφέ βίντεο, μπορεί να γίνει με πολύ εύκολο τρόπο. Επιλέγεται το εφέ που θέλουμε και το μεταφέρουμε με το ποντίκι σε ένα κλίπ. Ένας άλλος τρόπος, είναι να επιλέξουμε το κλίπ που θέλουμε να μπει το εφέ και οι παράμετροι αυτού, αφού εμφανιστούν στο πάνελ «Effect Controls», σέρνουμε εκεί και το εφέ και το επεξεργαζόμαστε.

Απο την άλλη, τα ηχητικά εφέ συγκεκριμένα, βρίσκονται στην καρτέλα «Effects», στο φάκελο «Audio Effects» και χωρίζονται ανάλογα με τα κανάλια που έχει ο κάθε ήχος. Οι ρυθμίσεις των ηχητικών εφέ, γίνονται από την καρτέλα «Effect Controls» και από το πάνελ «Audio Mixer».

Όλες οι ιδιότητες των εφέ, είναι διαθέσιμες από το πάνελ Effect Controls, δίνοντας την δυνατότητα για πιο εύκολο καθορισμό της συμπεριφοράς και της έντασης εφαρμογής των εφέ.

Αφού επιλέξουμε το εφέ που θέλουμε για ένα κλίπ, μπορούμε να επεξεργαστούμε κάποιες επιλογές που μας εμφανίζονται στην καρτέλα «Effect Controls». Αυτές οι επιλογές είναι οι εξής:





1. **Position:** Η επιλογή αυτή καθορίζει τη θέση του σημείου καθορισμού του κλιπ στην οθόνη.
2. **Scale:** Καθορίζει το σχετικό μέγεθος του κλιπ. Η κλίμακα του μηχανισμού κύλισης είναι από 0 έως 100%, αλλά μπορούν να χρησιμοποιηθούν αριθμητικές τιμές για την αύξηση του μεγέθους του κλιπ έως και 600% του αρχικού του μεγέθους.
3. **Scale Width:** Για να γίνει διαθέσιμη η Scale Width, πρέπει να απενεργοποιηθεί η επιλογή Uniform Scale. Αυτό επιτρέπει την αλλαγή ανεξάρτητα από το πλάτος και το ύψος του κλιπ.
4. **Rotation:** Αυτή η επιλογή, έχει τη δυνατότητα να εισάγει τιμές οι οποίες εκφράζουν την γωνία περιστροφής σε μοίρες. Το μέγιστο πλήθος περιστροφών που επιτρέπονται προς οποιαδήποτε κατεύθυνση είναι 90 μοίρες, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι μπορούν να εφαρμοστούν έως 180 πλήρες περιστροφές σ' ένα κλιπ. Οι θετικές τιμές αντιστοιχούν σε δεξιόστροφη περιστροφή και οι αρνητικές σε αριστερόστροφη.
5. **Anchor Point:** Καθορίζει, το κέντρο της περιστροφής, σε αντίθεση με το κέντρο του κλιπ. Μπορεί να διαμορφωθεί το κλιπ ώστε να περιστρέφεται γύρω από οποιοδήποτε σημείο στην οθόνη ή γύρω από ένα σημείο το οποίο βρίσκεται εκτός του κλιπ.
6. **Anti-flicker Filter:** Αυτή η επιλογή είναι χρήσιμη για εικόνες οι οποίες περιέχουν υψηλό βαθμό λεπτομέρειας, όπως λεπτές γραμμές, παράλληλες γραμμές, ή περιστροφή. Τα χαρακτηριστικά αυτά μπορούν να προκαλέσουν «τρεμόπαιγμα» της εικόνας (flickering) κατά την διάρκεια της κίνησης.

## 10.8 Επεξεργασία Ήχου

Για ένα καλό μοντάζ, χρειάζεται και η απόκτηση ήχου υψηλής ποιότητας, τόσο κατά την ηχογράφηση,όσο και κατά την εγγραφή εκφωνήσεων και αφηγήσεων. Το Adobe Premiere Pro, προσφέρει όλα όσα χρειάζονται για να προσθέσουν ήχο υψηλής ποιότητας στις παραγωγές. Διαθέτει ενσωματωμένο Μεικτή Ήχου (Audio Mixer), που επιτρέπει την επεξεργασία μονοφωνικού ή στερεοφωνικού ήχου.

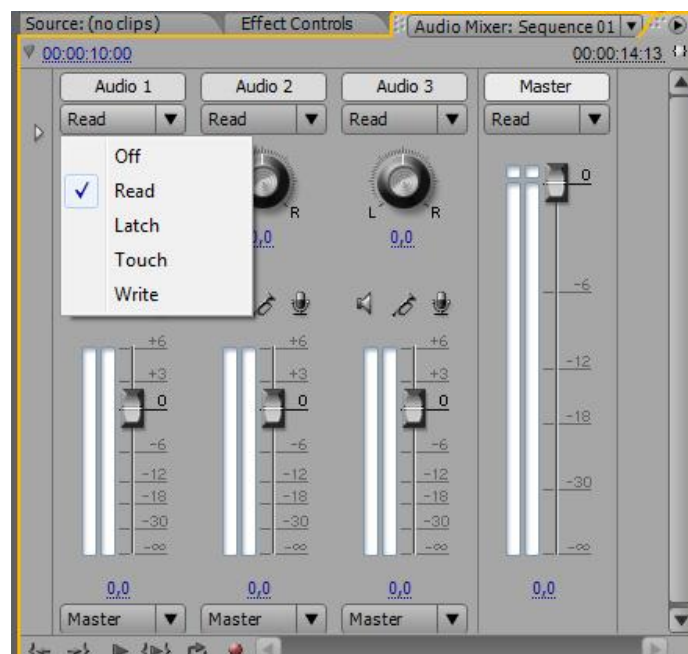
Όλα τα μονοφωνικά εφέ έχουν το εικονίδιο μονοφωνικού ήχου, με το ένα μεγάφωνο. Ενώ ο φάκελος Stereo, που περιλαμβάνει εφέ για στερεοφωνικό ήχο, τα εφέ του είναι με το εικονίδιο δύο μεγαφώνων.

Με την ύπαρξη του Μείκτη Ήχου στο πρόγραμμα,δίνεται η δυνατότητα να προστεθούν εφέ, τα οποία μπορούν να εξαλείφουν ενοχλητικούς και έντονους ήχους,να προστεθεί κάποια ηχώ,ακόμα και να δοθεί βάθος σε κάποια φωνή ενός ομιλητή.Σε ένα κλιπ μπορούν να προστεθούν πολλά εφέ,αλλά και να αφαιρεθούν. Τα κλιπ που βρίσκονται στα κανάλια ήχου (audio tracks), αναπαράγονται όλα μαζί,ακόμα και αν υπάρχουν πολλά κλίπ το ένα πάνω απο το άλλο.

Απο το μενού “Window- Audio Mixer” ,ανοίγει ένα πάνελ, που μοιάζει αρκετά με τις κονσόλες μείξης που χρησιμοποιούνται σε επαγγελματικά στούντιο, με το οποίο μπορούμε να μετακινήσουμε τους μηχανισμούς κύλισης που αντιστοιχούν στα διάφορα κανάλια (tracks), για να αλλάξουμε την ένταση του ήχου.

Επιλέγοντας πάνω απο την αναδιπλούμενη λίστα που βρίσκεται στην κορυφή κάθε καναλιού στο Μείκτη Ήχου,ρυθμίζουμε την κατάσταση αυτοματοποίησης για τον έλεγχο της έντασης και της μετατόπισης του ήχου.

Οι επιλογές που υπάρχουν στην αναδιπλούμενη αυτή λίστα είναι:

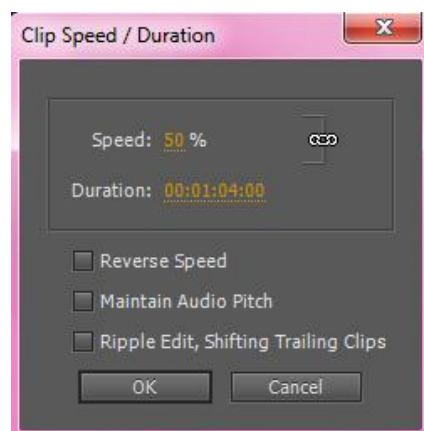


1. **Off:** Με την επιλογή αυτή, αγνοείται οποιαδήποτε αλλαγή εφαρμόζεται. Επιτρέπει την αλλαγή ορισμένων προσαρμογών χωρίς να καταγράφουν.
2. **Read:** Αυτή είναι η προεπιλεγμένη ρύθμιση που χρησιμοποιήθηκε όταν ορίστηκε η ένταση του ήχου για το μειξάρισμα.
3. **Latch:** Λειτουργεί παρόμοια με την επιλογή Write, αλλά δεν εφαρμόζει τις αλλαγές μέχρι να μετακινηθεί ο μηχανισμός κύλισης, που ελέγχει την ένταση ή το περιστροφικό κουμπί που ελέγχει τη μετατόπιση. Οι αρχικές ρυθμίσεις προέρχονται από την προηγούμενη προσαρμογή.
4. **Touch:** Λειτουργεί παρόμοια με την επιλογή Latch, εκτός από το γεγονός, ότι όταν σταματά να προσαρμόζεται η ιδιότητα, οι ρυθμίσεις της επανέρχονται στην αρχική τους κατάσταση, πριν καταγραφούν οι τρέχουσες αυτοματοποιημένες αλλαγές.
5. **Write:** Με την επιλογή αυτή, καταγράφονται οι προσαρμογές εκείνες που γίνονται καθώς ακούγεται μία σεκάνς.

## 10.9 Κίνηση Πλάνων

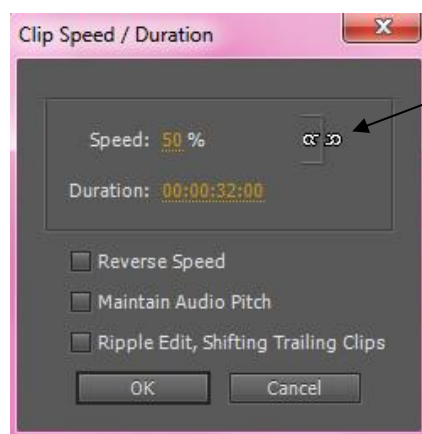
Στο Adobe Premiere Pro CS5.5, υπάρχει το εφέ Time Remapping, που είναι ένας μηχανισμός μεταβολής της ταχύτητας. Οι μεταβαλλόμενες αλλαγές στην ταχύτητα ενός κλιπ, μπορούν να δώσουν πολύ εντυπωσιακό αποτέλεσμα. Με αυτό το εφέ, ένα τμήμα του κλιπ μπορεί να είναι σε αργή κίνηση, ενώ ένα άλλο τμήμα του, θα μπορούσε να είναι σε γρήγορη κίνηση. Η αργή κίνηση (slow motion), είναι ένα από τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα εφέ στις παραγωγές βίντεο. Ένα απλό εφέ αργής κίνησης, μπορεί να δημιουργήσει εξαιρετικά εντυπωσιακή εμφάνιση.

Αυτό το εφέ, μπορεί να επιτευχθεί κάνοντας σε ένα κλιπ, δεξί κλικ και επιλέγοντας Speed/Duration (ταχύτητα/διάρκεια). Εμφανίζεται ένα παράθυρο, στο οποίο επιλέγουμε τι ταχύτητα θέλουμε να έχει το κλιπ. Αν για παράδειγμα βάλουμε 50%, τότε διπλασιάζεται η αρχική ταχύτητα, αλλά και η διάρκειά του.



Εικόνα 25: Παράθυρο επιλογής ταχύτητας και διάρκειας (Speed/Duration)

Αν θέλουμε όμως να αλλάξει η ταχύτητα, αλλά να μην αλλάξει η διάρκεια, τότε στο παράθυρο Speed/Duration (ταχύτητα/διάρκεια), επιλέγουμε το εικονίδιο συνδέσμου που υπάρχει δεξιά. Αυτό δείχνει ότι οι ρυθμίσεις ταχύτητας και διάρκειας είναι διασυνδεδεμένες μεταξύ τους και θα πρέπει να αποσυνδεθούν. Έτσι η διάρκεια θα παραμείνει σταθερή, χωρίς να αυξάνεται και να μειώνεται.



Με την επεξεργασία του πεδίου Duration, μπορούμε να κόψουμε ένα video σε διάρκεια στην Timeline μας. Αν για παράδειγμα στο πεδίο Duration, πληκτρολογήσουμε 100, τότε θα μετατραπεί σε 00;00;01;00. Αυτό σημαίνει 1 δευτερόλεπτο.

Στο παράθυρο αυτό, υπάρχει και μια άλλη επιλογή η «Reverse Speed», όπου με την ενεργοποίηση αυτής της επιλογής, το κλιπ προβάλλεται αντίστροφα και σε αργή κίνηση.

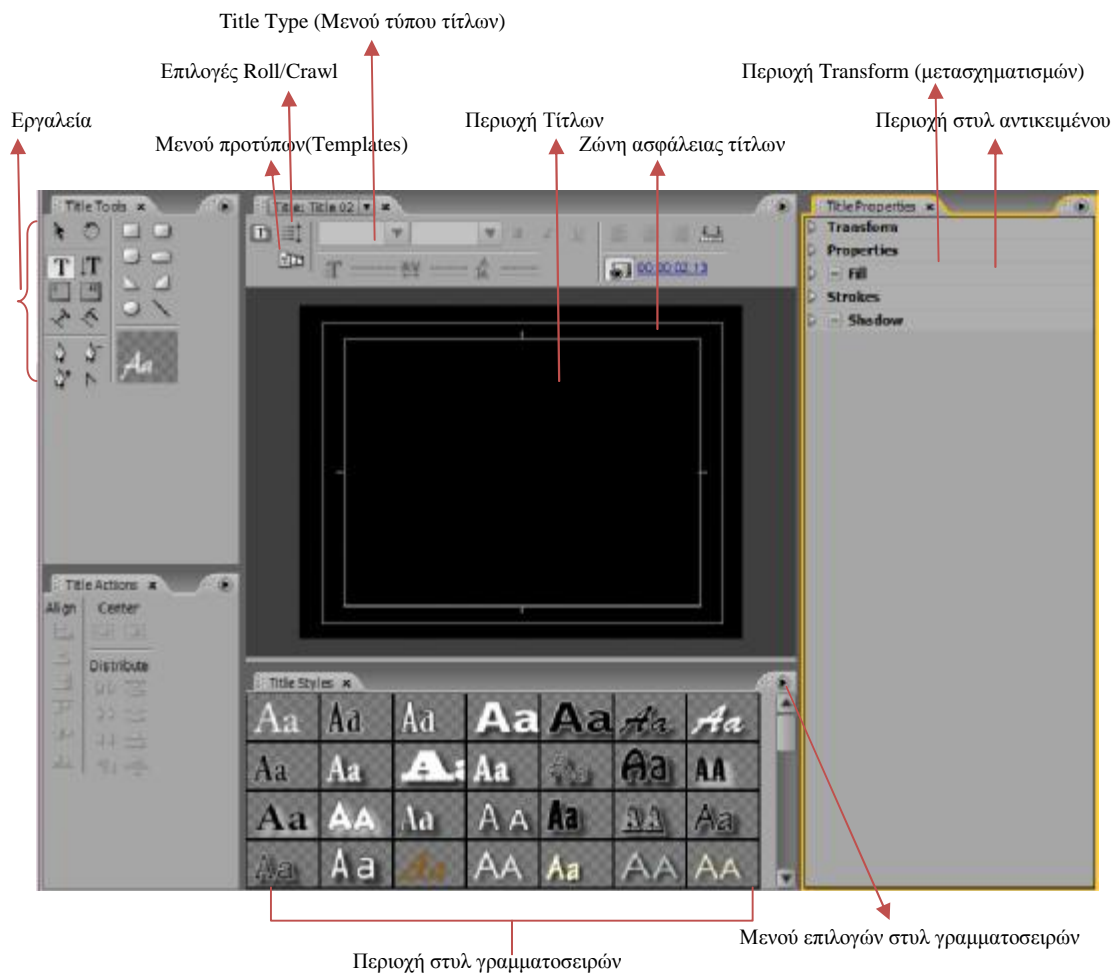
Η επόμενη επιλογή είναι η «Maintain Audio Pitch», όπου με την ενεργοποίηση αυτής της επιλογής, ο ήχος θα διατηρεί τον αρχικό του τόνο, ανεξάρτητα από την ταχύτητα του κλιπ.

## 10.10 Δημιουργία Τίτλου

Στο Adobe Premiere Pro CS5.5, η επιλογή Titled, που είναι ένα πολυδύναμο εργαλείο, παρέχει μεγάλη ποικιλία επιλογών για την δημιουργία κειμένου και σχημάτων. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί οποιαδήποτε γραμματοσειρά και το κείμενο και τα αντικείμενα που δημιουργούνται, μπορούν να έχουν οποιοδήποτε χρώμα, οποιοδήποτε βαθμό διαφάνειας και πολλά σχήματα.

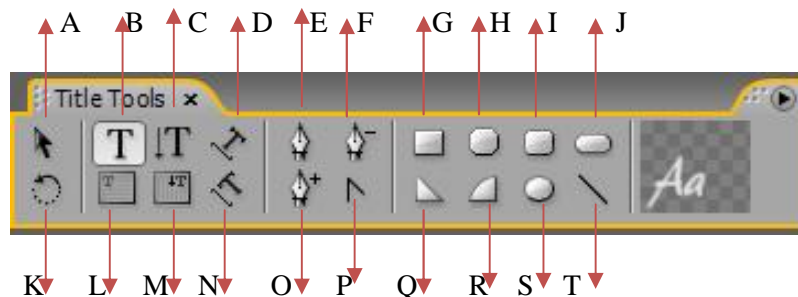
Όταν ανοίξουμε αυτό το πάνελ «Titled», από το μενού “Title-New Title-Default Still”, είναι εμφανές ότι αποτελεί μία οθόνη, όπου εκεί δημιουργείται, εξετάζεται και εμφανίζεται το κείμενο και τα γραφικά.

Οι διάφορες καρτέλες που υπάρχουν σε αυτό το παράθυρο είναι:



**Εικόνα 26: Παράθυρο δημιουργίας και επεξεργασίας τίτλων**

Ας ξεκινήσουμε από την Εργαλειοθήκη, όπου περιέχει μια μεγάλη ποικιλία εργαλείων κειμένου και ανυσματικών γραφικών και γραφικών bitmaps:



**Εικόνα 27: Εργαλειοθήκη του παραθύρου δημιουργίας τίτλων (Title Tools)**

- A. Εργαλείο Επιλογής
- B. Εργαλείο κειμένου
- C. Εργαλείο κειμένου με κατακόρυφο προσανατολισμό
- D. Εργαλείο προσαρμογής κειμένου σε διαδρομή
- E. Εργαλείο πέννας
- F. Εργαλείο διαγραφής κόμβων απο διαδρομές
- G. Εργαλείο ορθογωνίων
- H. Εργαλείο ορθογωνίων με κομμένες γωνίες
- I. Εργαλείο ορθογωνίων με στρογγυλεμένες γωνίες
- J. Εργαλείο στρογγυλεμένων ορθογωνίων
- K. Εργαλείο Περιστροφής
- L. Εργαλείο παραγράφων κειμένου
- M. Εργαλείο παραγράφων κειμένου με κατακόρυφο προσανατολισμό
- N. Εργαλείο προσαρμογής κειμένου σε κατακόρυφη διαδρομή
- O. Εργαλείο προσθήκης κόμβων σε διαδρομές
- P. Εργαλείο μετατροπής σημείων-κόμβων
- Q. Εργαλείο τριγωνικών σχημάτων
- R. Εργαλείο τόξων
- S. Εργαλείο ελλείψεων
- T. Εργαλείο γραμμών

- **Περιοχή Τίτλου:** Είναι εκείνη η επιφάνεια εργασίας, που δημιουργούμε τίτλους στο παράθυρο Title Designer. Η κύρια αυτή περιοχή εργασίας με τίτλους, περιβάλλεται απο δύο ομόκεντρα πλαίσια λευκού περιγράμματος. Η περιοχή αυτή, μας επιτρέπει να δημιουργούμε και γραφικά. Με τα εργαλεία σχεδίασης, μπορούμε να δημιουργήσουμε ορθογώνια, τετράγωνα, κύκλους, ελλείψεις, γραμμές και πολύγωνα. Με τα εργαλεία σχεδίασης, μπορούμε επίσης να δημιουργήσουμε και περιγεγραμμένα σχήματα ή γεμισμένα σχήματα. Όταν φτιάχνουμε κάποια σχήματα τα οποία θέλουμε να βρίσκονται πίσω απο κάποια άλλα, τότε τα επιλέγουμε και απο το μενού Title, επιλέγουμε Arrange-Send to Back.
- **Περιοχή Ζώνη Ασφαλείας Τίτλων:** Είναι το εξωτερικό ορθογώνιο που είναι η ζώνη ασφαλείας εικόνας. Το εσωτερικό ορθογώνιο, είναι η περιοχή ασφαλείας κειμένου. Αυτές τις γραμμές περιθωρίων, μπορούμε να τις ενεργοποιήσουμε και να τις απενεργοποιήσουμε απο το μενού Title-View.

Άλλες καρτέλες, οι οποίες βρίσκονται μέσα στο παράθυρο Title Designer είναι:

1. **Title Tools:** Αυτό επιτρέπει τον καθορισμό περιθωρίων για το κείμενο και διαδρομές πάνω στις οποίες ρέει το κείμενο, καθώς και την επιλογή γεωμετρικών σχημάτων.
2. **Title Actions:** Χρησιμοποιείται για την ευθυγράμμιση, τη στοίχιση, το κεντράρισμα ή την κατανομή κειμένου και ομάδων αντικειμένων.
3. **Title Styles:** Είναι η περιοχή στυλ γραμματοσειρών που διαθέτει προκαθορισμένα στυλ για το κείμενο. Υπάρχει δυνατότητα να επιλεγούν από αρκετές βιβλιοθήκες στυλ.

Μπορούν να επιλεγούν αρκετές απο τις μικρογραφίες αυτού του πάνελ. Προβάλλει όλες τις διαθέσιμες στο σύστημα γραμματοσειρές, για χρήση στην δημιουργία τίτλων.

4. **Title Type:** Εκεί επιλέγουμε τον τύπο των τίτλων που θα δημιουργήσουμε.

Οι τύποι είναι:

- α) Still (Στατικοί),
- β) Rolling (Κυλιόμενοι) και
- γ) Crawling (Συρόμενοι).

5. **Titler Properties:** Είναι επιλογές για το κείμενο και τα γραφικά, όπως τα χαρακτηριστικά γραμματοσειράς και τα διάφορα εφέ.

Στο παράθυρο των Titler Properties, υπάρχει η επιλογή Transform (μετασχηματισμοί). Σε αυτήν την επιλογή, υπάρχουν στοιχεία για την μετακίνηση, την επιλογή του ύψους και του πλάτους, την περιστροφή, την αλλαγή αδιαφάνειας και την κλιμάκωση αντικειμένων.



Εικόνα 28: Παράθυρο ρυθμίσεων του τίτλου (Title Properties)

Στο παράθυρο επίσης αυτό των Titler Properties, υπάρχει η επιλογή «Properties», όπου εκεί μπορούμε να ρυθμίσουμε την γραμματοσειρά (**Font Family**), το στυλ της (**Font Style**), το μέγεθός της (**Font Size**), καθώς και την αναλογία των πλευρών, για να μειωθεί η οριζόντια κλίμακα του κειμένου, ώστε να χωράει μέσα στο πλάτος της ζώνης ασφάλειας τίτλων (**Aspect**).

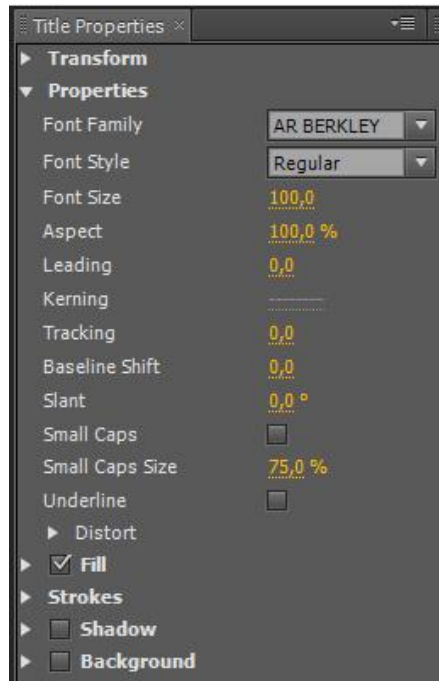
Η επιλογή **Leading**, ρυθμίζει το διάστιχο, όπου αυξάνει και μειώνει το διάστημα μεταξύ των γραμμών κειμένου, έτσι ώστε το κείμενο να εμφανίζεται πιο πάνω από το κάτω περιθώριο της ζώνης ασφάλειας τίτλων ή πιο κάτω.

Η επιλογή **Kerning**, προσαρμόζει τα διαστήματα μεταξύ επιλεγμένων ζευγών χαρακτήρων.

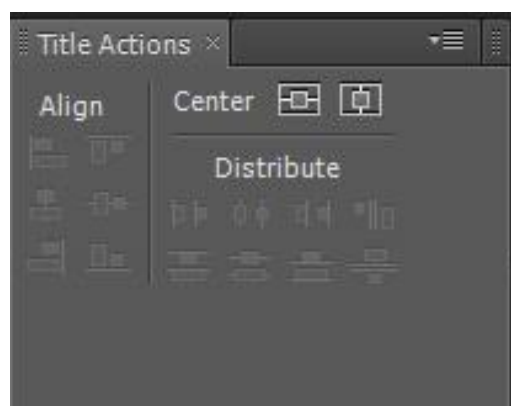
Το **Tracking**, προσαρμόζει τα διαστήματα για μία ομάδα χαρακτήρων.

Η επιλογή **Baseline Shift**, καθορίζει την απόσταση των χαρακτήρων από την γραμμή βάσης. Υψώνοντας ή χαμηλώνοντας το επιλεγμένο κείμενο σε σχέση με την γραμμή βάσης, υπάρχει δυνατότητα να δημιουργηθούν δείκτες και εκθέτες.





Στην καρτέλα «Title Actions», υπάρχουν οι επιλογές, Vertical Center και Horizontal Center, που είναι το κατακόρυφο και το οριζόντιο κεντράρισμα, αντίστοιχα.



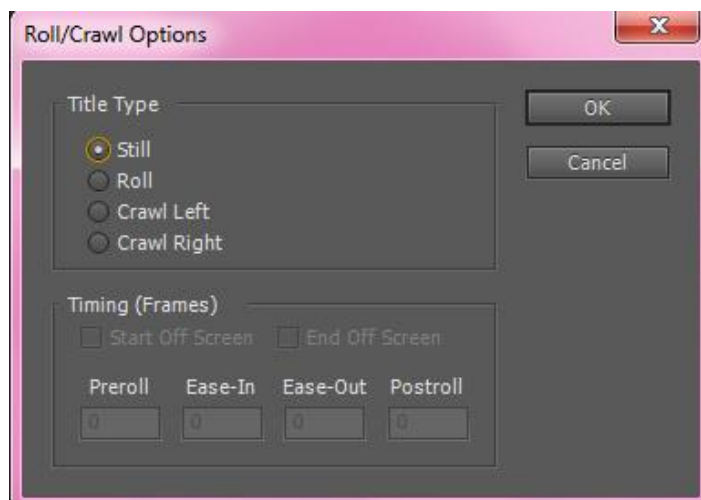
Εικόνα 29: Παράθυρο επιλογών για στοίχιση σε τίτλο (Title Actions)

Απο το μενού “Title-NewTitle-Default Roll”, ανοίγει ένα παράθυρο μέσα στο οποίο μπορούμε να κάνουμε έναν τίτλο ή κείμενο να περιστρέφεται. Αυτό συνήθως γίνεται για τους αρχικούς και τελικούς τίτλους ενός έργου.

Επιλέγοντας απο το μενού “Title- Roll Crawl Options”, ανοίγει ένα παράθυρο όπου εκεί μπορούμε να επιλέξουμε πώς θέλουμε να κινείται ένα κείμενο.



Οι επιλογές είναι:



Εικόνα 30: Παράθυρο επιλογής τύπου για τίτλο (Roll/Crawl Options)

1. **Still:** Με αυτή την επιλογή, αλλάζει το κείμενο σ' έναν στατικό τίτλο.
2. **Roll:** Σε αυτή την περίπτωση, ο τίτλος λειτουργεί σαν κυλιόμενο κείμενο, που συνήθως κυλάει κατακόρυφα στην οθόνη, προς τα πάνω.
3. **Crawl Left, Crawl Right:** Όπου υποδεικνύει την κατεύθυνση που ακολουθεί το συρόμενο κείμενο, αριστερά ή δεξιά. Συνήθως, το κείμενο κυλάει στην οθόνη από αριστερά προς τα δεξιά.

Παρακάτω, υπάρχουν οι επιλογές:

- **Start Off Screen:** Αυτό ελέγχει, εάν οι τίτλοι θα ξεκινούν εντελώς έξω από την οθόνη και θα ρυθμιστούν σταδιακά, ή εάν θα ξεκινούν με το πρώτο στοιχείο κειμένου να εμφανίζεται στην κορυφή ή σε μία πλευρά της οθόνης. Καθορίζει δηλαδή, ότι η κύλιση αρχίζει εκτός οθόνης και εμφανίζεται σταδιακά στην οθόνη. Και η επιλογή
- **End Off Screen:** Όπου υποδεικνύει, εάν οι τίτλοι θα ρυθμιστούν μέχρι να φτάσουν εντελώς έξω από την οθόνη. Η κύλιση δηλαδή συνεχίζεται, μέχρι τα αντικείμενα να βρεθούν εκτός οθόνης.

Στο παράθυρο αυτό εμφανίζονται και άλλες 4 επιλογές:

- Η επιλογή **Pre-Roll:** όπου καθορίζει τον αριθμό των καρτέ, πριν εμφανιστούν οι πρώτες λέξεις στην οθόνη. Καθορίζει για πόσο χρόνο (σε καρτέ), θα πρέπει ο τίτλος να παραμείνει στάσιμος πριν αρχίσει να κινείται.

- Το **Ease-In**: όπου καθορίζει τον αριθμό των καρτέ στην αρχή, στη διάρκεια των οποίων αυξάνεται σταδιακά η ταχύτητα του κυλιόμενου κειμένου, από το μηδέν έως την πλήρη ταχύτητά του.

Καθορίζει δηλαδή πόσα καρτέ χρησιμοποιούνται για την επιτάχυνση του clip τίτλου, μέχρι να φτάσει στην κανονική του ταχύτητα. Για πιο σταδιακή επιτάχυνση, πρέπει να καθοριστούν περισσότερα καρτέ. Αν πληκτρολογήσουμε «0», θα αρχίσει να κινείται ο τίτλος σε κανονική ταχύτητα.

- Το **Ease-Out**: όπου αποτελεί τον αριθμό των καρτέ στο τέλος, στη διάρκεια των οποίων, μειώνεται σταδιακά η ταχύτητα του κυλιόμενου κειμένου. Καθορίζει δηλαδή, πόσα καρτέ χρησιμοποιούνται για την επιβράδυνση του clip τίτλων, μέχρι να σταματήσει. Για ταχύτερη επιβράδυνση, πρέπει να καθοριστούν λιγότερα καρτέ, ενώ για σταδιακή επιβράδυνση, πρέπει να καθοριστούν περισσότερα καρτέ. Αν πληκτρολογήσουμε «0», τότε ο τίτλος θα σταματήσει. Και
- Η επιλογή **Post-Roll**: όπου καθορίζει τον αριθμό των καρτέ που προβάλλονται, αφού τελειώσει το κυλιόμενο κείμενο. Καθορίζει δηλαδή, για πόσα καρτέ, θέλουμε να εμφανίζεται ο τίτλος στάσιμος, ξεκινώντας με το καρτέ στο οποίο σταματάει ο τίτλος και τελειώνοντας με το σημείο τέλους του clip τίτλων.

## 10.11 Δημιουργία Κίνησης

Στο Adobe Premiere Pro, μπορούμε να δώσουμε το οπτικό αποτέλεσμα της κίνησης. Μπορούμε να μετακινήσουμε, να περιστρέψουμε, να κλιμακώσουμε και να μετασχηματίσουμε μια στατική εικόνα ή ένα video clip. Η κίνηση όμως γίνεται σε όλο το video clip. Δεν μπορεί να δωθεί κίνηση, σε μεμονωμένα στοιχεία μέσα στο clip. Η κίνηση μπορεί να καθοριστεί μέσα στην ορατή περιοχή, αλλά και πέρα αυτής, ώστε το clip, να φαίνεται ότι μπαίνει και βγαίνει από το καρτέ.

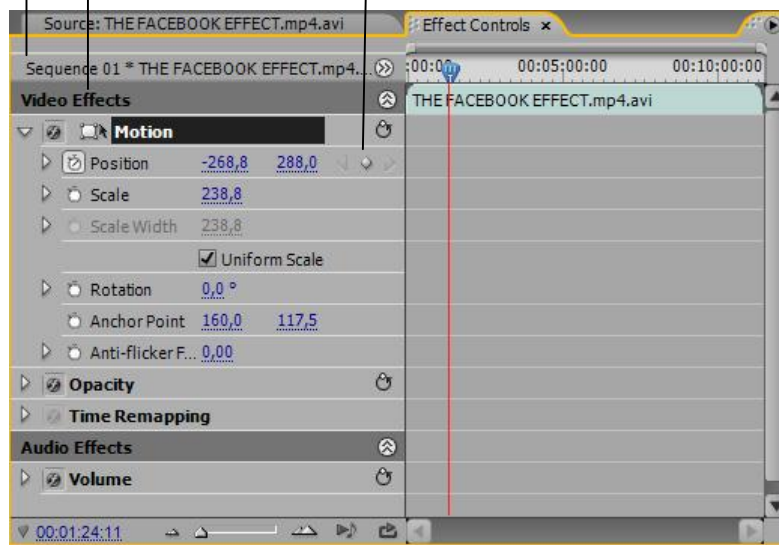
Αν βάλουμε ένα clip στο Timeline και ανοίξουμε την καρτέλα Effect Controls, θα μπορέσουμε εκεί να το επεξεργαστούμε και να του δώσουμε κίνηση. Αυτό μπορεί να γίνει με την επιλογή του εικονιδίου που βρίσκεται αριστερά της λέξης Motion στο παράθυρο Effect Controls. Αφού κάνουμε κλικ σε αυτό το εικονίδιο, θα παρατηρήσουμε ότι το clip μας, στο παράθυρο του Monitor, εμφανίζεται με λαβές στις γωνίες και κατά μήκος των πλευρών. Με αυτές τις λαβές, μπορούμε να προσαρμόσουμε την κλιμακα, την περιστροφή και την θέση του clip.

Κάνοντας κλικ στο τρίγωνο που βρίσκεται αριστερά της λέξης Motion, ανοίγει η λίστα με τις ρυθμίσεις που θα αναπτύξουμε. Κάθε ρύθμιση που κάνουμε, πρέπει στο σημείο του clip που θέλουμε να γίνει η ρύθμιση αυτή πρέπει να βάζουμε ένα keyframe, κάνοντας κλικ στο κουμπί Add / Remove Keyframe.

Τρίγωνο για εμφάνιση λίστας με ρυθμίσεις

Εικονίδιο για εμφάνιση λαβών γύρω από το clip

Add /Remove Keyframe



Εικόνα 31: Παράθυρο επεξεργασίας εφέ (Effect Controls)

## 10.12 Χρήση βιντεοκάμερας – Λήψη βίντεο

Με μία βιντεοκάμερα, πρέπει να καταγραφεί υλικό περισσότερο από αυτό που θα συμπεριληφθεί στην τελική παραγωγή μας. Αυτό μας δίνει την άνεση, ότι έχουμε παραπάνω υλικό, μέσα στο οποίο μπορεί να υπάρχουν πλάνα που πιθανόν να μας διέφευγαν.

Κατά την καταγραφή πλάνων, η κάμερα θα πρέπει να είναι σταθερή. Γι' αυτό τον σκοπό, πρέπει να χρησιμοποιηθεί ένα τρίποδο το οποίο να έχει κινούμενη κεφαλή που να επιτρέπει ομαλές πανοραμικές κινήσεις και κλίσεις της κάμερας. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να δίνεται στους θεατές η αίσθηση, ότι βρίσκονται εκεί που συμβαίνει η δράση. Σε περίπτωση που κατά την καταγραφή κουνηθεί η κάμερα, τότε χάνεται αυτή η ψευδαίσθηση. Δεν πρέπει λοιπόν, να γίνονται πολλά ζούμ και γρήγορα περάσματα με πανοραμική κίνηση.

Για να δώσουμε ένα πιο δραματικό χαρακτήρα σε ένα ηχητικό απόσπασμα, μπορούμε να κάνουμε ένα αργό ζούμ για να προσεγγίσουμε το θέμα, με μέτρο όμως, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, για να μην χαθεί αυτή η ψευδαίσθηση.

Για το κλείσιμο της ιστορίας μας, θα πρέπει το πλάνο να περιέχει εκείνες τις εικόνες, που θα μείνουν στο μυαλό των θεατών.

## 10.13 Μεταφορά βίντεο

Αφού μέσω της βιντεοκάμερας, γίνει η λήψη όλων εκείνων των πλάνων που χρειάζονται, πρέπει αυτά να μεταφερθούν στον σκληρό δίσκο του υπολογιστή και πολύ εύκολα από εκεί να μπορέσουμε να τα επεξεργαστούμε και να τα μοντάρουμε μέσω του προγράμματος Adobe Premiere Pro.

Κάποιες απο τις βιντεοκάμερες διαθέτουν καλώδιο, το οποίο συνδέεται στην θύρα του υπολογιστή μας και έτσι μεταφέρουμε τα αρχεία μας εκεί. Διαφορετικά, αν ο υπολογιστής δεν διαθέτει θύρα, τότε πρέπει να εγκατασταθεί μια κάρτα η οποία θα διαθέτει θύρες και USB.

Κατά την μεταφορά των αρχείων στον υπολογιστή, μπορούν να εμφανιστούν κάποια προβλήματα. Υπάρχει περίπτωση, κάποιο βίντεο να εμφανίζεται με κόκκους και αυτό γιατί μπορεί το Adobe Premiere Pro, να έχει μειώσει την ποιότητα, για να διατηρήσει την ποιότητα του βίντεο που μεταφέρετε.

Επίσης, μπορεί σε κάποιο βίντεο να μην ακούγεται ο ήχος. Έτσι ελέγχουμε τις ρυθμίσεις του ήχου του Adobe Premiere Pro, απο το μενού Edit>Preferences>Audio Settings, Audio Hardware, Audio Output Mapping.

Σε περίπτωση που δεν υπάρχει συγχρονισμός εικόνας και ήχου, είναι κάτι που πρέπει να το ρυθμίσουμε, διότι τα κενά σημεία στην κασέτα δεν έχουν βάση χρόνου (timebase) και μπορεί να προκαλέσουν διακοπές και η βιντεοκάμερα δεν μεταδίδει έγκυρα καρέ, αλλά ο χρόνος συνεχίζει να καταγράφεται.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11. Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ

## 11.1 Προπαραγωγή (Preproduction)

Η προπαραγωγή,είναι το πρώτο και το σημαντικότερο στάδιο για τη δημιουργία μιας ταινίας.

Αποτελεί ουσιαστικά, όλη τη θεωρητική και πρακτική προετοιμασία πριν την έναρξη των γυρισμάτων. Περιλαμβάνει την επιλογή της ομάδας, την έρευνα, την ολοκλήρωση του σεναρίου, την ετοιμασία των σκηνικών,την επιλογή προσώπων, τόπων και θεμάτων, την επιλογή εξοπλισμού και αναλυτικό σχεδιασμό των πλάνων (storyboard).Αφορά την εγγραφή του σεναρίου,την πρόχειρη δημιουργία σκίτσων και την δημιουργία ενός χρονοδιαγράμματος παραγωγής για τα γυρίσματα των σκηνικών. Στην προπαραγωγή,αναπτύσσετε η αρχική ιδέα του προγράμματος,διότι μια λεπτομερής προπαραγωγή,αποτελεί βασικό παράγοντα για την αύξηση της απόδοσης και της αποτελεσματικότητας της οπτικής παραγωγής.<sup>73</sup>

Σε ένα ντοκιμαντέρ,η δομή καθορίζεται συχνά απο το θέμα της ταινίας.Ένα ντοκιμαντέρ πρέπει να πει πάντα μια ιστορία, να διδάξει κάτι.Η ιστορία αυτή πρέπει να αφηγηθεί με στοιχεία, που θα έχουν νόημα για τους θεατές.Κάποια απο τα πιο σημαντικά αυτά στοιχεία είναι:

- Αρχή-Μέση-Τέλος: Αυτό σημαίνει ότι ένα ντοκιμαντέρ για να είναι ολοκληρωμένο,πρέπει να έχει αρχή, μέση και τέλος.Η αρχή πρέπει να είναι ο καθορισμός κάποιων παραμέτρων της ιστορίας.Πρέπει να περιλαμβάνει τον τίτλο και την εισαγωγή που διεγείρει το ενδιαφέρον του κοινού για την παρακολούθησή του. Στην μέση του ντοκιμαντέρ, πρέπει να υπάρχουν κάποιες λεπτομέρειες, για να υποστηριχθούν οι αρχικές δηλώσεις.Πρέπει να περιλαμβάνει την κύρια υπόθεση για να διεγείρει το ενδιαφέρον του θεατή και να βοηθήσει στην επεξήγηση της κύριας ιδέας. Και στο τέλος, πρέπει να συνδεθούν όλα εκείνα τα στοιχεία της ιστορίας μαζί. Να περιλαμβάνει δηλαδή,την περίληψη.<sup>74</sup>

### 11.1.1 Εξοπλισμός

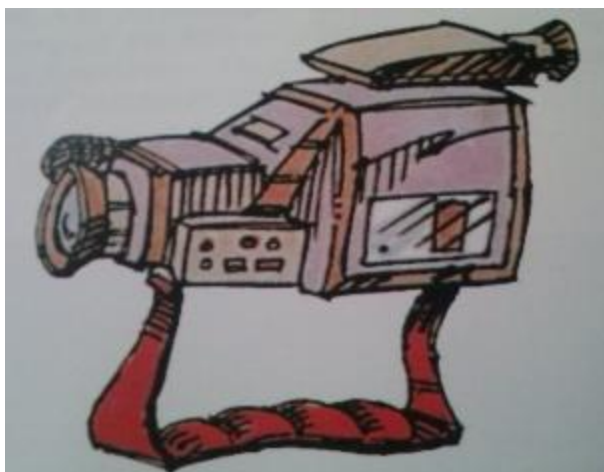
Για την δημιουργία μιας επιτυχημένης παραγωγής,είναι απαραίτητο, πρώτα απ' όλα, να έχει οργανωθεί ο κατάλληλος εξοπλισμός.

---

<sup>73</sup> Παραγωγή Βίντεο-Βασικές Αρχές & Τεχνικές,Herbert Zettl, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»,Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

<sup>74</sup> Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο,Βίντεο,Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode,Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ»,Μακεδονικές Εκδόσεις

Αρχικά, χρειαζόμαστε μία βιντεοκάμερα για τις λήψεις μας. <sup>75</sup>



**Εικόνα 32, Σελίδα 42: Βιντεοκάμερα**  
**Πηγή 32:** (Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις)

Στην συνέχεια, να σχεδιάσουμε τα βήματα που θέλουμε να κάνουμε, για να γυριστεί η παραγωγή μας. Να σημειώσουμε τον απαραίτητο εξοπλισμό που πρέπει να πάρουμε μαζί μας για τα γυρίσματα, τα υλικά που θα χρησιμοποιήσουμε, το χρονοδιάγραμμα της παραγωγής από την αρχή έως το τέλος και τον χώρο αλλά και τον χρόνο της εγγραφής.



**Εικόνα 33, Σελίδα 42: Σχέδιο παραγωγής βίντεο σε χαρτί**  
**Πηγή 33:** (Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις)

Πρέπει να βρούμε έναν συνεργάτη, που θα βοηθάει στη λήψη, να προσέχει για την ύπαρξη καλωδίων και να κρατάει την κλακέτα με τον αριθμό της σκηνής.



Εικόνα 34, Σελίδα 42 : Χρήση συνεργάτη για λήψη  
Πηγή 34: (Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις)

Είναι απαραίτητη η χρήση εξωτερικού μικροφώνου με μεγάλη προέκταση για να υπάρχει καλύτερος ήχος και σε περίπτωση που τα πλάνα γίνουν σε θορυβώδη περιοχή, να ακούγεται καθαρά και ωραία, η φωνή του ομιλητή. Το μικρόφωνο είναι βασική συσκευή για μια καλή εγγραφή.



Εικόνα 35, Σελίδα 43: Χρήση Μικροφώνου σε μια παραγωγή  
Πηγή 35: (Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις)

<sup>75</sup> Παραγωγή Βίντεο-Βασικές Αρχές & Τεχνικές, Herbert Zettl, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»  
Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις

Η θέση ενός μικροφώνου, καθορίζει τη σχέση μεταξύ του θεατή αλλά και του ατόμου ή του αντικειμένου που δημιουργεί τον ήχο. Η θέση του μικροφώνου πλαισιώνει τον ήχο, δείχνωντάς μας από πόσο κοντά ή μακριά ακούγεται ο ήχος.

Υπάρχουν διάφορα είδη μικροφώνων. Μερικά από αυτά είναι τα εξής:<sup>76</sup>

- Τα μικρόφωνα που κρέμονται από πάνω, τα οποία ονομάζονται μπουμ. Αυτά τα μικρόφωνα βέβαια, μπορεί να βρίσκονται και κάτω από τους ηθοποιούς. Στηρίζονται σε έναν μακρύ βραχίονα και αυτό βοηθάει πολύ τον τεχνικό ήχο, γιατί το τοποθετεί στο κεφάλι του ηθοποιού, χωρίς να φαίνεται από την κάμερα.
- Τα μικρόφωνα βραχίονα, τα οποία τοποθετούνται κοντά στην σκηνή που θα γυριστεί η παραγωγή και μπορούν να μετακινούνται και να ακολουθούν τον ομιλητή.
- Τα δυναμικά μικρόφωνα, που είναι τα πιο ανθεκτικά και χρησιμοποιούνται σε εξωτερικούς χώρους και αντέχουν στον σκληρό χειρισμό και σε όλες τις καιρικές συνθήκες. Έχουν την δυνατότητα, λόγω ενός ενσωματωμένου φίλτρου κρότου, να εξαφανίζουν οποιονδήποτε ήχο αναπνοής, κάποιου που μιλάει πολύ κοντά στο μικρόφωνο. Χρησιμοποιούνται και για πολύ δυνατούς ήχους, χωρίς να πάθει κάποια ζημιά το μικρόφωνο ή να παραμορφωθεί ο ήχος.
- Τα μικρόφωνα μιας κατεύθυνσης, τα οποία ελαχιστοποιούν τους ανεπιθύμητους ήχους και συλλέγουν ήχους από μία μόνο κατεύθυνση.
- Τα μικρόφωνα παν κατευθυντικά ή μη κατευθυντικά, τα οποία χρησιμοποιούνται σε διαλόγους ή σε ομιλία περισσότερων από δύο ανθρώπων. Συλλέγουν ήχους από όλες τις κατευθύνσεις και από αρκετά μεγάλη απόσταση. Επίσης ενισχύουν τους ήχους αυτούς, ώστε να φαίνονται ότι προέρχονται από πολύ κοντά.
- Τα μικρόφωνα πυκνωτού, που είναι πολύ ευαίσθητα σε φυσικές θερμοκρασίες και δονήσεις και έτσι χρησιμοποιούνται κυρίως σε κλειστούς χώρους. Παρόλ' αυτά παράγουν υψηλή ποιότητα ήχου απ' ό,τι τα δυναμικά μικρόφωνα. Κάποια από τα μικρόφωνα πυκνωτού χρειάζονται μπαταρία για να λειτουργήσουν, ενώ κάποια άλλα τροφοδοτούνται μέσω του καλωδίου τους με την ακουστική κονσόλα. Σε περίπτωση που τα μικρόφωνα αυτά πρέπει να χρησιμοποιηθούν σε εξωτερικούς χώρους, τότε είναι απαραίτητο να καλυφθούν με αλεξίνεμο, για να προστατευτεί από τον θόρυβο.
- Τα μικρόφωνα συσκευής κεφαλής, όπου είναι υψηλής ποιότητας και αποτελείται από συσκευή ακουστικών κεφαλής με μικρόφωνο. Ο ήχος φτάνει στα ακουστικά από δύο πηγές. Το ένα ακουστικό φέρει τον ήχο του προγράμματος και το άλλο τις οδηγίες. Τέτοια μικρόφωνα έχουν οι ρεπόρτερ αθλητικών εκδηλώσεων.

---

<sup>76</sup> Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις



- Τα μικρόφωνα ταινίας, που είναι πολύ ευαίσθητα όπως είναι τα μικρόφωνα πυκνωτού, αλλά έχουν υψηλή ποιότητα λήψης. Είναι ευαίσθητα στον σκληρό χειρισμό, στους δυνατούς και κοντινούς ήχους, στις άσχημες θερμοκρασίες, αλλά παράγουν πλούσιο και ζεστό ήχο.
- Τα μικρόφωνα χειρός, όπου πρέπει να τα κρατάμε κοντά στο στήθος, σε κανονικές συνθήκες λειτουργίας και να μιλάμε πλάγια προς αυτό. Δεν πρέπει να μιλάμε κατευθείαν μέσα στο μικρόφωνο.  
Σε περίπτωση που χρησιμοποιείται σε εξωτερικό χώρο με θόρυβο, τότε το μικρόφωνο πρέπει να το κρατάμε πιο κοντά στο στόμα. Τέτοια μικρόφωνα χρησιμοποιούνται σε εξωτερικές μεταδόσεις ειδήσεων ή και σε συνεντεύξεις σε αθλητές ποδοσφαιρικών αγώνων.<sup>77</sup>
- Τα μικρόφωνα κάρνης, όπου χρησιμοποιούνται για ήχους από απόσταση και μπορούν να αποφύγουν τους ενοχλητικούς ήχους που μπορεί να προέρχονται είτε από το περιβάλλον, είτε από τον εξοπλισμό και τους ανθρώπους στο στούντιο. Όταν αυτά τα μικρόφωνα χρησιμοποιούνται σε περίπλοκη παραγωγή στούντιο, στηρίζονται πάνω σε μια μεγάλη κεραία στούντιο ή αλλιώς περιφερόμενη κεραία. Ο χειριστής της κεραίας, μπορεί να στρέφει το μικρόφωνο προς την πηγή του ήχου, να την κινεί πανοραμικά προς τα κάτω ή και προς τα πάνω, δεξιά και αριστερά, χωρίς όμως να εμφανίζεται στα πλάνα. Επειδή όμως ο χειρισμός της κεραίας είναι δύσκολος και η κεραία είναι μεγάλη και βαριά, συνήθως τα μικρόφωνα κάρνης, κρατιούνται στο χέρι ή στερεώνονται σε ιστούς. Ο ιστός είναι ένας ελαφρύς μεταλλικός στυλός που μπορεί να εκταθεί.  
Όταν ο ήχος γίνεται πάνω από την πηγή, τότε πρέπει ο ιστός να κρατιέται ψηλά με τεντωμένα χέρια.  
Όταν η λήψη του ήχου γίνεται κάτω από την πηγή, πρέπει ο ιστός να στραφεί προς την κατεύθυνση των ανθρώπων που μιλούν.  
Εάν όμως τα πλάνα έχουν μεγαλύτερο εύρος, τότε ο χειριστής με τον ιστό πρέπει να στέκεται πιο μακριά από την σκηνή και με πιο μακρύ ιστό.
- Τα μικρόφωνα πέτου ή ψείρας, που είναι μικρά ασύρματα μικρόφωνα και τοποθετούνται στα ρούχα των ανθρώπων. Αυτά δίνουν ένα καλό ήχο και εφόσον δεν έχουν καλώδιο, μπορεί ο ομιλητής να κινείται ελεύθερα. Τα ασύρματα μικρόφωνα ψείρας, συνδέονται σε έναν μικρό πομπό που δένετε στο σώμα του ηθοποιού ή τοποθετείτε στην τσέπη του. Τα μικρόφωνα αυτά, είναι μικρά και ανθεκτικά και η ποιότητα του ήχου πολύ καλή. Πρέπει να τοποθετείται πάνω στα ρούχα του ομιλητή, σε απόσταση περίπου 15 με 20 εκατοστά κάτω από το σαγόνι του.
- Τα μικρόφωνα στηρίγματος, που ανήκουν στα μικρόφωνα χειρός και στερεώνονται σε ισχυρό στήριγμα και χρησιμοποιούνται για τραγουδιστές, μουσικά όργανα, ομιλητές κ.τ.λ. Τέτοιου είδους μικρόφωνα, πρέπει να τοποθετούνται σε απόσταση τρεις φορές μεγαλύτερη από την απόσταση που βρίσκεται ένα μικρόφωνο από τον χρήστη του.

<sup>77</sup> Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G. Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

- Τα επιτραπέζια μικρόφωνα, που ανήκουν στην κατηγορία των μικροφώνων χειρός και είναι στερεωμένα σε ένα μικρό υποστήριγμα.Τέτοιου είδους μικρόφωνα,χρησιμοποιούνται σε ομιλίες,σε συζητήσεις και σε δημόσιες ακροάσεις.Πρέπει να τοποθετούνται σε απόσταση τρεις φορές μεγαλύτερη απο την απόσταση που βρίσκεται ένα μικρόφωνο απο τον χρήστη του.

Να λαμβάνεται υπ' όψην το φόντο που θα υπάρχει στο πλάνο που θα γυριστεί.Πρέπει να είναι πάντα διακριτικό,έτσι ώστε να μην τραβάει την προσοχή του θεατή περισσότερο το φόντο.Αυτό που θέλουμε εμείς,είναι ο θεατής να εστιάζεται στον ομιλητή και στο αντικείμενο που θέλουμε να παρουσιάσουμε.



Εικόνα 36,Σελίδα 44: Διακριτικό φόντο σε μια παραγωγή  
 Πηγή 36: (Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή  
 Προγράμματος για Ραδιόφωνο,Βίντεο,Τηλεόραση,Brad Thode  
 & Terry Thode,Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ»,Μακεδονικές Εκδόσεις)

Πρέπει να αποφευχθεί,η λήψη κάποιου ομιλητή ή κάποιου αντικειμένου,όταν πίσω του υπάρχει φως.Αυτό κάνει το αντικείμενο να φαίνεται μαυρισμένο και όχι καθαρό.



Εικόνα 37,Σελίδα 44 : Όχι Φως πίσω από τον ομιλητή  
Πηγή 37: (Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο,Βίντεο,Τηλεόραση,Brad Thode & Terry Thode,Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ»,Μακεδονικές Εκδόσεις)

Στην βιντεοσκόπηση,καλό είναι να αποφεύγονται οι γρήγορες κινήσεις της κάμερας, οι κραδασμοί και τα κουνήματα.Αυτό καταστρέφει την παραγωγή βίντεο.Είναι καλό να χρησιμοποιηθεί κάποιος τρίποδας ή κάποιος που να έχει καλή και σταθερή τεχνική στο κράτημα της κάμερας.Αν δεν βρεθεί κάτι απο αυτά, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε μια καρέκλα ή κάτι σταθερό για την σταθεροποίηση της κάμεράς μας.

Καλύτερη επιλογή βέβαια είναι ο τρίποδας,γιατί έχει ρυθμιζόμενα υποστηρίγματα που ελέγχουν την κίνηση της κάμερας προς όλες τις κατευθύνσεις.

### 11.1.2 Σενάριο

Το σενάριο, είναι η κωδικοποιημένη επεξεργασία του θέματος, πριν το γύρισμα, η «παρτιτούρα» στο χαρτί που θα χρησιμεύσει ως οδηγός, μέχρι την περάτωσή της και μόνο τότε θα ολοκληρωθεί, όταν δεν χρειάζεται πια.Το σενάριο είναι το πιο σημαντικό τμήμα του σχεδιασμού,για να γίνει κατανοητό το μήνυμα που θέλουμε να μεταφέρουμε στο κοινό.Ειδικά στο ντοκιμαντέρ,το σενάριο διαμορφώνεται καθημερινά, μέχρι να τελειώσει η δημιουργία της ταινίας.Από τεχνική άποψη, είναι χρήσιμο να υπάρχει ένας σεναριακός σκελετός, με το περιεχόμενο της κάθε ενότητας και πάνω σε αυτή να στηρίζεται η προετοιμασία και το γύρισμα.Το σενάριο, περιλαμβάνει τον ακριβή διάλογο ή και το τι πρέπει να λεχθεί σε μια συνέντευξη.Στο σενάριο επίσης,πρέπει να περιλαμβάνονται οι λήψεις της κάμερας,τα γραφικά,οι τίτλοι,τα ειδικά εφέ φωτισμού και ήχου και οτιδήποτε άλλο πρόκειται να δείξει η οθόνη. Μετά τα γυρίσματα, ελάχιστα χρήσιμες είναι αυτές οι σελίδες. Με βάση το υλικό που συγκεντρώθηκε, δημιουργείται άλλη μία σκαλέτα, χρήσιμη για την αξιολόγηση του υλικού και για το μοντάζ.Αυτή θα διαμορφωθεί πολλές φορές, ως το τέλος της επεξεργασίας, όπως άλλωστε και το κινηματογραφημένο υλικό.

Για το σενάριο του παρόντος ντοκιμαντέρ, αξιοποιήθηκε η άποψη για την χρήση του διαδικτύου και των social media, πολλών ανθρώπων που έχουν επιχείρηση, πολλών μαθητών και πολλών ψυχολόγων, ψυχιάτρων και κοινωνιολόγων. Υποβλήθηκαν οι άνθρωποι αυτοί σε κατάλληλες ερωτήσεις, ώστε να περάσουν κάποια μηνύματα προς τα έξω, που θα βοηθήσουν ανθρώπους που κινδυνεύουν, αλλά και για να αποτρέψουν άλλα παιδιά από τον εθισμό και για να μην πέσουν θύματα του Διαδικτύου.

Έπειτα, έγιναν οι απαραίτητες τροποποιήσεις, για να γίνει το σενάριο υλοποιήσιμο. Το τελικό σενάριο που αποφασίστηκε, ήταν χωρισμένο σε ενότητες: για τον εθισμό στο Διαδίκτυο, για τα παιδιά που έχουν πέσει θύματα του Διαδικτύου και για ανθρώπους που απλά χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για δικούς τους λόγους, είτε αυτοί είναι παιδιά, μαθητές, είτε αυτοί είναι επιχειρηματίες.

Αναλυτικότερα :

- Εθισμός των παιδιών: Σε αυτήν την ενότητα, περιλαμβάνονται συνεντεύξεις, από ψυχολόγους και ψυχιάτρους, που μιλούν για τον τρόπο με τον οποίο το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, επιδρούν σοβαρά στη ζωή των παιδιών και στην καθημερινότητά τους.
- Άποψη ειδικών: Σε αυτή την ενότητα, υπάρχει άποψη κάποιων κοινωνιολόγων, ψυχολόγων και ψυχιάτρων, που θέλουν πολύ να προστατέψουν τα παιδιά από το Διαδίκτυο. Τα παιδιά πολλών ανθρώπων, μπορεί και να έχουν πέσει θύμα παρενόχλησης και φοβούνται να μιλήσουν στην οικογένειά τους. Μας μιλάνε γι' αυτή την κατάσταση και για το πώς πιστεύουν ότι μπορούν να βοηθήσουν.
- Άλλες χρήσεις Διαδικτύου: Εδώ περιλαμβάνονται συνεντεύξεις κάποιων επιχειρηματιών, κάποιοι από τους οποίους χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τον ελεύθερό τους χρόνο, κάποιοι για να προωθούν και να διαφημίζουν την δουλειά τους και κάποιοι άλλοι δεν τα χρησιμοποιούν και καθόλου. Επίσης, περιλαμβάνονται και συνεντεύξεις από παιδιά, τα οποία χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με πλειοψηφία το Facebook, για να συνομιλούν, να κάνουν γνωριμίες και να περνάνε τον ελεύθερό τους χρόνο ευχάριστα.

Το σενάριο, θεωρείται ως η καταγραφή της υπόθεσης και των διαλόγων μιας ιστορίας. Στην πραγματικότητα όμως, ένα σενάριο, γράφεται κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να δίνει πληροφορίες για το υπόβαθρο των χαρακτήρων, τις συνθήκες μέσα στις οποίες εκτυλίσσεται η εκάστοτε σκηνή, τα σημεία στα οποία θα πρέπει να εστιάσει ο σκηνοθέτης κ.α. Μέσω του σεναρίου, γίνεται αξιολόγηση του ανθρωπίνου δυναμικού που απαιτείται, οι απαιτούμενες κατασκευές σκηνικών, η εκτίμηση του υλικότεχνικού εξοπλισμού, εξάγονται συμπεράσματα για την επιλογή (casting) των ηθοποιών και ακόμα υποδεικνύεται η καλλιτεχνική κατεύθυνση.

Η σεναριακή γραφή ενός ντοκιμαντέρ, προσπαθεί πάντα, να βρει την ισορροπία ανάμεσα στο δίπολο μυθοπλασίας και πραγματικότητας. Πλέον θεωρείται δεδομένο, ότι μια ταινία ντοκιμαντέρ έχει σενάριο, όπως ακριβώς και μια ταινία μυθοπλασίας και επιβάλλεται, προκειμένου να αναδυθεί η αλήθεια του δημιουργού της. Τη στιγμή του γυρίσματος, το σενάριο του ντοκιμαντέρ, παίζει το ρόλο του διαμεσολαβητή.

Είναι ένα εργαλείο διαλόγου ανάμεσα στον σκηνοθέτη και το υπόλοιπο συνεργείο της ταινίας, μια καταγραφή των επιθυμιών του δημιουργού, των σκηνοθετικών του αποφάσεων και έχει τον ρόλο, της αναφοράς. Το τελικό αποτέλεσμα που θα δει ο θεατής δεν είναι παρά η ερμηνεία του αυθεντικού γεγονότος. Η τελευταία γραφή του σεναρίου αλλά και του ντοκιμαντέρ, γίνεται αναπόφευκτα στο στάδιο του μοντάζ. Επειδή το γύρισμα μεταφέρει μαζί του μια ποσότητα νέων δεδομένων, εκπλήξεων και απροόπτων, η διαδικασία του μοντάζ μπορεί να θεωρηθεί μια πλήρης φάση γραφής. Όταν η τελική κόπια δει το φώς, τότε ένα καινούργιο σενάριο μπορεί να γραφτεί, αυτό της τελικής πραγματικότητας.

Όταν υπάρχει ένα καλογραμμένο σενάριο, τότε θα εξοικονομηθεί αρκετός χρόνος κατά την παραγωγή και την μεταπαραγωγή. Το σενάριο βοηθάει στην διαδικασία του μοντάζ, εφόσον υπάρχει διαθέσιμο, ένα ειδικό σχέδιο που θα ακολουθηθεί.

Κατά τη δημιουργία του ντοκιμαντέρ, που παρατίθεται στην εργασία, το σενάριο έπαιξε ρόλο οδηγού και σχεδιασμού των πλάνων. Ενσωματώνοντας τους ρόλους των πρωταγωνιστών στην πραγματικότητα που κινηματογραφείται, δεν θα μπορούσαμε να ακολουθήσουμε κατά κανόνα κάποιο σενάριο. Ακολουθήθηκε, μόνο στις συνεντεύξεις των πρωταγωνιστών και μετέπειτα το στάδιο του μοντάζ συγγράφηκε εκ νέου ως διήγηση από τον αφηγητή. Στο ντοκιμαντέρ αυτό συμβαίνει, διότι δεν γνωρίζουμε ποτέ, τι θα συμβεί, γιατί πολλές φορές δεν υπάρχει δυνατότητα επανάληψης της σκηνής, όπως την έχει οραματιστεί ο δημιουργός και γιατί η τυχαιότητα στην κατασκευή της ταινίας σε συνδυασμό με τον δημιουργικό τρόπο που θα διαχειριστεί ο δημιουργός το τελικό προϊόν των λήψεων, θα ολοκληρώσουν αναγκαστικά το σενάριο, πολύ πιο μετά από την αρχική του εμφάνιση.

Ένα σενάριο αποτελείται από δύο μέρη:

1. Το Οπτικό Μέρος, το οποίο περιλαμβάνει οποιαδήποτε σκηνή, τίτλο, εφέ και γραφικά, που πρόκειται να τα δούμε στο βίντεο. Στο μέρος αυτό του σεναρίου, μπορεί να αναφερθούν και κάποιες οπτικές εργασίες που έχουν πραγματοποιηθεί, όπως είναι η επικάλυψη (Dissolve), η εμφάνιση (Fade in) ή η εξαφάνιση (Fade out) και άλλα. Μπορούν να αναφερθούν και οι ενέργειες που πρέπει να κάνει ο χειριστής της κάμερας, όπως είναι η πανοραμική κίνηση δεξιά ή αριστερά (Pan Right-Pan Left), η ευρυγώνια ή η οξυγώνια ρύθμιση (Zoom in-Zoom out) και άλλα είδη κινήσεων της κάμερας.
2. Το Ακουστικό Μέρος, το οποίο περιλαμβάνει μουσική, ήχο ή κάποιο διάλογο που πρόκειται να ακουστεί. Μπορεί σε αυτό το μέρος του σεναρίου, να αναφερθεί και κάποιο εφέ ήχου, που έχει χρησιμοποιηθεί, όπως είναι το Fade in και το Fade out, που χρησιμοποιούνται για να δυναμώσουν και να εξασθενίσουν τον ήχο αντίστοιχα.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις

### 11.1.3 Πλάνο εργασίας

Στο πλάνο εργασίας υπάρχουν κάποιες ενέργειες, οι οποίες γίνονται για να υπάρξει ένα ολοκληρωμένο και επιτυχημένο σενάριο.<sup>79</sup>

- **Κατακερματισμός σεναρίου σε σκηνές**

Είναι η διαδικασία κατά την οποία το σενάριο χωρίζεται σε σκηνές, όπου για κάθε σκηνή του σεναρίου, το άτομο που κάνει τον κατακερματισμό, δημιουργεί μία λίστα από τους συνεντευξιαζόμενους, τα μηχανήματα που θα χρησιμοποιηθούν και τις περιοχές που θα γίνουν τα γυρίσματα για κάθε σκηνή. Αυτή η διαδικασία, είναι από τα πιο σημαντικά κομμάτια της προπαραγωγής, καθώς οι πληροφορίες που αντλούνται από αυτό, χρησιμεύουν σε πολλά στάδια της οργάνωσης της παραγωγής, όπως στον υπολογισμό του κόστους των σκηνών και δίνει τη δυνατότητα να δημιουργηθεί το χρονοδιάγραμμα.

- **Χρονοδιάγραμμα**

Σε αυτή την περίπτωση, υπολογίζονται οι σκηνές που μπορούν να γυριστούν μέσα στην ημέρα, με βάση τις διαθεσιμότητες του ανθρώπινου δυναμικού και των χώρων, αλλά και τις απαιτούμενες καιρικές συνθήκες, όπου απαιτείται. Μια παραγωγή, μπορεί έτσι να γλιτώσει χρήματα, καθώς οι χαμένες μέρες και οι καθυστερήσεις των γυρισμάτων πάντα ανεβάζουν το κόστος.

- **Casting (Μοίρασμα των ρόλων)**

Για την τελική μορφή του σεναρίου, απαιτείται και η επιλογή των κατάλληλων ανθρώπων, κατά απαίτηση του σκηνοθέτη, ώστε να τους δωθούν οι κατάλληλες γι' αυτούς ερωτήσεις, σχετικά με την κατάσταση στην οποία βρίσκονται και καλούνται να τις απαντήσουν.

- **Εικονογράφηση παραγωγής (Storyboard)**

Είναι κάποια σκίτσα ή κάποιες εικόνες (αποσπάσματα του βίντεο), που προέρχονται από το γύρισμα, οι οποίες δημιουργούνται με την βοήθεια κάποιου επαγγελματία σχεδιαστή ή από τον ίδιο τον σκηνοθέτη αντίστοιχα. Η εικονογράφηση αυτή, υποδεικνύει τον τρόπο της αφήγησης, καθώς παρέχουν πληροφορίες για τα σκηνικά, της γωνίες λήψης, την κίνηση της κάμερας και γενικότερα ορίζουν τα πλάνα που θα πρέπει να γυριστούν.

- **Ρεπεράζ (reperage)**

Είναι η διαδικασία κατά την οποία αναζητείται και εντοπίζεται το φυσικό σκηνικό της εξέλιξης της ιστορίας. Απαιτείται στη διαδικασία αυτή, να είναι παρόντες όλοι, καθώς δεν εξετάζεται ο κάθε χώρος μόνο από άποψη αισθητικής και σκηνογραφίας, αλλά σε σχέση με τις ανάγκες όλων των τεχνικών υπευθύνων, οι οποίοι μετά την επιλογή της τελικής τοποθεσίας, μπορούν να τις ξαναορίσουν και να σχεδιάσουν με ακρίβεια τον τρόπο εργασίας τους.

---

<sup>79</sup> Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις

- **Ντεκουπάζ (decoupage)**

Πρόκειται για την αρχιτεκτονική της σκηνής, την επιλογή των πλάνων και τα ρακόρ μεταξύ τους. Όταν μιλάμε για ρακόρ, εννοούμε την κατάλληλη σύνδεση των πλάνων μιας σκηνής στον κινηματογράφο, ώστε να δίνεται στον θεατή η εντύπωση, της οπτικής και ηχητικής συνέχειας. Στην ουσία ντεκουπάζ, είναι ο τεμαχισμός δράσης σε πλάνα, σε σκηνές και σε σεκάνς, ο χωρισμός κάθε σκηνής σε πλάνα και η σειρά με την οποία θα παρουσιαστούν στην οθόνη. Η σεκάνς, είναι μια ομάδα σκηνών ή μεμονωμένων πλάνων, με ή χωρίς συνέχεια στο χώρο και το χρόνο, που συγκροτούν μια αφηγηματική ενότητα.

Ο τεμαχισμός αυτός, συντάσσεται από τον σκηνοθέτη και περιλαμβάνει πληροφορίες, γύρω από το οπτικό περιεχόμενο του πλάνου, όπως είναι η θέση και το ύψος της μηχανής, το μέγεθος του πλάνου, το είδος του φακού και οι κινήσεις της μηχανής. Επίσης περιλαμβάνει πληροφορίες γύρω από το ηχητικό περιεχόμενο του πλάνου, όπως είναι οι διάλογοι, η αφήγηση, η μουσική, οι ήχοι του περιβάλλοντος και τέλος τον τρόπο δεσίματος των πλάνων μεταξύ τους (cut, dissolve, wipes). Αυτά αποτελούν τρόπους μετάβασης από μια εικόνα στην επόμενη, κατά τη διαδικασία του μοντάζ. Οι μεταβάσεις αυτές μπορεί να γίνονται στιγμιαία, με ξεθώριασμα της εικόνας, με ανάμειξη των δύο, με μαύρισμα της εικόνας κ.τ.λ.

#### **11.1.4 Προετοιμασία Συνεντεύξεων**

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση μιας συνέντευξης, απαιτούν σωστή οργάνωση και προετοιμασία.

Αρχικά, πρέπει να γνωρίζουμε ακριβώς το αντικείμενο του ντοκιμαντέρ μας, ώστε να γίνουν εύστοχες ερωτήσεις, με χρήσιμες πληροφορίες για την ανάπτυξη του θέματός μας. Είναι αναγκαία η έρευνα, τόσο του αντικειμένου με το οποίο ασχολείται το ντοκιμαντέρ, όσο και των πληροφοριών που αφορούν το συνεντευξιαζόμενο πρόσωπο.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία, επιλέχθηκαν για την συνέντευξη, 3 Κοινωνιολόγοι, 3 Ψυχολόγοι, 2 Ψυχίατροι, 1 Λογοπαιδικός και 8 Χρήστες των Κοινωνικών Δικτύων.

#### **11.1.5 Μέρη προς επίσκεψη**

Με βάση το σενάριο και το θέμα, έγινε επιλογή των κατάλληλων περιοχών όπου πραγματοποιήθηκαν στο στάδιο αυτό τα γυρίσματα. Ένα τμήμα του προϋπολογισμού αποτελούν και οι μετακινήσεις σε διάφορα μέρη για την εγγραφή διαφόρων τμημάτων της παραγωγής βίντεο. Σε αυτήν την περίπτωση, όταν υπάρχουν πολλές μετακινήσεις, ο προϋπολογισμός είναι πάρα πολύ υψηλός.<sup>80</sup>

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν στις παρακάτω τοποθεσίες:

- Στα γραφεία των ψυχολόγων, των ψυχιάτρων και της λογοπαιδικού
- Στο σπίτι των χρηστών

Αποφασίστηκε επίσης βιντεοσκόπηση:

- Σε ιδιωτικούς χώρους που επέλεξαν οι Κοινωνιολόγοι

## 11.2 Παραγωγή (Production)

Το στάδιο της παραγωγής περιλαμβάνει την υλοποίηση των πλάνων, όπως σχεδιάστηκαν στην προπαραγωγή. Είναι η πραγματική εργασία εγγραφής και η συναρμολόγηση των τμημάτων του βίντεο.<sup>81</sup> Στην παραγωγή μετασχηματίζεται η αρχική ιδέα του προγράμματος και υπάρχει τεχνικό προσωπικό και χρησιμοποιείται ποικιλία εξοπλισμού παραγωγής.<sup>82</sup>

Στο ντοκιμαντέρ, το στάδιο της παραγωγής μπορεί να αλλάξει το ύφος του, τη δομή του και το περιεχόμενό του, μιας και καταγράφεται η δράση με τις πιθανότητες, του απρόβλεπτου της πραγματικότητας.

Σε αυτό το στάδιο, περιλαμβάνεται επίσης η παραγωγή μουσικής, κάποιων γραφικών και σχεδίων (animation) ενδεχομένως, αν χρειάζονται. Πριν αρχίσει η εγγραφή, πρέπει να γίνουν κάποιες βασικές κινήσεις. Αυτές είναι η ισοστάθμιση λευκών της κάμερας (white balance), η τοποθέτηση φώτων, η τοποθέτηση της κάμερας βάσει ντεκουπάζ, ο έλεγχος του ήχου, και όλη η διαδικασία make-up. Η διαδικασία των γυρισμάτων είναι αρκετά σημαντική. Ένα επιτυχημένο γύρισμα καθιστά ευκολότερη τη διαδικασία της μεταπαραγωγής.

### 11.2.1 Καταγραφή ήχου

Ο ήχος αποτελεί ένα σημαντικό συστατικό της τηλεοπτικής μορφής. Ο ήχος μεταφέρει σε εμάς τηλεοπτικές έννοιες, ακόμα και όταν δεν βλέπουμε εικόνα. Ο ήχος έχει ως σκοπό να προσελκύει την προσοχή και το ενδιαφέρον του θεατή, να διατηρεί την τηλεοπτική ροή και την συνοχή στις μεμονωμένες σκηνές και να διαμορφώσει την αντίληψή μας για την εικόνα. Οι εικόνες από μόνες τους δεν αρκούν, για να μας προσελκύσουν. Ο ήχος κινεί την προσοχή, κατευθύνοντάς μας, σε μια αφηγηματική πλοκή ή δράση. Εκείνος ο ήχος που βοηθάει την τηλεοπτική ροή, είναι όταν υπάρχουν γρίφοι σε μια ομιλία, διάλογο ανάμεσα σε κάποιους ηθοποιούς, οι οποίοι μας δελεάζουν, ώστε να παραμείνουμε στους δέκτες μας για να δούμε τι θα συμβεί στην συνέχεια. Αυτή η περιέργειά μας, μας σπρώχνει μέσα στην τηλεοπτική ροή. Ακόμη και η μουσική είναι ένα μέσο, γιατί σε μια παραγωγή, η μουσική δεν τελειώνει ταυτόχρονα με την σκηνή, αλλά συνεχίζεται για λίγα δευτερόλεπτα ακόμα. Η συνοχή αυτή της μουσικής, δείχνει την μετάβαση από την μία σκηνή στην άλλη.

Ο ήχος, όσο πιο δυνατός είναι, τόσο πιο μεγάλη είναι η δύναμή του. Το πόσο υψηλός ή χαμηλός είναι ένας ήχος σε ένταση, αυτό είναι σημαντικό για μια παραγωγή και προσδίδει μια κατάσταση. Ένα παράδειγμα, είναι ότι ένας ήχος με μεγάλη ένταση, δείχνει αγωνία σε κάποιες περιπτώσεις, ενώ ένας ήχος με χαμηλή ένταση, δείχνει κάτι το δυσόιωνα.<sup>84</sup>

---

<sup>81</sup> Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις

<sup>82</sup> Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις

<sup>83</sup> σελ 6 Παραγωγή Βίντεο-Βασικές Αρχές & Τεχνικές, Herbert Zettl, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

<sup>84</sup> Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G. Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ», σελ 198 – 203



Υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες ήχων που είναι απαραίτητες για την ηχητική παραγωγή μιας ταινίας, ενός ντοκιμαντέρ. Αυτές είναι:<sup>85</sup>

### ***1. Διάλογοι***

Είναι απαραίτητο για μια παραγωγή, να καταγραφεί η ανθρώπινη φωνή πολύ καθαρά. Η ομιλία στους διαλόγους, είναι το πιο εμφανές στοιχείο του τηλεοπτικού ήχου. Η καταγραφή της φωνής, μπορεί να γίνει είτε την ώρα του γυρίσματος, είτε σε κάποιο στούντιο. Όταν γίνεται σε στούντιο, η καταγραφή είναι πιο ποιοτική και με μεγάλες δυνατότητες επεξεργασίας και διαχείρισης. Αυτό βέβαια απαιτεί πολύ χρόνο, γι' αυτό και στις μικρές παραγωγές αυτό αποφεύγεται.

Για να γίνει η καταγραφή της φωνής ταυτόχρονα με την εικόνα, πρέπει αυτό να γίνει σε αντίξοες, ηχητικά, συνθήκες. Μια σκηνή, μπορεί να γυριστεί σε εξωτερικό χώρο με απρόβλεπτες ηχητικές πηγές όπως είναι ο θόρυβος του περιβάλλοντος ή ακόμα και σε εσωτερικό χώρο με μεγάλη αντήχηση. Ο σκοπός του ηχολήπτη σ' αυτήν την περίπτωση, είναι να καταγράψει την πηγή που θέλει, όπου σε αυτή την περίπτωση είναι η ομιλία, αποκλείοντας, όσο αυτό είναι δυνατό, τις υπόλοιπες ηχητικές πηγές του χώρου που δεν τον ενδιαφέρει. Είναι γεγονός, ότι χωρίς τον λόγο, οι τηλεοπτικές εικόνες χάνονται.

Καμιά φορά βέβαια, οι εικόνες είναι περιττές.

### ***2. Ηχογράφηση ή επιλογή μουσικής***

Είναι η μουσική που χρειάζεται σε κάποιες περιπτώσεις για να λειτουργήσει υποβοηθητικά, όσον αφορά την αίσθηση που θέλει να αποδώσει ο δημιουργός σε κάποια σκηνή.

### ***3. Ηχητικά εφέ***

Είναι εκείνοι οι ήχοι που έχουν ηχογραφηθεί με σκοπό να προσομοιώσουν ένα ηχητικό δρώμενο, που συμβαίνει σε μια σκηνή. Όλα τα στοιχεία του τηλεοπτικού ήχου, που δεν είναι ομιλία ή μουσική, συμπεριλαμβάνονται στην κατηγορία των ηχητικών εφέ. Μπορεί να έχουν σκοπό να δώσουν έμφαση στη δράση που περιγράφεται από την εικόνα ή να δώσουν πιο ρεαλιστικούς ήχους, όπως είναι τα βήματα ή και ο ήχος κάποιου αυτοκινήτου.

### ***4. Ηχογράφηση ήχων του περιβάλλοντος***

Πρόκειται για ήχους, που μεταφέρουν την αίσθηση του περιβάλλοντος χώρου σε μια σκηνή, όπως είναι η θάλασσα, το πλήθος κ.α. Αυτούς τους ήχους, μπορούμε να τους ηχογραφήσουμε, είτε στο συγκεκριμένο μέρος, του οποίου την ακουστική αίσθηση θέλουμε να αναπαράγουμε, είτε να τους πάρουμε από άλλο, παρόμοιο ηχητικό χώρο και να τους προσθέσουμε στην τελική μείξη της ταινίας. Ακόμα, σ' αυτήν την κατηγορία, ανήκει και ο τόνος δωματίου, δηλαδή η ηχογραφημένη «σιωπή» ενός κλειστού χώρου.

---

<sup>85</sup> Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G. Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ», σελ 194 - 197

### 11.2.2 Φωτισμός

Το φως επηρεάζει την ποιότητα του ειδώλου μιας εγγραφής βίντεο. Τα χρώματα στο βίντεο που δημιουργούνται από τον φωτισμό, πρέπει να φαίνονται φυσικά, διαφορετικά το βίντεο θα είναι ενοχλητικό για τον θεατή.

Ακόμα όμως και στην πιο απλή εικόνα, είναι απαραίτητο να μεταδωθεί ένα τεράστιο ποσό φωτισμού. Η κάμερα, επειδή δεν έχει τις ίδιες δυνατότητες προσαρμογής με το ανθρώπινο μάτι, πρέπει να υπάρχει σωστή χρήση του φωτισμού, για να μπορεί να γίνει αισθητή η τρισδιάστατη εικόνα του χώρου, μέσα από την δυσδιάστατη εικόνα της κάμερας. Ο φωτισμός χρησιμοποιείται και για να ανεβάσει την διάθεση και τους τόνους, αλλά και για να συμβάλλει στη διαμόρφωση κάποιου χαρακτήρα. Ενισχύει την αίσθηση του βάθους, φωτίζοντας με διαφορετικό τρόπο τα μπροστά και τα πίσω επίπεδα της εικόνας.

Υπάρχουν δύο βασικοί τύποι φωτός:

1. Το *κατευθυντικό φως*, που παράγεται από τον ήλιο, από τον φακό και από τα μπροστινά φώτα ενός αυτοκινήτου και δημιουργούνται έντονες σκιές.
2. Αυτός ο τύπος φωτός, δεν διασκορπίζεται σε άλλες περιοχές, αλλά κατευθύνεται προς μια συγκεκριμένη περιοχή. Και
3. Το *διαχεόμενο φως*, που απλώνεται και φωτίζει μεγάλες περιοχές και οι σκιές του είναι απαλές και διαφανές.

Η ένταση και η ποσότητα του φωτός που πέφτει σε μια ορισμένη περιοχή, είναι μια πολύ σημαντική πλευρά του φωτισμού. Όσο πιο κοντά βρίσκεται μια συσκευή φωτός σε ένα αντικείμενο, τόσο πιο έντονη θα είναι η φωταγώγηση. Δεν πρέπει δίπλα στο φως να υπάρχουν αντικείμενα, γιατί το αποτέλεσμα θα είναι μια επίπεδα φωτισμένη εικόνα, με καθόλου βάθος και λίγες σκιές. Επίσης, σε περίπτωση που κάποιο αντικείμενο μπει μπροστά στην συσκευή φωτισμού, τότε μειώνεται η ένταση του φωτός και καλύπτεται η ταυτότητα του αντικειμένου αυτού.

Σημαντική πλευρά του φωτισμού, αποτελεί και ο έλεγχος των σκιών που μας περιβάλλουν. Άλλες είναι σκοτεινές και πυκνές και άλλες φωτεινές και λεπτές, που γίνονται δύσκολα αντιληπτές.

Δεν πρέπει να βάζουμε την πηγή φωτός, κάτω από το επίπεδο των ματιών του προσώπου, γιατί αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα, η μορφή του προσώπου να μοιάζει με φάντασμα.

Ένα πρόβλημα που παρουσιάζεται κατά τις λήψεις σε κλειστό χώρο, είναι πως υπάρχει συνήθως φως φθορισμού, που δεν είναι πάντα το καλύτερο για μια λήψη βίντεο. Από την άλλη, κατά τις λήψεις σε εξωτερικό χώρο, το φως του ήλιου μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα, όταν το φως είναι πίσω από τον άνθρωπο, γιατί η λήψη θα είναι σκοτεινή.

Απαλός φωτισμός, μπορεί να υπάρξει όταν έχουμε μια συννεφιασμένη μέρα και οι ακτίνες του ήλιου είναι διάχυτες στα σύννεφα.<sup>86</sup> Σε αυτήν την περίπτωση, οι σκιές που υπάρχουν, δημιουργούν θαμπές σκιαγραφήσεις και έτσι οι ηθοποιοί δείχνουν νεότεροι. Πρέπει οι ηθοποιοί, να μην βλέπουν κατευθείαν στην πηγή φωτισμού, διότι μπορεί να προκληθεί ζημιά στα μάτια τους και κινδυνεύουν να αλλοιωθούν.

Στο ντοκιμαντέρ αυτό, χρησιμοποιήθηκε αρκετά το φυσικό φως του ήλιου, καθώς πολλές λήψεις έγιναν σε εξωτερικούς χώρους την ημέρα, χωρίς να καίει σημεία της εικόνας. Τα πρόσωπα παρέμεναν απλά φωτισμένα και ευδιάκριτα. Επίσης, λήψεις έγιναν και σε εσωτερικούς χώρους. Παρόλ' αυτά, η εικόνα δεν ήταν σκοτεινή και θαμπή.

### 11.2.3 Υλοποίηση των Συνεντεύξεων

Για κάθε ενότητα, επιλέχθηκαν οι κατάλληλοι άνθρωποι στο στάδιο της προπαραγωγής, οι οποίοι δεχτηκαν να μιλήσουν μπροστά στην κάμερα, για τους ίδιους και για τον λόγο που οι ίδιοι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι ερωτήσεις ορίστηκαν και στη συνέχεια δομήθηκαν σε μορφή συνέντευξης. Επιλέχθηκε ως μέσο καταγραφής, η κάμερα, η οποία έχει ενσωματωμένο μικρόφωνο. Υπήρχαν βέβαια και εξωτερικοί ήχοι, δηλαδή θόρυβος, παρόλ' αυτά, το καταγραφόμενο υλικό ήταν χρήσιμο και ξεκούραστο στην ακρόαση.

Οι άνθρωποι από τους οποίους πήρα την συνέντευξη ήταν:

- Κοινωνιολόγος: Έλενα Σεργεντάνη
- Κοινωνιολόγος: Νικηφόρος Φάρκωνας
- Κοινωνιολόγος: Μαρία Ξεπαπαδάκου
- Ψυχολόγος: Δομνίκη Κουλάκη
- Ψυχολόγος: Παναγιώτα Τσαπαρδώνη
- Ψυχολόγος: Μαρία Φρατζή
- Ψυχίατρος: Δημήτρης Γερούκαλης
- Ψυχίατρος: Αφροδίτη Γιαπράκη
- Λογοπαιδικός: Κατερίνα Ρίνη
- Χρήστης: Γιώργος Καράμπελας
- Χρήστης: Λαμπρινή Γκόλια
- Χρήστης: Έλενα Γαβρά
- Χρήστης: Μαρία Ευθυμίου
- Χρήστης: Γιώργος Νικολόπουλος
- Χρήστης: Ανδρέας Καράμπελας
- Χρήστης: Θοδωρής Καράμπελας
- Χρήστης: Παρασκευή Διαμαντή

Οι ερωτήσεις των συνεντεύξεων που έγιναν, ήταν κατάλληλες ώστε να περάσουν μηνύματα στα υπόλοιπα παιδιά, ότι ο εθισμός στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι μία άσχημη κατάσταση γι' αυτούς, διότι απομονώνονται από τον έξω κόσμο και απομακρύνονται ακόμα και από την οικογένειά τους. Χάνουν την επαφή με τα πάντα και το μόνο που τους ενδιαφέρει είναι η διαδικτυακή ζωή. Ο εθισμός κάνει κακό στην δική τους ζωή.

Επίσης, μέσω των ερωτήσεων, δίνονται ξεκάθαρες απαντήσεις σχετικά με τα θετικά αλλά και τα αρνητικά χαρακτηριστικά που έχουν τα social media στην ζωή των παιδιών, των ανθρώπων που γενικά χρησιμοποιούν για διάφορους λόγους το διαδίκτυο, αλλά και στην ζωή ανθρώπων που έχουν μία επιχείρηση και θέλουν να διαφημίσουν την επιχείρησή τους και τα προϊόντα τους.

Όλες αυτές οι ερωτήσεις, τροποποιήθηκαν κατάλληλα, ώστε να έχουν δομή, τόσο σαν μεμονωμένες ερωτήσεις, όσο και σαν ολοκληρωμένες συνεντεύξεις.

---

<sup>86</sup> Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική- Jeremy G. Butler, Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

## 11.3 Μετα-Παραγωγή (Post-Production)

Η μεταπαραγωγή, μπορεί να είναι και το πιο σημαντικό μέρος της δημιουργίας ενός βίντεο.

Σε αυτό το στάδιο, γίνεται η μεταφορά του υλικού (βίντεο και ήχος), σε ηλεκτρονικό υπολογιστή, για την επεξεργασία και την τελειοποίηση της μορφής του ντοκιμαντέρ. Η διαδικασία αυτή ονομάζεται μοντάζ και περιλαμβάνει την πρόσθεση γραφικών, την μείξη ήχου και τα ειδικά εφέ.<sup>87</sup> Στο στάδιο αυτό της μετά-παραγωγής, το υλικό της κινηματογράφησης αποκτά λογική αφηγηματική συνέχεια και οριστική μορφή. Οι τεχνικές της μεταπαραγωγής, παρέχουν την δυνατότητα σε εμάς, να προσθέσουμε τίτλους ή γραφικά, μουσική ή και κάποια ειδικά εφέ στο βίντεό μας. Στην μεταπαραγωγή, επιλέγονται τα καλύτερα τμήματα ενός προγράμματος και βελτιώνεται η ποιότητα εικόνας και ήχου.

Η εμπειρία δείχνει, πως κατά τη διάρκεια της μετα-παραγωγής, υπάρχει μεγάλο πεδίο εισαγωγής νέων ιδεών, μέχρι το σημείο που μπορούμε να μιλήσουμε για εκ νέου σεναριακή προσέγγιση. Είναι συνεπώς ένα εξίσου δημιουργικό στάδιο της συνολικής παραγωγής.

### 11.3.1 Καταγραφή βίντεο (Capturing)

Η ψηφιακή καταγραφή Video (capturing), είναι η διαδικασία μεταφοράς της πληροφορίας από την κάμερα στον σκληρό δίσκο του υπολογιστή, ψηφιακά, μέσω ενός ειδικού software. Σε αυτή την περίπτωση, χρησιμοποιήθηκε ένα laptop Toshiba και το software Adobe Premiere Pro CS5.5. Η μεταφορά της πληροφορίας (βίντεο και ήχος), έγινε μέσω κάρτας μνήμης της βιντεοκάμερας. Η αποθήκευση έγινε σε εξωτερικό σκληρό δίσκο, σε ασυμπίεστη μορφή «.avi».

Το υλικό αντιγράφηκε και σε δεύτερο σκληρό δίσκο, για ασφάλεια (back up).

### 11.3.2 Σπικάζ (Speakage)

Το σπικάζ, είναι η αφήγηση που συνοδεύει, όχι υποχρεωτικά βέβαια, μία ταινία ντοκιμαντέρ.

Είναι από τα σημαντικότερα ηχητικά εργαλεία της μετά-παραγωγής ενός ντοκιμαντέρ. Μπορεί να είναι ένα κείμενο γραμμένο και εκφωνημένο από έναν ηθοποιό ή ένα προσωπικό σχόλιο του σκηνοθέτη.

Υπάρχουν και οι περιπτώσεις, που μιλούν κατευθείαν οι πρωταγωνιστές της ταινίας, χωρίς κείμενο. Το σπικάζ, δίνει τη δυνατότητα στους δημιουργούς να τεκμηριώσουν τις θέσεις τους ή να παραθέσουν σχόλια. Πρόκειται για τη δυνατότητα διήγησης μιας παράλληλης ιστορίας μέσα από τη ματιά του δημιουργού, που δεν σχολιάζει άμεσα αυτά που έχουν κινηματογραφηθεί και προβάλλονται, αλλά κάποιες άλλες πτυχές που δεν είναι εμφανείς. Το ύφος του σπικάζ, είναι καθοριστικό για το ύφος ολόκληρης της ταινίας. Αυτό είναι που δίνει ύφος και περισσότερες πληροφορίες, πέρα από αυτές των συνεντεύξεων.

---

<sup>87</sup> Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «IQN», Μακεδονικές Εκδόσεις

Δεν υπάρχουν στερεότυπα, που πρέπει να τηρηθούν στη δημιουργία του σπικάζ. Πολλές φορές γίνεται ο κεντρικός άξονας σύνδεσης των πλάνων, με αποτέλεσμα ο σκηνοθέτης εξουσιαστικά, να καθοδηγεί τον θεατή, στον τρόπο ερμηνείας των εικόνων.

Ακόμη και η εικόνα, μπορεί να είναι φορέας πληροφορίας, συναισθημάτων, περιγραφών, στοχασμού και ιδεών.

Μπορεί να είναι επίσης και εντελώς αποστασιοποιημένο, εσωστρεφές, εξωστρεφές, πεζό, θαυμαστικό, ειρωνικό, αστείο, φλύαρο, επιβλητικό, διακριτικό, τα πάντα.

Αρκεί βέβαια, να εξυπηρετεί το σύνολο της ταινίας με αυθεντικότητα και ειλικρίνεια, όπως κάθετι μέσα σε αυτήν. Η ποιότητα του ήχου σε αυτό το στάδιο είναι πολύ σημαντική. Ο τρόπος που θα αποδοθεί το κείμενο από τον εκφωνητή θα προσδώσει στο έργο, ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της ταυτότητας και της αισθητικής του και είναι δουλειά του σκηνοθέτη-δημιουργού να διευθύνει τον αφηγητή ώστε να μπορέσει να αποδώσει στην ταινία, το ύφος που έχει οραματιστεί.

Επιλέχθηκε η αφήγηση, να εστιάζει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως πρωταγωνιστές στην ζωή των ανθρώπων.

### 11.3.3 Εισαγωγή τίτλων

Οι τίτλοι που εισάγονται σε μια ταινία ή σε ένα ντοκιμαντέρ, εκτός του ότι είναι απαραίτητοι, ως προς την αναγκαιότητα της επεξήγησης, αποτελούν πολλές φορές στοιχείο που συμπληρώνει την γενικότερη αισθητική του έργου και υποβάλλει το θεατή στο επιθυμητό κλίμα. Η λειτουργία των τίτλων στο Adobe Premiere, επιδέχεται επιλογή της γραμματοσειράς και του χρώματος των γραμμμάτων, μέχρι την κίνηση των τίτλων και τελικά τη χρήση τους, ως αρχεία εικόνας, που αξιοποιούνται με πολλούς τρόπους.

Υπάρχουν οι τίτλοι αρχής και τέλους, αλλά και οι ενδιάμεσοι τίτλοι που σηματοδοτούν το πέρασμα από τη μία ενότητα στην άλλη, αλλά και οι τίτλοι που δίνουν πληροφορίες παράλληλα με την εικόνα, όπως είναι για παράδειγμα τα ονόματα των ανθρώπων που μιλούν.

Οι τίτλοι αυτοί, έχουν την δυνατότητα να κινούνται από το κάτω μέρος της οθόνης προς τα πάνω και αυτή η κίνηση ονομάζεται ολίσθηση (scrolling), αλλά και κατά μήκος της οθόνης και αυτή η κίνηση καλείται έρπυση (crawl).<sup>88</sup>

Εκείνοι οι τίτλοι που εμφανίζονται στο πάνω μέρος της οθόνης στο τέλος ενός προγράμματος, είναι οι τίτλοι συμμετοχής.

Μπορούμε επίσης, να ρυθμίσουμε τους τίτλους, να περιστρέφονται, να αναπηδούν ή να ρυθμίζουν την εστίασή τους, μέσω κίνησης.

Οι τίτλοι θα πρέπει να έχουν ένα ικανοποιητικό μέγεθος γραμματοσειράς, για να είναι ευανάγνωστοι και να μπορούν να διαβαστούν από κάποια απόσταση.

### 11.3.4 Μοντάζ

Η οργάνωση του υλικού των σκηνών που γυρίστηκαν και η σύνδεσή τους σε ένα εννιαίο σύνολο, την ονομάζουμε μοντάζ. Η οριστική διάταξη και διαμόρφωση αυτού του υλικού, οπτικού και ηχητικού, δημιουργεί μια αυτονομία χώρου και χρόνου, τον λεγόμενο φιλικό χώρο και χρόνο. Η διαδικασία εμφάνισης και οριστικοποίησής τους, γίνεται με τη συνδεσμολογία των πλάνων.

Δεν αρκούν μόνο τα ωραία καλογυρισμένα και καλοφωτισμένα πλάνα, αλλά για να αποκτήσουν νόημα και ενότητα, πρέπει να αντιπαρατίθενται με άλλα πλάνα και να υπάρχει διάρθρωση σε μια συντεταγμένη αλληλουχία ήχων και εικόνων. Το «δέσιμο» του ενός πλάνου με το προηγούμενο και το επόμενο, δημιουργεί σχέσεις αλληλεξάρτησης μεταξύ τους, παράγει οπτικούς και ηχητικούς, νοηματικούς και εφραστικούς συνδυασμούς, που διαμορφώνουν τη δομή και το ύφος του έργου. Χάρη στο μοντάζ, το ολοκληρωμένο φιλμ αποκτά καθαρότητα και εκφραστική ολοκλήρωση. Η αλληλοδιαδοχή των εικόνων γίνεται με βάση τη θεματική, δραματική συγκρότηση της ιστορίας, με τελικό στόχο την υλοποίηση μιας αισθητικής αντίληψης.

Αρχικά, έγινε ένα πρόχειρο μοντάζ στο Adobe Premiere Pro σε κάθε συνέντευξη χωριστά, δίνοντας έτσι μία ομοιογένεια στη θεματολογία και αφαιρώντας παύσεις και λάθη που τυχόν συνέβαιναν κατά τη διάρκεια της συνέντευξης.

Η μορφή ενός ντοκιμαντέρ, μπορεί να αλλάξει ακόμα και στη διαδικασία του μοντάζ. Ο συγχρονισμός του ήχου και του σπικάζ, η πρόσθεση μουσικής και η επιλογή των πλάνων από τις συνεντεύξεις, καθώς και τα υπόλοιπα γυρίσματα, έδωσαν το τελικό ύφος και τη μορφή στο ντοκιμαντέρ.

Επιλέχθηκαν αποσπάσματα από τις συνεντεύξεις, δίνοντας ένα εννιαίο νόημα για κάθε μία από τις ενότητες. Τεχνικά, έγινε προσπάθεια να δωθεί μία ομοιομορφία στην εικόνα, διαμορφώνοντας όπου ήταν απαραίτητο, το χρώμα, τη φωτεινότητα και την αντίθεση.

Το αποτέλεσμα ήταν ένα εννιαίο ασυμπύεστο βίντεο των περίπου 30 λεπτών της μορφής «.avi».

### 11.3.5 Εξαγωγή ταινίας

Για την τελική παραγωγή του βίντεο υπάρχει η διαδικασία του “Export” όπου μπορούμε να επιλέξουμε όνομα αρχείου, σημείο αποθήκευσης και να ορίσουμε τις ρυθμίσεις του τελικού βίντεο. Το Adobe Premiere Pro προτείνει πολλά πρότυπα προαποθηκευμένων ρυθμίσεων.

Αφού ολοκληρωθεί το έργο μας, υπάρχουν πολλές επιλογές για την εξαγωγή του, σε μία τελική μορφή. Έχουμε τη δυνατότητα να επιλέξουμε μόνο το βίντεο ή μόνο τον ήχο, ή και ολόκληρο το έργο, δηλαδή με βίντεο και ήχο για να κάνουμε εξαγωγή. Μπορούμε επίσης να κάνουμε εξαγωγή και ένα μεμονωμένο καρέ ή μία σειρά απο καρέ ή και μία ολόκληρη αλληλουχία πλάνων.

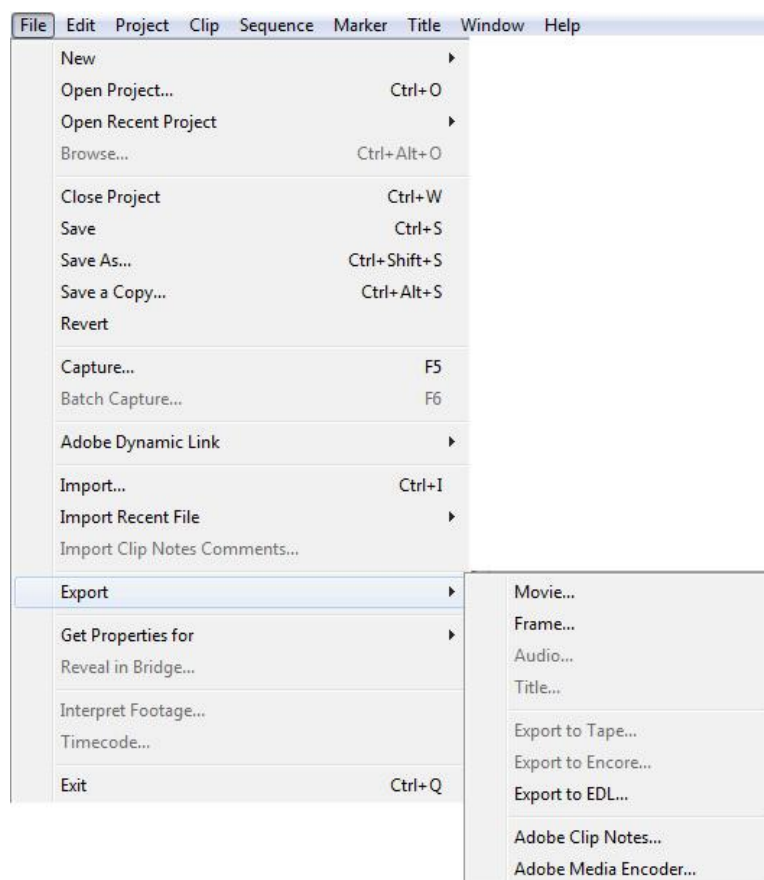
Η εξαγωγή ενός βίντεο, μπορεί να γίνει από το μενού “File- Export”, εφόσον είναι επιλεγμένο το Διάγραμμα Γραμμής Χρόνου, δηλαδή το Timeline, διότι αν δεν είναι δεν θα εμφανιστεί διαθέσιμη η εντολή Export στο μενού File.

Όταν επιλέξουμε την εντολή Export, εμφανίζεται δίπλα μία λίστα με κάποιες επιλογές. Πρέπει να επιλέξουμε εκείνη την οποία θέλουμε.

---

<sup>88</sup> Ο κόσμος της τεχνολογίας 4- Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση, Brad Thode & Terry Thode, Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις

Τι σημαίνει όμως η κάθε επιλογή; <sup>89</sup>



Εικόνα 38: Επιλογές για εξαγωγή βίντεο στο πρόγραμμα

1. **Movie:** Με την επιλογή αυτή, μπορούμε να δημιουργήσουμε αρχεία βίντεο σε μορφή AVI ή Apple Quick Time, ή αλληλουχίες στατικών εικόνων.
2. **Frame:** Αυτή η επιλογή, μετατρέπει ένα επιλεγμένο καρέ σε στατική εικόνα χρησιμοποιώντας μία από τις ακόλουθες τέσσερις μορφές: BMP, GIF, Targa και TIFF.
3. **Audio:** Με αυτή την επιλογή, γράφεται ένα αρχείο ήχου, σε μία από τις ακόλουθες τρεις μορφές: WAV, AVI, ή QuickTime.
4. **Title:** Αυτή η επιλογή, χρησιμοποιείται για να γίνει χρήση του ίδιου τίτλου σε περισσότερα από ένα έργα μας.  
Για να χρησιμοποιηθεί αυτή η επιλογή, θα πρέπει να επιλεγεί ένας τίτλος στο πάνελ Project.
5. **Export To Tape:** Με αυτή την επιλογή, μπορούμε να μεταφέρουμε το έργο σε βιντεοταινία.
6. **Export To Encore:** Χρησιμοποιείται για την αποστολή του έργου από το Adobe Premiere Pro απευθείας στο Adobe Encore CS3.

7. **Export To ECL:** Δημιουργεί μία λίστα αποφάσεων μοντάζ, η οποία χρησιμοποιείται από τη μεταφορά του έργου σ' ένα στούντιο παραγωγής, για επιπλέον επεξεργασία.
8. **Adobe Clip Notes:** Σημειώσεις κλιπ.
9. **Adobe Media Encoder:** Με την επιλογή αυτή, επιτυγχάνεται η μεταφορά του έργου ή ενός τμήματός του, σε μια από τις ακόλουθες τέσσερις, υψηλού επιπέδου μορφές: MPEG, Windows Media, Real Media, ή QuickTime. Αυτές οι μορφές, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αναπαραγωγή βίντεο με συνεχή ροή μέσω του Web ή στην περίπτωση των MPEG, για αναπαραγωγή DVD.

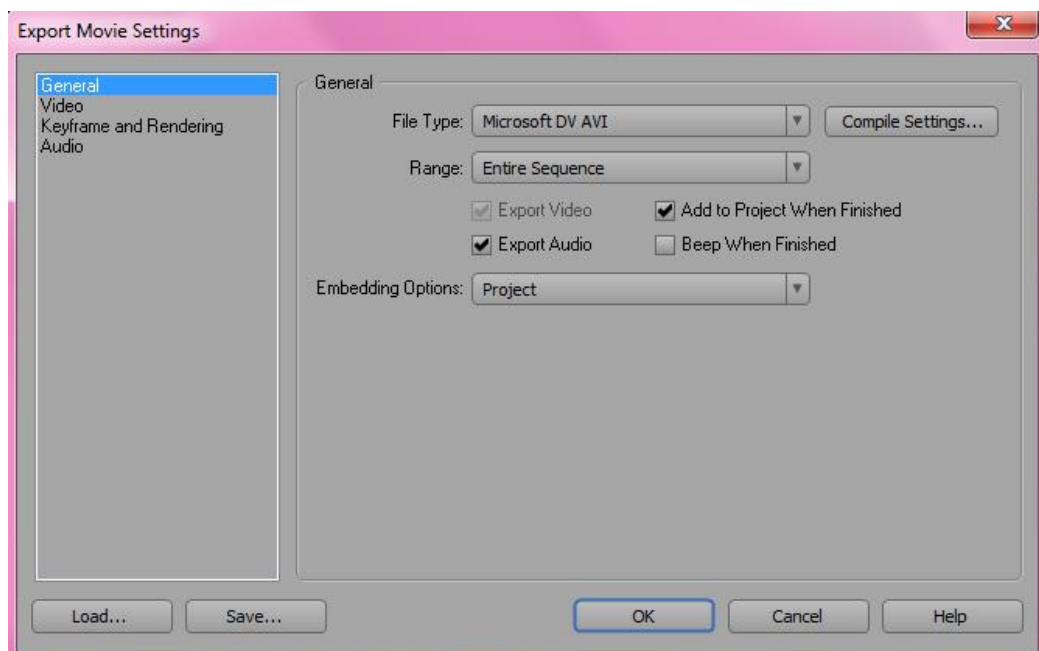
Στο ντοκιμαντέρ μας, η εξαγωγή έγινε σε μορφή Movie. Από το μενού “File-Export-Movie”.

Ανοίγει ένα παράθυρο στο οποίο κάνουμε κλικ στην καρτέλα Settings, όπου είναι οι ρυθμίσεις. Μετά την επιλογή αυτή, ανοίγει το παράθυρο με τίτλο «Export Movie Settings».

Στην αριστερή πλευρά του παραθύρου υπάρχουν κάποιες κατηγορίες.

Η πρώτη κατηγορία είναι η «General». Όταν την επιλέγουμε εμφανίζεται στα δεξιά μία σειρά από ρυθμίσεις που πρέπει να κάνουμε. Στο πεδίο File Type, πρέπει να είναι η επιλογή Microsoft DV AVI. Να είναι ενεργές οι επιλογές Export Video και Export Audio και οι επιλογές Add to Project When Finished και Beep When Finished.

Τι σημαίνει η κάθε επιλογή; <sup>90</sup>



Εικόνα 39: Παράθυρο ρυθμίσεων για εξαγωγή βίντεο

1. **File Type:** Σε αυτήν την επιλογή, διαλέγουμε τον τύπο αρχείου που θέλουμε για να αποθηκευτεί το έργο μας. Δίπλα σ' αυτό, υπάρχει μία αναδιπλούμενη λίστα όπου ανοίγεται και υπάρχουν έξι τύποι αρχείων εικόνων.

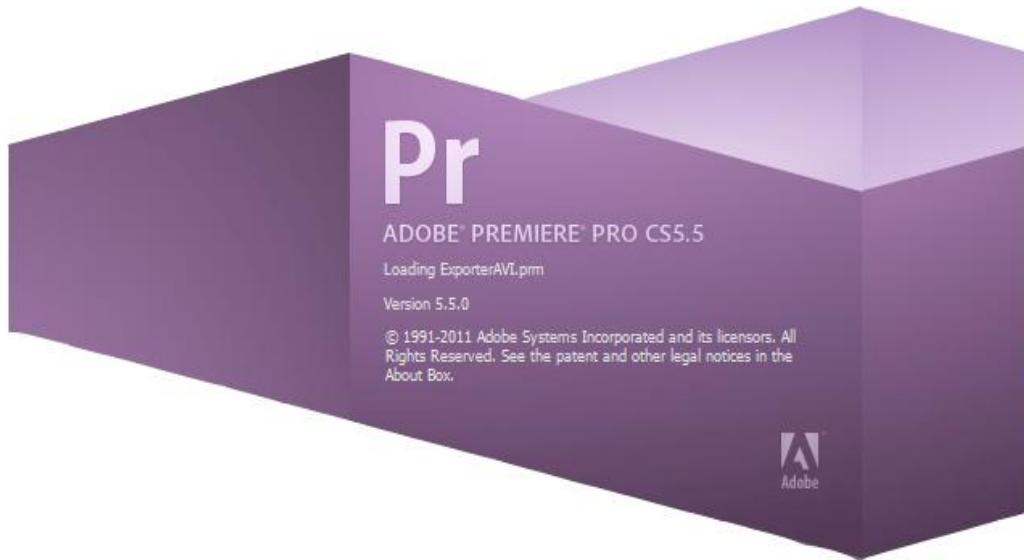


Όλες οι επιλογές που υπάρχουν σε αυτή την λίστα εξάγουν μία αλληλουχία απο στατικές εικόνες με μορφή AVI και QuickTime. Μόνο η τελευταία επιλογή «Waveform», είναι μόνο για ήχο, και είναι ένας από τους τύπους αρχείων που εμφανίζονται και για την επιλογή Export Audio.

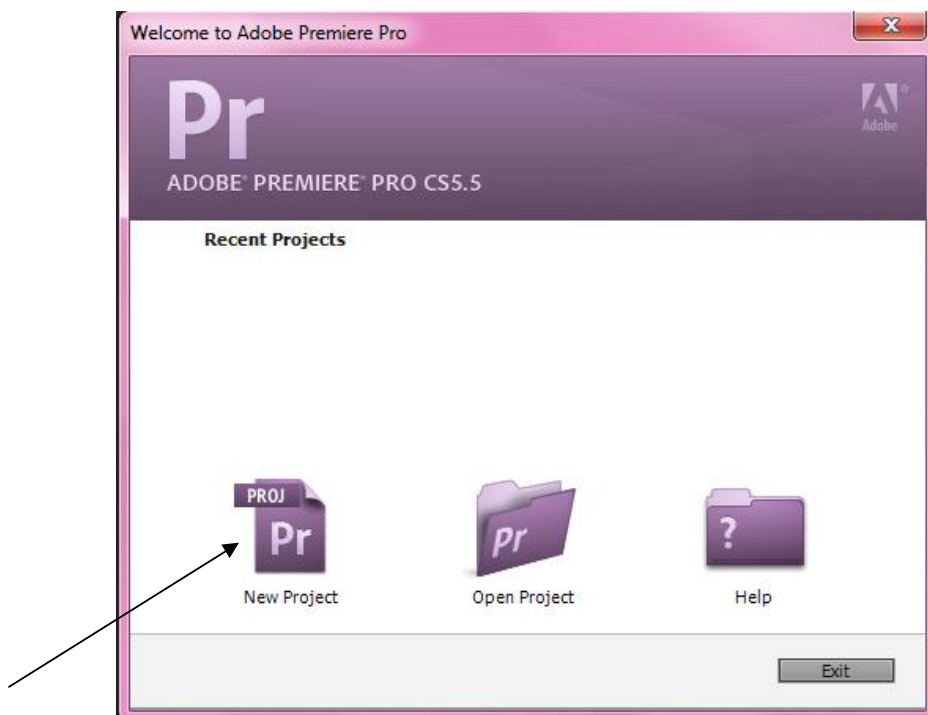
2. **Range:** Εάν επιλεγεί ένα κλιπ στο μόνιτορ Source ή στο πάνελ Project, υπάρχει η δυνατότητα εξαγωγής όλου του κλιπ (Entire Clip), ή από το σημείο Αρχής μέχρι το σημείο Τέλους (In To Out).
3. **Export Audio:** Απενεργοποιώντας αυτή την επιλογή, δημιουργείται ένα αρχείο μόνο με την εικόνα βίντεο, χωρίς ήχο.
4. **Embedding Options:** Είναι μία επιλογή με την οποία μπορεί το έργο να συνδεθεί στο εξαγόμενο αρχείο (project link). Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να ανοιχθεί και να επεξεργαστεί το πρωτότυπο έργο μέσα από ένα άλλο έργο του Adobe Premiere Pro, ή από μία άλλη εφαρμογή η οποία υποστηρίζει την επεξεργασία πρωτοτύπου.
5. **Save & Load:** Μπορούν να αποθηκευτούν οι ρυθμίσεις εξαγωγής που χρησιμοποιούνται συχνά, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα ανάλυσής τους (Load) , γρήγορα, όταν τις χρειαστούμε.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12. ΒΗΜΑ ΒΗΜΑ Η ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΤΟΥ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ

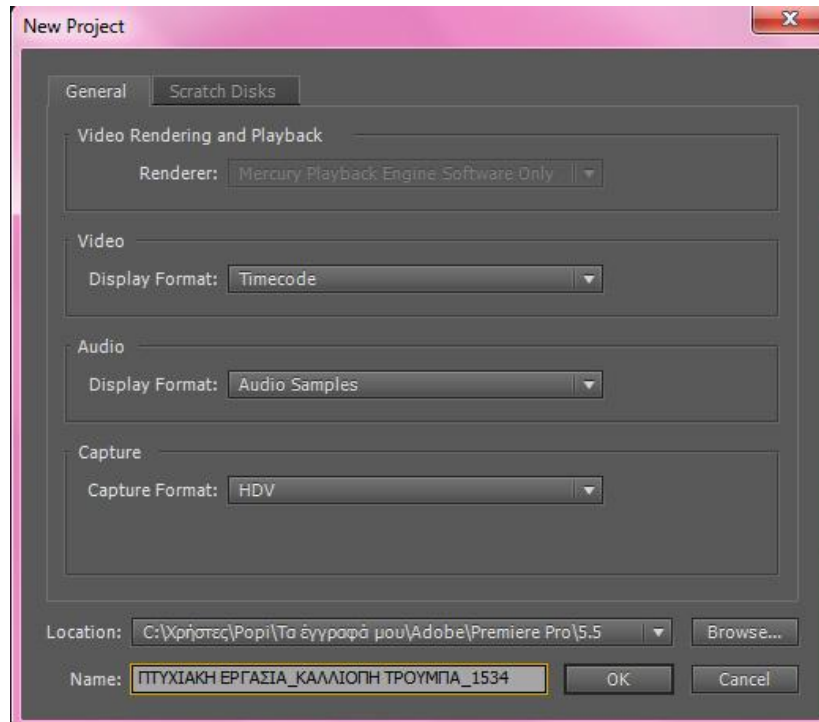
Απο την επιφάνεια εργασίας μου, επέλεξα να χρησιμοποιήσω για το μοντάζ του ντοκιμαντέρ μου, το πρόγραμμα του Adobe Premiere Pro CS5.5.



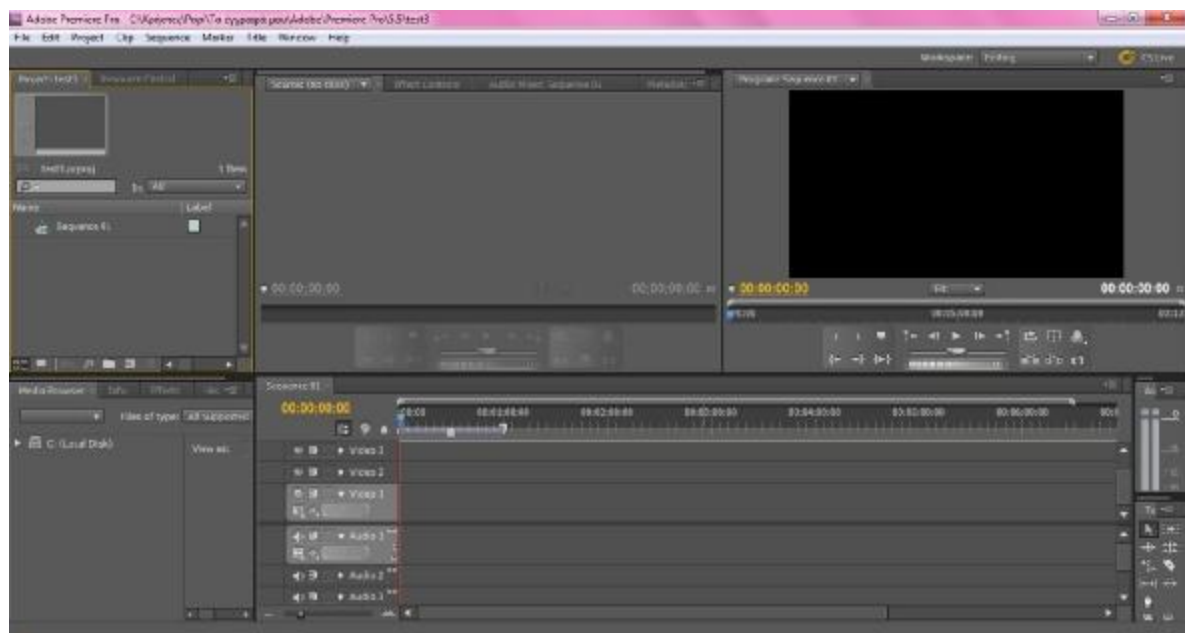
Ανοίγοντας το Premiere, επέλεξα να δημιουργήσω ένα νέο project (New Project).



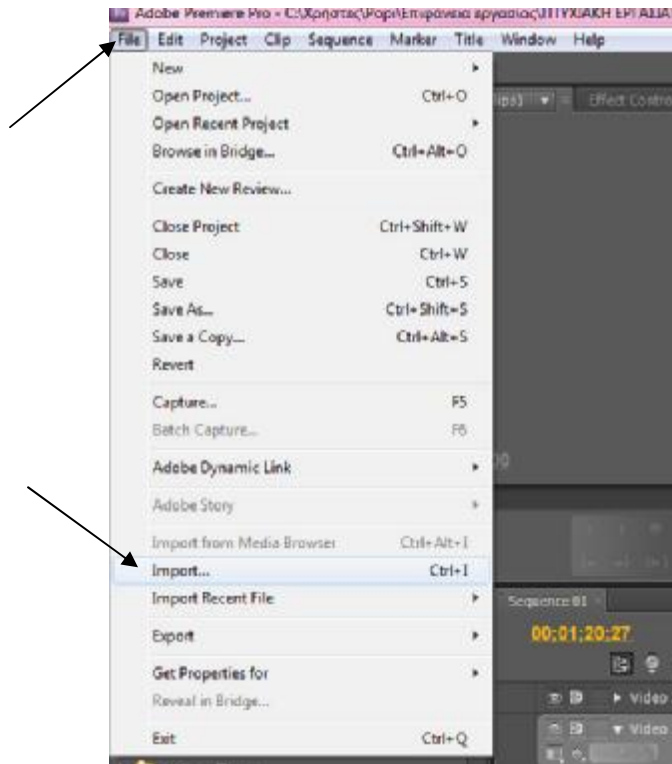
Με την επιλογή αυτή, ανοίγει ένα νέο παράθυρο, όπου εκεί επέλεξα από το Capture Format, το πρότυπο HDV, για βίντεο υψηλής ανάλυσης (high definition). Στη συνέχεια, ορίσα το σημείο που θέλω να γίνει η αποθήκευση (path) και τέλος το όνομά του, με κατάληξη αρχείου (\*.prproj) και OK.



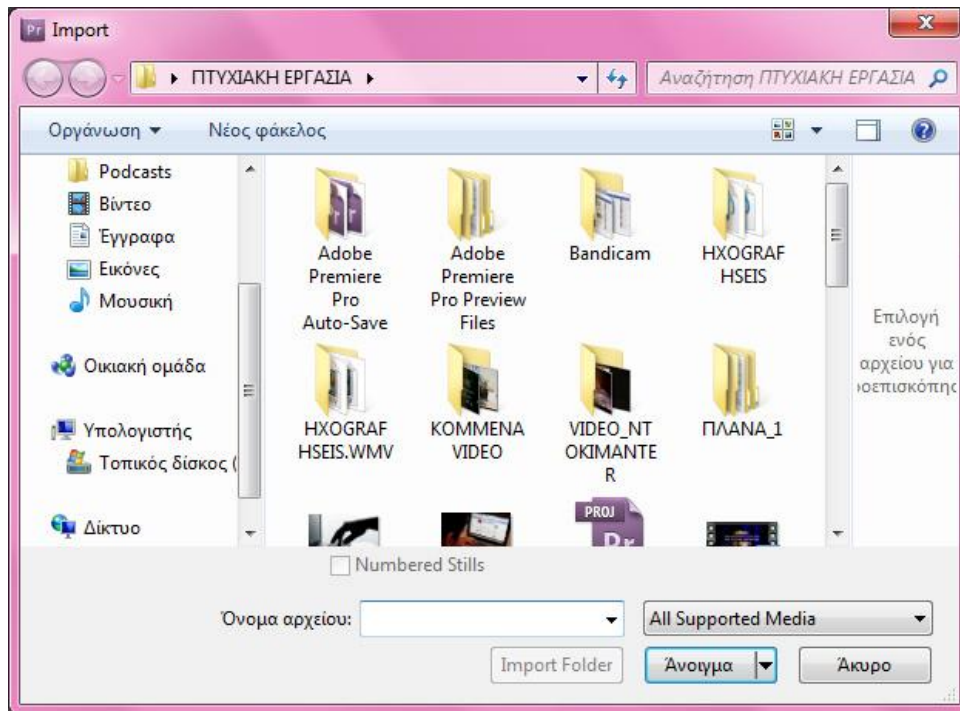
Στη συνέχεια μπήκα στο περιβάλλον εργασίας (workspace) του προγράμματος.



Εφόσον ανοίξει το περιβάλλον εργασίας μου,πρέπει να εισάγω τις φωτογραφίες,τα βίντεο απο τις συνεντεύξεις που έχω πάρει απο κάποιους ανθρώπους,κάποια έτοιμα βίντεο που πιθανόν να χρειαστώ,την μουσική που θα χρησιμοποιήσω σαν χαλί πίσω απο τα βίντεό μου και την φωνή μου και την ηχογραφημένη ομιλία μου,που θα την χρησιμοποιήσω για σπικάζ όταν γίνεται η προβολή κάποιων βίντεο. Αυτό γίνεται απο το μενού File-Import.



Με την επιλογή αυτή ανοίγει ένα παράθυρο όπου αρχικά βρίσκω την τοποθεσία που βρίσκονται όλα αυτά που χρειάζομαι (βίντεο,ομιλία,φωτογραφίες κ.τ.λ.) και στην συνέχεια είτε επιλέγω ένα αντικείμενο που χρειάζομαι και πατάω Άνοιγμα,είτε με πατημένο το πλήκτρο Ctrl επιλέγω όλα όσα χρειάζομαι και πατάω το κουμπί Άνοιγμα.



Όλα τα υλικά μου πλέον είναι τοποθετημένα στο παράθυρο Project στο περιβάλλον εργασίας μου του Adobe Premiere Pro CS5.5.

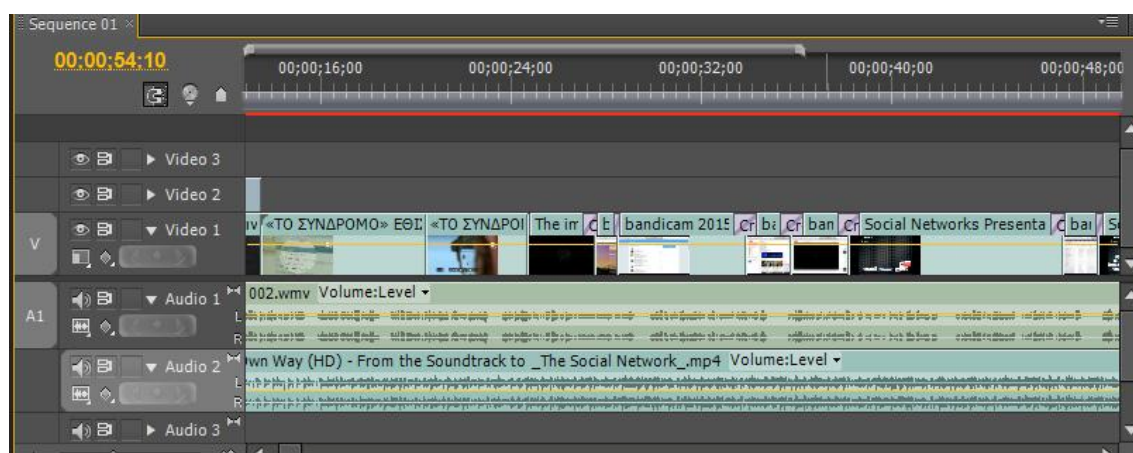


Τους έδωσα εγώ ένα όνομα,για να είναι πιο εύκολο για μένα να τα βρίσκω,διότι είναι πολλά.

Στην συνέχεια ένα ένα τα clip μου,τα έπαιρνα και τα τραβούσα (drag & drop) στο δίπλα παράθυρο,που είναι το παράθυρο Monitor 1,για να τα δω και να κόψω εκείνο το υλικό που χρειαζομαι με την βοήθεια των κουμπιών που βρίσκονται κάτω απο το παράθυρο.



Μόλις έκοβα εκείνο το υλικό που χρειαζόμουν,το μετέφερα στο παράθυρο του Timeline, για να τα επεξεργαστώ στην συνέχεια όλα.

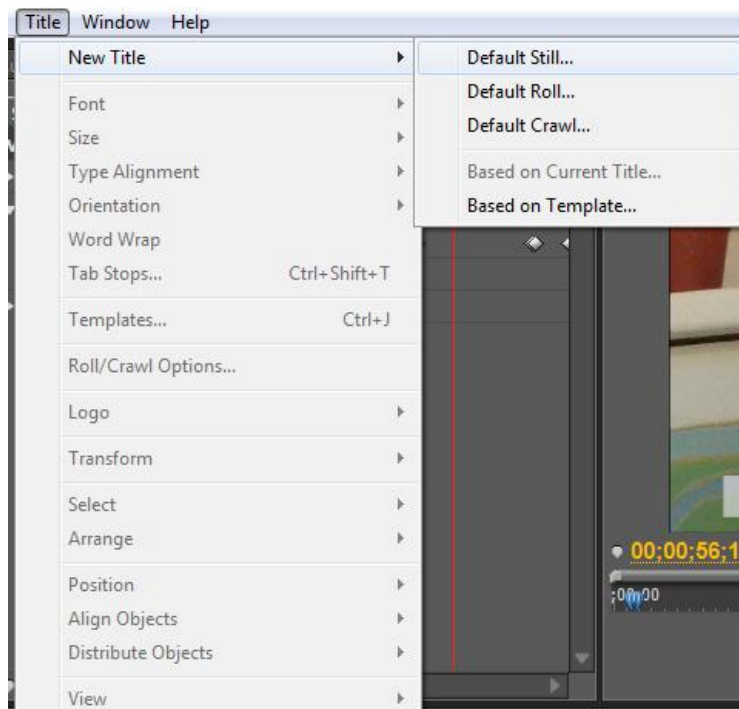


Όταν κατέβασα όλο μου το υλικό στο παράθυρο του Timeline, έπρεπε να επεξεργαστώ τον ήχο και των βίντεο που είχα στο Timeline, αλλά και της ομιλίας και της μουσικής που χρησιμοποίησα ως χαλί στα βίντεο και στην ομιλία μου. Αυτό γίνεται για να μην ακούγεται θόρυβος και κουράζει τον θεατή. Επέλεξα λοιπόν ένα ένα τα clip μου και επεξεργαζόμουν τον ήχο του, στο παράθυρο Audio Mixer.

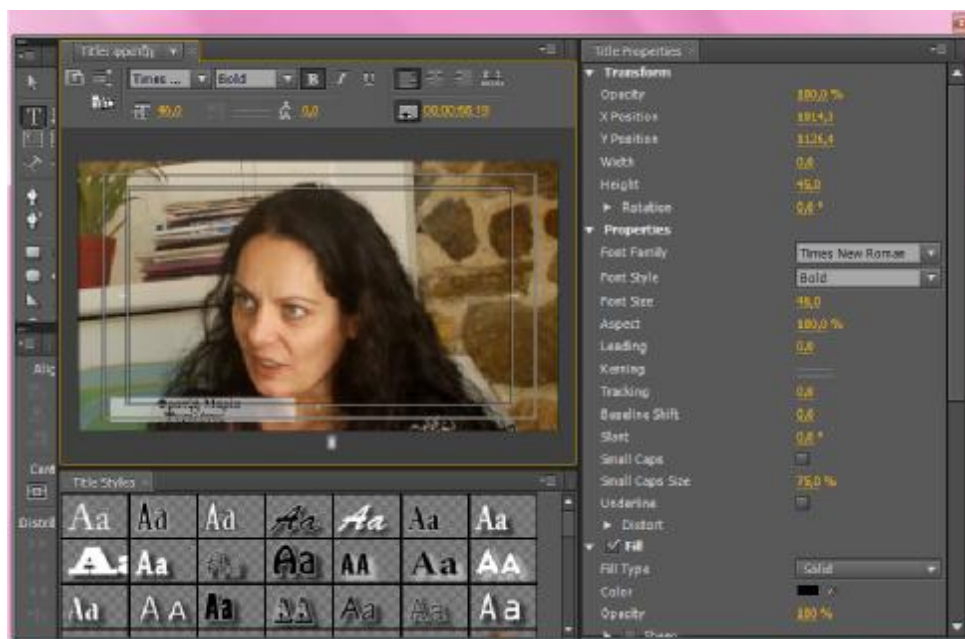


Αργότερα έφτιαξα τίτλους ξεχωριστά με το ονόμα του κάθε συνεντευξιαζόμενου για να εμφανίζεται καθώς εκείνος μιλάει. Επέλεξα το κάθε clip ξεχωριστά και επέλεξα απο το μενού Title-New Title-Default Still.



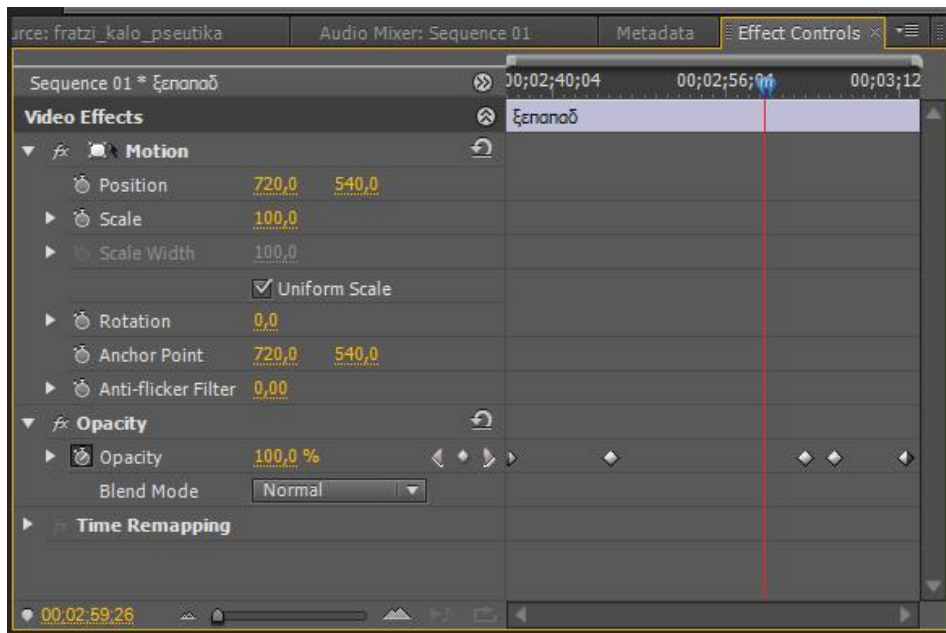


Άνοιξε το παράθυρο Title και εκεί έφτιαχνα και επεξεργαζόμουν κάθε φορά τον τίτλο μου.

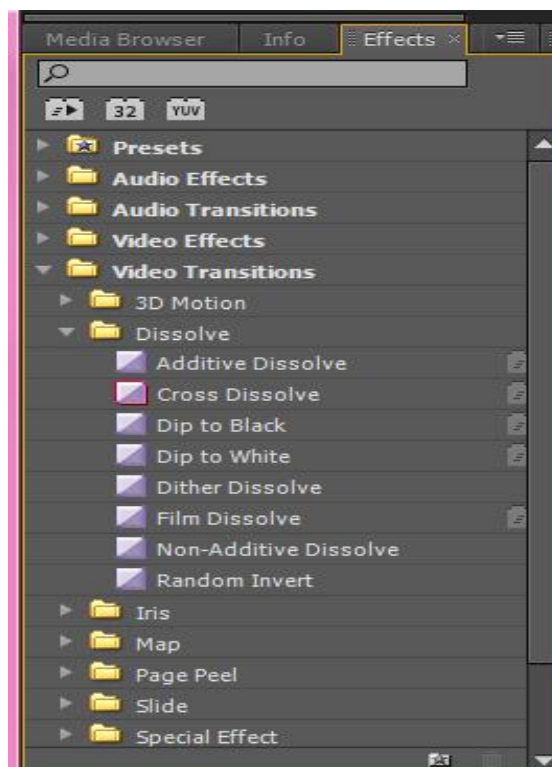


Για επιπλέον επεξεργασία του τίτλου, για διαφάνεια, κίνηση, περιστροφή κ.τ.λ, χρησιμοποίησα και το παράθυρο Effect Controls.

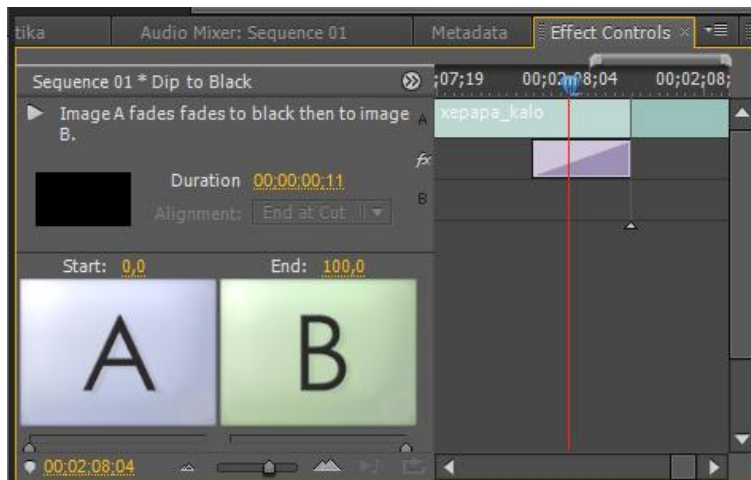




Για να προσθέσω εφέ σε όλα μου τα clip,απο το παράθυρο Effects,επέλεξα την καρτέλα Video Transitions,την καρτέλα Dissolve και απο εκεί τα εφέ Cross Dissolve και Dip to Black και τα τοποθετούσα ανάμεσα στα clip μου.



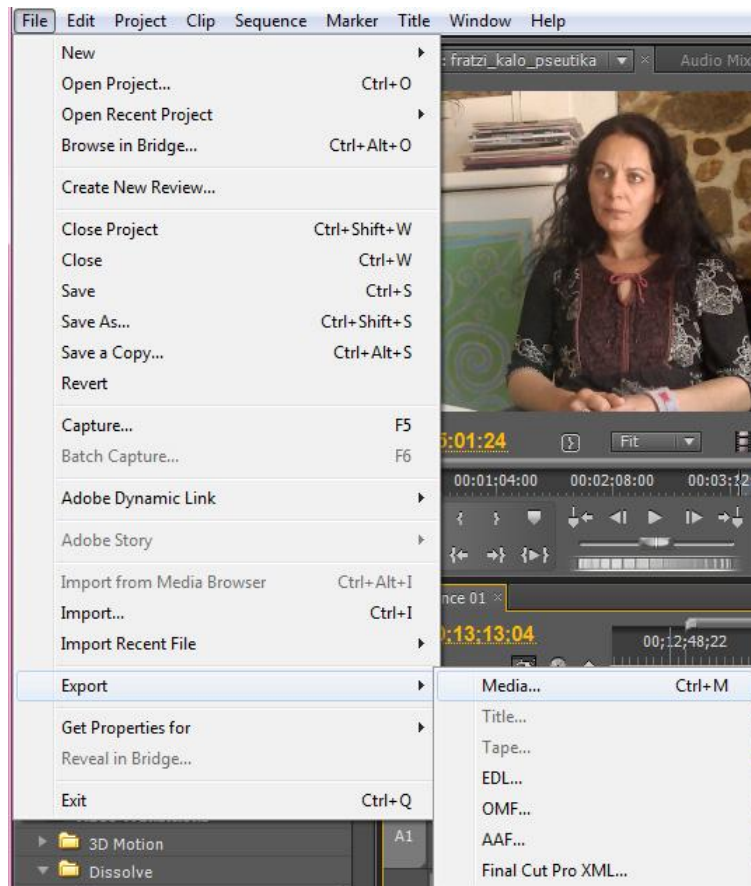
Την διάρκεια των εφέ που έβαλα στα clip μου,την επεξεργάστηκα στο παράθυρο Effect Controls.



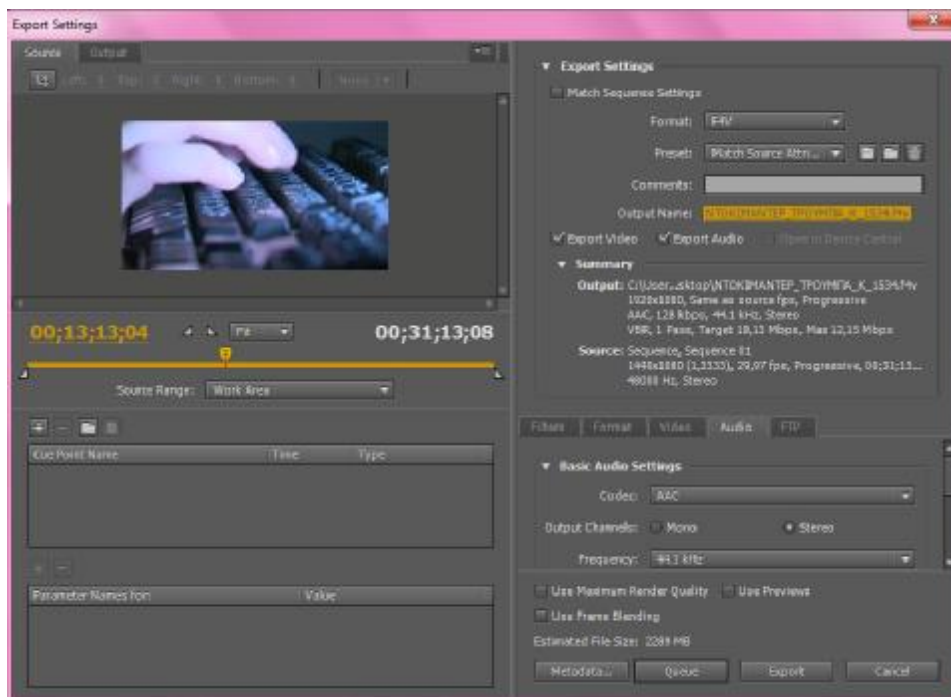
Όταν ολοκλήρωσα την διαδικασία του μοντάζ, είδα το αποτέλεσμα στο παράθυρο Monitor 2.



Εφόσον είχα τελειώσει όλη την διαδικασία του μοντάζ και ήμουν σίγουρη ότι δεν είχα κάτι άλλο να κάνω, ξεκίνησα να κάνω την εξαγωγή του υλικού μου σε βίντεο από το μενού File-Export-Media.



Άνοιξε το παράθυρο Export Settings και απο την καρτέλα Format επέλεξα το βίντεό μου να έχει μορφή F4V, του έδωσα το όνομα ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ\_ΤΡΟΥΜΠΙΑ\_Κ\_1534 και πάτησα το κουμπί Export για να γίνει η εξαγωγή του τελικού μου βίντεο.



# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## Ελληνική Βιβλιογραφία

1. Ντοκιμαντέρ (2002-2005). Εγκυκλοπαίδεια Δομή (Τόμος 21), Αθήνα, Εκδόσεις Δομή Α.Ε.
2. Στάθη, Ε. & Σκοπετέας, Γ. (2009). Ντοκιμαντέρ μια άλλη πραγματικότητα. Αιγόκερως.
3. Καζάζη, Μ. (2008). Ανθρώπινες σχέσεις και επικοινωνία. Αθήνα, Εκδόσεις Έλλην.
4. Σπυροπούλου, Α. (2012). Το ελληνικό κοινωνικό δίκτυο. ΤΟ ΒΗΜΑ
5. Butler Jeremy G.. Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική. Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ». Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»
6. Hilliard Robert L.. Γράφοντας για την Τηλεόραση και το Ράδιο. Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»
7. Βλαδίκας Γ, Πίγκα Β. (2008). Επιχειρησιακός οδηγός MARKETING. Αθήνα
8. Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α. (2011). Μάρκετινγκ, Αρχές - Στρατηγικές – Εφαρμογές. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα
9. Καλαιτζής Σ. (1998). Η Διαφήμιση όπως θα θέλατε να την ξέρετε. Εκδόσεις Leader Books, Αθήνα
10. Πίττας, Σ. (2008). MarketonWheels, Αθήνα
11. Δαυλόπουλος Τάκης. (1985). Πραγματεία για το Μοντάζ. Έκδοση Εταιρίας Ελλήνων Σκηνοθετών, Αθήνα.
12. Zetl Herbert. Παραγωγή Βίντεο-Βασικές Αρχές & Τεχνικές. Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»
13. Σκρούμπελος Θανάσης. (1996) Πώς Γράφεται το Σενάριο. Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ», Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ»
14. Ρετσίλας Μάριος. Εισαγωγή στη Θεωρία του Μοντάζ-Ντεκουπάζ
15. Butler Jeremy G.. Τηλεόραση, Τέχνη & Τεχνική. Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»

16. Zettl Herbert. Τηλεοπτική Παραγωγή 2. Άνθρωπος, Τεχνική διαδικασία. Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Εκδοτικός Όμιλος «ΙΩΝ»
17. Κάρλος Χρήστος.Κ. Βίντεο Μοντάζ, Τεχνολογία-Τέχνη και Τεχνική. Εκδόσεις «Έναστρον»
18. Thode Brad & Thode Terry. Ο κόσμος της τεχνολογίας 4. Σχεδιασμός και Παραγωγή Προγράμματος για Ραδιόφωνο, Βίντεο, Τηλεόραση. Εκδοτικός όμιλος «ΙΩΝ», Μακεδονικές Εκδόσεις
19. Κάρλος Χρήστος. Τηλεοπτική Παραγωγή. Εκδόσεις «Έναστρον»
20. Τσενέ Λήδα. Απο την κρίση των ΜΜΕ στα social media. Εκδόσεις «ΑΙΩΡΑ»

## **Ξένη Βιβλιογραφία**

1. Papanis, (2008). Social Networks and Employment in the north Aegean sea region. The Journal of International Social Research
2. Christakis, N. & Fowler, J. (2009). Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives - How Your Friends' Friends Affect Everything You Feel, Think, and Do», New York: Little Brown.
3. Shirky, C. (2008). Here Comes Every-Body: The Power of Organizing without Organizing. London: Penguin
4. Evans D, (2008). Social Media Marketing: an hour a day. Wiley Publishing, Inc. Indianapolis
5. Wellman B and Milena Gulia (1999). Net surfers don't ride alone. Ed. Boulder, Colorado: Westview Press.
6. Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons
7. Cheung & al (2010). Online social networks: Why do students use Facebook?. Computers in Human Behavior 27 (2011): p.p 1337–1343
8. Wasserman S., Faust K., (1994). Social Network Analysis: Methods and Applications Structural Analysis in the Social Sciences. 1 edition, Εκδόσεις Cambridge University Press
9. Obrist, M., Geerts, D., Brandtzæg, P.B., Tscheligi, M. (2008). Design for creating, uploading and sharing user generated content. Human Factors in Computing Systems, ACM, Florence.

10. Brandtzæg & Heim (2009). Why People Use Social Networking Sites. A.A. Ozok and P. Zaphiris (Eds.): Online Communities, LNCS 5621
11. Douglas & Seely-Brown (2011). A New Culture of Learning: Cultivating the Imagination for a World of Constant Change.
12. DeSchryver, M., Mishra, P., Koehler, M., & Francis, A. P. (2009). Moodle vs. Facebook: Does using Facebook for discussions in an online course enhance perceived social presence and student interaction?. The Society for Information Technology and Teacher Education International Conference Chesapeake, VA: AACE.
13. Selwyn, N. (2012). Social media in higher education. The Europa World of Learning.
14. Maness J. (2006). Library 2.0 theory: web 2.0 and its implications for libraries. Webology, Volume 3, Number 2, June, 2006.
15. Nimetz, Jody (2007). Jody Nimetz on Emerging Trends in B2B Social Networking. Marketing Jive, November 18, 2007.
16. Weir & al (2011). The threats of social networking: Old wine in new bottles?. Information Security Technical Report.
17. Marcon M., Viswanath B., Cha M., Gummadi K. (2011). Sharing Social Content from Home: A Measurement-driven Feasibility Study. NOSSDAV 2011.
18. Taubenheim, A.M., Long, T., Smith, E.C., Jeffers, D., Wayman, J. , Temple, S. (2008). Using social media and internet marketing to reach women with the heart truth.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

## Συνεντεύξεις

Χρήστης 1: (Ανδρέας Καράμπελας-Επιχειρηματίας)

- Ερώτηση 1: Ασχολείσαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Την συγκεκριμένη στιγμή, ασχολούμαι μόνο επαγγελματικά, ας πούμε μόνο για τη δουλειά μου χρησιμοποιώ το Facebook, κοιτάω στο Youtube να ανεβάζω ότι μπορώ ας πούμε διαφημιστικά για την δουλειά. Μόνο αυτά τα δύο.
- Ερώτηση 2: Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης προτιμάς και για ποιο λόγο;  
Απάντηση 2: Όπως είπα το Facebook, όπου εκεί ας πούμε ανεβάζω φωτογραφίες, προϊόντα του μαγαζιού. Περισσότερο ακόμα το ηλεκτρονικό site μας, που έχουμε σελίδα στο μαγαζί και ερευνώ ας πούμε στο Youtube να ανεβάζω τις διαφημίσεις που βγάζουν τα σποτάκια.
- Ερώτηση 3: Πόσο συχνά χρησιμοποιείς κάποιο κοινωνικό δίκτυο;  
Απάντηση 3: Αυτό είναι ανάλογα με τη δουλειά. Αν οι απαιτήσεις είναι καθημερινές, κάθε μέρα είμαι μέσα και ασχολούμαι. Ανεβάζω ότι τελευταίο έρχεται στο κατάστημα το προωθώ. Μόνο έτσι.
- Ερώτηση 4: Έχεις κάνει κάποια γνωριμία μέσω Facebook;  
Απάντηση 4: Γνωριμία όχι. Μπορώ να πω πως όχι. Δεν έχω ασχοληθεί να κάνω τέτοιου είδους γνωριμίες. Να ψάξω όμως φίλους παλιούς από σχολείο, από στρατό, έχω μπει στη διαδικασία, έχω ψάξει και μπορώ να πω ότι έχω βρει ας πούμε τους φίλους μου.
- Ερώτηση 5: Πιστεύεις ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο;  
Απάντηση 5: Πιστεύω 50-50 ότι ο κόσμος μπορεί να βρει ανθρώπους γνωστούς του όπως είπα και προηγουμένως, αλλά μπορεί και να αποξενωθεί. Το πιο σημαντικό για μένα, είναι να μην χρησιμοποιεί ο κόσμος έντονα αυτά τα δίκτυα, δηλαδή «παν μέτρον άριστον», να χρησιμοποιεί τα δίκτυα αυτά μόνο για την έρευσή ας πούμε κάποιων προσώπων που επιθυμεί, αλλά μετά να έρχεται σε κοντινή επαφή, να μην καθιερώσει ας πούμε την συναναστροφή μόνο με αυτόν τον τρόπο, ηλεκτρονικά.
- Ερώτηση 6: Πιστεύεις ότι είναι στην μόδα τα κοινωνικά δίκτυα;  
Απάντηση 6: Ναι τώρα τελευταία, τα τελευταία χρόνια, πιστεύω 3-4 χρόνια τουλάχιστον, είναι σε μεγάλο βαθμό. Όλος ο κόσμος και οι μεγάλες ηλικίες, χρησιμοποιούν αυτά τα δίκτυα. Ναι βεβαίως. Και για προσωπικούς λόγους και για επαγγελματικούς.

- Ερώτηση 7: Πολλοί άνθρωποι λένε πως δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς τα social media.  
 Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;  
 Απάντηση 7: Αυτό δεν γνωρίζω, πώς το αισθάνεται ο καθένας, πόσο έχει απορροφηθεί με αυτό το δίκτυο. Εγώ προσωπικά, πιστεύω ότι είναι μια τεχνολογία η οποία, εντάξει, είναι καλό να γίνεται για συγκεκριμένους λόγους. Όχι να γίνεται εθισμός πάνω σε αυτήν την τεχνολογία. Εγώ είμαι αρνητικός βέβαια στο να εθιζόμαστε τόσο πολύ με την τεχνολογία. Να μην χάσουμε τις παραδόσεις μας, τον κλασικό τρόπο επικοινωνίας μας, ο οποίος είναι καλύτερα πρόσωπο με πρόσωπο. Όχι, πίσω από κάμερες, πίσω από τηλέφωνα, πίσω από τέτοια τεχνοκρατικά συστήματα.
- Ερώτηση 8: Πιστεύεις ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων, αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα;  
 Απάντηση 8: Από την στιγμή που καταχωρείς πολλά προσωπικά δεδομένα μέσα στον προσωπικό σου λογαριασμό, τύπου Facebook, πιστεύω ότι είσαι ανοιχτός στον έλεγχο. Ο καθένας μπορεί να δει προσωπικά σου στοιχεία, όπως είπα, να δει την ψυχολογία σου, πώς σκέφτεσαι. Από την προσωπικότητά σου να σε διαβάσει γενικότερα. Άρα αυτό για μένα σημαίνει προσωπικό φακέλωμα και είναι και λίγο επικίνδυνο να γίνεται τόσο δημόσια.
- Ερώτηση 9: Ποιες είναι κατά την γνώμη σου, οι καλές και οι κακές επιδράσεις, της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;  
 Απάντηση 9: Οι καλές επιδράσεις πιστεύω είναι ότι είναι ένας πιο εύκολος τρόπος να έρθει κοντά ο κόσμος μεταξύ του. Ξαδέρφια που είναι σε άλλο μέρος, δηλαδή Ελλάδα Αμερική, είναι πιο εύκολα να βρεθούν τηλεπικοινωνιακά ή μέσω Internet.  
 Τώρα να προωθήσει κάποιος για την δουλειά του, κάποια φιλοσοφία, να δείξεις πιο πολλά πράγματα σε λιγότερο χρονικό διάστημα. Επικοινωνείς δηλαδή με περισσότερο κόσμο, με χαμηλότερο κόστος, σε πολύ γρήγορο χρόνο. Μόνο γι' αυτό πιστεύω είναι το θετικό.  
 Το αρνητικό τώρα, πιστεύω ότι αποξενώνει τον κόσμο, τύπου, δεν γίνεται να πηγαίνουμε ας πούμε έξω, για μια συνάντηση, για έναν καφέ και να βλέπουμε τόσο κόσμο με laptop στο χέρι και κινητά και να μην υπάρχει ας πούμε η επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων και να απορροφούνται μέσα στην τεχνολογία. Αυτό πιστεύω είναι ότι χειρότερο. Γείνω πιο πολύ στις αρνητικές επιδράσεις παρά στις θετικές.
- Ερώτηση 10: Γνωρίζεις τους κινδύνους που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
 Απάντηση 10: Κινδύνοι υπάρχουν βεβαίως. Πιστεύω ότι στις μικρότερες ηλικίες κυρίως, που δεν ξέρουν να χρησιμοποιήσουν καλά αυτό το μέσο επικοινωνίας και δίνουν πολλά προσωπικά στοιχεία και αυτό συνεπάγεται κάποιος να μπορεί να τους πλησιάσει και να διεκδικήσει πράγματα απ' τα παιδιά. Ακόμα και οι μεγαλύτεροι βέβαια, γιατί είναι μεγαλύτερο το πρόβλημα εκεί. Ίσως από μοναξιά, από άλλο θέμα, δεν γνωρίζω, επίσης δίνουν πολλά στοιχεία και είναι διαθέσιμοι να κάνουν διάφορα πράγματα ηλεκτρονικά. Βγαίνοντας ένα ραντεβού με έναν άγνωστο, που ίσως με κάποιες ωραίες κουβέντες να τους έχει πείσει και να βάλουν τον εαυτό τους σε κίνδυνο, γενικότερα. Αυτό για μένα είναι απαράδεκτο να γίνεται.



- Ερώτηση 11: Πιστεύεις ότι σε ωφελεί σε κάτι να χρησιμοποιείς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;Θα μπορούσες να ζήσεις χωρίς αυτά;  
 Απάντηση 11: Σε μικρότερη ηλικία,χρησιμοποιούσα,είχα προσωπικό λογαριασμό στο Facebook,για αρκετά χρόνια,2 με 3 χρόνια, πιστεύω να.Μου άρεσε,ασχολιόμουν πολύ,αρκετές ώρες.Μετά και λόγω σχέσης,είδα ότι καταντάει λίγο κουραστικό για μένα.Επίσης έρχεται σε ρήξη με την σύντροφό μου,όπως κι εγώ,έχω απαίτηση να μην δικτυώνεται τόσο πολύ και να μην απορροφάται σε τέτοιου είδους επικοινωνίες.Έτσι και η ίδια,δεν το θέλει.Αλλά πιστεύω ότι αυτό,σε υπνοτίζει.Είναι ένας εθισμός και μπορεί να χάσεις πολύ χρόνο απο τη ζωή σου,μένοντας μπροστά σε μία οθόνη και δεν το βρίσκω θετικό αυτό.
- Ερώτηση 12: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνει κατα την γνώμη σου, ένας χρήστης του διαδικτύου,που έχει και λογαριασμό στο Facebook;  
 Απάντηση 12: Τα μέτρα,π.χ στο Facebook,μπορεί να μπλοκάρει αρνητικές επαφές που μπορεί να του κάνουν,δεν ξέρω και την έννοια, να προσθέσεις φίλους που δεν τους γνωρίζεις,να δεχτεί αιτήματα που δεν τα γνωρίζεις.Αυτά σίγουρα δεν πρέπει.Επίσης,να μην ψάχνει να βρει συναναστροφές με ηλικίες ή με ανθρώπους που δεν ταιριάζουν.Γενικότερα να μην είναι τόσο εαύλωτος,να μην είναι τόσο ευκολόπιστος σε αυτές τις προσθήκες.
- Ερώτηση 13: Κατα την γνώμη σου,οι καταναλωτές μέσω των social media,δηλαδή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης,όπως είναι το Facebook,επηρεάζονται με τις διαφημίσεις;  
 Απάντηση 13: Ναι.Πιστεύω ότι η διαφήμιση επιδρά με κάθε τρόπο στον καταναλωτή,όπως και να γίνει.Και με το Facebook,γενικότερα, που βλέπει φωτογραφίες,που βλέπει τα κείμενα τα οποία γράφουμε.Δελεάζεται και στέλνει μήνυμα να μάθει κάποια τιμή,οποιαδήποτε πληροφορία χρειαστεί.Ναι,θα στείλει μήνυμα να μάθει.
- Ερώτηση 14: Αυτο βοηθάει στο να αγοράζουν οι καταναλωτές προϊόντα;  
 Απάντηση 14: Ναι απο την στιγμή που θα μπει σε ενδιαφέρον να ρωτήσει,ένα μεγάλο ποσοστό,μπορεί να μην μείνει στο μήνυμα.Να πάρει τηλέφωνο, να ρωτήσει διαθεσιμότητα και γιατί όχι να επισκεφτεί και το κατάστημα,για να δει απο κοντά το προϊόν,που θα δημοσιεύσουμε.Έχει τύχει πάρα πολλές φορές να έρθει απο το κατάστημα άμεσα και να αγοράσει το προϊόν που έχουμε προωθήσει ηλεκτρονικά.
- Ερώτηση 15: Τα σχόλια που γίνονται απο κάποιους,στην ιστοσελίδα στο Facebook, της επιχείρησης,πιστεύετε ότι επηρεάζουν τους καταναλωτές;  
 Απάντηση 15: Ναι,βεβαίως και επηρεάζουν,γιατί γίνονται πολλές ερωτήσεις και εμείς δίνουμε απαντήσεις στους καταναλωτές.Έτσι δεν επαναλαμβάνονται οι ίδιες ερωτήσεις.Οπότε όποιος καταναλωτής δεν καλυφθεί,κάνει την δική του ερώτηση και βοηθάει και άλλους καταναλωτές, με αυτή την πληροφορία που θα πάρει.

- Ερώτηση 16: Ένας κίνδυνος που υπάρχει με την χρήση των social media,είναι το cyber bullying,δηλαδή ο διαδικτυακός εκφοβισμός.Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;  
Απάντηση 16: Πρέπει να είμαστε πιο προσεκτικοί,ιδιαίτερα,οι μικρότερες ηλικίες.Οτιδήποτε,παραβίαση γίνεται προσωπικών δεδομένων ή αδιάκριτες ερωτήσεις,οτιδήποτε,πρέπει σίγουρα να ρωτάνε τους μεγαλύτερους,να το δηλώνουν και αν οι γονείς δεν πάρουν θέση σε αυτό,να το λένε και σε άλλα μέσα, όπως η Ελληνική Αστυνομία. Σίγουρα να συμβουλευονται άλλους ανθρώπους.Να μην το κρατάνε μέσα τους.

#### Χρήστης 2: (Γιώργος Καράμπελας-Επιχειρηματίας)

- Ερώτηση 1: Ασχολείσαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Φυσικά και ασχολούμαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,γιατί με βοηθάνε πολύ για τη δουλειά μου.
- Ερώτηση 2: Ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης προτιμάς και για ποιο λόγο;  
Απάντηση 2: Facebook και Yahoo.Ο λόγος είναι ότι και τα δύο αυτά,με βοηθάνε πάρα πολύ στην δουλειά μου,για να βλέπω τα email μου,τις παραγγελίες μου και διάφορα άλλα έγγραφα τα οποία είναι σημαντικά για τη δουλειά μου.
- Ερώτηση 3: Πόσο συχνά χρησιμοποιείς κάποιο κοινωνικό δίκτυο;  
Απάντηση 3: Κάθε μέρα χρησιμοποιώ κάποιο κοινωνικό δίκτυο,απο μία με μιάμιση ώρα τη μέρα.
- Ερώτηση 4: Έχεις κάνει κάποια γνωριμία μέσω Facebook;  
Απάντηση 4: Έχω κάνει γνωριμίες μέσω Facebook,βεβαίως,πάντα μιλάμε για επαγγελματικής φύσεως και καθημερινά κάνω γνωριμίες.
- Ερώτηση 5: Πιστεύεις ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο;  
Απάντηση 5: Πιστεύω ότι τα κοινωνικά δίκτυα,όντως φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο, διότι ο καθένας μπορεί να δει κάποιες λεπτομέρειες απο τον άλλο χρήστη,που τον ενδιαφέρει να δει και έτσι γνωρίζονται μέσα απο το κοινωνικό δίκτυο,Facebook ή Twitter.
- Ερώτηση 6: Πιστεύεις ότι είναι στην μόδα τα κοινωνικά δίκτυα;  
Απάντηση 6: Όντως είναι στη μόδα τα κοινωνικά δίκτυα,οι εποχές αλλάζουν,προχωράμε πιο μπροστά,για πιο επιμορφωτικό χαρακτήρα για τα παιδιά κυρίως,μορφώνονται και έτσι διευρύνουν τους ορίζοντές τους,μέσα απο τα κοινωνικά δίκτυα.

- Ερώτηση 7: Πολλοί άνθρωποι λένε, πως δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς τα social media. Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;

Απάντηση 7: Κατα την γνώμη μου, τα social media, χρειάζονται, για ότι έχει να κάνει, για μένα προσωπικά κυρίως για δουλειά. Κάποιοι άλλοι τα χρειάζονται για κάποιους άλλους λόγους. Δεν μπορώ να κρίνω, αν δεν μπορούν να κάνουν χωρίς τα social media, πάντως εγώ, δεν το θεωρώ και τόσο πολύ απαραίτητο.
- Ερώτηση 8: Πιστεύεις ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων, αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα;

Απάντηση 8: Όντως, η χρήση των κοινωνικών δικτύων αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα, για ότι έχει να κάνει για τον χρήστη, τον οποίο βλέπει και παρακολουθεί τον χρήστη, τον οποίο τον ενδιαφέρει να δει. Βλέπει κάποιες προσωπικές του λειτουργίες μέσα, όπως φωτογραφίες, όπως κάποιες προσωπικές του τοποθεσίες που μπορεί να έχει αναρτήσει ο άλλος χρήστης και έτσι μαθαίνει πράγματα γι' αυτόν.
- Ερώτηση 9: Ποιες είναι κατά την γνώμη σου, οι καλές και οι κακές επιδράσεις, της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;

Απάντηση 9: Ας αρχίσουμε πρώτα από τις καλές επιδράσεις, που έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όσο έχει να κάνει με τον χρήστη τον οποίο παρακολουθείς. Μαθαίνεις πράγματα γι' αυτόν.

Για επαγγελματικής πλευράς, βλέπεις τι σε ενδιαφέρει από αυτόν για να συλλέξεις ή να αγοράσεις όπως κάνω εγώ στην δουλειά μου και δεν πας χωρίς να ξέρεις, οτιδήποτε γι' αυτόν. Πας διαβασμένος με λίγα λόγια. Για ότι έχει να κάνει με το αρνητικό θέμα, είναι ότι βλέπεις όπως είπαμε και πιο πριν, κάποια πράγματα τα οποία είναι καθαρά προσωπικά. Αυτό γίνεται πιο πολύ στο Facebook, βέβαια, που κάποιοι ας πούμε, ή σε ηλικίες πιο μικρότερες από εμάς, που αναρτούν κάποιες τοποθεσίες προσωπικές, κάποιες προσωπικές φωτογραφίες και είναι στον κόσμο πιο εύθραστο για να βλέπουν πράγματα, που είναι πιο προσωπικά για τους χρήστες.
- Ερώτηση 10: Γνωρίζεις τους κινδύνους που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Απάντηση 10: Οι κίνδυνοι που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι συνηθισμένοι και τους ξέρουν πάνω κάτω, οι χρήστες ποιοι είναι αυτοί. Όπως οι λειτουργίες που βάζουνε, οι προσωπικές, όπως είπαμε και πιο πριν, στο να μαθαίνεις προσωπικά πράγματα από τον άλλον, και με δικό σου στυλ, είτε να τα προωθήσεις σε άλλους χρήστες για να τα βλέπουν κι οι άλλοι, είτε να κάνεις κάτι άλλο, το οποίο δεν ξέρω τι έχει ο καθένας στο μυαλό του να κάνει και κάποια άλλα τα οποία αυτή τη στιγμή δεν μου έρχονται στο μυαλό, αλλά πιο πολύ αυτό με το προσωπικό απόρρητο, είναι το πιο επικίνδυνο απ' όλα.
- Ερώτηση 11: Πιστεύεις ότι σε ωφελεί σε κάτι να χρησιμοποιείς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Θα μπορούσες να ζήσεις χωρίς αυτά;

Απάντηση 11: Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με ωφελούν σε ότι έχει να κάνει για την δουλειά μου. Την αναγνωρισιμότητα της δουλειάς μου, προς τους καταναλωτές, οι οποίοι μπορούν να απευθυνθούν μέσα στο Facebook και να δούνε, πράγματα τα οποία αναρτώ και αντικείμενα που τους ενδιαφέρουν.

Και με βοηθάει στο ότι εγώ μπορώ να βρίσκω πράγματα,απο το εξωτερικό,γιατί κάνω εισαγωγές μέσω των παραγγελιών που βλέπω απ'το Facebook,που αναρτούν άλλοι προμηθευτές μου,απο το Yahoo,προσωπικά μου email και με βοηθάνε στην εύρεση προϊόντων.Με βοηθάει πάρα πολύ.Δεν θα μπορούσα,όχι,να ζήσω χωρίς αυτό,γιατί είναι το νούμερο ένα αυτή τη στιγμή,για την δουλεία μου,το οποίο είναι σαν ψαχτήρι ας το πούμε έτσι,στο να βρίσκω πράγματα καινούργια,για τον κόσμο.

- Ερώτηση 12: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνει κατα την γνώμη σου, ένας χρήστης του διαδικτύου,που έχει και λογαριασμό στο Facebook;  
Απάντηση 12: Τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνει,όχι απλά ένας χρήστης,όλοι αυτοί που ασχολούνται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,είναι ότι δεν πρέπει να βάζουν προσωπικά δεδομένα και κάποια προσωπικά τους στοιχεία,μέσα στο Facebook,ώστε να είναι ορατά προς όλους τους χρήστες,διότι υπάρχει μεγάλος κίνδυνος,στο να πάρουν αυτά τα στοιχεία και να τα διαφημίσουν,να τα βγάλουν κάπως προς τα έξω,μονταρισμένα,επικίνδυνες ενημερώσεις προς τους άλλους χρήστες και τίθεται μεγάλο θέμα για δυσφήμιση σε όλα αυτά.Θα πρέπει να προσέχουμε λοιπόν,διότι πρέπει να τα χρησιμοποιούμε για τους λόγους που πρέπει,όχι για λόγους,τους οποίους θα είναι επικίνδυνο προς εμάς.
- Ερώτηση 13: Κατα την γνώμη σου,οι καταναλωτές μέσω των social media,δηλαδή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης,όπως είναι το Facebook,επηρεάζονται με τις διαφημίσεις;  
Απάντηση 13: Κατα την γνώμη μου,όντως οι καταναλωτές επηρεάζονται με τις διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,διότι ενημερώνονται για ότι τους ενδιαφέρει.Π.χ. για το δικό μου κομμάτι,τους ενδιαφέρει,οι τιμές,να μπορούν να βρουν ένα είδος το οποίο και να τους κάνει για την χρήση που θέλουν,αλλά και πόσο θα το πληρώσουν.Για τις μέρες μας,η ανταγωνιστικότητα είναι πάρα πολύ μεγάλη και εμείς μέσω των κοινωνικών δικτύων προσφέρουμε κάποιες προσφορές,που βλέπουν οι καταναλωτές.Τις βλέπουνε και εφόσον τους συμφέρει,έρχονται για να τις αγοράσουν ή απλά για να τις δουν και απο κοντά.
- Ερώτηση 14: Με τις διαφημίσεις σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης,της επιχείρησής σας, πιστεύεις ότι βοηθάει στο να αγοράζουν οι καταναλωτές προϊόντα;  
Απάντηση 14: α)Βεβαίως,βοηθάει τους καταναλωτές για να αγοράζουν προϊόντα, γιατί βλέπουν τιμές,τσεκάρουν τα είδη τα οποία θέλουν να αγοράσουν και τους βγάζει απο τον κόπο να πάνε να τα δούνε απο κοντά αν είναι σε κάποιο μακρινό σημείο.Και βοηθάει και τους επαγγελματίες το μέσο κοινωνικής δικτύωσης,στο να κάνουν καλύτερα την δουλειά τους και να βλέπει ο κόσμος τα πράγματα καλύτερα,για τις αναλύσεις που έχει το διαδίκτυο,καλύτερα για τον κόσμο.

β) Πιστεύω ότι όντως βοηθάει τους καταναλωτές για να αγοράζουν προϊόντα, διότι τους κάνει να βλέπουν τα πράγματα τα οποία θέλουν να δούνε, να τα τσεκάρουν και να κάνουν είτε ηλεκτρονική αγορά, είτε να τους προσεγγίσουμε να έρθουν στο σημείο, να το δουν και από κοντά, εκτός από τον υπολογιστή που θα το δούν.

Επιπλέον, βλέπουν τις τιμές, που είναι το πιο σημαντικό κομμάτι, για να πουλήσεις ένα είδος, πέρα απ' το να το χρειάζεσαι και να το θες και κάνει και καλύτερη την διαφήμιση για εμάς, για το μαγαζί. Γιατί, μπορούμε και αναρτούμε πολλά πράγματα, μέσα από το Facebook, μέσα από το Yahoo και ο κόσμος γλιτώνει και τα έξοδα στο να έρθει, αν είναι σε κάποιο μακρινό σημείο, να έρθει να το δει από κοντά και τους είναι πιο εύκολο και πιο εύχρηστο γι' αυτούς στο να το δουν και στο να μπορέσουν να το τσεκάρουν και να το πάρουν.

- Ερώτηση 15: Τα σχόλια που γίνονται από κάποιους, στην ιστοσελίδα στο Facebook, της επιχείρησης, πιστεύεται ότι επηρεάζουν τους καταναλωτές;  
Απάντηση 15: α) Βεβαίως, τους επηρεάζουν τους καταναλωτές, γιατί βλέπουν σχόλια και αν τα σχόλια είναι θετικά ή αρνητικά κρίνουν αν θα έρθουν, αν θα τους προσεγγίσουμε για να έρθουν να αγοράσουν το είδος το οποίο τους ενδιαφέρει. Εμείς, η δική μας επιχείρηση, θέλουμε να πιστεύουμε ότι όλα τα προϊόντα, τα οποία ανεβάζουμε στο Facebook, ευελπιστούμε να έχουν θετικές καταλήξεις και θετικά σχόλια για τον κόσμο.  
β) Βεβαίως και επηρεάζουν τα σχόλια των καταναλωτών, που ήδη έχουν γράψει στο Facebook, τους άλλους καταναλωτές που δεν έχουν έρθει για να πάρουν το είδος το οποίο θέλουν να πάρουν, είτε τους σχολιάζει θετικά, είτε αρνητικά. Εμείς ευελπιστούμε σαν κατάσταση, όλοι οι καταναλωτές στο οποίο βλέπουν το είδος που θέλουν από το Facebook, να είναι ένα σχόλιο θετικό για εμάς. Όσον αφορά τώρα, τα είδη τα οποία έχουμε ανεβάσει, τα περισσότερα σχόλια, πιστεύουμε είναι θετικά.
- Ερώτηση 16: Ένας κίνδυνος που υπάρχει με την χρήση των social media, είναι το cyber bullying, δηλαδή ο διαδικτυακός εκφοβισμός. Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;  
Απάντηση 16: Όντως είναι από τα πιο επικίνδυνα για το διαδίκτυο το cyber bullying, διότι πέφτουν θύματα πολλά παιδιά, κυρίως παιδιά. Σ' αυτό πρέπει να κάνει κάτι η δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος, η Αστυνομία, για να προστατέψει τα παιδιά και να μην πέφτουν θύματα, σε αυτόν τον διαδικτυακό εκφοβισμό. Και όχι μόνο. Θα πρέπει και οι οικογένειες των παιδιών να ελέγχουν τα παιδιά τους, να κοιτάνε διακριτικά, τι ακριβώς απασχολούνται τα παιδιά τους με το διαδίκτυο, ώστε να τα προφυλάσσουν από τους κινδύνους που παραμονεύουν.
- Ερώτηση 17: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να πάρει ένας άνθρωπος που είναι θύμα του cyberbullying;  
Απάντηση 17: Πιστεύω ότι, αν είναι όντως θύμα cyber bullying, θα πρέπει όχι μόνο ο άνθρωπος να πάρει κάποια μέτρα, ο οποίος είναι το θύμα, αλλά θα πρέπει να πάρουν μέτρα και οι οικείοι του. Ο στενός του οικογενειακός κύκλος και το βασικότερο η Αστυνομία, η Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος.

Θα πρέπει το παιδί να μην φοβάται να μιλήσει,το βασικότερο αυτό το κομμάτι,γιατί ο εκφοβισμός είναι όπως είπαμε ,ότι φοβάται να μιλήσει στους οικειούς του.Σε άτομα τα οποία έχει εμπιστοσύνη.Θα πρέπει να ανοιχτεί με κουβέντα,με διάλογο απο τους γονείς του,με διάλογο απο τον στενό οικογενειακό του κύκλο,ώστε να μπορέσει να κάψει όλες τις αντιστάσεις και να βοηθηθεί απο την οικογένειά του και το ξαναλέω,απο την Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος,που πρέπει να είναι πολύ κοντά στα παιδιά, γιατί τα παιδιά κινδυνεύουν πιο πολύ,παρά οι ενήλικες σε αυτό το κομμάτι.

Χρήστης 3: (Γιώργος Νικολόπουλος)

- Ερώτηση 1: Ασχολείσαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Ναι, ασχολούμαι.
- Ερώτηση 2: Ποιο είναι αυτό το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που ασχολείσαι περισσότερο και γιατί;  
Απάντηση 2: Ασχολούμε με το Facebook.Είναι πιο πολλά χρόνια στο κοινό.Τα υπόλοιπα δεν είναι τόσο πολύ διαδεδομένα,όσο είναι το Facebook.
- Ερώτηση 3: Πόσες ώρες ημερησίως καταναλώνεις στο Facebook;  
Απάντηση 3: Μία με δύο ώρες το πολύ.Παραπάνω δεν υπάρχει λόγος να ασχοληθείς,με τα συγκεκριμένα μέσα.
- Ερώτηση 4: Πόσους φίλους έχεις στο Facebook;  
Απάντηση 4: Γύρω στους εκατό με εκατόν πενήντα φίλους.
- Ερώτηση 5: Ποιοι απο αυτούς είναι πραγματικοί σου φίλοι;  
Απάντηση 5: Οι πέντε,έξι.
- Ερώτηση 6: Προτιμάς να βγαίνεις έξω με τους φίλους σου ή να συνομιλείς μέσω chat;  
Απάντηση 6: Πιστεύω ότι η επαφή που έχεις με τον κάθε άνθρωπο είναι σημαντικό.Θα προτιμούσα να βγώ μαζί του να κουβεντιάσω,να μιλήσω, να πούμε δύο πράγματα,παρά να τα λέω μέσα απο έναν υπολογιστή που στην ουσία είναι απρόσωπες σχέσεις.Διαφορετικά βλέπεις τον άλλον όταν κουβεντιάζεις μέσα απο το chat,είσαι μπροστά σε μία οθόνη και είναι η σχέση απρόσωπη,δεν μπορείς να καταλάβεις τα συναισθήματά του,ενώ την ώρα που μιλάς,έχοντας τον άλλον μπροστά ακριβώς μπροστά σου,μπορείς να καταλάβεις ακριβώς τι νιώθει και πως είναι εκείνη τη στιγμή,για οποιοδήποτε θέμα δηλαδή θα αναλύσουμε.
- Ερώτηση 7: Πιστεύεις ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο;  
Απάντηση 7: Δεν τον φέρνουν,απεναντίας τους απωθούν.Μόνο και μόνο γιατί σε πολλά προφίλ,τα οποία έχουν φτιάξει μέσω Facebook,μπορεί να είναι απρόσωπα.Μπορεί να μην είναι αυτά που κανονικά δείχνουν.Είναι ψεύτικα τα προφίλ,τα περισσότερα και μέσα απο αυτό προσπαθούν να παραπλανήσουν τον κόσμο και να δώσουν άλλα μηνύματα,δημιουργώντας αυτά τα προφίλ.

Άρα,όχι.

- Ερώτηση 8:Είπες προηγουμένως πως χρησιμοποιείς Facebook.Θα μπορούσες να το σβήσεις; Θα μπορούσες να ζήσεις χωρίς αυτό;  
Απάντηση 8: Ναι και το έχω κάνει πολλές φορές,εφόσον είναι κάποιο μέσο το οποίο δεν σου προσφέρει κάτι σημαντικό στην ζωή σου.  
Όπως είπα και πιο πριν,οι σχέσεις είναι καλύτερα να είναι απευθείας με τον άλλον,παρά να είναι μπροστά απο μία οθόνη,γιατί πίσω απο μία οθόνη δεν ξέρεις το τι κρύβεται και το τι νιώθει ο καθένας.Άρα καλύτερα είναι χωρίς το Facebook.
- Ερώτηση 9: Έχεις κάνει κάποια γνωριμία μέσω Facebook;  
Απάντηση 9: Γνωριμία όχι.Έχω γνωρίσει κόσμο,ο οποίος μου χρειάστηκε ή που τον βλέπω καθημερινά στην πόλη στην οποία ζούμε,γιατί η πόλη είναι πολύ μικρή.Απο εκεί και πέρα, γνωριμία με την έννοια του συντρόφου και αυτά,όχι δεν μου έχει τύχει ούτε το έχω επιχειρήσει.
- Ερώτηση 10: Πιστεύεις ότι είναι στην μόδα τα κοινωνικά δίκτυα;  
Απάντηση 10: Ναι,γιατί απο γενιά σε γενιά,αλλάζουν τα πράγματα.Παλιά ασχολούμασταν με τα παιδιά της ηλικίας μου,τα παιδιά της γενιάς μου με το κρυφτό,τα παιχνίδια τα ομαδικά,το ποδόσφαιρο,το μπάσκετ και όλα αυτα,ενώ πλέον τα μικρά παιδιά,τα παιδιά της νέας γενιάς δεν ασχολούνται καν με αυτά.Δεν τους αρέσουν τα ομαδικά παιχνίδια,παρά είναι κλεισμένα μέσω υπολογιστή,μέσω τάμπλετ,μέσα απ'το κινητό.Βγαίναμε για καφέ πρώτα,κουβεντιάζαμε με τους φίλους,λέγαμε τα προβλήματά μας,λύναμε τα προβλήματά μας,ενώ πλέον τα παιδιά τα οποία θα πάνε για καφέ,κάθονται μόνο στο κινητό ή στο τάμπλετ και απορροφούνται εκεί,ώστε να περάσει η ώρα τους,που έχουν βγει για καφέ.
- Ερώτηση 11: Πολλοί άνθρωποι λένε πως δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς τα social media.Ποια είναι η γνώμη σου γι'αυτό;  
Απάντηση 11: Η γνώμη μου είναι ότι μπορούν να ζήσουν απλά δεν το έχουν προσπαθήσει.Απο τις παλιές γενιές,απ'την γενιά των γονιών μας,των παππούδων μας που δεν τα είχαν αυτά,πιστεύω ότι δεν είχαν πρόβλημα. Πλέον έχουμε εξαρτηθεί απο αυτά και μέσα απο αυτά προσπαθούμε να ενημερωθούμε. Κακώς,καλώς,πάμε με το ρεύμα της εποχής.
- Ερώτηση 12: Πιστεύεις ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων,αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα;  
Απάντηση 12: Ναι,γιατί πίσω απο αυτά τα κοινωνικά δίκτυα,κρύβονται μεγάλες επιχειρήσεις, αστυνομικές, πολιτικές, τα οποία προσπαθούν να φακελώσουν τον κάθε άνθρωπο,ώστε να δουν την ψυχολογία του κάθε ανθρώπου,να βγάλουν τα στατιστικά τους μέσα,μέσα απο τα κοινωνικά δίκτυα.Άρα είναι φακέλωμα.Είναι φακέλωμα του ανθρώπου.
- Ερώτηση 13: Ποιες είναι κατα την γνώμη σου,οι καλές και οι κακές επιδράσεις,της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 13: Το καλό είναι ότι υπάρχει ενημέρωση.Το κακό είναι ότι μέσα απο αυτά,όπως είπα και προηγουμένως,υπάρχουν διάφορα θέματα,όπως ψεύτικα προφίλ,ψεύτικες ειδήσεις,γιατί κάθε εταιρεία προσπαθεί να κερδίσει

δημοσιεύματα σε έναν τίτλο, τον οποίο θα σε δελεάσει και θα θέλεις να τα ανοίξεις. Κάθε κλικ όπως ξέρουμε, είναι και ποσοστό χρήματος για κάθε εταιρεία. Το άλλο αρνητικό είναι ότι μέσα από αυτά, πάμε στην διαδικτυακή βία, όπου παλιά την βιώναμε μέσα στα σχολεία, ενώ πλέον μπορούνε και μέσα από τα σχολεία, αλλά πιο πολύ γίνεται μέσα από το διαδίκτυο.

Γιατί από πιτσιρίκια πλέον, από ηλικία επτά, οχτώ, εννιά χρονών, έχουμε Facebook, έχουμε Twitter, έχουμε οτιδήποτε. Άρα, είναι πιο άμεσο στον άλλον, ώστε να χρησιμοποιείς την διαδικτυακή βία.

- Ερώτηση 14: Γνωρίζεις τους κινδύνους που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 14: Τους γνωρίζω και όπως ακούμε πλέον και από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, υπάρχουν πάρα πολλοί. Όπως είπαμε και προηγουμένως, η διαδικτυακή βία, η παραπλάνηση της ενημέρωσης.
- Ερώτηση 15: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνει κατά την γνώμη σου ένας χρήστης του Διαδικτύου, που έχει και λογαριασμό στο Facebook;  
Απάντηση 15: Μέσα στο Facebook, υπάρχουν ρυθμίσεις, οι οποίες είναι το απόρρητο το οποίο δεν μπορεί να δει κανένας, μα κανένας στο προφίλ σου. Υπάρχει η επιλογή, την οποία μπορούν να δουν κάποια δημοσιεύματα που κάνεις εσύ, κάποιες αναρτήσεις που κάνεις εσύ ως χρήστης, μπορούν να το δουν ορισμένοι φίλοι, τους οποίους θα τους βγάλεις, αυτούς που δεν θέλεις να δουν τις ενημερώσεις σου, αυτά που δημοσιεύεις εσύ στο προφίλ σου και αφήνεις αυτούς που θέλεις, που νομίζεις, που ξέρεις, ότι δεν θα σου κάνουν κακό. Δεν θα σε βλάψουν ή δεν θα κάνουν παραπληροφόρηση σε αυτά που έχεις ανεβάσει ή που έχεις πει.
- Ερώτηση 16: Ένας κίνδυνος που υπάρχει με την χρήση των social media, είναι το cyber bullying, δηλαδή ο διαδικτυακός εκφοβισμός. Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;  
Απάντηση 16: Πρόσφατα βιώσαμε το συγκεκριμένο θέμα, εκφοβίζοντας τα παιδιά και κλείνοντας ραντεβού, σε κάποια απόμερα μέρη ή απειλώντας τα με οποιοδήποτε τρόπο, εφόσον τα παιδιά πήγαιναν στον χώρο τον οποίο, τους είχε δωθεί για να πάνε. Καλό ήταν, μέσα από τους γονείς, να ελέγχουν το προφίλ των παιδιών και να τους περιορίζουν και τον χρόνο που θα είναι στο διαδίκτυο, γιατί παίζει ρόλο και δεύτερον, να τσεκάρουν το προφίλ τους. Η πολιτεία πάλι, πρέπει να είναι πιο συμμαζεμένη και πρέπει να είναι πιο κοντά σ' αυτά τα θέματα.
- Ερώτηση 17: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να πάρει ένας άνθρωπος που είναι θύμα του cyber bullying;  
Απάντηση 17: Τα μέτρα που πρέπει να πάρει για το θέμα αυτό, είναι, όσον αφορά τα παιδιά, γιατί πιο πολύ τα παιδιά, πέφτουν θύματα, πρέπει να ενημερώσουν αμέσως τους γονείς. Οι γονείς από εκεί και πέρα, πρέπει να ενημερώσουν την πολιτεία. Υπάρχει και η Ηλεκτρονική Δίωξη, η οποία και αυτή θα πάρει το μέρος του παιδιού, θα το ελέγξει, θα το ψάξει και θα καταλήξουμε σε ένα επιθυμητό και θετικό αποτέλεσμα. Με την χρήση όλου αυτού του σχεδιασμού, μπορεί να αποφευχθεί το χειρότερο.



#### Χρήστης 4: (Θοδωρής Καράμπελας)

- Ερώτηση 1: Ασχολείσαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Ναι,ασχολούμαι.
- Ερώτηση 2: Ποιο είναι αυτό το μέσο που αχολείσαι περισσότερο και γιατί;  
Απάντηση 2: Με το Facebook και με το email μου περισσότερο,Με το Facebook, γιατί συνδέομαι με τους φίλους μου και μιλάμε περισσότερο. Ενώ με το email μου,πάλι βλέπω διάφορες ειδήσεις γενικές.
- Ερώτηση 3: Πόσες ώρες ημερησίως καταναλώνεις στο Facebook;  
Απάντηση 3: Τρεις,τέσσερις ώρες εκεί.
- Ερώτηση 4: Πόσους φίλους έχεις περίπου στο Facebook;  
Απάντηση 4: 536
- Ερώτηση 5: Πόσοι απο αυτούς είναι πραγματικοί σου φίλοι;  
Απάντηση 5: 10 -15 εκεί.
- Ερώτηση 6: Προτιμάς να βγαίνεις έξω με τους φίλους σου ή να συνομιλείς μέσω chat;  
Απάντηση 6: Φυσικά,προτιμάω να βγαίνουμε έξω με τους φίλους μου,απλώς με το Facebook,κανονίζουμε πιο εύκολα για να βγούμε.
- Ερώτηση 7: Πιστεύεις ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο;  
Απάντηση 7: Ναι,το πιστεύω,γιατί όταν έχεις κάποιον συγγενή ας πούμε στο εξωτερικό,μπορείς να επικοινωνήσεις πιο εύκολα,απ'ότι στο τηλέφωνο.Ας πούμε με το Facebook,μπορείς και να συνομιλήσεις και να κάνεις βίντεο κλήση.Οπότε είναι πολύ πιο καλύτερα.
- Ερώτηση 8: Είπες ότι χρησιμοποιείς Facebook.Θα μπορούσες να ζήσεις χωρίς αυτό; Θα μπορούσες να το σβήσεις;  
Απάντηση 8: Αυτή την στιγμή,δεν νομίζω.Έχω συνηθίσει,με το Facebook,γιατί μιλάω με πολύ κόσμο και νομίζω όχι. Δεν θα μπορούσα χωρίς το Facebook.
- Ερώτηση 9: Έχεις κάνει κάποια γνωριμία μέσω Facebook;  
Απάντηση 9: Έχω κάνει πάρα πολλές γνωριμίες μέσω Facebook,έχω γνωρίσει άτομα τα οποία δεν τα ήξερα πριν και επικοινωνούμε συχνά.Περισσότερο μιλάμε βέβαια, δεν έχουμε συναντηθεί απο κοντά με τα άτομα αυτά,αλλά είναι πολύ καλό,ότι μόνο και μόνο που επικοινωνείς με τον κόσμο,ότι έρχεσαι πιο κοντά με ανθρώπους που δεν ήξερες.
- Ερώτηση 10: Πιστεύεις ότι είναι στην μόδα τα κοινωνικά δίκτυα;  
Απάντηση 10: Τον τελευταίο καιρό,παρακολουθώ ότι όντως πολύς κόσμος,αρχίζει και χρησιμοποιεί πολύ το διαδίκτυο,το Facebook,με σκοπό να επικοινωνεί με άλλο κόσμο.

- Ερώτηση 11: Πιστεύεις ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων,αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα;  
 Απάντηση 11: Ναι,το πιστεύω,γιατί όλοι,ακόμα και εγώ,βάζουμε τα προσωπικά μας στοιχεία στο Facebook,αυτά δημοσιοποιούνται και έτσι φαίνονται στον καθένα οι φωτογραφίες μας,τα στοιχεία μας,τα πάντα,οπότε το πιστεύω αυτό,ναι.
- Ερώτηση 12: Ποιες κατα την γνώμη σου,είναι οι καλές και οι κακές επιδράσεις της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;  
 Απάντηση 12: Ότι καλές επιδράσεις πιστεύω είναι ότι επικοινωνούμε όπως είπα και πριν με φίλους,με γνωστούς και αυτό είναι πολύ θετικό.Και οι αρνητικές επιδράσεις, εντάξει ας πούμε ότι χαλάμε πολλές ώρες στο Internet,στο Facebook.Κάποιες φορές δεν είναι απαραίτητο να βλέπουν όλα τα στοιχεία μας κάποιιοι.Αυτό είναι ένα αρνητικό.
- Ερώτηση 13:Πιστεύεις ότι σε ωφελεί σε κάτι να χρησιμοποιείς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,όπως είναι το Facebook;  
 Απάντηση 13: Ναι,με ωφελεί ,γιατί ενημερώνομαι για πολλά πράγματα,βλέπω φωτογραφίες απο φίλους,απο γνωστούς.Το θεωρώ κάτι πολύ ωραίο.
- Ερώτηση 14: Θεωρείς τον εαυτό σου εξαρτημένο απο τα social media;  
 Απάντηση 14: Όχι,δεν θεωρώ τον εαυτό μου εξαρτημένο.Δεν περνάω έτσι κι αλλιώς και πολύ χρόνο,πολλές ώρες. Χρησιμοποιώ το Facebook περισσότερο,το email μου. Γενικώς δεν ασχολούμαι πολύ με άλλα πράγματα στο Διαδίκτυο.
- Ερώτηση 15: Ένας κίνδυνος που υπάρχει με την χρήση των social media,είναι το cyber bullying,δηλαδή ο διαδικτυακός εκφοβισμός.Ποια είναι η γνώμη σου γι'αυτό;  
 Απάντηση 15: Ναι υπάρχει αυτό,σίγουρα.Πολλοί άνθρωποι εκβιάζουν άλλους,βλέποντας φωτογραφίες και θέλοντας να απειλήσουν με κάποιον τρόπο,εκφοβίζουν τον κόσμο μέσω του Facebook,μέσω του Twitter,μέσω πολλών στο διαδίκτυο.Υπάρχει,όντως υπάρχει αυτός ο κίνδυνος.
- Ερώτηση 16: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να πάρει ένας άνθρωπος που είναι θύμα του cyber bullying;  
 Απάντηση 16: Όταν νιώθει ότι απειλείται απο κάποιον στο διαδίκτυο,μπορεί να επικοινωνήσει,ανάλογως και την ηλικία του,αν είναι μικρός σε ηλικία,μπορεί να επικοινωνήσει με τους γονείς του,να τους πει τι συνέβη, ώστε να πάρουν τα κατάλληλα μέτρα,να επικοινωνήσουν με την Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος και να προφυλαχτούν απο κάτι τέτοιο.Απο εκεί και πέρα,αν είναι κάποιος μεγαλύτερος σε ηλικία,μπορεί να κλειδώσει στο απόρρητο τα προσωπικά του στοιχεία,ώστε αυτά να μην είναι δημόσια,ώστε έτσι να μην μπορεί να έχει πρόσβαση στον λογαριασμό του,ένας ξένος που τον απειλεί.

## Χρήστης 5: (Μαρία Ευθυμίου)

- Ερώτηση 1: Ασχολείσαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Ασχολούμαι,ελάχιστα όμως,διότι, χρησιμοποιώ μόνο το Youtube,κυρίως για να ακούω κάποια τραγούδια ή να βλέπω βίντεο και χρησιμοποιώ και το email μου,για να επικοινωνώ με καθηγητές μου στη σχολή.Μόνο γι'αυτό κυρίως.
- Ερώτηση 2: Ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείς και για ποιο λόγο;  
Απάντηση 2: Χρησιμοποιώ ως επι το πλείστον το email μου,διότι χρειάζεται στην σχολή μου,για να επικοινωνώ όπως είπα και προηγουμένως με τους καθηγητές μου ή με συμφοιτήτριές μου.
- Ερώτηση 3: Έχεις Facebook;  
Απάντηση 3: Δεν χρησιμοποιώ Facebook.
- Ερώτηση 4: Για ποιον λόγο;  
Απάντηση 4: Πιστεύω ότι υπάρχουν κι άλλοι τρόποι επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων,οι οποίοι είναι και πιο συνηθισμένοι,όπως το τηλέφωνο ή κάποιο email,που μπορεί να διαθέτει κάποιος και πιστεύω επίσης ότι το Facebook,είναι ένα μέσο επίδειξης και αυτοπροβολής.
- Ερώτηση 5: Γιατί προτιμάς τον παραδοσιακό τρόπο επικοινωνίας;  
Απάντηση 5: Πιστεύω ότι ίσως φέρνει τους ανθρώπους πιο κοντά,διότι το Facebook είναι απρόσωπο και κυρίως υπάρχουν κάποιοι κίνδυνοι,που μπορεί να αμελήσει κάποιος.Μπορεί να το χρησιμοποιήσει κάποιος καταχραστικά το Facebook και να παρουσιαστεί ως κάποιος άλλος.
- Ερώτηση 6: Πιστεύεις ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο;  
Απάντηση 6: Τα κοινωνικά δίκτυα εν μέρει φέρνουν κοντά τον κόσμο, διότι βρίσκονται σε συνεχή επικοινωνία μεταξύ τους,όμως απο την άλλη πλευρά,τον απομακρύνουν,διότι είναι ένα απρόσωπο μέσο επικοινωνίας και δεν υπάρχει η φυσική παρουσία του ανθρώπου.Γι'αυτό τον λόγο κυρίως.
- Ερώτηση 7:Πιστεύεις ότι είναι στην μόδα τα κοινωνικά δίκτυα;  
Απάντηση 7: Είναι στη μόδα,διότι το χρησιμοποιούν όλο και περισσότεροι άνθρωποι και πολλές φορές αισθάνονται και ανασφάλεια όταν κάποιος δεν έχει,δηλαδή νιώθει μειονεκτικά,απέναντι στους άλλους και όπως προανέφερα,το χρησιμοποιούν ως ένα μέσο αυτοπροβολής και επίδειξης,που η επίδειξη είναι χαρακτηριστικό πράγμα στις μέρες μας.Είναι της μόδας επίσης,διότι ανεβάζουν διάφορα πράγματα στο διαδίκτυο και τα δείχνουν και στους φίλους τους.  
Ναι είναι στην μόδα,διότι έχω παρατηρήσει ότι πολλές φορές,παραδείγματος χάρη,αν κάποιος δεν έχει Facebook,συχνά δέχεται αποδοκιμασίες απο κάποιους άλλους και επίσης το Facebook χρησιμοποιείται για να δείξει κάποιος κάτι που βρίσκεται στην μόδα.Άρα είναι και στην μόδα.

- Ερώτηση 8: Πολλοί άνθρωποι λένε πως δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς τα social media. Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;

Απάντηση 8: Είναι εξαρτημένοι και γι' αυτό δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Πιστεύω, ότι είναι κάτι σαν ναρκωτικό και ένας λόγος για να ξεφύγουν από αυτή την κατάσταση, θα ήταν να το ελαττώσουν σιγά σιγά και αν τους είναι τόσο δύσκολο, να βρουν κάποιον τρόπο ενασχολήσεως, δηλαδή θα μπορούσαν να κάνουν κάποια δραστηριότητα για να ξεφύγουν από αυτή την κατάσταση.
- Ερώτηση 9: Πιστεύεις ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων, αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα;

Απάντηση 9: Σαφώς και είναι ανθρώπινο φακέλωμα, διότι από την στιγμή που κάποιος δίνει τα προσωπικά του στοιχεία, έστω και το μικρό του όνομα, αυτά ίσως καταχωρούνται σε κάποιο φάκελο, που μπορεί να διαθέτει η εταιρεία στην οποία τα δίνει. Και κάποια στιγμή στο μέλλον, μπορεί όχι άμεσα, μπορεί και έμμεσα, να αξιοποιηθούν αυτά τα στοιχεία και μάλιστα εις βάρος του.
- Ερώτηση 10: Ποιες κατά την γνώμη σου, είναι οι καλές και οι κακές επιδράσεις της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;

Απάντηση 10: Έχω πολλές αρνητικές απόψεις σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά δεν παύουν να έχουν και κάποια πλεονεκτήματα η χρήση τους. Όπως προανέφερα είναι ένα μέσο επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων, που τους φέρνει όλο και πιο κοντά. Είναι ένας οικονομικός τρόπος το να επικοινωνήσουν οι άνθρωποι. Όμως από την άλλη πλευρά, όταν η χρήση τους γίνεται συνεχόμενη και ακατάπαυστη, δηλαδή σε σημείο να γίνεται και εξάρτηση ακόμη, είναι πολύ αρνητική, διότι απομακρύνει τον άνθρωπο από τους ανθρώπους και τον απομονώνει. Και επίσης, υπάρχουν και κάποιοι κίνδυνοι που κυκλοφορούν μέσα στο διαδίκτυο. Κυρίως στα μικρά τα παιδιά.
- Ερώτηση 11: Γνωρίζεις τους κινδύνους που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Απάντηση 11: Γνωρίζω, ότι δηλαδή έχω ακούσει από τις ειδήσεις, δηλαδή ανθρώπους που εμφανίζονται σε εισαγωγικά με αγγελικό πρόσωπο σε μικρά παιδιά, και αυτό γίνεται για να τα παρενοχλήσουν σεξουαλικά. Πιστεύω ότι οι γονείς πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη βάση σε αυτό το πράγμα, θα πρέπει να ελέγχουν τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις που μπαίνουν τα παιδιά τους. Καθώς επίσης, σε μικρά άτομα δεν πρέπει να δίνουν το δικαίωμα να έχουν καν λογαριασμό στο Facebook, γιατί ειδικά εκεί πέρα ο κίνδυνος είναι μεγαλύτερος.
- Ερώτηση 12: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνει κατά την γνώμη σου ένας χρήστης του διαδικτύου που έχει και λογαριασμό στο Facebook;

Απάντηση 12: Ένα μέτρο που μπορεί να πάρει, αν και δεν διαθέτω Facebook, το γνωρίζω όμως, το έχω ακούσει, μπορεί να κάνει μπλοκάρισμα στα ανεπιθύμητα άτομα, ειδικά αυτά που τον παρενοχλούν συνεχώς. Μπορούν επίσης τα άτομα που έχουν Facebook, να κάνουν συγκεκριμένα άτομα προσθήκη στον λογαριασμό τους και έτσι δεν θα έχουν πρόβλημα να κάποιος τους ενοχλήσει ποτέ.

Αν και δεν διαθέτω λογαριασμό στο Facebook, το έχω ακουστά ωστόσο, ένας τρόπος είναι να κάνει μπλοκάρισμα στα άτομα που τον ενοχλούν συνεχώς.

Μπορεί επίσης να κάνει προσθήκη στο λογαριασμό του, μόνο άτομα τα οποία γνωρίζει. Και έτσι θα αποφύγει και το γεγονός της πανενόχλησης από κάποιους επιτήδιους.

Αν και δεν διαθέτω λογαριασμό στο Facebook, έχω ακούσει από γνωστούς μου, ότι ένας τρόπος για να προστατευτείς στο Facebook, αν κάποιος σε παρενοχλήσει είναι να κάνεις το μπλοκάρισμα. Αλλιώς μπορείς να κάνεις προσθήκη μόνο συγκεκριμένα άτομα και όταν λέω συγκεκριμένα εννοώ γνωστούς σου και έτσι θα αποφύγεις το γεγονός, να σε παρενοχλήσει κάποιος ξένος.

- Ερώτηση 13: Ένας κίνδυνος που υπάρχει με την χρήση των social media, είναι το cyber bullying, δηλαδή ο διαδικτυακός εκφοβισμός. Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;

Απάντηση 13: Υπάρχουν πολλοί επιτήδιοι, οι οποίοι εκμεταλλεύονται, τη χρήση του διαδικτύου και το χρησιμοποιούν καταχραστικά, με σκοπό να παρενοχλήσουν κάποιους ανθρώπους, είτε είναι γνωστοί τους, είτε είναι άγνωστοι, να τους επιτεθούν είτε λεκτικά ή να εκμεταλλευτούν τους ίδιους και να τους συναντήσουν κάπου εκτός διαδικτύου και να τους εκμεταλλευτούν και σωματικά. Ένας τρόπος αντιμετώπισης από τα άτομα που έχουν πέσει θύμα διαδικτυακού bullying, είναι να απομακρυνθούν από τις σελίδες που έγινε αυτό το συμβάν και αν είναι άτομα μικρότερης ηλικίας, αν είναι κάποιες γυναίκες να απευθυνθούν σε κάποιον οικείο τους, για να τους δώσει την απαραίτητη βοήθεια ή να πάνε στην αστυνομία και να λάβει τα απαραίτητα μέτρα.

#### Χρήστης 6: (Λαμπρινή Γκόλια)

- Ερώτηση 1: Ασχολείσαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Ναι, ασχολούμαι πολύ με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Ερώτηση 2: Ποιο είναι αυτό το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που ασχολείσαι περισσότερο και γιατί;  
Απάντηση 2: Περισσότερο εννοείται με το Facebook, γιατί το βρίσκω πιο ενδιαφέρον. Μπορώ να κάθομαι να συνομιλώ μαζί με τους φίλους μου, να βλέπω τα νέα.
- Ερώτηση 3: Πόσες ώρες ημερησίως καταναλώνεις στο Facebook;  
Απάντηση 3: Μπορώ να πω όλη μέρα. Το έχω συνέχεια ανοιχτό.
- Ερώτηση 4: Πόσους φίλους έχεις περίπου στο Facebook;  
Απάντηση 4: Στο περίπου για μένα για το Facebook δεν υπάρχει. 3342 άτομα. Γιατί με ενδιαφέρει πάρα πολύ με το Facebook, όπως σου είπα και έτσι ξέρω ακριβώς τι έχω και ποιους έχω.
- Ερώτηση 5: Πόσοι από αυτούς είναι πραγματικοί σου φίλοι;  
Απάντηση 5: Περίπου 700 άτομα, αυτά που ξέρω.

- Ερώτηση 6: Προτιμάς να βγαίνεις έξω με τους φίλους σου ή να συνομιλείς μέσω chat;  
 Απάντηση 6: Και τα δύο.Μ'αρέσει να βγαίνω έξω και με τους φίλους μου,αλλά να συνομιλώ και με άλλους φίλους μου, μέσω του chat.
- Ερώτηση 7: Πιστεύεις ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο;  
 Απάντηση 7: Εννοείται, πως το πιστεύω αυτό,διότι ας πούμε μέσω του Facebook,μπορείς να συνομιλείς με έναν φίλο σου,χωρίς να έχεις κάρτα,χωρίς να έχεις οτιδήποτε.
- Ερώτηση 8:Είπες προηγουμένως πως χρησιμοποιείς Facebook.Θα μπορούσες να το σβήσεις;Θα μπορούσες να ζήσεις χωρίς αυτό;  
 Απάντηση 8: Το έχω προσπαθήσει μια - δυο φορές,αλλά δεν τα έχω καταφέρει,μέσα σε μία μέρα το έχω ξαναενεργοποιήσει.Όχι δεν μπορώ να ζήσω χωρίς αυτό.
- Ερώτηση 9: Έχεις κάνει κάποια γνωριμία μέσω Facebook;  
 Απάντηση 9: Έχω γνωρίσει κάποια άτομα και τα έχω γνωρίσει και απο κοντά και ήταν καλά παιδιά.
- Ερώτηση 10: Πιστεύεις ότι είναι στην μόδα τα κοινωνικά δίκτυα;  
 Απάντηση 10: Πιστεύω ότι είναι στη μόδα τα κοινωνικά δίκτυα,εφόσον πλέον μέχρι και τα πεντάχρονα ασχολούνται με όλα αυτά.
- Ερώτηση 11: Πολλοί άνθρωποι λένε πως δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς τα social media.Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;  
 Απάντηση 11: Επειδή ανήκω κι εγώ σε αυτήν την ομάδα, δεν θα μπορούσα να πω,ότι δεν συμφωνώ με αυτούς.
- Ερώτηση 12: Πιστεύεις ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων,αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα;  
 Απάντηση 12: Αυτό είναι στο χέρι του καθενός,είναι αναλόγως με το τι ανεβάζει. Άμα θέλεις να προστατέψεις την προσωπική σου ζωή,θα είσαι λίγο πιο προσεκτικός.Βέβαια υπάρχουν κι άλλοι,που ανεβάζουν πολλά για τον εαυτό τους, το τι κάνουν,το που βρίσκονται ,με ποιον βρίσκονται,Αυτό είναι στο χέρι του καθενός.
- Ερώτηση 13: Ποιες είναι κατα την γνώμη σου,οι καλές και οι κακές επιδράσεις,της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης,του Facebook;  
 Απάντηση 13: Οι θετικές είναι ότι μπορείς να επικοινωνήσεις άμεσα μαζί με κάποιους φίλους σου και δεν είναι και πολυδάπανο αυτό το πράγμα.Τα αρνητικά στοιχεία,βέβαια είναι ότι κάποιιοι χρησιμοποιούν δικές σου πληροφορίες εναντίον σου.  
 Το θετικό είναι ότι μπορείς να επικοινωνήσεις μαζί με τους φίλους σου και δεν χρειάζεται μέσω τηλεφώνου που χρειάζεται να έχεις κάρτα. Τα αρνητικά είναι, ότι αν δεν είσαι προσεκτικός μπορεί πολλοί να χρησιμοποιήσουν δικές σου πληροφορίες και να είναι εναντίον σου.

Βέβαια εγώ πιστεύω ότι περισσότερα είναι τα θετικά,διότι το Facebook,όπως θα το έχεις καταλάβει,το αγαπώ πολύ και είμαι κολλημένη με αυτό.

- Ερώτηση 14: Γνωρίζεις τους κινδύνους που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 14: Ναι.Μπορεί κάποιος να φτιάξει ένα ψεύτικο προφίλ,όταν ανεβάζεις φωτογραφίες ,όταν βάζεις διευθύνσεις ή τον αριθμό σου.Υπάρχουν πάρα πολλοί κίνδυνοι.Πρέπει να είσαι πάρα πολύ προσεκτικός.
- Ερώτηση 15: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνει κατα την γνώμη σου ένας χρήστης του Διαδικτύου,που έχει και λογαριασμό στο Facebook;  
Απάντηση 15: Μπορείς μέσω τις ρυθμίσεις απορρήτου, να είναι κλειδωμένες οι φωτογραφίες σου,ας πούμε και να τις βλέπουν μόνο αυτοί που θέλεις εσύ ή έστω να μην ανεβάζεις γενικά φωτογραφίες,πράγματα που είναι πολύ προσωπικά για σένα,ώστε να μην τα βλέπει και ο κάθε άσχετος.
- Ερώτηση 16: Ένας κίνδυνος που υπάρχει με την χρήση των social media,είναι το cyber bullying,δηλαδή ο διαδικτυακός εκφοβισμός.Ποια είναι η γνώμη σου γι'αυτό;  
Απάντηση 16: Αυτό πλέον στις μέρες μας είναι πολύ συχνό φαινόμενο,όπως βλέπουμε συνέχεια,πολλοί δημιουργούν ψεύτικα προφίλ,πλησιάζουν στην αρχή φιλικά μικρά παιδιά και μετά με διάφορους τρόπους,προσπαθούν να τα πείσουν να βρεθούν,ώστε μετά να τα κακοποιήσουν.
- Ερώτηση 17: Ποια είναι τα μέτρα,που πρέπει να πάρει κατα την γνώμη σου,ένας χρήστης του διαδικτύου, που έχει πέσει θύμα του cyber bullying;  
Απάντηση 17: Καταρχήν να ενημερώσει την ηλεκτρονική δίωξη εγκλήματος, να καλέσουν την αστυνομία,να ενημερωθούν καταρχήν οι γονείς,ώστε να μπορέσουν να προστατέψουν τα παιδιά τους και κάπως να προσπαθούν να τα επιβλέπουν όσο βρίσκονται μέσα σε τέτοια site.

#### Χρήστης 7: (Παρασκευή Διαμαντή)

- Ερώτηση 1: Ασχολείσαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Ναι φυσικά.Ασχολούμαι πολύ με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Ερώτηση 2: Ποιο είναι αυτό το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που ασχολείσαι περισσότερο και γιατί;  
Απάντηση 2: Με το Youtube,για να ακούω μουσική και με το Facebook περισσότερο για να συνομιλώ με τους φίλους μου,να ενημερώνομαι.
- Ερώτηση 3: Πόσες ώρες ημερησίως καταναλώνεις στο Facebook;  
Απάντηση 3: Συνήθως απο το πρωί όταν ξυπνάω,μέχρι το βράδυ.  
Όλη μέρα δηλαδή.Όταν πηγαίνω στο γυμναστήριο,το έχω στα χέρια μου συνέχεια,στις καφετέριες όταν πηγαίνω για καφέ. Όλη την μερα.

- Ερώτηση 4: Πόσους φίλους έχεις περίπου στο Facebook;  
Απάντηση 4: Ξέρω σίγουρα πόσους έχω. Έχω 1332.
- Ερώτηση 5: Πόσοι απο αυτούς είναι πραγματικοί σου φίλοι;  
Απάντηση 5: Οι 100 σίγουρα,γιατί πηγαίνουμε και για καφέ με μερικούς.Τους άλλους απλά φατσικά τους ξέρω.
- Ερώτηση 6: Προτιμάς να βγαίνεις έξω με τους φίλους σου ή να συνομιλείς μέσω chat;  
Απάντηση 6: Φυσικά και προτιμάω να βγαίνω έξω και με τους φίλους μου,αλλά μου αρέσει να μιλάω και στο chat,γιατί συνομιλώ με πολλούς ταυτόχρονα οι οποίοι δεν γνωρίζονται μεταξύ τους.
- Ερώτηση 7: Πιστεύεις ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο;  
Απάντηση 7: Ναι το πιστεύω,γιατί μπορεί να δημιουργηθούν πολλές γνωριμίες μέσω των κοινωνικών δικτύων.
- Ερώτηση 8: Είπες προηγουμένως πως χρησιμοποιείς Facebook.Θα μπορούσες να το σβήσεις; Θα μπορούσες να ζήσεις χωρίς αυτό;  
Απάντηση 8: Έχω προσπαθήσει να το σβήσω,αλλά το άνοιξα αμέσως.Δηλαδή στις δυο τρεις μέρες, το άνοιξα. Όχι δεν θα μπορούσα να ζήσω χωρίς αυτό,γιατί ενημερώνομαι πολύ απο το Facebook και μιλάω με τους φίλους μου συνέχεια.
- Ερώτηση 9: Έχεις κάνει κάποια γνωριμία μέσω Facebook;  
Απάντηση 9: Ναι έχω κάνει αρκετές γνωριμίες,είτε κατέληξαν να μιλάμε με αυτούς,είτε όχι. Έχω κάνει αρκετές.
- Ερώτηση 10: Πολλοί άνθρωποι λένε πως δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς τα social media. Ποια είναι η γνώμη σου γι'αυτό;  
Απάντηση 10: Εφόσον είμαι κι εγώ μέσα σε αυτούς,το ίδιο ισχύει και για μένα.
- Ερώτηση 11: Πιστεύεις ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων,αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα;  
Απάντηση 11: Ναι το πιστεύω γιατί όλοι βάζουν τα προσωπικά τους στοιχεία,φωτογραφίες ανεβάζουν,κάνουν check in όπου κι αν βρίσκονται,σε οποιοδήποτε μέρος.Ναι το πιστεύω.
- Ερώτηση 12: Ποιες είναι κατα την γνώμη σου,οι καλές και οι κακές επιδράσεις,της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 12: Κατά την γνώμη μου οι θετικές επιδράσεις είναι ότι υπάρχει γρήγορη μετάδοση γεγονότων,ότι μπορείς να μιλάς με ανθρώπους που δεν είναι στο ίδιο μέρος με σένα.Οι αρνητικές τώρα επιδράσεις,είναι ότι υπάρχει μεγάλη σπατάλη του χρόνου.  
Ότι βγαίνεις για έναν καφέ και ότι όλοι είναι με το κινητό στο χέρι όλη την ημέρα στο Facebook και δεν υπάρχει επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων.



- Ερώτηση 13: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνει κατα την γνώμη σου ένας χρήστης του Διαδικτύου, που έχει και λογαριασμό στο Facebook;  
Απάντηση 13: Θα πρέπει κάποιος να μπαίνει στις ρυθμίσεις απορρήτου, και να κρύβει τα προσωπικά του στοιχεία. Να μην ανεβάζουν πολλά προσωπικά στοιχεία, να μην ενημερώνουν για το που βρίσκονται και τι κάνουν όλη την ώρα.

#### Χρήστης 8: (Ελενα Γαβρά)

- Ερώτηση 1: Ασχολείσαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Ναι ασχολούμαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Ερώτηση 2: Ποιο είναι αυτό το μέσο που ασχολείσαι περισσότερο και γιατί;  
Απάντηση 2: Ασχολούμαι με το Facebook, γιατί πιστεύω ότι είναι το καλύτερο μέσο επικοινωνίας, απ' ότι είναι τα υπόλοιπα.
- Ερώτηση 3: Πόσες ώρες ημερησίως καταναλώνεις στο Facebook;  
Απάντηση 3: Συνήθως καθημερινά, δύο με τρεις ώρες.
- Ερώτηση 4: Πόσους φίλους έχεις περίπου στο Facebook;  
Απάντηση 4: 400 με 500.
- Ερώτηση 5: Πόσοι από αυτούς είναι πραγματικοί σου φίλοι;  
Απάντηση 5: Οι πραγματικοί μου φίλοι είναι πέντε άτομα.
- Ερώτηση 6: Προτιμάς να βγαίνεις έξω με τους φίλους σου ή να συνομιλείς μέσω chat;  
Απάντηση 6: Προτιμάω να βγαίνω έξω μαζί τους, γιατί μέσα από το chat, δεν βλέπεις τον άλλον και δεν μπορείς να καταλάβεις την ψυχολογία του, αν είναι καλά ή όχι. Άρα καλύτερα είναι να βγαίνουμε έξω, για να μαθαίνω κιόλας αν είναι καλά.
- Ερώτηση 7: Πιστεύεις ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο;  
Απάντηση 7: Όχι, πιστεύω ότι είναι πολύ λάθος αυτό και ως προς την κοινωνία που έχει συμβεί, γιατί πλέον στις μέρες μας όλοι επικοινωνούν μέσα απ' το Facebook ή απ' το οτιδήποτε άλλο έχουν, με αποτέλεσμα να είναι αντικοινωνικοί προς τον κόσμο και να μην έχουν καλή επικοινωνία μαζί τους, όταν χρειάζεται, για το λόγο του ότι έχουν μάθει με ένα τείχος μπροστά τους, να επικοινωνούν μαζί τους και δεν μπορούν να φέρουν άποψη σε κάτι που αφορά αυτούς, γιατί τους καλύπτει μια οθόνη και δεν δείχνουν την προσωπικότητά τους προς τα έξω, κλείνονται στον εαυτό τους και χάνονται μετά από τον υπόλοιπο κόσμο. Και γι' αυτό θεωρώ ότι δεν φέρνει κοντά τους ανθρώπους μέσα στο Facebook. Καλύτερα είναι να επικοινωνείς περισσότερο έξω.

- Ερώτηση 8: Είπες ότι χρησιμοποιείς Facebook.Θα μπορούσες να ζήσεις χωρίς αυτό; Θα μπορούσες να το σβήσεις;  
 Απάντηση 8: Η αλήθεια είναι πως δεν το έχω κάνει μέχρι στιγμής,δεν το έχω δοκιμάσει να το σβήσω,αλλά πιστεύω ότι,λόγω του ότι κάποιες μέρες στο σπίτι μας δεν είχαμε internet και δεν είχα τι να κάνω κάποιες φορές,ήθελα να το έχω,αλλά δεν το χρησιμοποιώ πολύ ως μέσο επικοινωνίας,αλλά περισσότερο για να περνάει η ώρα μου.Αλλά η αλήθεια είναι ότι δεν θα μπορούσα να φανταστώ τη ζωή μου χωρίς αυτό.Αλλά δεν το έχω δοκιμάσει κιόλας για να ξέρω πως είναι.
- Ερώτηση 9: Έχεις κάνει κάποια γνωριμία μέσω Facebook;  
 Απάντηση 9: Ναι,έχω κάνει,αλλά με άτομο το οποίο το ήξερα έξω,το έβλεπα και απλά είχε τύχει να μου μιλήσει και του απάντησα,αφού τον ήξερα.
- Ερώτηση 10: Πιστεύεις ότι είναι στην μόδα τα κοινωνικά δίκτυα;  
 Απάντηση 10: Ναι πλέον στις μέρες μας,όλος ο κόσμος έχει κάποιο κοινωνικό δίκτυο,για το λόγο,όχι το ότι το χρειάζεται πάρα πολύ,αλλά επειδή ο ένας το έφερε στον άλλον και επειδή έχει γίνει μόδα,πιστεύουν ότι κάτι δεδομένο πλέον να έχεις ένα κοινωνικό δίκτυο,γιατί αν δεν έχεις κάποιες φορές στις μέρες μας ίσως να είναι και αρνητικό για κάποιους.
- Ερώτηση 11: Πολλοί άνθρωποι λένε πως δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς το Facebook. Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;  
 Απάντηση 11: Πιστεύω πως όλοι θα μπορούσαμε να ζήσουμε χωρίς αυτό,γιατί δεν είναι κάτι αναγκαίο και το θεωρώ βλακεία,αν κάποιοι άνθρωποι πιστεύουν ότι δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς αυτό,απο την στιγμή που υπάρχουν πιο σημαντικά πράγματα στον κόσμο για να ασχοληθείς.
- Ερώτηση 12: Πιστεύεις ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων,αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα;  
 Απάντηση 12: Ναι και ακραίο φακέλωμα πλέον.Όταν βάζεις τα προσωπικά σου δεδομένα και συνήθως όλοι το κάνουν,το 99 της εκατό των ανθρώπων.Όλοι βάζουν ηλικία,το τι κάνουν,που μένουν,με το τι ασχολούνται και ο καθένας ένα όνομα να πληκτρολογήσει,μπορεί να μάθει τα πάντα γι' αυτόν χωρίς να τον ξέρει και να ασκήσει την δική του γνώμη γι' αυτό το άτομο,χωρίς να τον ξέρει,μόνο και μόνο επειδή έχει βάλει τα στοιχεία του,επειδή έχει βάλει κάποιες συγκεκριμένες φωτογραφίες.Και επίσης θεωρώ πολύ λάθος,όταν έχεις το Facebook,για να βλέπεις και να βλέπουν οι άλλοι,που είσαι,τι κάνεις,που βρίσκεσαι,τι κάνεις στη ζωή σου,για ποιο λόγο ζεις και το θεωρώ πάρα πολύ λάθος και γι' αυτό δεν το κάνω κιόλας.
- Ερώτηση 13: Ποιες κατα την γνώμη σου,είναι οι καλές και οι κακές επιδράσεις της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;  
 Απάντηση 13: Αρχικά, οι καλές επιδράσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι πως οι άνθρωποι, μπορούν να μαθαίνουν πράγματα που συμβαίνουν στον κόσμο,που άμα δεν το είχανε δεν θα τα μάθαιναν και ενημερώνεσαι για πράγματα που δεν ξέρεις και γενικά για ζωές συγκεκριμένων ατόμων που ίσως να σε νοιάζουν και ίσως να χρειάζεσαι πληροφορίες γι' αυτά,για κάποιους δικούς σου λόγους.

Τα αρνητικά είναι, πως όλοι έχουν πέσει σε έναν εθισμό, ο οποίος δεν είναι καλός, επικοινωνούν όλοι μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και όχι έξω, πράγμα που κάνει τον άνθρωπο να απομονώνεται, να γίνεται πιο κλειστός και γενικά κλείνεται στον εαυτό σου όταν μιλάς μέσα από μία οθόνη, όταν κάνεις τα πάντα μέσα από μία οθόνη, όταν περνάς πάρα πολλές ώρες μέσα σε μία οθόνη, ενώ υπάρχουν τόσα πολλά πράγματα που μπορείς να κάνεις, να βγεις έξω με τους φίλους σου, να κάνεις κάποια δραστηριότητα, να παίξεις, το σιδηρόπαιδο. Και το θεωρώ πάρα πολύ άσχημο πλέον που όλα τα μικρά παιδιά, από μικρή ηλικία, μέχρι και όποια ηλικία είναι, έχουν κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης και απλά είναι πάρα πολύ κακό, για το λόγο του ότι δεν ξέρεις και ποιος βρίσκεται πίσω, όπως είναι το Facebook, δεν ξέρεις ποιος βρίσκεται πίσω από κάθε προφίλ, γι' αυτό και συμβαίνουν δυστυχώς πολλά άσχημα πράγματα στις μέρες μας και θα πρέπει να προσέχουμε.

- Ερώτηση 14: Γνωρίζεις του κινδύνους που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 14: Ναι, είναι το bullying μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που δημιουργούν κάποιοι χρήστες του Facebook και ξεφτυλίζουν το ανθρώπινο είδος.
- Ερώτηση 15: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να πάρει κατά την γνώμη σου, ένας χρήστης του διαδικτύου, που έχει και λογαριασμό στο Facebook;  
Απάντηση 15: Τα μέτρα είναι πολλά. Εξαρχής, όταν φτιάχνεις το Facebook, όπως έχω κι εγώ, έχει μέτρα ασφαλείας, τα οποία πρέπει να τα εκτελέσεις. Σου έχει για παράδειγμα, αυτό το πρόγραμμα που έχω βάλει κι εγώ, όταν κάποιος άλλος μπαίνει στο προφίλ σου και μπαίνει και είναι μέσα, στο βγάζει ως ειδοποίηση, ότι κάποιος έχει μπει στον λογαριασμό σου, είτε εσείς ή όχι και μετά σε βάζει σε διαδικασία να αλλάξεις κωδικό και έτσι αποφεύγεις κάθετι δυσάρεστο που μπορεί να συμβεί στην συνέχεια. Μετά υπάρχει και στις ρυθμίσεις απορρήτου, που μπορούν να δουν στον τοίχο σου, μόνο συγκεκριμένα άτομα και όταν κάποιος πάει να σε κάνει φίλο στο Facebook, δεν βλέπει όλες σου τις φωτογραφίες. Μπορείς να κλειδώσεις κάθε δικιά σου φωτογραφία, δεν μπορούν να τις βλέπουν όλες, μπορείς να μην βάλεις όλα σου τα στοιχεία. Επίσης υπάρχει που μπορείς να ρυθμίσεις και στο χρονολόγιό σου, όταν σου προσθέτουν κάποιοι από το Facebook, κάποιοι φίλοι σου ή μη, που σου προσθέτουν και σε κάνουν tag σε μια φωτογραφία ή σε ένα σχόλιο ή σε σιδηρόπαιδο, σου έχει αν το δέχεσαι ή όχι, αν θέλεις να εμφανιστεί στο χρονολόγιό σου ή όχι και εσύ μπορείς να πατήσεις απόκρυψη ή να το δεχτείς, το οποίο πιστεύω ότι είναι πάρα πολύ σωστό. Και άλλα πολλά που είναι καλό να τα λάβουμε υπόψη μας.
- Ερώτηση 16: Ένας κίνδυνος που υπάρχει με την χρήση των social media, είναι το cyber bullying, δηλαδή ο διαδικτυακός εκφοβισμός. Ποια είναι η γνώμη σου γι' αυτό;  
Απάντηση 16: Ναι πλέον έχει φτάσει σε ακραίο σημείο και ακούμε κάθε μέρα και στην τηλεόραση και παντού, ακραία περιστατικά, που δυστυχώς λυπάμαι πάρα πολύ που έχουμε φτάσει στο 2015 και δεν μπορούμε αυτά να τα αντιμετωπίσουμε για πολλούς και διάφορους λόγους, όταν για παράδειγμα έχουμε τον φόβο και μας εκβιάζουν μέσα απ' το Facebook, δεν μπορούμε να μιλήσουμε στους δικούς μας ανθρώπους, να τους πούμε το πρόβλημά μας,

με αποτέλεσμα να δεχόμαστε και να προσπερνάμε,όμως αυτό δεν πρέπει να γίνεται να προσμερνάμε αυτό που μας συμβαίνει μέσα απ'το Facebook.Έχουνε εκβιάσει πάρα πολλά άτομα,τους έχουν κάνει να συναντηθούν και να τους φέρουν σε δύσκολη θέση και να τους κάνουν κακό.Επίσης στο συγκεκριμένο, μπορεί ο καθένας να πάρει κάποια φωτογραφία σου,να την δημοσιεύσει και να την φτιάξει όπως θέλει.Να φτιάξει ότι είσαι εσύ,ένα προφίλ,χωρίς εσύ να το γνωρίζεις,να στέλνει μηνύματα το οτιδήποτε θέλει αυτός, χωρίς εσύ να το γνωρίζεις,με αποτέλεσμα εσένα να σε ξευτιλίζει ως άνθρωπο και μετά να σε αφήνει στο περιθώριο,με αποτέλεσμα το πιο ακραίο που θα μπορούσες να κάνεις,όπως έχουμε δει,που οδηγεί και στην αυτοκτονία πάρα πολλά άτομα,έχουν αυτοκτονήσει πολύς κόσμος,λόγω του bullying μέσα απο το διαδίκτυο και καλό είναι να το αποφεύγουμε και να προσέχουμε.

- Ερώτηση 17: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να πάρει ένας άνθρωπος που είναι θύμα του cyber bullying;  
Απάντηση 17: Ένα θύμα που έχει πέσει στο cyber bullying,το πρώτο που είναι να κάνει, είναι να μιλήσει στους δικούς του,δηλαδή στους γονείς του.Μετά οι γονείς του να λάβουν τα εξής μέτρα,να πάνε στην αστυνομία,να κάνουν μήνυση κατά αυτού του χρήστη,να το ψάξουν και γενικά να ενημερώσουν όλο τον κόσμο για άλλο ένα περιστατικό,έτσι ώστε να πέρνουν κι αυτοί τα δικά τους μέτρα και να προσέχουν και πάνω απ'όλα να μιλάνε στους ανθρώπους που είναι γύρω τους,για να απομακρύνονται απο κάθετί κακό.Υπάρχει η δίωξη του ηλεκτρονικού εγκλήματος και τα παιδιά πλέον στις μέρες μας δυστυχώς,δεν έχουν την εμπιστοσύνη και φοβούνται να μιλήσουν λόγω εκβιασμού και λόγω ντροπής πολλές φορές και ειδικά οι κοπέλες όταν μιλάνε με κάποια αγόρια που τους έχουν φέρει σε κάποια δύσκολη θέση,δεν έχουν το θάρρος να πάνε να πιάσουν τους γονείς τους.

#### Ψυχίατρος 1: (Γιαπράκη Αφροδίτη)

- Ερώτηση 1: Ασχολείστε με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Και βέβαια,εξάλλου το απαιτεί και η εποχή μας.
- Ερώτηση 2: Ποιο είναι αυτό το μέσο που ασχολείστε περισσότερο και για ποιο λόγο;  
Απάντηση 2: Με το Facebook και Twitter κυρίως,για ανεύρεση και επικοινωνία με συνανθρώπους,φίλους μου και ψυχαγωγία.
- Ερώτηση 3: Ποια είναι η γνώμη σας για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 3: Καταρχάς αποτελούν έναν εύκολο μέσο επικοινωνίας και ψυχαγωγίας,αρκεί να χρησιμοποιούνται με τον σωστό τρόπο και στα φυσιολογικά πλαίσια,όσον αφορά τον χρόνο της καθημερινότητάς μας,εννοώντας το 24ωρο της ζωής μας.

- Ερώτηση 4: Πιστεύετε ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο;  
 Απάντηση 4: Και βέβαια ναι,στα πλαίσια όμως όπως προαναφέραμε της σωστής χρήσης τους.
- Ερώτηση 5: Πολλοί άνθρωποι λένε πως δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς τα social media.Ποια είναι η γνώμη σας γι'αυτό;  
 Απάντηση 5: Το να λες ότι δεν μπορείς να ζήσεις χωρίς οτιδήποτε έμψυχο ή άψυχο στην ψυχολογία του ανθρώπου,αποτελεί εξάρτηση,δηλαδή ψυχοπαθολογία.
- Ερώτηση 6: Πιστεύετε ότι είναι στην μόδα τα κοινωνικά δίκτυα;  
 Απάντηση 6: Αν εννοείτε ότι συμβαδίζουν με την εξέλιξη της τεχνολογίας,το 2015 ναι.
- Ερώτηση 7: Ποιες είναι κατα την γνώμη σας οι θετικές και οι αρνητικές επιδράσεις της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;  
 Απάντηση 7: Όπως προανέφερα είναι ένα καλό μέσο επικοινωνίας και ψυχαγωγίας,στα πλαίσια όμως της σωστής χρήσης,στα πλαίσια τρόπου και χρόνου.
- Ερώτηση 8: Ποιοι είναι οι κίνδυνοι που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
 Απάντηση 8: Όσον αφορά την ειδικότητά μου,τον εθισμό με την συνοδό ψυχοπαθολογία,που εμπεριέχει για παράδειγμα συμπτώματα όπως αϋπνία,αναστροφή του ύπνου,παραμέληση εαυτού,απάθεια,κοινωνική απομόνωση,έλλειψη άλλων ενδιαφερόντων,εκρήξεις θυμού σε οτιδήποτε προσπαθεί να αποσπάσει τον χρήστη απο αυτό και άλλα πολλά.
- Ερώτηση 9: Τι είναι το cyber bullying;  
 Απάντηση 9: Είναι η οποιαδήποτε πράξη εκφοβισμού, επιθετικότητας, παρενόχλησης,τρομοκρατικής ή αυταρχικής συμπεριφοράς που θεσπίζεται και πραγματοποιείται μέσω της χρήσης των ψηφιακών συσκευών επικοινωνίας, συγκεκριμένα του διαδικτύου και των κινητών τηλεφώνων και η οποία επαναλαμβάνεται ανα τακτά ή άτακτα χρονικά διαστήματα.
- Ερώτηση 10: Ένας κίνδυνος που υπάρχει με την χρήση των social media,είναι το cyber bullying,δηλαδή ο διαδικτυακός εκφοβισμός.Ποια είναι η γνώμη σας γι'αυτό;  
 Απάντηση 10: Δυστυχώς η αυξανόμενη χρήση των νέων μέσων και της διείσδυσής τους στα σπίτια των ανήλικων και εφήβων χρηστών, των ελληνικών social media,αυξάνει τον όρο του διαδικτυακού εκφοβισμού,αποτελώντας ένα πρόβλημα παρενόχλησης μαθητών και παιδιών,μέσα στο internet και το οποίο είναι πιο περίπλοκο απ'όσο γίνεται αντιληπτό,καθώς το bullying,να έχει αντικαταστήσει κατα μία έννοια τον παλιό τσαμπουκά και καζούρας στα σχολεία,όμως με χειρότερα κατα πολύ χαρακτηριστικά.

- Ερώτηση 11: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να πάρει ένας άνθρωπος που είναι θύμα του cyber bullying;

Απάντηση 11: Αν και δεν αφορά την ειδικότητά μου,θα απαντήσω πως ο κάθε καλά ενημερωμένος έλληνας πολίτης,πρώτον άμεση ενημέρωση του γονέα ή κηδεμόνα του θύματος σε περίπτωση ανήλικου,δεύτερον αγνόηση ενοχλητικών μηνυμάτων,τρίτον αποκλεισμός του αποστολέα που στέλνει ενοχλητικά ή απειλητικά μηνύματα,τέταρτον προειδοποίηση του αποστολέα και πέμπτον αναφορά στην αστυνομία, την υπηρεσία δίωξης ηλεκτρονικού εγκλήματος.
- Ερώτηση 12: Γιατί οι άνθρωποι κάνουν cyber bullying;

Απάντηση 12:Συχνά οι νέοι οδηγούνται στον διαδικτυακό εκφοβισμό,εξαιτίας της βίωσης έντονων συναισθημάτων,όπως θυμός,απόγνωση,είτε και εκδίκηση που μπορεί να προέρχεται τόσο απο τις προβληματικές σχέσεις που υπάρχουν στο οικογενειακό περιβάλλον,όσο και εξαιτίας μιας ευρύτερης κοινωνικής δυσλειτουργικότητας των ίδιων.

Σε άλλες περιπτώσεις ο διαδικτυακός εκφοβισμός,αποτελεί μορφή ψυχαγωγίας,στοχεύοντας στην εκδήλωση ποικίλων αντιδράσεων και στην ικανοποίηση αναγκών που σχετίζονται με την επιβολή εξουσίας και ελέγχου. Τέλος,δε και σπάνια, η αποστολή μηνυμάτων σε λάθος παραλήπτες μπορεί να αποτελέσει αιτία του φαινομένου.
- Ερώτηση 13: Πώς αισθάνονται τα θύματα του cyber bullying;

Απάντηση 13: Το φαινόμενο του διαδικτυακού εκφοβισμού,εγκυμονεί σοβαρές επιπτώσεις για την ψυχική υγεία του θύματος.Η αυτοεκτίμηση του ατόμου που υφίσταται τον διαδικτυακό εκφοβισμό,πλείττει έντονα τόσο ώστε σε μερικές περιπτώσεις,συνδέεται με το αίσθημα της ενοχής.Το άτομο αρχίζει να αναπαράγει αρνητικές σκέψεις και η επίδοση των κοινωνικών του ικανοτήτων,μειώνονται σημαντικά.Κάποιες φορές κυρίως κατα την εφηβική ηλικία,η αποχή απο το σχολείο και απο τις παρέες των συνομηλίκων αποτελεί προσωρινό καταφύγιο.Ενώ ταυτόχρονα η αυτοκτονία,κάτι πολύ σημαντικό,θεωρείται ως η μοναδική λύση στο πρόβλημα.Άτομα που δέχτηκαν έντονα διαδικτυακό εκφοβισμό,ενδέχεται στο μέλλον να παρουσιάσουν μεγαλύτερη αστάθεια στις διαπροσωπικές τους σχέσεις, καταλήγοντας στην κοινωνική απομόνωση.
- Ερώτηση 14: Τι πρέπει να κάνουν οι γονείς για να σώσουν τα παιδιά τους απο τους κινδύνους της χρήσης των social media;

Απάντηση 14: Αρχικά και πρακτικά,η πλήρης χρήση των ρυθμίσεων του γονικού ελέγχου σε εφαρμογές λογισμικού και λύσεις ασφάλειας μπορεί να προσφέρει ισχυρή προστασία και μετά πληροφορίες και περιεκτική εξήγηση στα παιδιά για το πόσο σημαντικό είναι οι ιδιωτικές πληροφορίες να παραμένουν ιδιωτικές,αποτρέποντάς τα, απο το να αποκαλύπτουν λεπτομέρειες όπως διεύθυνση,αριθμό τηλεφώνου,το σχολείο,τον αριθμό πιστωτικής κάρτας και άλλα προσωπικά δεδομένα . Επιπλέον, οι γονείς πρέπει να εξηγήσουν στα παιδιά,τι μπορεί να μοιράζονται και με ποιους ,σε ποιον να απευθυνθούν για υποστήριξη,όταν αισθάνονται πως κάποιος προσπαθεί να τα κακομεταχειριστεί ή οταν νιώθουν στεναχωρημένα λόγω διαδικτύου.

Και θέλω να σημειώσω, ότι στατιστικά, περίπου το 15 με 35% των νέων, έχει πέσει θύμα διαδικτυακού εκφοβισμού και η πλειοψηφία των ατόμων που υφίσταται ή ασκεί διαδικτυακό εκφοβισμό είναι ηλικίας 12 εως 16 ετών.

## Ψυχίατρος 2: ( Γερούκαλης Δημητριος)

- Ερώτηση 1: Τι είναι ο εθισμός στο διαδίκτυο; Ποια είναι η ψυχολογία των εθισμένων στο διαδίκτυο;  
Απάντηση 1: Εθισμός στο διαδίκτυο.Είναι μία κατάσταση η οποία διερευνήθηκε,μάλλον αναπτύχθηκε,παρουσιάστηκε και διερευνήθηκε τα τελευταία χρόνια,μέσα απο την μαζική χρήση υπέρ του διαδικτύου,απο ανθρώπους με ή χωρίς επίγνωση του τι χρησιμοποιούν.Σε γενικές γραμμές,ο εθισμός σημαίνει ότι κολλάω σε κάτι προσπαθώντας να προσποριστώ απο αυτό που κολλάω μία απόλαυση.  
Αυτό αφορά και τις ουσίες αφορά και γενικώς μια σειρα απο άλλες καταστάσεις. Επειδή τα τελευταία χρόνια γυρίζουμε πάρα πολύ και χάνουμε πάρα πολλές ώρες, χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο, για διάφορους λόγους, επαγγελματικούς, επιστημονικούς, ψυχαγωγικούς και λοιπά,υπάρχει μια κατηγορία ανθρώπων,η οποία χρησιμοποιεί το διαδίκτυο σε χρόνους παραπάνω απο αυτό που διακαιολογεί η χρήση τους σαν εργαλείο,γιατί απλούστατα μέσα απο αυτό,βρίσκουν διεξόδους σε δικά τους υπαρξιακά προβλήματα.  
Άρα λοιπόν ένας άνθρωπος για να εθιστεί κάπου,καταρχήν πρέπει να είναι μία ελλειπής προσωπικότητα,η οποία στο αντικείμενο με το οποίο εθίζεται, μέσα απο αυτό το αντικείμενο προσπαθεί να βρει συμπληρώματα της δικιάς του υπαρξιακής αναζητήσεως.Αυτό για το καμμάτι και την ερώτηση σε πολύ γενικές γραμμές,που αναφέρεται στο ποια είναι η ψυχολογία τους.Ο εθισμός τώρα σημαίνει και ποιο είναι το πρόβλημά του,ότι όταν εγώ εθίζομαι σε κάτι,κάθε φορά που χρησιμοποιώ αυτό το κάτι ψυχαναγκαστικά και κράτησε αυτή την λέξη γιατί απο ένα σημείο και πέρα η χρήση του διαδικτύου γίνεται κατα τρόπο ψυχαναγκαστικό απο τον χρήστη,δεν προσπορίζομαι την απόλαυση και την ευχαρίστηση και την ικανοποίηση που είχα την πρώτη φορά,την δεύτερη.Με την πάροδο του χρόνου,μειώνεται η ικανοποίηση που εισπράττω απο την χρήση του μέσου.Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, μέσα από ένα μηχανισμό,μιας ιδιοψυχαναγκαστικής λειτουργίας,να επιμένω όλο και περισσότερο στην χρήση του,μπας και προσποριστώ εκείνο που είχα εισπράξει την πρώτη φορά.Αυτό δεν γίνεται και έτσι μπάινουμε σε έναν φαύλο κύκλο πραγμάτων.
- Ερώτηση 2: Ποιες είναι οι ενδείξεις που πρέπει να ανησυχούν τους γονείς για την εκδήλωση του φαινομένου του εθισμού στο διαδίκτυο;  
Απάντηση 2: Οι γονείς πριν απο το να αναζητήσουν ενδείξεις για μία ενδεχόμενη σχέση παθολογική του παιδιού τους με την νέα τεχνολογία,με τον ψηφιακό κόσμο και με το διαδίκτυο,θα πρέπει να έχουν αναρωτηθεί αν το παιδί τους μεγαλώνει και ωριμάζει φυσιολογικά.Τι σημαίνει αυτό.Σημαίνει, το παιδί για να ωριμάζει,να μεγαλώνει και να αναπτύσσεται ψυχοσωματικά, συναισθηματικά πρέπει να έχει παρέες,πρέπει να έχει φίλους,πρέπει να παίζει

έξω από το σπίτι, πρέπει να ξέρει τις φωνές των ζώων, πρέπει να βλέπει, να ξέρει τα δέντρα, να έχει σκαρφαλώσει σε δέντρα, να έχει παίξει μπάλα.

Σε γενικές γραμμές να έχει ζήσει στον πραγματικό κόσμο έξω από το σπίτι. Εάν αυτό δεν έχει συμβεί και ανεξαρτήτως, του εάν υπάρχει ή δεν υπάρχει χρήση του διαδικτύου και του ψηφιακού κόσμου, ήδη οι γονείς θα πρέπει να ανησυχούν. Όταν τώρα έχουμε την παθολογική χρήση του ψηφιακού κόσμου και του διαδικτύου, αυτά που είπα προηγουμένως ότι πρέπει το παιδί να κάνει, όχι απλώς δεν τα κάνει, αλλά παραμένει και προτιμά κλεισμένος σε ένα δωμάτιο και να ασχολείται μόνο με ένα μηχάνημα που έχει μπροστά του. Επαναλαμβάνω όμως, πάλι και λέω, ότι όταν ο γονιός ξέρει ότι το παιδί του δεν ζει την ομαλή παιδική ζωή, με ότι περιλαμβάνει και προβλέπει το παιδικό της ηλικίας του, ήδη από τότε πρέπει να ανησυχεί.

- Ερώτηση 3: Τι είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός;  
Απάντηση 3: Η κοινωνία των παιδιών είναι πάντα κοινωνία και οι σχολές. Και κοινωνίες που το στοιχείο της βίας πάντα υπάρχει. Αυτό συνέβαινε, συμβαίνει και θα συμβαίνει στο διηνεκές. Δεν είναι αθώες οι κοινωνίες, με την έννοια ότι άμα βρουν κάποιον που είναι αδύναμος κάπου, θα παίξουν σε εισαγωγικά μαζί του, σε διάφορες διαβαθμίσεις, του παίζω μαζί με τον άλλον που είναι πιο ευάλωτος. Ο διαδικτυακός εκφοβισμός είναι το ψηφιακό ισοδύναμο της πλάκας ή της βίας που ασκείται φυσικά στο παιχνίδι. Εδώ δεν έχουμε πλέον ομάδα παιδιών που να παίζει μπάλα, δεν έχουμε ομάδα παιδιών, που να παίζει ένα παιχνίδι έξω στην αυλή, στο λόφο, στην γειτονιά, στην αλάνα. Αρα στον εικονικό κόσμο, του ψηφιακού κόσμου λειτουργεί ο ψηφιακός εκφοβισμός, που έχει πάρει κι αυτή την ονομασία το bullying. Το λέω αυτό, γιατί νομίζαμε ότι ξαφνικά στην Ελλάδα, με την γενικότερη υστερία που υπάρχει όταν αντιμετωπίζουμε διάφορα κοινωνικά θέματα, ότι ανακαλύφθηκε η Αμερική, πάντα υπήρχε και όποιος νομίζει ότι ή λέει το αντίθετο, απλά ή δεν θυμάται ή έχει άλλους λόγους να πιστεύει ότι δεν συνέβαινε. Και στα σχολεία πάντα υπήρχε το στοιχείο της βίας ή και της πλάκας. Ποια είναι η διαφορά. Ότι εκεί ήταν διαζώσης, ήξερα ποιος το κάνει. Το στοιχείο όμως τους ψηφιακού εκφοβισμού, είναι το ανώνυμο και το εικονικό που με βάζει σε ένα τρυπάκι ενός ταξιδιού σε έναν άλλο κόσμο και με καθιστά περισσότερο ευάλωτο. Δεν δικαιολογώ το παιχνίδι ή τη βία με ευάλωτες προσωπικότητες στο σχολείο ή στην γειτονιά, ερμηνεύω όμως ότι πάντα υπήρχε, θα υπάρχει, έχει άλλο τρόπο αντιμετώπισης, είναι πολύ πιο άμεσο, πολύ πιο ζωντανό, το άλλο όμως είναι πολύ πιο παθολογικό, γι' αυτό και οι επιπτώσεις του άλλου, του ψηφιακού είναι και σοβαρότερες.
- Ερώτηση 4: Τι μπορούν να κάνουν οι γονείς για να είναι το διαδίκτυο περισσότερο τότε ασφαλές και περισσότερο εκπαιδευτικό για τα παιδιά;  
Απάντηση 4: Ασφαλές και παιδαγωγικό. Το διαδίκτυο είναι ένα εργαλείο. Όπως και το μαχαίρι είναι ένα εργαλείο που κόβεις το ψωμί ή το καρπούζι. Δεν είναι για να τραυματίζεις ή να σκοτώνεις τον άλλον. Αρα και το διαδίκτυο είναι ένα εργαλείο και όλος ο ψηφιακός κόσμος γενικώς είναι ένα εργαλείο. Όλη η νέα τεχνολογία είναι ένα εργαλείο το οποίο έχει σαν σκοπό ή έτσι τουλάχιστον παρίσχει να κάνει την ζωή του ανθρώπου πιο εύκολη και να αντιμετωπίζει περισσότερο τις καταστάσεις του.



Ξέφυγε όμως, γιατί αυτονομήθηκε και γιατί ο άνθρωπος αποδείχθηκε κατώτερος των περιστάσεων στο να διαχειριστεί τα εργαλεία που ο ίδιος φτιάχνει.

Επομένως, ασφαλές διαδίκτυο και παιδαγωγικό διαδίκτυο, είναι μόνον εάν ο μαθητής, ο νέος, ο φοιτητής, ο οποιοσδήποτε χρήστης, χρησιμοποιεί το διαδίκτυο μόνο για τις ανάγκες του, τις πραγματικές του ανάγκες και όχι τις εικονικές και τις φαντασιακές και τις ψεύτικες που του φτιάχνει το διαδίκτυο, μέσα από την τάχα της γρήγορη ενημέρωση, τώρα ενημέρωσα σε πραγματικό χρόνο ή τις διαφημίσεις. Εάν λοιπόν κάποιος χρησιμοποιεί την νέα τεχνολογία πολύ γενικώς ως εργαλείο υποστηρικτικό της ψυχαγωγίας, της παιδαγωγικής, της μορφώσεως, του επαγγέλματός του, της επιστημονικής του δραστηριότητας, τότε είναι ασφαλές, διότι είναι θέμα λογικής. Εάν εγώ σαν λογική έχω το εργαλείο δεν κινδυνεύω από αυτό. Αν όμως το θεωρώ ότι, «για δες τι θαυμαστά πράγματα κάνει το διαδίκτυο», τότε είμαι έτοιμος να χωθώ μέσα του και να χαθώ.

- Ερώτηση 5: Γιατί οι άνθρωποι σήμερα χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό τα social media;

Απάντηση 5: Social media, εννοείς προφανώς αυτόν τον ηλίθιο όρο την κοινωνική δικτύωση. Γιατί τους είναι πιο εύκολο. Οι άνθρωποι έχουν αδυνατίσει πνευματικά και ψυχικά. Προ αιώνος των δεκαετιών, οι άνθρωποι που παράγονται και υπάρχουν στην ζωή, είναι πιο αδύναμοι πνευματικά, ψυχικά και βιολογικά, από ότι ήταν τις προηγούμενες δεκαετίες. Αυτό έχει πάρα πολλές ερμηνείες και είναι γνωστές οι ερμηνείες, δεν είναι της παρούσης, ίσως κάποια άλλη στιγμή να απασχολήσει κάποιον, γιατί είναι πιο πολύ φλούφληδες πλέον οι άνθρωποι, απ' ό,τι ήταν στο παρελθόν. Ένας λοιπόν που είναι αδύναμος ψυχικά, πνευματικά, που είναι πολύ πιο ευάλωτος, δεν αντέχει και δεν ενθουσιάζεται με την διαπροσωπική σχέση, την ζωντανή σχέση, του να συναλλάσσομαι με τον άλλον και να τον βλέπω στο πρόσωπο και να μπορώ να τον αγγίξω και να με αγγίξει, προτιμά την ανωνυμία του διαδικτύου, όπου εκεί μπορεί, θεωρώντας ηλιθιωδώς ότι είναι ακίνδυνο και χωρίς κανένα κόστος να συνομιλεί με εισαγωγικά, διότι δεν μιλάς, απλώς ανταλλάσσει μηνύματα με κάποιον άλλον.

- Ερώτηση 6: Μπορούν τα social media να οδηγήσουν κάποιον ακόμα και στην αυτοκτονία;

Απάντηση 6: Ναι. Όπως ένας κακός φίλος και μια κακιά παρέα, μπορεί να παρασύρει τον άλλον σε συμπεριφορές αυτοκαταστροφικές, έτσι και τα social media, έτσι και οι χώροι αυτοί κοινωνικής δικτύωσης. Γιατί ενώ όταν μιλάμε διαζώσης και όταν τον βλέπουμε τον άλλον, είναι πιο δύσκολο για μας να εκφράσουμε ακραίες καταστάσεις ή δεν είναι εύκολο και δεν συνηθίζεται να πει κάποιος στον άλλον σε ζωντανή συνομιλία «πήγαινε αυτοκτόνησε», ο χειρομένος όμως πίσω από την υποτιθέμενη ανωνυμία του, που δεν υπάρχει ανωνυμία, του να τον βρουνε, για χάρη της δικής του παθολογίας, μπορείς να πεις στον άλλον «ε, με όλα αυτά που περνάς καημένε, δώσε ένα τέλος στην ζωή σου», το λέει ανέξοδα νομίζει. Άρα λοιπόν επειδή δεν είναι πραγματικές σχέσεις, τα αποτελέσματα που μπορούν να προκύψουν μέσα από τους χώρους της κοινωνικής δικτύωσης, είναι πολύ περισσότερο τραγικά και ανεξέλεγκτα σε σχέση με την πραγματική ζωή.

- Ερώτηση 7: Γιατί κάποιος κατα την γνώμη σας,φτιάχνει ψεύτικο προφίλ;Γιατι το κάνει ανώνυμα και όχι επώνυμα;

Απάντηση 7: Γιατί έχει μάθει να λειτουργεί με το προσωπείο,με την μάσκα και όχι αυθεντικός με το πρόσωπό του.Όταν λοιπόν κάποιος υποδύεται κάποιον άλλον,θα λειτουργήσει κατα τρόπο ανώνυμο και θα χαθεί και θα περιηγήται μέσα στους χώρους της κοινωνικής δικτύωσης.Όταν ο άνθρωπος έχει μάθει το προσωπείο,την μάσκα,δεν αντέχει την ζωντανή προσωπική σχέση,δεν του βγαίνει και γιατί οι προσωπικές σχέσεις έχουν άλλες απαιτήσεις,απ'το να κάθομαι σε ένα πληκτρολόγιο και να γράφω οτιδήποτε παράγει η δικιά μου ψυχοπαθολογία.
- Ερώτηση 8: Πότε το διαδίκτυο γίνεται επικίνδυνο;

Απάντηση 8: Το διαδίκτυο είναι εκ φύσεως επικίνδυνο ,όπως είναι και το μαχαίρι επικίνδυνο εκ φύσεως.Ακόμα και όταν πας να κόψεις ψωμί,μπορείς να κόψεις το χέρι σου,το δάχτυλό σου.Αλλά η επικινδυνότητα,είναι μέσα στη φύση του εργαλείου του μέσου.Έχει να κάνει λοιπόν με τον τρόπο που χρησιμοποιούμε το μέσο.Γίνεται λιγότερο επικίνδυνο και το πόσο λιγότερο αυτό εξαρτιέται απο πολλούς παράγοντες,εάν το χρησιμοποιώ σαν εργαλείο για την ζωή μου.Εάν το αναγορεύω σε κάτι παραπάνω απο εργαλείο τότε η επικινδυνότητά του πολλαπλασιάζεται.
- Ερώτηση 9: Απο τα υπάρχοντα social media,ποιο είναι το μέσο εκείνο απο το οποίο μπορεί να εξαρτηθεί;

Απάντηση 9: Απο όλα.διότι είπαμε ότι είναι η λογική του εργαλείου είναι που σε κάνει να εξαρτιέσαι και όχι η φύση του δικτύου.Εάν εγώ μέσα απο αυτό το εργαλείο εξυπηρετώ προσωπικές μου καταστάσεις και υπαρξιακές μου αναζητήσεις,τότε θα εξαρτηθώ αυτό είναι δεδομένο.
- Ερώτηση 10: Τα αγόρια ή τα κορίτσια είναι πιο επιρρεπή να «κολλήσουν» με τα social media;

Απάντηση 10: Σε μια πολύ μεγάλη έρευνα που είχαμε κάνει στην Κω το οχτώ και το δέκα,σε παγκόσμιο επίπεδο,πολύ μεγάλη έρευνα,αν θυμάμαι καλά ήταν τα αγόρια λίγο περισσότερο,αλλά αυτό ξέρεις έχει να κάνει και με το ότι τα κορίτσια ωριμάζουν λίγο νωρίτερα και ασχολούνται στην ηλικία αυτή,περισσότερο με άλλα πράγματα ή λιγότερο με τον υπολογιστή απο ότι τα αγόρια.
- Ερώτηση 11: Ποια είναι η ιδανική θεραπεία,για την εξάρτηση απο τα social media;

Απάντηση 11: Να μην τα έχεις. Δεν τα χρειάζεσαι. Ο άνθρωπος δεν χρειάζεται τους χώρους κοινωνικής δικτύωσης για να ζήσει.Ψεύτικες ανάγκες ικανοποιούν.
- Ερώτηση 12: Μπορούν τα social media να υποκαταστήσουν τα παραδοσιακά media , όπως εφημερίδες,περιοδικά και τα λοιπά;

Απάντηση 12: Ούτε με σφαίρες.Είναι άλλο πράγμα η εφημερίδα,άλλο το περιοδικό, άλλο το ηλεκτρονικό μέσο ενημερώσεως, άλλο το έντυπο μέσο.Είναι ανώμια μεγέθη δεν συγκρίνονται.

- Ερώτηση 13: Εσείς έχετε λογαριασμό στα social media;  
Απάντηση 13: Όχι.Και αισθάνομαι πάρα πολύ ευτυχής γι'αυτό.Παρα τις πιέσεις που δέχομαι ότι έτσι θα με βρίσκουν.Τους λέω πάρα πολύ απλά,τηλεφωνήστε μου,να τηλεφωνηθούμε για να βρούμε να πιούμε έναν καφέ και να τα πούμε.Είναι πολύ καλύτερα.
- Ερώτηση 14: Είναι απαραίτητο στην δουλειά σας κάποιο απο τα social media;  
Απάντηση 14: Το social media, δεν είναι απαραίτητο στην δουλειά μου.Το διαδίκτυο είναι απαραίτητο στην δουλειά μου.Αλλά ο χώρος κοινωνικής δικτύωσης,δεν είναι απαραίτητος.Αν θέλω να διαχυθεί μια πληροφορία,το ανεβάζω σε ηλεκτρονικούς ιστοτόπους και ενημερωτικούς και διαχέεται.

#### Ψυχολόγος 1: (Τσαπαρδώνη Παναγιώτα)

- Ερώτηση 1: Ασχολείστε με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 1: Η αλήθεια είναι ότι ασχολούμαι πάρα πολύ λίγο.Ο χρόνος δεν μου επιτρέπει περισσότερη ενασχόληση.Μάλλον θα'λεγα,ότι περισσότερο χρησιμοποιώ το διαδίκτυο,για ενημέρωση και πληροφορίες όσον αφορά την δουλειά μου και ελάχιστα για ότι αφορά την δικτύωση και την ανταλλαγή με άλλους ανθρώπους.
- Ερώτηση 2:Με ποιο μέσο ασχολείστε περισσότερο και για ποιο λόγο;Σε τι σας ωφελεί;  
Απάντηση 2: Ασχολούμαι περισσότερο με ότι έχει να κάνει με την δουλειά μου και την ανταλλαγή πληροφοριών με συναδέλφους,πάνω σε ζητήματα της δουλειάς μου.Μόνο γι'αυτό βασικά.Όλη η άλλη επικοινωνία μου,με ανθρώπους που ξέρω,στηρίζεται περισσότερο στην προσωπική επαφή και συναναστοφή και λιγότερο ή ελάχιστα μάλλον στο διαδίκτυο.
- Ερώτηση 3:Ποια είναι η γνώμη σας για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 3:Είναι ένας πολύ εύκολος, γρήγορος, σύγχρονος τρόπος επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων.  
Το ότι το διαδίκτυο,παρέχει εκείνη την δυνατότητα για άμεση ικανοποίηση των αναγκών μας,το έχει κάνει τόσο ελκυστικό,τόσο γοητευτικό και γι'αυτό έχει και τωση μεγάλη απήχηση σε όλους τους ανθρώπους,πολύ περισσότερο βέβαια στους νέους,αλλά βλέπουμε ότι όλο και περισσότερο, επεκτείνεται η χρήση του σε ανθρώπους όλων των ηλικιών.Οι δυνατότητες που έχει το διαδίκτυο,κανείς να μπορεί να επικοινωνήσει,οποιαδήποτε στιγμή,όπου κι αν βρίσκεται,σε όποιο χώρο,σε όποιο τόπο,με άλλους ανθρώπους,με ανθρώπους που βρίσκονται σε μεγάλη απόσταση απο τον ίδιο,αυτό σαφώς κάνει την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης,πολύ ιδιαίτερη και σημαντική για τους ανθρώπους.Μαζί με όλα τα άλλα χαρακτηριστικά που παρέχει,δηλαδή παρέχει δυνατότητες κοινωνικοποίησης, παρέχει δυνατότητες γνωριμίας και επικοινωνίας,που όλα αυτά ανταποκρίνονται σε σημαντικές ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου,καθώς η προσωπική επαφή είναι τόσο δύσκολη,ο χρόνος συνήθως που διαθέτουν οι άνθρωποι για προσωπική επαφή είναι αλλοιωμένος,τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,προσφέρουν ακριβώς αυτό μέσα

σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα, άμεσα οποιαδήποτε στιγμή κανείς να έχει δυνατότητα πρόσβασης και επικοινωνίας με άλλους ανθρώπους.

- Ερώτηση 4: Πιστεύετε ότι τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν πιο κοντά τον κόσμο; Απάντηση 4: Θεωρώ ότι φέρνουν τον κόσμο πιο κοντά εικονικά μόνο, όχι ουσιαστικά, όχι πραγματικά. Ένα από τα μειονεκτήματα του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι ότι, θα έλεγα, δημιουργούν μια ψευδοαίσθηση επικοινωνίας και κοινωνικοποίησης. Βέβαια χρειάζεται προηγουμένως να πω, ότι σαφώς το διαδίκτυο είναι η μεγαλύτερη επανάσταση στην σημερινή εποχή και για τους λόγους που ανάφερα παραπάνω, σαφώς αποτελεί ένα πολύτιμο μέσο. Όμως, η αλήθεια είναι, ότι βλέπουμε ότι όλο και περισσότερο, γίνεται υπερβολική χρήση του, έως και κατάχρησή του. Αυτό σημαίνει ότι οι άνθρωποι, ακριβώς επειδή είναι ένας εύκολος τρόπος επικοινωνίας και προσέγγισης σε εισαγωγικά άλλων ανθρώπων, κάνουν κακή χρήση και θα λέγαμε ότι το διαδίκτυο, ουσιαστικά αυτό που παρέχει είναι μια εικονική πραγματικότητα. Η εικονική πραγματικότητα, δεν είναι τίποτα άλλο παρά μία γέφυρα ανάμεσα στην πραγματικότητα και την φαντασία. Όταν ένας άνθρωπος είναι μόνος του στο σπίτι και αισθάνεται πολύ δύσκολα με αυτή την μοναξιά του, είτε γιατί δεν έχει φίλους, είτε γιατί δεν έχει χρόνο και τρόπο να προσεγγίσει τους ανθρώπους που ήδη ξέρει. Προσπαθώντας λοιπόν να διαχειριστεί, να αντιμετωπίσει, αυτή την μοναξιά του, καταφεύγει σε αυτά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όμως εκεί δεν είναι η πραγματική και ουσιαστική επαφή που τον φέρνει κοντά με άλλους, δεν υπάρχει οπτική επαφή συνήθως, δεν υπάρχει εικόνα του πως ο άλλος είναι, την διάθεσή του, των χαρακτηριστικών του. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα λοιπόν, αυτή η επικοινωνία να είναι εικονική. Επίσης, σε όλα αυτά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι άνθρωποι πολύ συχνά διατηρούν μία ανωνυμία, δεν περιγράφουν και δεν μιλούν πολύ ξεκάθαρα και ανοιχτά για το ποιοι είναι και τα χαρακτηριστικά τους και στοιχεία της προσωπικότητάς τους. Διατηρούν λοιπόν την ανωνυμία τους και επιπλέον μπορεί να παραποιούν την ταυτότητά τους, να παρουσιάζουν ένα άλλο πρόσωπο από αυτό που πραγματικά είναι. Ενδεχομένως από αυτό που φαντάζονται, αυτό που θα ήθελαν να είναι. Επομένως, ο άνθρωπος που εγώ πιστεύω ότι επικοινωνώ, δεν είναι ακριβώς αυτός που πραγματικά είναι, είναι αυτός που θα ήθελα να είναι, επομένως μιλάμε για μια εικονική επικοινωνία ουσιαστικά. Όταν υπάρχει αυτή η ανταλλαγή με ανθρώπους που δεν γνωρίζουμε στην πραγματική μας ζωή. Σε αυτή την κατηγορία κοινωνίας αναφέρομαι. Άρα έχουμε μια εικονική επικοινωνία σε έναν εικονικό κόσμο και αυτό πραγματικά έχει και πολλές δυσκολίες και κινδύνους θα λέγαμε.
- Ερώτηση 5: Πιστεύετε ότι είναι στη μόδα τα κοινωνικά δίκτυα; Απάντηση 5: Ναι, σαφώς. Ξεκίνησε ως ένας εύκολος τρόπος επικοινωνίας, έχει γίνει της μόδας και ακόμα περισσότερο θα λέγαμε ότι σήμερα αποτελεί μία μορφή εξάρτησης, δηλαδή οι άνθρωποι δεν κάνουν χωρίς αυτά. Οι έρευνες δείχνουν ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό ανθρώπων, παιδιών, εφήβων και ενηλίκων, χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μέσα στην καθημερινότητά τους, όπου κι αν βρίσκονται, στο σχολείο, στο σπίτι, στην εργασία, στο δρόμο, παντού. Αυτό σημαίνει, ότι δεν κάνουν χωρίς αυτά και όταν ένας άνθρωπος έχει μεγάλη ανάγκη, αποζητά και χρειάζεται αυτόν τον τρόπο επικοινωνίας, θα λέγαμε ότι μάλλον αποτελεί

πλέον μια μορφή εξάρτησης,όταν αυτό γίνεται σε πολύ μεγάλο χρόνο μέσα στην διάρκεια της μέρας.

- Ερώτηση 6: Πολλοί άνθρωποι λένε πως δεν μπορούν να ζήσουν χωρίς τα social media.Ποια είναι η γνώμη σας γι' αυτό;  
Απάντηση 6: Ναι αυτό ισχύει.Και οι έρευνες το αποδεικνύουν ότι σε ένα μεγάλο ποσοστό οι άνθρωποι πραγματικά δεν κάνουν χωρίς τα social media,είναι εξαρτημένοι απο αυτά.Χρησιμοποιούν πολλές ώρες της μέρας τα social media,για να επικοινωνήσουν,το αναζητούν χωρίς αυτά δεν κάνουν είναι συνεχώς έτσι με το κομπιούτερ στο χέρι ή με το τηλέφωνο που παρέχει τέτοιες δυνατότητες πρόσβασης και επικοινωνίας στο διαδίκτυο,γιατί τους λείπει,το αποζητούν. Χωρίς αυτό αισθάνονται νευρικότητα,αισθάνονται ότι τους λείπει πολύ,αισθάνονται ενδεχομένως αμηχανία,θλίψη όταν δεν έχουν αυτή την δυνατότητα,το έχουν ανάγκη σε μεγάλο βαθμό,για να λειτουργήσουν μέσα στην καθημερινότητά τους.
- Ερώτηση 7: Πιστεύετε ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων αποτελεί ανθρώπινο φακέλωμα;  
Απάντηση 7: Δεν είμαι η αρμόδια για να απαντήσω ακριβώς όσον αφορά αυτό,αυτό όμως που ήδη γνωρίζω είναι σαφώς πως όταν οι άνθρωποι αναρτήσουν στο διαδίκτυο στοιχεία για τον εαυτό τους,αυτά καταγράφονται και δεν σβήνονται ποτέ ουσιαστικά. Τώρα το πώς αυτά τα στοιχεία αποτυπώνονται στο διαδίκτυο,θα αξιοποιηθούν απο τις εταιρίες ,να χρησιμοποιηθούν δηλαδή για άλλους λόγους , αυτό έτσι είναι ένα θέμα που μάλλον είναι αντικείμενο αρχών πλέον.Πιθανά η Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος,μπορεί να δώσει περισσότερες πληροφορίες σε σχέση με αυτό και αν δεν κάνω λάθος,νομίζω και αυτοί επιστούν την προσοχή στους ανθρώπους,να προσέχουν πάρα πολύ καλά,στο ποιες προσωπικές πληροφορίες αναρτούν σε αυτές τις σελίδες.
- Ερώτηση 8: Ποιες είναι κατα την γνώμη σας οι θετικές και οι αρνητικές επιδράσεις της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;  
Απάντηση 8: Το σημαντικότερο θετικό που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,σαφώς είναι η επικοινωνία με τους ανθρώπους. Όταν οι άνθρωποι,ήδη γνωρίζονται,τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν εκείνη την δυνατότητα μεγαλύτερης επικοινωνίας και συνδιαλλαγής με τους άλλους.Όταν οι άνθρωποι δεν γνωρίζονται ,αυτά τα μέσα προσφέρουν ακριβώς εκείνη την δυνατότητα γνωριμίας με άλλους ανθρώπους. Όταν αυτή η πρώτη η γνωριμία μέσω διαδικτύου προχωρήσει και σε ένα πιο πραγματικό επίπεδο και είναι μια καλή αφορμή να φέρει τους ανθρώπους πραγματικά κοντά,τότε θα λέγαμε ότι το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,προσφέρουν ακριβώς αυτό,στην επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων και στην συνδιαλλαγή μεταξύ τους. Έτσι θα λέγαμε λοιπόν ότι μεγαλώνει η κοινωνικοποίηση των ανθρώπων,μάλλον συμβάλλει το διαδίκτυο στην κοινωνικοποίηση των ανθρώπων,στο να μην αισθάνονται μόνοι,να αισθάνονται ότι μπορούν να μοιραστούν και με άλλους ανθρώπους θέματα που τους αφορούν και αυτό να αλλάξει το συναίσθημα,να αλλάξει την διάθεση του ανθρώπου προς το θετικό.  
Απο την άλλη όμως,τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,ακριβώς επειδή,όπως ανέφερα παραπάνω,μπορεί οι άνθρωποι να παραποιούν στοιχεία της

ταυτότητάς τους,να παρουσιάζουν άλλο πρόσωπο απο αυτό που είναι και ενδεχομένως να εκμεταλλευτούν αυτή την επικοινωνία που υπάρχει μεταξύ κάποιων ανθρώπων,αυτό μπορεί να εγκυμονεί κάποιους κινδύνους.Η αλήθεια βέβαια είναι ότι,όταν οι άνθρωποι περιορίζονται μόνο στην επικοινωνία μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ,θα λέγαμε ότι δεν εξασκούν αρκετά τις δεξιότητες κοινωνικοποίησης.Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο είναι ένας εύκολος τρόπος επικοινωνίας, ακριβώς γιατί δεν απαιτούν απο τον άνθρωπο την προσωπική ανταλλαγή,το αν εγώ αυτή τη στιγμή είμαι θυμωμένη,είμαι κουρασμένη ή δεν έχω όρεξη να επικοινωνήσω με τον άλλον,αυτό δεν αποτυπώνεται ακριβώς στην επικοινωνία μέσω του διαδικτύου,γιατί δεν υπάρχει αυτή η προσωπική επαφή.Επίσης,στο διαδίκτυο,κανείς δεν περιορίζεται ,μέσα σε αυτή τη σχέση που αναπτύσσεται,είναι σχέσεις δηλαδή πολύ ελαστικές,χωρίς δεσμεύσεις,χωρίς όρια. Κανείς μπορεί να λέει τα πιο απίθανα και τα πιο υπερβολικά ή αντίθετα να αποκρύπτει αρκετά απο αυτά που νιώθει ή σκέφτεται και ενδεχομένως μπορεί να επικοινωνώ με τον άλλον,την άλλη μέρα να επιλέξω να μην επικοινωνήσω ενώ στην πραγματική ζωή,στις πραγματικές σχέσεις,αυτό δεν μπορεί να συμβεί.Συνήθως,στις σχέσεις μας έχουμε και μία δέσμευση απέναντι στον άλλον.Χρειάζεται να είμαστε εκεί,ενδεχομένως να φροντίσουμε,να τεστούμε και μέσα στις πραγματικές σχέσεις των ανθρώπων,οι άνθρωποι καλλιεργούν ακόμα περισσότερο την προσωπικότητά τους,τις δεξιότητες που έχουν ως προς την επικοινωνία,ενισχύουν τις δεξιότητες επικοινωνίας.Ένας άνθρωπος που είναι ενδεχομένως συνεσταλμένος,ντροπαλός,μέσα απο την πραγματική επαφή αυτό θα του τονώσει την αυτοπεποίθηση και θα τον βοηθήσει να αναπτυχθεί και να εξελιχθεί περισσότερο.Αυτά δεν μπορούν να συμβούν στο διαδίκτυο. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όσον αφορά την επικοινωνία των ανθρώπων προσφέρουν θετικά,αλλά ταυτόχρονα θα λέγαμε ότι παρεμποδίζουν την κοινωνικοποίηση,την επικοινωνία όταν χρησιμοποιούνται σε μεγάλο βαθμό και όταν δεν φροντίζει το άτομο να έχει και πραγματικές καταστάσεις κοινωνικοποίησης και επικοινωνίας.Το συναίσθημα επίσης αλλάζει στο διαδίκτυο.Κανείς πραγματικά εκεί που αισθάνεται χωρίς νόημα ενδεχομένως ,χωρίς ενδιαφέροντα,χωρίς ανθρώπους κοντά του, έχει την δυνατότητα να επικοινωνήσει.Αλλά είναι σημαντικό οι άνθρωποι να μην περιορίζονται σε αυτό.Να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο,ως ένα βαθμό,σαν έναν τρόπο πρόσβασης και πρώτης προσέγγισης άλλων ανθρώπων και απο εκεί και πέρα να φροντίζουν μέσα στον πραγματικό τους κόσμο,στην πραγματική τους ζωή,να κοινωνικοποιούνται,να επικοινωνούν,να ανταλλάσσουν με άλλους ανθρώπους.

- Ερώτηση 9: Ποιοι είναι οι κίνδυνοι που υπάρχουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Απάντηση 9: Ένας απο τους μεγαλύτερους έτσι κινδύνους,θα λέγαμε ότι είναι το cyber bullying.Ουσιαστικά δηλαδή είναι η χρήση βίας μέσω του διαδικτύου.Όπου υπάρχουν άνθρωποι,υπάρχουν και τα αρνητικά φαινόμενα που συναντάμε και στην πραγματική ζωή και στις σχέσεις των ανθρώπων.Η χρήση βίας σήμερα έχει αυξηθεί και αυτό το βλέπουμε σε πολλούς χωρους και τόπους.Αυτό σημαίνει λοιπόν ότι κατ'επέκτασιν και το διαδίκτυο,ακριβώς επειδή παρέχει την ανωνυμία,την δυνατότητα κανείς να τροποποιεί και να

παραποιεί την ταυτότητά του,είναι ένας πολύ εύκολος τρόπος απ'τους πιο εύκολους μάλλον ,για την άσκηση βίας στο διαδίκτυο.

Πρόκειται για το λεγόμενο cyber bullying. Εκεί λοιπόν, κάποιοι άνθρωποι,είτε λεκτικά,είτε ψυχολογικά,ασκούν βία σε κάποιους άλλους ανθρώπους,με όλες τις επιπτώσεις που μπορεί αυτό να έχει στην προσωπική και συναισθηματική ζωή του ανθρώπου που υφίσταται αυτή τη βία.

- Ερώτηση 10: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνει κατα την γνώμη σας ένας χρήστης του διαδικτύου που έχει και λογαριασμό στο Facebook;  
Απάντηση 10: Τα ίδια μέτρα προστασίας που λαμβάνουμε και στην πραγματική μας ζωή.Στην πραγματική μας ζωή δεν θα αφήσουμε την πόρτα του σπιτιού μας ανοιχτή,είτε να μας δει ο οποιοσδήποτε περνά απ' έξω ,είτε να εισβάλει μέσα σε αυτό όποιοςδήποτε δεν θέλουμε να έρθει.Αυτό σημαίνει ότι και στο διαδίκτυο,οι άνθρωποι θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί,πόσο ανοίγονται,σε ποιο βαθμό εκφράζουν προσωπικά τους θέματα.Θα πρέπει λοιπόν οι άνθρωποι να είναι πολύ προσεκτικοί ως προς αυτό,να μην δίνουν προσωπικές πληροφορίες,να μην εκθέτουν με προσωπικά στοιχεία και για άτομα της οικογένειας ή για άτομα άλλο στο φιλικό ή συγγενικό περιβάλλον.Θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί ,ποιους συμπεριλαμβάνουν στην επικοινωνία τους, δηλαδή με ποιους ανθρώπους επιλέγουν να επικοινωνήσουν και βέβαια ανάλογα με την ηλικία εκεί θα πρέπει να υπάρχουν επιπλέον μέτρα.Για παράδειγμα ,παιδιά ή έφηβοι θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί ,στο να μην ξεκινούν επικοινωνία με ανθρώπους που δεν γνωρίζουν.Γώρα όσον αφορά τους ενήλικες,επίσης και αυτοί θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί στο να μην συμπεριλαμβάνουν στα πρόσωπα επικοινωνίας ανήλικους,γιατί άλλα πράγματα αφορούν τον κόσμο των ενηλικών και άλλες επικοινωνίες οι άνθρωποι μοιράζονται εκεί ως ενήλικες και άλλα θέματα και άλλα ζητήματα απασχολούν τους ενήλικους.Επομένως εκεί θα πρέπει να υπάρχει μία διάκριση.Κατα κάποιο τρόπο δηλαδή θα λέγαμε,ότι αυτό ακριβώς που κάνουμε και πρέπει να κάνουμε στην πραγματική μας ζωή,το πόσο προσεκτικοί είμαστε,σε ποιους θα μιλήσουμε,θα επικοινωνήσουμε ,με ποιους θα συνιστούμε πιο πολύ,με ποιους θα κάνουμε παρέα πιο πολύ,το ίδιο κατ'επέκτασιν θα πρέπει να συμβαίνει και στην επικοινωνία μέσω διαδικτύου.
- Ερώτηση 11: Ποια είναι τα μέτρα που πρέπει να πάρει ένας άνθρωπος που είναι θύμα του cyber bullying;  
Απάντηση 11: Ένας άνθρωπος που έχει υποστεί κάποιες μορφές βίας και απο το διαδίκτυο,σαφώς θα πρέπει να μιλήσει. Η μεγαλύτερη δυσκολία των ανθρώπων που εκφοβίζονται,είναι το να μιλήσουν γι'αυτό που τους συμβαίνει,να απευθυνθούν σε αρμόδιες αρχές και να ζητήσουν βοήθεια.Το σίγουρο είναι ότι κανένας άνθρωπος δεν έχει δικαίωμα να ασκεί βία σε κάποιον άλλον.Επομένως λοιπόν,ένας άνθρωπος που είναι θύμα κάποιας μορφής βίας ,πρέπει να απευθυνθεί σε αρμόδιες αρχές,η Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος είναι μία απο αυτές τις αρχές,για να προστατευτεί. Η επικοινωνία επίσης με ανθρώπους του περιβάλλοντος,επίσης μπορεί να βοηθήσει ενισχυτικά στον άνθρωπο που έχει υποστεί αυτής της μορφής τη βία.Η στήριξη του περιβάλλοντος είναι σημαντική και συνήθως οι γύρω,οι φίλοι,οι συγγενείς,είναι αυτοί που μπορούν να βοηθήσουν τον άνθρωπο να ζητήσει βοήθεια απο ειδικές αρχές.

- Ερώτηση 12: Γιατί οι άνθρωποι κάνουν cyber bullying;

Απάντηση 12: Όπως μέσα στην κοινωνία μας υπάρχουν άνθρωποι που είναι βίαιοι, που έχουν μία τάση και μια ανάγκη σε εισαγωγικά να εξαπατήσουν άλλους ανθρώπους ή να φερθούν επιθετικά, έτσι λοιπόν και στο διαδίκτυο υπάρχει αυτή η δυνατότητα.

Πολύ περισσότερο ακριβώς επειδή το διαδίκτυο, είναι ένας τρόπος που κανείς μπορεί να διατηρήσει την ανωνυμία του, ο διαδικτυακός εκφοβισμός, έχει σήμερα μεγάλη απήχηση. Οι άνθρωποι που ασκούν βία, επομένως είναι και αυτοί που γίνονται θύτες στο διαδίκτυο, είναι άνθρωποι που δεν έχουν συναίσθηση, που δεν μπορούν ή δυσκολεύονται να αναγνωρίσουν τα συναισθήματα του άλλου ανθρώπου, δεν έχουν ενοχή, δεν έχουν συνείδηση του τι είναι καλό και τι είναι κακό, είναι άνθρωποι δηλαδή που ξεπερνούν τα όρια, όσον αφορά την συμπεριφορά τους απέναντι στους άλλους και είναι αυτοί ακριβώς οι άνθρωποι που έχουν μια τάση να εξαπατούν και να παραβιάζουν ανθρώπινα δικαιώματα. Ας μην ξεχνάμε βέβαια, ότι ακριβώς επειδή στο διαδίκτυο διατηρεί κανείς την ανωνυμία του, ενδεχομένως ένα άνθρωπος που δεν μπορεί να ασκήσει βία στην πραγματική ζωή, το διαδίκτυο παρέχει αυτή την δυνατότητα, λόγω της ανωνυμίας που προσφέρει. Έτσι λοιπόν ένας άνθρωπος πολύ συνεσταλμένος που κρύβει συναισθήματα θυμού, έντασης, οργής για κάποιον άλλον ή παίρνει ευχαρίστηση από τον πόνο και την δυστυχία ενός άλλου ανθρώπου, μπορεί να είναι αυτός που θα χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο και γι' αυτό το σκοπό.
- Ερώτηση 13: Πως αισθάνονται τα θύματα του cyber bullying; Τι πρέπει να κάνουν οι γονείς για να σώσουν τα παιδιά τους από αυτούς τους κινδύνους;

Απάντηση 13: Οι άνθρωποι που είναι θύματα του cyber bullying, έχουν να αντιμετωπίσουν κάτι πέρα από τις δικές τους δυνάμεις και δυνατότητες, γι' αυτό και τα συναισθήματα που έχει ένας τέτοιος άνθρωπος, θύμα, είναι περισσότερο ένα συναίσθημα αδυναμίας, ένα συναίσθημα μη ελέγχου αυτού που συμβαίνει, αυτής της κατάστασης. Είναι διαφορετικό να έχεις να αντιμετωπίσεις έναν άνθρωπο απέναντί σου και διαφορετικό να έχεις να αντιμετωπίσεις κάτι που δεν μπορείς να διακρίνεις, ούτε ποιος είναι, ούτε τι ακριβώς θέλει από σενα.

Ακριβώς επειδή οι άνθρωποι που είναι θύματα cyber bullying, είναι άνθρωποι που μπορεί να είναι δυσκολεμένοι, κλειστοί, εσωστρεφείς, αντιμετωπίζουν εντελώς μόνοι τους όλη αυτή την κατάσταση και αυτό επιβαρύνει ακόμη περισσότερο τη συναισθηματική τους κατάσταση. Ένας άνθρωπος λοιπόν που είναι θύμα cyber bullying, αισθάνεται πολύ δύσκολα, πολύ αμήχανα να το διαχειριστεί, φοβάται και για τον εαυτό του, πιθανά και για τους κοντινούς του ανθρώπους και συνήθως φοβάται και δυσκολεύεται να μιλήσει και να αναζητήσει βοήθεια. Φοβάται ότι με έναν τρόπο, θα γυρίσει όλο αυτό εις βάρος του, θα τιμωρηθεί, δεν θα μπορέσει να βρει λύση και διέξοδο. Συνήθως όταν πρόκειται για παιδιά, οι γονείς είναι αυτοί που κατά κάποιον τρόπο τους αναλογεί να έχουν το νου τους, να κινητοποιηθούν πρώτοι, να αναγνωρίσουν κάποια σημάδια, όσον αφορά το παιδί τους και την συμπεριφορά του, που πιθανά να έχει αλλάξει και να είναι αυτοί που θα το προσεγγίσουν με έναν κατάλληλο τρόπο, να τους εκμυστηρευτεί όλο αυτό που του συμβαίνει και κατ' επέκταση να ζητήσουν βοήθεια από αρμόδιες αρχές.



Το σίγουρο είναι ότι ένας γονιός,θα πρέπει να είναι πάντα κοντά στο παιδί του,να λαμβάνουν υπόψιν τους τα σημάδια,τη συμπεριφορά του παιδιού τους,όταν αυτή αλλάζει και να κρατούν μια καλή επικοινωνία μαζί του.

Ένας ενήλικας που είναι θύμα cyber bullying και αυτός είναι σημαντικό να σπάσει την σιωπή του,να απευθυνθεί σε ανθρώπους του φιλικού ή συγγενικού περιβάλλοντος και να μοιραστεί αυτό το πρόβλημα,γιατί ας μην ξεχνάμε ότι η βία σήμερα έχει πάρει τόσο μεγάλη έκταση,ακριβώς γιατί κάποιοι άνθρωποι δεν μιλούν και το να μιλήσουν,το να πουν γι'αυτό που συμβαίνει ,είναι ένας πρώτος τρόπος αντίστασης.

- Ερώτηση 14: Γιατί οι άνθρωποι σήμερα χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό τα social media;

Απάντηση 14: Σήμερα η ζωή θα λέγαμε ότι είναι δύσκολη,απο πολλές πλευρές.Η καθημερινότητα των ανθρώπων είναι δύσκολη.Καθημερινά οι άνθρωποι έχουν να διαχειριστούν πολλά θέματα,όσον αφορά τον εαυτό τους,την επιβίωσή τους,γιατί και η οικονομική κρίση είναι και αυτή που έχει συμβάλει σε μεγάλο βαθμό,στην κακή ψυχολογία των ανθρώπων.Αυτό που οι άνθρωποι καλούνται να διαχειριστούν και να αντιμετωπίσουν στη ζωή τους,θα λέγαμε ότι είναι ανησυχίες,είναι ανασφάλεια,είναι βίαιες ανατροπές,απο τη μια μέρα στην άλλη,οι άνθρωποι δεν ξέρουν σήμερα τι έχουν να αντιμετωπίσουν.Οι κοινωνικές σχέσεις των ανθρώπων,είναι πιο δύσκολες.

Υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός,έλλειψη αλληλεγγύης,συμπαράστασης,αλληλουποστήριξης των ανθρώπων.Αυτό σημαίνει ότι ο καθένας καλείται να τα βγάλει πέρα μόνος του στην ουσία,χωρίς υποστήριξη και χωρίς βοήθεια και συχνά με τον ανταγωνισμό και την αντιπαράθεση με τους άλλους.Οι άνθρωποι δεν είναι αλληλέγγυοι σήμερα,δεν είναι βοηθητικοί ο ένας προς τον άλλον.Τα δύσκολα προβλήματα που οι άνθρωποι καλούνται να αντιμετωπίσουν οικονομικά, οικογενειακά, κοινωνικά, τα αντιμετωπίζουν μόνοι τους.Άρα λοιπόν όλο αυτό,αφήνει στους ανθρώπους ένα πολύ αρνητικό συναίσθημα.Η θλίψη είναι έντονη σήμερα.Το άγχος,το στρες,η πίεση ως απόρροια των καθημερινών προβλημάτων.

Άρα λοιπόν απο την μία,ο άνθρωπος καλείται να διαχειριστεί,τόσο δύσκολα,τόσο έντονα συναισθήματα αρνητικά, δυσφορικά, απο τη μια και αφετέρου, δεν υπάρχει αυτή η υποστήριξη απο κοντινούς ανθρώπους, συνανθρώπους,για να μπορέσει να ανταπεξέλθει και να διαχειριστεί όλα αυτά τα δύσκολα που βιώνει.

Απο την μια,η κακή ψυχολογία σήμερα,απο την άλλη η απουσία επικοινωνίας και σχέσεων, συμβάλει στο να αισθάνονται οι άνθρωποι πολύ δύσκολα.Για να μειώσουν όλα αυτά τα αρνητικά συναισθήματα,οι άνθρωποι αναζητούν τρόπους.Συνήθως αυτοί οι τρόποι είναι αρνητικοί ή θετικοί.Έτσι λοιπόν ένας τρόπος,για να μπορέσουν να εκτονωθούν οι άνθρωποι να μειώσουν εκείνο το αίσθημα της αποξένωσης,της μοναξιάς,είναι να στραφούν στο διαδίκτυο και στα social media,για να καλλιεργήσουν εκεί ένα έδαφος επικοινωνίας με άλλους ανθρώπους. Βέβαια που όπως ανέφερα, πρόκειται για μια ψευδοεπικοινωνία.

Ωστόσο όμως, έστω και προσωρινά,αυτό συνήθως ανακουφίζει τους ανθρώπους και μόνο η αίσθηση ότι πιθανά υπάρχουν κάποιοι με τους οποίους μπορώ να επικοινωνήσω.

Δύο απο τις πολύ βασικές ανάγκες των ανθρώπων,είναι το να αισθάνονται ότι ανήκουν κάπου,ότι έχουν άλλους ανθρώπους κοντά τους,ότι δεν είναι μόνοι τους και μέσα απο αυτές τις σχέσεις να τονώνεται η αυτοπεποίθηση και η αυτοεκτίμηση.Χωρίς αυτά ο άνθρωπος δεν μπορεί να ζήσει,αφού πρώτα έχει λύσει βασικές βιωτικές του ανάγκες,χρειάζεται να καλύπτει αυτές τις ζωτικές του ανάγκες. Επομένως λοιπον το διαδίκτυο,φαίνεται ότι συμβάλλει σε αυτό,στο να μειώνει τα δισφορικά συναισθήματα των ανθρώπων,να μην αισθάνονται μόνοι τους και ταυτόχρονα αυτή η αίσθηση της επικοινωνίας με τους άλλους να τους τονώνει και εκείνο το αίσθημα ότι είναι αποδεκτοί,ότι ανήκουν, άρα ότι αξίζουν.Είναι άλλωστε συνηθισμένο σήμερα,πολύ περισσότερο στα νέα παιδιά,ενδεικτικά θα αναφέρω αυτό το παράδειγμα,που ασχολούνται σε μεγάλο βαθμό με το πόσους φίλους έχουν και τους μετρούν.Αυτό σημαίνει ότι η αξία τους σαν άνθρωποι μετριέται μέσα απο τους φίλους που έχουν στα social media.Σίγουρα αυτός είναι ένας συνηθισμένος τρόπος μεταξύ των παιδιών να επικοινωνούν και να αυτοπροβάλλονται,ποιοι έχουν τους περισσότερους φίλους,αλλά δείχνει όμως σε μεγάλο βαθμό,το ότι αυτό αποτελεί απο μόνο του ένα επίτευγμα,ένα κατόρθωμα μέσα σ'αυτόν τον εικονικό κόσμο του διαδικτύου.Και οι άνθρωποι έχουν να πάρουν ευχαρίστηση και ικανοποίηση απο αυτό.

- Ερώτηση 15: Μπορούν τα social media,να οδηγήσουν κάποιον ακόμα και στην αυτοκτονία;

Απάντηση 15: Απο μόνα τους τα social media, θα λέγαμε ότι δεν μπορούν να οδηγήσουν κάποιον σε κάποια τέτοια αποτρόπαια πράξη,τόσο αρνητική και δυσάρεστη.Αυτό μπορεί να συμβεί μόνο στην περίπτωση του διαδικτυακού εκφοβισμού,του cyber bullying.

Μόνο σε εκείνη την περίπτωση,ένας άνθρωπος απεγνωσμένος, δυσκολεμένος, που προφανώς αισθάνεται πολύ δύσκολα,συναισθηματικά,ψυχολογικά,μπορεί να φτάσει σε αυτό. Η αλήθεια είναι βέβαια ότι οι άνθρωποι που επιλέγουν την αυτοκτονία σαν ένα τρόπο λύσης,διεξόδου απο τα προβλήματά τους,είναι άνθρωποι που συνήθως έχουν κατάθλιψη,οι άνθρωποι που είναι μοναχικοί,πολύ δυσκολεμένοι,που δεν έχουν δεξιότητες και δυνατότητες να διαχειριστούν με ένα θετικό τρόπο τα προβλήματά τους.Συνήθως στο διαδίκτυο μπορεί να υπάρχουν κάποιες ανακοινώσεις ανθρώπων,που είναι ήδη δυσκολεμένοι,είναι ήδη σε κατάθλιψη και έχουν σκεφτεί αυτή τη λύση.Αυτό όμως είναι και το θετικό του διαδικτύου,το ότι ένας άνθρωπος που θα επιλέξει να το ανακοινώσει εκεί,είναι πολύ πιθανό αυτός ο άνθρωπος βέβαια και να σωθεί αν οι αρχές το εντοπίσουν έγκαιρα και μπορέσουν και παρέμβουν. Αν συμβεί λοιπόν αυτό,δηλαδή ένας άνθρωπος να σωθεί,επειδή έχει ανακοινώσει εκεί κάτι,σαφώς μάλλον αυτό είναι και μια θετική έκβαση στην κατάσταση,γιατί θα σωθεί.Απο μόνο του όμως σαφώς το διαδίκτυο,δεν μπορεί να οδηγήσει κάποιον στην αυτοκτονία.Και ύστερα συντρέχουν άλλοι λόγοι, άλλες προϋποθέσεις, πιο σοβαροί,καθαρά έτσι ψυχιατρικοί ή ψυχολογικοί,που θα κάνουν έναν άνθρωπο να σκέφτεται γι' αυτό.

- Ερώτηση 16: Πως μπορούμε να καταλάβουμε όταν ένας χρήστης έχει εθιστεί και τι μπορεί να κάνει για να το αντιμετωπίσει; Οι γονείς μπορούν να κάνουν κάτι γι' αυτό;

Απάντηση 16: Ένας άνθρωπος είναι εξαρτημένος ,είναι εθισμένος απο το διαδίκτυο,όταν καταρχήν ασχολείται πάρα πολλές ώρες την ημέρα με αυτό.

Ειδικοί μιλούν ότι για τα παιδιά που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο πάνω από δύο ώρες ημερησίως, αυτό συνιστά υπερβολική χρήση, κατάχρηση του διαδικτύου, άρα πιθανά οδηγεί και σε εξάρτηση. Αντίστοιχα και στους ενήλικες, οι πολλές ώρες ενασχόλησης με τα social media και γενικότερα με το διαδίκτυο, μπορούν να οδηγήσουν στην εξάρτηση. Εδώ είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι όταν το διαδίκτυο χρησιμοποιείται μόνο για εργασία, αυτό σαφώς και δεν συνιστά προβληματική χρήση, όταν κάποιος εργάζεται και χρειάζεται να αναζητήσει πληροφορίες για την εργασία του. Όπως και όλους τους άλλους λόγους, είτε όταν το διαδίκτυο χρησιμοποιείται για ψυχαγωγία, παιχνίδια που οι άνθρωποι παίζουν σε αυτό ή μέσω των social media, οι υπερβολικές λοιπόν ώρες ενασχόλησης μπορεί να οδηγήσουν στην εξάρτηση. Ένας άνθρωπος εξαρτημένος λοιπόν, παραμελεί άλλες δραστηριότητές του, ενδεχομένως να πηγαίνει στην εργασία του, να πηγαίνει στο σχολείο του, αναβάλλει, εγκαταλείπει άλλες δραστηριότητες, καθυστερεί να πάει για ύπνο, δεν σταματά τη χρήση του διαδικτύου για να καλύψει βασικές ανάγκες όπως να φάει, να πλυθεί ή να κοιμηθεί.

Όταν κάποιος προσπαθήσει να τον σταματήσει, αισθάνεται πολύ δύσκολα ο εξαρτημένος από το διαδίκτυο άνθρωπος, του λείπει, το αναζητά, έχει θλίψη, νευρικότητα, ένταση, ξεσπάσματα, τότε λοιπόν μιλάμε για έναν άνθρωπο που είναι εξαρτημένος από το διαδίκτυο. Εάν συμβεί αυτό, σαφώς χρειάζεται βοήθεια. Και ο ίδιος από τη στιγμή που αναγνωρίσει ότι πλέον είναι εξαρτημένος, χρειάζεται να μείνει σε μια διαδικασία περιορισμού της χρήσης του διαδικτύου και όταν αυτό δεν μπορεί να το καταφέρει μόνος του, χρειάζεται να αναζητήσει βοήθεια. Και στη χώρα μας, τα τελευταία χρόνια, έχουν αναπτυχθεί και λειτουργούν συγκεκριμένα προγράμματα εξειδικευμένα στην απεξάρτηση από το διαδίκτυο, όπως αντίστοιχα υπάρχουν προγράμματα και για άλλες εξαρτήσεις. Η λειτουργία όλων αυτών των προγραμμάτων συμβαίνει ακριβώς γιατί είναι ένας μεγάλος αριθμός ανθρώπων που είναι σήμερα εξαρτημένοι από το διαδίκτυο, είναι ένα πρόβλημα κοινωνικό. Έτσι λοιπόν ένας άνθρωπος χρειάζεται να απευθυνθεί σε ειδικούς. Συνήθως το πιο δύσκολο είναι να αναγνωρίσει ο ίδιος ο χρήστης το πρόβλημα αυτό. Συνήθως είναι οι κοντινοί του, οι δικοί του άνθρωποι που το αναγνωρίζουν. Και εδώ όταν πρόκειται για παιδιά, σαφώς είναι εξίσου σημαντικός ο ρόλος των γονέων, να νοιαστούν έγκαιρα, να εντοπίσουν έγκαιρα την υπερβολική χρήση του διαδικτύου και να ζητήσουν βοήθεια όσον αφορά το παιδί τους.

- Ερώτηση 17: Πως μπορεί ένας άνθρωπος να είναι προσαρμοσμένος όσο πρέπει για να μην εθιστεί;  
Απάντηση 17: Το πιο σημαντικό είναι να αφιερώνει τόσο χρόνο στο διαδίκτυο, όσο ώστε να μην εγκαταλείπει άλλες δραστηριότητες και να μην παραμελεί τις άλλες του κοινωνικές σχέσεις. Έτσι λοιπόν, ο άνθρωπος χρειάζεται να καταναλώνει λίγη ώρα στον υπολογιστή γενικότερα, φροντίζοντας να ενισχύει τις προσωπικές σχέσεις στην πραγματική του ζωή. Να έχει άλλα ενδιαφέροντα, άλλες ασχολίες, να πέρνει ευχαρίστηση και ικανοποίηση και από άλλες διεξόδους.
- Ερώτηση 18: Γιατί κάποιος κατα την γνώμη σας φτιάχνει ψεύτικο προφίλ; Γιατί το κάνει ανώνυμα και όχι επώνυμα;

Απάντηση 18: Θα λέγαμε ότι οι άνθρωποι που κατα κάποιον τρόπο δεν είναι ικανοποιημένοι από το ποιοί είναι, είναι αυτοί που έχουν την τάση στο διαδίκτυο, να παραποιούν τα προσωπικά τους στοιχεία.

Άνθρωποι μπορεί να έχουν χαμηλή αυτοεκτίμηση, να αισθάνονται ότι μειωνεκτούν, ότι έχουν κάποιας μορφής αδυναμία, είναι αυτοί που θέλουν να παρουσιάσουν μια άλλη εικόνα για τον εαυτό τους, γιατί έτσι πιστεύουν ότι θα έχει η καινούργια τους ταυτότητα περισσότερη απήχηση και θα γίνουν περισσότερο αποδεκτοί. Αυτό σαφώς μπορεί να συμβαίνει περισσότερο σε εφήβους, σε νέους δηλαδή ανθρώπους που πειραματίζονται με την ταυτότητά τους, που είναι σε μια φάση που αναζητούν το ποιοί είναι και σε αυτή την φάση του πειραματισμού, μπορεί να υιοθετήσουν στο διαδίκτυο άλλα χαρακτηριστικά, άλλα στοιχεία, που θα επιθυμούσαν που θα ήθελαν να έχουν, αλλά δεν έχουν. Αυτό εν μέρει είναι φυσικό να συμβαίνει, το να παραποιούν οι άνθρωποι έστω και λίγο κάποια στοιχεία της ταυτότητάς τους. Όταν όμως αυτό συμβαίνει σε μεγάλο βαθμό, τέτοιο ώστε να έχουμε μια καινούργια ταυτότητα, αυτή που τελικά παρουσιάζεται, αυτό μπορεί να δείχνει περισσότερα πράγματα για τον άνθρωπο που το κάνει. Αυτό όσον αφορά τις συνήθειες περιπτώσεις. Ας μην ξεχνάμε όμως, ότι οι άνθρωποι, που παραποιούν πολύ την ταυτότητά τους, είναι άνθρωποι που ενδεχομένως έχουν μία σκοπιμότητα, είναι άνθρωποι που κατα κάποιον τρόπο θέλουν είτε να βλάψουν, είτε να έχουν κάποιο όφελος από το γεγονός αυτό. Γι' αυτό και οι άνθρωποι που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, χρειάζεται να είναι και πολύ προσεκτικοί, με ποιους τελικά επικοινωνούν και σε ποιους δίνουν προσωπικές πληροφορίες.

## Ψυχολόγος 2: (Κουλάκη Δομνίκη)

- Ερώτηση 1: Τι είναι ο εθισμός στο διαδίκτυο;  
Απάντηση 1: Η ψυχολογική κατάσταση ενός ατόμου, που περιλαμβάνει πνευματικές και συναισθηματικές αντιδράσεις.  
Οι εκπαιδευτικές, επαγγελματικές και κοινωνικές δραστηριότητες του ατόμου παρεμποδίζονται από την υπερβολική χρήση του διαδικτύου. Πρόκειται λοιπόν για την κατάσταση, που πληρεί τα κριτήρια της εξάρτησης, όπου υπάρχει σοβαρή αποδιοργάνωση της καθημερινότητας. Ο εθισμένος λαχταρά να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, με συγκεκριμένους τρόπους, χρονικό διάστημα και συχνότητα, τα οποία είναι επικίνδυνα για τον ίδιο και ενδεχομένως και γι' αυτούς που είναι γύρω του. Για παράδειγμα έχουμε περιπτώσεις ακραίας παραμέλησης των αναγκών του ή και των συγγενικών του προσώπων.
- Ερώτηση 2: Ποιες είναι οι ενδείξεις που πρέπει να ανησυχούν τους γονείς για την εκδήλωση του φαινομένου του εθισμού στο διαδίκτυο;  
Απάντηση 2: Το παιδί ασχολείται συνεχώς με το διαδίκτυο, παραμελώντας συχνά τις υποχρεώσεις του στο σπίτι και στο σχολείο. Μειώνονται σημαντικά οι οικογενειακές στιγμές, δεν τρώει, δεν κάνει μάνιο, δεν διαβάζει, πηγαίνει με το ζόρι στο σχολείο και πέφτει η σχολική του επίδοση.  
Προτιμά τα παιχνίδια στο διαδίκτυο, από το να συναντά φίλους του, με αποτέλεσμα να απομονώνεται. Λειτουργεί αμυντικά και εχθρικά, όταν κάποιος φέρνει την συζήτηση στο θέμα του διαδικτύου.

Το διαδίκτυο τα απασχολεί ακόμα και την ώρα, που τρώει ή την ώρα που διαβάζει ή ακόμα και όταν βρίσκεται στον κινηματογράφο. Αντιδρά πολύ νευρικά, θυμωμένα ή επιθετικά, όταν κάποιος τον διακόπτει από το παιχνίδι ή από την συζήτηση που είχε online. Δείχνει άγχος, ανησυχία, εξάρσεις θυμού ή βίας, όταν δεν παίζει στο διαδίκτυο. Ξεχνιέται συχνά στον υπολογιστή και δεν έχει συναίσθηση του χρόνου που αναλώνει σε αυτόν. Ξενυχτά για να μείνει συνδεδεμένος στο διαδίκτυο, λέει συχνά, «Καλά, θα παίξω μόνο ένα λεπτό, ακόμη». Έχει πει αρκετές φορές, συνειδητά, ότι πρέπει να μειώσει τις ώρες που περνά συνδεδεμένος στο διαδίκτυο, αλλά έχει αποτύχει να τηρήσει το χρονοδιάγραμμα που όρισε από μόνος του, χωρίς καμιά πίεση. Κρύβει από τους γονείς του, πόσες ώρες περνά στο διαδίκτυο και το είδος των δραστηριοτήτων του σε αυτό.

- Ερώτηση 3: Τι είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός;  
Απάντηση 3: Περιλαμβάνει εσκεμμένη, επαναλαμβανόμενη και εχθρική συμπεριφορά, απέναντι σε άτομο ή σε ομάδα ατόμων με σκοπό την πρόκληση συναισθηματικής και ψυχολογικής βλάβης. Ο διαδικτυακός εκφοβισμός, συνήθως έχει την μορφή ενός εκφοβιστικού, ρατσιστικού, προσβλητικού ή πρόστυχου ηλεκτρονικού μηνύματος, φωτογραφίας ή βίντεο. Κάποιες φορές, ο εκφοβισμός, μπορεί να οδηγήσει στο να περιθωριοποιηθούν και να αποκλειστούν άτομα από άλλους.
- Ερώτηση 4: Ποιες είναι οι βασικές ενδείξεις που πρέπει να ανησυχούν τους γονείς για την εκδήλωση του φαινομένου του συστηματικού διαδικτυακού εκφοβισμού;  
Απάντηση 4: Το παιδί είναι φανερά εκνευρισμένο ή θυμωμένο, κατά την διάρκεια της χρήσης του διαδικτύου ή του κινητού τηλεφώνου, αποσύρεται από φίλους και δεν συμμετέχει σε κοινωνικές δραστηριότητες, φοβάται να χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο ή το κινητό τηλέφωνο, παρουσιάζει πτώσεις στις σχολικές επιδόσεις, αρνείται ή φοβάται να πάει σχολείο, παρουσιάζει θλιμμένη εμφάνιση. Τα παραπάνω συμπτώματα μπορεί να προέρχονται και από άλλες αιτίες. Ωστόσο, το γεγονός να είναι το παιδί θύμα διαδικτυακού εκφοβισμού, πρέπει να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη.
- Ερώτηση 5: Τι μπορούν να κάνουν οι γονείς, για να είναι το διαδίκτυο περισσότερο ασφαλές και περισσότερο εκπαιδευτικό για τα παιδιά;  
Απάντηση 5: Η συναισθηματική κάλυψη των παιδιών, η σωστή επικοινωνία και η κοινή τακτική των γονιών, οδηγούν σε σωστή εφαρμογή ορίων, τα οποία είναι απαραίτητα να τηρούνται σταθερά, προκειμένου να αποφευχθούν συμπεριφορές εξάρτησης από το διαδίκτυο. Βεβαιώνουμε λοιπόν τα παιδιά, ότι είμαστε δίπλα τους, με διάθεση συμβουλευτική, συζητιτική, πρόθυμη να τα ακούσουμε και να τα βοηθήσουμε. Δείχνουμε ότι ενδιαφερόμαστε χωρίς επικριτική διάθεση, μία νευρική αντίδραση στις ψηφιακές προτιμήσεις των παιδιών μας αντενδείκνυται όσο και μία ιδιαίτερα ανεκτική στάση. Διδάσκουμε το παιδί μας, υπεύθυνη συμπεριφορά στο διαδίκτυο, του μαθαίνουμε να συμπεριφέρεται με την ίδια ευγένεια και καλούς τρόπους, όπως και στην κανονική ζωή και να ακολουθεί την ίδια συμπεριφορά από οποιονδήποτε υπολογιστή, είτε βρίσκεται στο σπίτι, είτε στο σχολείο, είτε οπουδήποτε αλλού.

Συνεργαζόμαστε με το παιδί για την κατάρτιση ενός προγράμματος χρήσης του διαδικτύου και καθορίζουμε κανόνες, όπως κάνουμε και για τις υπόλοιπες συμπεριφορές του.

Υπογράφουμε πρωτόκολλο, συμφωνία με τα παιδιά μας, πριν εγκαταστήσουμε τον υπολογιστή στο σπίτι, για μία ώρα ημερήσια χρήση το πολύ. Δημιουργούμε μία ισορροπία μεταξύ του διαδικτύου και άλλων δραστηριοτήτων.

Ενθαρρύνουμε τα παιδιά μας, να συμπεριλαμβάνουν στο πρόγραμμά τους εναλλακτικές δραστηριότητες, όπως ο χορός, τα αθλήματα, η μουσική. Εξετάζουμε τις δικές μας διαδικτυακές συνήθειες. Αν δυσκολευόμαστε να ελέγξουμε την χρήση του διαδικτύου, ως σκεφτούμε ότι είμαστε το πιο σπουδαίο μοντέλο ρόλου για το παιδί μας.

Κρατάμε τον ηλεκτρονικό υπολογιστή σε κοινόχρηστους χώρους, όπως το σαλόνι και όχι το υπνοδωμάτιο, ώστε να είναι πιο εύκολη η επίβλεψη του παιδιού και να ελέγχεται ο χρόνος που καταναλώνει μπροστά στην οθόνη. Εγκαθιστούμε στον υπολογιστή, πρόγραμμα εναντίον των ιών και λογισμικό φιλτραρίσματος πληροφοριών, που απαγορεύει την πρόσβαση σε σελίδες που περιλαμβάνουν ακατάλληλο περιεχόμενο, όπως είναι τα τυχερά παιχνίδια, η επιθετικότητα και άλλα. Εάν τα παιδιά μας είναι μικρότερα των δέκα ετών, μια καλή πρακτική θα ήταν να καθόμαστε μαζί τους, όταν αυτά χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Πολλές από τις δραστηριότητες που παλιότερα ενεργοποιούνταν μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών και βασίζονταν σε σταθερές τοποθεσίες, τώρα γίνονται από τα κινητά τηλέφωνα, τα οποία μπορούν να συνδέονται με το διαδίκτυο. Όταν λοιπόν τα παιδιά, έχουν πρόσβαση σε τέτοιου είδους τηλέφωνα, οι γονείς δεν είναι πια σε θέση να κατευθύνουν τις δραστηριότητές τους ή να ελέγξουν το βαθμό πρόσβασης στο διαδίκτυο. Γι' αυτό καλό είναι να ελέγχουμε τις προδιαγραφές ενός κινητού, πριν το αγοράσουμε για τα παιδιά μας. Συζητάμε με τα παιδιά για την ασφάλεια του διαδικτύου, έτσι ώστε να κατανοήσουν τα οφέλη και τους κινδύνους του. Μαθαίνουμε πια δωμάτια συζητήσεων επισκέπτονται και μιλάμε για τους διαδικτυακούς φίλους, όπως τα ρωτάμε και για τις άλλες δραστηριότητές τους. Δεν απαγορεύουμε κάτι έτσι απλά. Εξηγούμε τις προθέσεις ενός ενήλικα που συζητά διαδικτυακά με έναν ανήλικο και ζητάμε από τα παιδιά μας να μην μιλούν σε αγνώστους. Είναι επίσης καλό να τους διδάξουμε, ότι στις συνομιλίες μέσω διαδικτύου, δεν μπορούν να είναι ποτέ βέβαιοι για την ταυτότητα του συνομιλητή τους. Επομένως, ουδέποτε να δώσουν προσωπικές πληροφορίες, για αριθμό τηλεφώνου ή διευθύνσεις, ούτε να δεχτούν να συναντήσουν κάποιον που γνώρισαν μέσω διαδικτύου. Τα παιδιά θα πρέπει να συνειδητοποιήσουν πως ότι βλέπουν, ακούν ή διαβάζουν σε αυτό, μπορεί να μην είναι αληθινό. Τους τονίζουμε ότι είναι πιθανό να δεχτούν μηνύματα που να τα κάνουν να αισθανθούν άβολα, αμήχανα, ακόμα και να τρομάζουν. Αμέσως θα πρέπει να εγκαταλείψουν τον συγκεκριμένο ιστοχώρο, χωρίς να απαντήσουν σε μηνύματα με προσβλητικό χαρακτήρα και να ενημερώσουν κάποιον ενήλικα. Επίσης καλό θα ήταν, να ανοίγουν προσωπικό λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μόνο εφόσον είναι αρκετά ώριμα για να το χειρίζονται. Συμμετέχουμε λοιπόν ενεργά στο σερφάρισμα του παιδιού στο διαδίκτυο, αυτό επιτρέπει στους γονείς να επιβλέπουν την δραστηριότητα των παιδιών τους, αλλά ταυτόχρονα να διδάσκονται και μαζί.

Αφιερώνουμε απο κοινού χρόνο ,προκειμένου να εξερευνήσουμε κάποιους ιστοχώρους,κατάλληλους για τα παιδιά με επιμορφωτικό και ψυχαγωγικό υλικό.Όταν το παιδί παίζει κάποιο παιχνίδι στο διαδίκτυο,καλό είναι ενημερωνόμαστε για το περιεχόμενο του συγκεκριμένου παιχνιδιού και για την ηλικία που προορίζεται.Το πιο απλό είναι να παίξουμε μια φορά το παιχνίδι με το παιδί μας και να διαπιστώσουμε και μόνοι μας το πόση βία έχει.Προσπαθούμε οι ίδιοι να μην είμαστε ηλεκτρονικά αναλφάβητοι,για να μπορούμε να κατευθύνουμε το παιδί μας.Όσο βέβαια και το επιθυμούν οι γονείς,μερικοί έφηβοι δεν θέλουν την ανάμειξη των γονιών τους.Μπορεί να αντιλαμβάνονται την παρουσία των γονέων και την επέμβασή τους ως προς την σύνδεσή τους με το διαδίκτυο σαν ανάμειξη και εμπλοκή στην κοινωνική τους ζωή.Παρόλ'αυτά,ο πιο ισχυρός,προστατευτικός παράγοντας των παιδιών,είναι η ενεργά συμμετέχοντες γονείς,οι οποίοι μοιράζονται τις εμπειρίες του διαδικτύου με τα παιδιά τους και είναι πρόθυμοι να συζητήσουν τα θέματα που προκύπτουν.Ο σεβασμός και το ενδιαφέρον για την εμπλοκή των παιδιών στον κυβερνοχώρο,συχνά είναι πιο αποτελεσματικοί παράγοντες απο τους αυστηρούς ελέγχους.

### Ψυχολόγος 3: (Φρατζή Μαρία)

- Ερώτηση 1: Τι είναι ο εθισμός στο διαδίκτυο;  
Απάντηση 1: Για να το απαντήσουμε ,θα πρέπει να πούμε δυο λόγια πρώτα για το τι είναι ο εθισμός καθ'αυτός.Ο εθισμός είναι ότι έχει να κάνει με την κατάχρηση,με την υπερβολική χρήση.Αν μπορώ να το πω με παράδειγμα,που μάλλον αυτό είναι πιο χρήσιμο,χρήση είναι το να είμαστε στο διαδίκτυο,μια δυο ώρες τη μέρα και κατάχρηση είναι το να είμαστε δέκα ώρες τη μέρα.Επίσης ο εθισμός,οι ειδικότεροι ίσως θα σας το έλεγαν πιο σωστά,αλλά αυτό που μπορούμε να πούμε,είναι τα χαρακτηριστικά του εθισμού,που σημαίνει ότι ένας άνθρωπος,ένα παιδί,ένας έφηβος,ακόμα χειρότερα,ακόμα πιο δύσκολα,το έχει ανάγκη,δεν είναι απλώς ότι του αρέσει ,ότι περνάει καλά,δυσκολεύεται να περάσει τη ζωή του διαφορετικά χωρίς το διαδίκτυο.Θα στερηθεί δηλαδή το διαδίκτυο για πολλές μέρες και τα λοιπά,νιώθει πολύ άσχημα,νιώθει πολύ πιεσμένος,πολύ μεγάλο άγχος.Χαρακτηριστικό επίσης είναι πολύ σημαντικό,ότι οι υπόλοιπες πλευρές της ζωής,μπαίνουν στην άκρη,το σχολείο,οι φίλοι,η οικογένεια.Αν ένας άνθρωπος νοιάζεται πολύ λιγότερο για αυτούς τους τομείς απ'ότι για το ίδιο το δίκτυο,είτε αυτό είναι παιχνίδι,είτε αυτό είναι οτιδήποτε που ασχολείται μέσα στο δίκτυο,εκεί υπάρχει μία υπερβολή και εκεί είναι τα όρια,σε πολλά εισαγωγικά θα το βάλουμε, του παθολογικού,της παθολογικής χρήσης.Στα παιδιά δε,το οποίο θεωρώ το πιο σοβαρό απ'όλα,χρειάζεται να είμαστε πάρα πολύ προσεκτικοί,όσο μικρότερα τα παιδιά,τόσο περισσότερο οι γονείς,οφείλουν να είναι απο δίπλα,οφείλουν να έχουν προγράμματα ελέγχου.Οι έφηβοι χρειάζεται να έχουν ήδη μία παιδεία,γύρω απο το διαδίκτυο,έτσι ώστε ο εθισμός ο οποίος στα γρήγορα να πούμε ότι έτσι και αλλιώς είναι ένα πολύ σοβαρό κοινωνικό πρόβλημα της εποχής,σε ουσίες ,σε εθισμούς,σε μη ουσίες,όπως είναι το διαδίκτυο,όπως είναι ο τζόγος,όπως είναι άλλα πράγματα,είναι ένα πολύ σοβαρό ζήτημα.

Συνεπώς θα λέγαμε ότι το διαδίκτυο απο μόνο του είναι ένα καινούργιο φαινόμενο και κοινωνικό και ατομικό, πάρα πολύ σοβαρό, πολύ σημαντικό, δίνει φοβερές δυνατότητες επικοινωνίας, διασκέδασης και ενημέρωσης φυσικά και δουλειάς και τα λοιπά, όμως χρειάζεται μέτρο, όπως όλα τα πράγματα.

- Ερώτηση 2: Ποιες είναι οι ενδείξεις που πρέπει να ανησυχούν τους γονείς για την εκδήλωση του φαινομένου του εθισμού στο διαδίκτυο;

Απάντηση 2: Καλό θα ήταν οι γονείς να έχουν μία καλή σχέση επικοινωνίας με το παιδί τους απο πολύ νωρίς. Προσωπικά σαν ειδικός αποφεύγω να δώσω, ένα δύο τρία στοιχεία, όμως όταν παρατηρούμε πολύ σημαντικές αλλαγές στην συμπεριφορά, όταν νιώθουμε ότι το παιδί μας υπερβολικά απέχει, αυτό που είπα πριν, δεν ενδιαφέρεται και καθόλου για το σχολείο, ενώ εως τότε του άρεσε, δεν τον νοιάζει το παιχνίδι, ενώ εως τότε του άρεσε, όταν βλέπουμε υπερβολικές αλλαγές, καλό είναι να ανησυχούμε. Γενικά μιλώντας όμως, είναι καλό ο γονιός, απο πολύ μικρή ηλικία να συζητά, να είναι παρών, να διαθέτει χρόνο στο παιδί, τότε θα αντιληφθεί και το τι είναι αυτό που στο παιδί αλλάζει. Η εφηβεία έτσι κι αλλιώς, είναι μια πολύ ιδιαίτερη ηλικία, μια δύσκολη, αλλά και μια εξαιρετική, έτσι αθωοφόρα μπορώ να πω ηλικία, εκεί υπάρχουν αλλαγές, έτσι κι αλλιώς, σημαντικές. Καλό θα ήταν οι γονείς καταρχήν να έχουν ψυχραιμία. Αυτό είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο και βέβαια να παρατηρούν τις αλλαγές και τις υπερβολές, όμως, τις υπερβολές, δηλαδή αυτό που είπα, δέκα ώρες τη μέρα ή πάρα πολύ υπερβολική χρήση, πάρα πολύ μεγάλη ανάγκη γι' αυτό, αυτά θα έπρεπε να μας ανησυχούν, θα έπρεπε τουλάχιστον να λειτουργήσουν σαν καμπανάκι. Όμως με την διάθεση, του να κουβεντιάσουμε και όχι να κάνουμε κήρυγμα, με την διάθεση να ακούσουμε, επίσης πολύ σοβαρό είναι αυτό και όχι να επιμένουμε στο να βάλουμε όρια. Όρια είναι αναγκαία, είναι πολύ σημαντικό να έχουμε απο τη μικρή ηλικία το όριο στο παιδί. Το όριο με την έννοια ότι μπορεί αυτό, δεν μπορεί εκείνο, σωστό είναι αυτό, σωστό είναι το άλλο. Σταδιακά όμως η διαπαιδαγώγηση ουσιαστικά σημαίνει, ότι μαθαίνουμε το παιδί να αυτονομείται και να βρίσκει το ίδιο τα όρια που χρειάζεται. Έτσι ένας έφηβος ο οποίος έχει αρκετά καλές σχέσεις, έχει αρκετά πράγματα στη ζωή του να πέρνει χαρά. Συνήθως δεν υπάρχουν απόλυτα στους ανθρώπους, δεν θα βρεθεί να εξαρτάται. Το γεγονός ότι υπάρχει εξάρτηση στο διαδίκτυο, είναι αναμφισβήτητο. Ήδη στα μεγάλα κέντρα στα αστικά, ήδη υπάρχουν κλινικές, θα το ξέρετε στα παιδιατρικά νοσοκομεία για την απεξάρτηση απο το διαδίκτυο, που σημαίνει ότι εκεί ήδη το πρόβλημα έχει γίνει σοβαρό. Σοβαρότερο θεωρώ ωστόσο, το να γίνεται πρόληψη. Πρόληψη σημαίνει το να ενημερώνουμε γονείς, να είναι ενήμερα τα παιδιά επίσης, μέσα απο προγράμματα σε σχολεία, μέσα απο συζητήσεις επίσης, για τους κινδύνους. Ποιοι είναι οι κίνδυνοι στο διαδίκτυο; Οι κίνδυνοι οι σοβαρότεροι είναι σοβαροί κίνδυνοι είναι ο εκφοβισμός που δεν συμβαίνει μόνο μεταξύ συμμαθητών και φίλων, συμβαίνει και μεταξύ ενήλικων ας πούμε οι οποίοι για διάφορους λόγους ενδιαφέρονται, η ελευθερία αυτή που υπάρχει στο διαδίκτυο έχει την καλή του πλευρά, αλλά δεν παύει να έχει και μια επικίνδυνη πλευρά, τουλάχιστον για τα παιδιά, που δεν μπορούν να την χειριστούν αυτή.



- Ερώτηση 3: Τι είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός;

Απάντηση 3: Τι είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός .Εδώ θα πρέπει να ορίσουμε τι είναι ο εκφοβισμός καταρχήν.Ο εκφοβισμός,το bullying,αυτό που λέμε είναι η προσπάθεια,η δράση,η πράξη,του να θέλουμε να κανουμε τον άλλον να πονέσει,να υποφέρει,είτε αυτό σημαίνει ότι τον απειλούμε μέσω διαδικτύου,είτε αυτό σημαίνει ότι τον εκβιάζουμε,είτε αυτό σημαίνει ότι του φερόμαστε πάρα πολύ άσχημα και τον βρίζουμε.Αυτές είναι συνήθως οι μορφές του εκφοβισμού του διαδικτυακού. Συμβαίνει δυστυχώς απο μικρές ηλικίες,από όλες τις ηλικίες στις οποίες υπάρχει χρήση διαδικτύου.Τεράστιο θέμα η βία στο σχολείο,τεράστιο κοινωνικό,τεράστιο και με συνέπεια και στο ίδιο το διαδίκτυο.Ωποσδήποτε χρειάζεται και εκεί πρόληψη. Χρειάζεται κι εκεί.Πρόληψη σημαίνει και ενημέρωση του ότι κανείς δεν ωφείλει, κανείς δεν θα πρέπει να υφίσταται,δεν θα πρέπει να ανέχεται το να τον κάνει να νιώθει άσχημα και πρόληψη επίσης σημαίνει αυτό είναι γενικότερο και πολύ ουσιαστικό το να πάμε στις αιτίες της βίας,γιατί οι έφηβοι και τα παιδιά,δηλώνουν στις μέρες μας,μεγάλη βία μεταξύ τους,γιατί έχουν αυτή την πρόθεση να κάνουν τον άλλον να νιώσει άσχημα και να υποφέρει μέσα σε μία κατάσταση.

Ο εκφοβισμός ορίζεται θεωρώ απο αυτό,απο το γεγονός ότι υπάρχει πρόθεση,ότι όχι καταλάθος είπα κάτι που σε πείραξε,αλλά ότι θέλω να σε κάνω να νιώσεις έτσι.Θύματα και θύτες εκφοβισμού στα παιδιά και στους εφήβους,μπορούμε να βρούμε τις αιτίες απο πίσω.Έχει ένα ενδιαφέρον να το ψάξουμε.Οπωσδήποτε όμως,θα πρέπει να ξέρουμε και θα πρέπει να τονίσουμε στα παιδιά ότι χρειάζεται να απευθυνθούν σε ενήλικο και να μιλήσουν γι'αυτό,είτε σε γονείς,είτε σε δασκάλους.Οπωσδήποτε,δεν θα πρέπει να αφήσουν να μένουν θύματα αυτών των καταστάσεων.Συνήθως δεν καλυτερεύει απο μόνο του δηλαδή.
- Ερώτηση 4: Ποιες είναι οι βασικές ενδείξεις που πρέπει να ανησυχούν τους γονείς για την εκδήλωση του φαινομένου του συστηματικού διαδικτυακού εκφοβισμού;

Απάντηση 4: Είναι πολύ ειδική ερώτηση αυτή.Θα επανέλθω σε αυτό που είπα πριν,ότι προτιμώ να αποφύγω το ένα,δύο,τρία,τουλάχιστον δεν μ'αρέσει αυτός ο τρόπος ,είναι πολύ σημαντικό να κρατάμε,να διατηρούμε μία καλή σχέση με το παιδί,να νιώθει ότι μπορεί ελεύθερα να μας μιλήσει,να μπορεί να έρθει να μας πει για παράδειγμα,ότι κάποια παιδιά στο σχολείο,το βρίζουν,του κλεβουν πράγματα,το απειλούν,το εκβιάζουν.Συχνά,συχνά,όχι πάντα και όχι δεν είναι μόνη αιτία αλλά συχνά έχουμε παιδιά τα οποία είναι πολύ θλιμένα,κάποιες φορές είναι παιδιά τα οποία δεν θέλουν να πάνε στο σχολείο,άλλες φορές έχουν πάρα πολύ άγχος,έχουν δυσκολίες στον ύπνο,όμως αυτά που λέμε,μπορεί να είναι ενδείξεις άλλων πραγμάτων.Κάποιες φορές ο εκφοβισμός εκδηλώνεται έτσι,το αποτέλεσμα δηλαδή στο παιδί.Δεν είναι όμως αυτό ίσον εκείνο,δεν λειτουργούν τα πράγματα έτσι ψυχικά.Συνεπώς ο καλύτερος τρόπος είναι τα παιδιά να είναι ενήμερα,του τι μπορεί να συμβεί ή κάπως να μπορέσουμε να τα βοηθήσουμε να προστατέψουν τον εαυτό τους και οπωσδήποτε οι γονείς να είναι ενήμεροι.Ότι υπάρχουν τέτοια φαινόμενα στα σχολεία,ότι χρειάζεται να κρατούν επαφή με το σχολείο,γονείς,σχολείο,να είναι μια κοινότητα με επικοινωνία και βέβαια ξαναλέω,πολύ σημαντικό είναι σαν κοινωνία να ενημερωθούμε και να αναρωτηθούμε και να ασχοληθούμε με τις ίδιες τις αιτίες της βίας,που εκδηλώνονται και με αυτόν τον τρόπο.

- Ερώτηση 5: Τι μπορούν να κάνουν οι γονείς,για να είναι το διαδίκτυο περισσότερο ασφαλές και περισσότερο εκπαιδευτικό για τα παιδιά;  
 Απάντηση 5: Παρότι είναι πιο τεχνικό ζήτημα,απ'όσο ξέρω υπάρχουν προγράμματα και μάλιστα ελληνικών πανεπιστημίων ,που επιτρέπουν στους γονείς να μπορούν να μπλοκάρουν κάποιες προσβάσεις που έχουν τα παιδιά στο διαδίκτυο.Βέβαια και αυτό είναι ένα ερώτημα,του πόσο νωρίς ένα παιδί θα μπορούσε να έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο.Κατα την γνώμη μου,σαν ψυχολόγος,θα σας έλεγα,ότι ένα παιδί στην αρχή του δημοτικού,για παράδειγμα,είναι αδιανόητο να έχει υπολογιστή στο σπίτι,στο δωμάτιό του.Δεν το θεωρώ λογικό,να έχει ένα διαθέσιμο υπολογιστή ή όπως θα είχε διαθέσιμη μια τηλεόραση ,η οποία τηλεόραση,επίσης δεν χρειάζεται πολλές ώρες ,αν θέλετε την γνώμη μου,αλλά το διαδίκτυο,ακριβώς επειδή έχει την ελευθερία και επειδή υπάρχει αλληλεπίδραση,συνήθως ένα μικρό παιδί ,δεν μπορεί να την χειριστεί.Σταδιακά με επίβλεψη του γονιού και αν όχι με επίβλεψη,αν είναι και σωστός ο όρος αυτός,με συνεργασία,με παρέα,να το κάνουμε μαζί,σταδιακά στην διάρκεια του δημοτικού,να αρχίσει να έχει όλο και περισσότερη ελευθερία σε αυτό το πλαίσιο και δίνουμε αυτόνομη ελευθερία στο παιδί,σταδιακά, όχι γιατί δεν του έχουμε εμπιστοσύνη, αλλά γιατί δεν μπορεί να προστατέψει τον εαυτό του.Δηλαδή αυτά που είναι πολύ ανοιχτά και διαθέσιμα στο διαδίκτυο για παράδειγμα και τα οποία μπορούν σε εισαγωγικά πάλι,να θεωρήσουμε τραυματικά,είναι όλα τα θέματα τα σχετικά με το σεξ.Δεν χρειάζεται απο πολύ νωρίς το παιδί,να έχει άμεση ελεύθερη πρόσβαση σε όλα.Επίσης υπάρχουν ένα σωρό άλλα πράγματα,τα οποία όχι μόνο δεν του χρειάζονται,μπορεί να έχει την περιέργεια,για διάφορους λόγους,αλλά και χρήσιμα δεν του είναι και καλό είναι ο γονιός να προστατέψει.Συνεπώς,επειδή οι Έλληνες γενικά γονείς,μέσης ηλικίας για παράδειγμα,δεν είναι όλοι πολύ γνώστες,καλοί γνώστες ή χρήστες.Ας απευθυνθούν σε ειδικότερους,υπάρχουν προγράμματα που μπλοκάρουν,καλό θα ήταν να μάθουν μαζί με το παιδί τους μία βασική χρήση και σταδιακά να υπάρχει μία ελευθερία.Θεωρώ δηλαδή προς το τέλος του δημοτικού,στα δέκα,δώδεκα χρόνια,εκεί κανείς μπορεί να έχει έναν υπολογιστή ακόμη και δικό του,αλλά με προσοχή και με αυτό το σταδιακό και με αυτό το να εκπαιδεύσουμε ας πούμε το παιδί μας, στην καλή χρήση και στην εμπιστοσύνη.
- Ερώτηση 6: Γιατί οι άνθρωποι χρησιμοποιούν σήμερα σε μεγάλο βαθμό τα social media;  
 Απάντηση 6: Τα social media,ουσιαστικά είναι κοινωνική δικτύωση,είναι ένας καινούργιος τρόπος του να κάνουμε παρέα.Θα μπορούσε κανείς να πει ότι πολιτιστικά,έχουμε μάθει τις τελευταίες δεκαετίες,αν όχι παραπάνω να είμαστε λίγο πιο ατομιστές, να είμαστε λίγο πιο,να ενδιαφερόμαστε πιο πολύ για τα ατομικά μας ζητήματα και τουλάχιστον στην δυτική κοινωνία,παρά για τα κοινωνικά. Παρόλ'αυτά,οι άνθρωποι έχουμε ανάγκη τους άλλους,όχι μόνο έχουμε την ανάγκη,υπάρχουμε σε σχέση με τους άλλους,δεν γίνεται,δεν υπάρχει κανένας άνθρωπος χωρίς οικογένεια,δεν μπορούμε να νοήσουμε ένα παιδί χωρίς οικογένεια,δεν υπάρχει ένα παιδί χωρίς φίλους σταδιακά και χωρίς σχολείο.Αυτοί είναι χώροι,οι οποίοι του δίνουν χαρά,του δίνουν ικανοποίηση και του δίνουν όμωσ και αυτό που το κάνει ανθρώπινο.

Καθώς το διαδίκτυο,είναι κάτι πάρα πολύ καινούργιο,στην αρχή μπήκαμε πολύ μαζικά μέσα σε αυτό και χάνουμε λίγο τα όρια.Αυτό που θα έλεγα είναι ότι τις συνέπειές του,κοινωνικά,πολιτιστικά και στον καθένα ξεχωριστά,μάλλον δεν μπορούμε να τις μετρήσουμε ακόμα,είναι πολύ νωρίς.Δηλαδή είναι μόνο μερικές δεκαετίες και στην Ελλάδα ακόμα λιγότερο,που έχουμε τέτοια πρόσβαση.Υποθέτω,έτσι μπορώ να το πω,ότι ένας λόγος είναι για να έχουμε επικοινωνία με τους ανθρώπους,δηλαδή ένας φίλος μας που είναι μακριά,είναι πολύ πιο εύκολο να επικοινωνήσουμε μαζί του απο το διαδίκτυο,απο τις κάμερες,απ'ότι παλιά.Άλλος τρόπος, είναι το να μπορούμε να γνωρίσουμε ανθρώπους,είναι ένας τρόπος να γνωρίσουμε νέους ανθρώπους.Αυτό το γνωρίζω βέβαια,είναι πολύ σχετικό.Πόσο καλά μπορεί να γνωρίσω έναν άνθρωπο μέσα απο ένα προφίλ.Τι σημαίνει το προφίλ;Τι σημαίνει ένας διαδικτυακός εαυτός,είναι ερωτήματα τα οποία δεν είναι καθόλου απλά στο να τα απαντήσουμε.Οπωσδήποτε όμως,αυτό δείχνει ότι σαν άνθρωποι,έχουμε ανάγκη το κοινωνικό,έχουμε ανάγκη να είμαστε με τους άλλους με νέους τρόπους και αν δούμε και τις εξελίξεις των τελευταίων χρόνων,διαπιστώνουμε ότι τα social media λειτούργησαν και σαν αφετηρία για να γίνουν άλλες εξελίξεις πολιτικές,κοινωνικές,οπότε έχουν κι άλλη μία διάσταση καινούργια.Θα έλεγα αυτό,ότι οι άνθρωποι είμαστε κοινωνικά όντα, κοινωνικά ζώα.Δεν μπορούμε να ζήσουμε χωρίς αυτό και έχουμε χρησιμοποιήσει, έχουμε δημιουργήσει και χρησιμοποιήσει,γι'αυτο ίσως και έχει τόση επιτυχία το διαδίκτυο, νέες μορφές επικοινωνίας.Αυτό που θεωρώ πολύ σημαντικό να σημειώσουμε, είναι καλό να μην κυριαρχούν.Να μην είναι κυρίως ή μόνο αυτά.Ας αναρωτηθούμε τι σημαίνει, «έχω εκατοντάδες φίλους με τους οποίους δεν έχω πει ποτέ έναν καφέ μαζί,δεν έχω βρεθεί ποτέ να ανταλλάξω δυο κουβέντες»,αυτό βάζει μεγάλο ερώτημα.Πάντως δεν θέλω να το βάλω σαν αποτέλεσμα,αλλά βάζει πάντως ένα μεγάλο ερώτημα.Πώς είναι,τι είναι,το να έχω πάρα πολλούς φίλους με τους οποίους επίσης δεν έχω καμια πρόθεση να πω έναν καφέ μαζί.Θέλω απλώς να τους έχω σε μία καθημερινή συναλλαγή,γιατί είναι μια καθημερινή πραγματικότητα,αλλά απο μακριά.Η ανθρώπινη επαφή δεν μπορεί να αντικατασταθεί με τίποτα.Αυτό χρειάζεται να το κρατάμε κατα νου,ότι οπωσδήποτε είναι ένα κομμάτι της κοινωνικότητάς μας.Ανθρώπινα δεν μπορεί να είναι η κοινωνικότητά μας,η μονη.

- Ερώτηση 7: Μπορούν τα social media,να οδηγήσουν κάποιον ακόμα και στην αυτοκτονία;

Απάντηση 7: Είναι λίγο ακραίο αυτό,γιατί η αυτοκτονία απο μόνη της συμβαίνει, ευτυχώς όχι συχνά.Έχουμε διαπιστώσει κυρίως απο την εξαιρετική μάλλον απ'ότι φαίνεται απο τα αποτελέσματα υπηρεσία της ελληνικής αστυνομίας, ότι έχουν προλάβει αυτοκτονίες ,για τις οποίες έχουν ενημερωθεί μέσω διαδικτύου.Η υπερβολική χρήση,αυτό που λέγαμε πριν,οπωσδήποτε θα έχει κάποιες συνέπειες. Όμως το να επιθυμεί ένας άνθρωπος να αυτοκτονήσει,δεν είναι απλό.Ίσως ο εκφοβισμός,για παράδειγμα μέσα απο το διαδίκτυο,συμβάλει, βοηθάει,πάει προς αυτό.Αλλά θεωρώ ότι δεν είναι τόσο απλό.Δηλαδή δεν πιστεύω ότι,παρα μόνο σε πολύ ακραίες καταστάσεις,αλλά και πάλι δεν θεωρώ ότι η χρήση καθ'αυτή του διαδικτύου,είναι ικανή να οδηγήσει κάποιον σε αυτοκτονία.Το θεωρώ ότι είναι υπερβολικό ας πούμε σαν θέση,μαζί με άλλους παράγοντες.

Μπορεί να έχει παίξει ένα ρόλο, αλλά όχι απο μόνο του. Θεωρώ ότι δεν γίνεται. Είναι πιο πολύπλοκο φαινόμενο δηλαδή η αυτοκτονία, απ' ό,τι αυτό.

- Ερώτηση 8: Ποια είναι η ψυχολογία των ανθρώπων που πέφτουν στον εθισμό;  
Απάντηση 8: Η ψυχολογία του καθενός, αφορά καταρχήν την υποκειμενικότητα, το άτομο του καθενός και σαν κοινωνικό ον και σαν άνθρωπος που ζει σε μια κοινωνία και έναν πολιτισμό, έχει κάποια χαρακτηριστικά. Θα πέραμε ας πούμε τους εφήβους τους σημερινούς. Έχω τύχει κάποιες φορές σε καφέ να δω νέους όπου πίνουν καφέ και ο καθένας είναι με το κινητό του. Αναρωτιέμαι, τι είδους επικοινωνία είναι αυτή, του πώς μεταξύ τους, λειτουργούν με αυτόν τον τρόπο. Απο την άλλη πλευρά, η ψυχολογία του καθενός, αφορά και το πώς έχει ξεκινήσει, το πώς έχει λειτουργήσει μέσα στην οικογένεια, το πώς η οικογένεια χρησιμοποιεί συνολικά και την τηλεόραση και το διαδίκτυο. Εγώ δεν θέλω να το ξεχωρίσω, γιατί και η τηλεόραση είναι ένα μέσο, το οποίο είναι σε όλα τα σπίτια πια και το οποίο γίνεται πολλές φορές υπερβολική χρήση, ανάλογα, υποθέτω ότι σε νέες οικογένειες με νέους γονείς, ότι μπορεί να γίνει και υπερβολική χρήση κι εκεί. Και βέβαια είναι και ένα τελευταίο πολύ σημαντικό πολιτιστικό στοιχείο.  
Πόσο κατευθυνόμαστε, στο να βρισκόμαστε σε αυτό τον παγκόσμιο ιστό ας πούμε, το να είμαστε όλοι μαζί και να βρισκόμαστε και πόσο αυθεντική επικοινωνία είναι και αυτή. Νομίζω ότι είναι απλές απαντήσεις, δεν είναι πολύ εύκολο να τις διαχειριστούμε. Οπωσδήποτε όμως, είναι ένα μέσο που είναι παρών, έχει πολύ ωραία πράγματα να δώσει, έχει μεγάλη σημασία το μέτρο με το οποίο το χρησιμοποιούμε.
- Ερώτηση 9: Γιατί κάποιος κατα την γνώμη σας φτιάχνει ψεύτικο προφίλ; Γιατί το κάνει ανώνυμα και όχι επώνυμα;  
Απάντηση 9: Θα είχε κάποιες ανάγκες οπωσδήποτε, θέλει να καλύψει απο εκεί. Οπωσδήποτε αυτό δίνει η ανωνυμία, δίνει μια ελευθερία, με την έννοια του να διαχειριστούμε πράγματα που δεν μας αρέσουν στον εαυτό μας ή πράγματα που θα θέλαμε να είμαστε. Έτσι κι αλλιώς στην εφηβεία, γίνεται το πολύ ενδιαφέρον. Το ζήτημα της ταυτότητας είναι πάρα πολύ έντονο ποιος είμαι, ποιος θέλω να είμαι, ποιος θέλω να γίνω, όλα αυτά είναι πράγματα που τα διαπραγματευόμαστε πολύ έντονα στην εφηβεία.  
Και θεωρώ πιο πιθανό, ότι σε αυτές τις ηλικίες, κυρίως φτιάχνονται ψεύτικα προφίλ. Πιθανότατα ικανοποιείται κάτι εγωιστικό με την έννοια αυτή την αρχισιτιτική. Θα ήθελα να είμαι αυτό, οπότε προβάλλομαι μέσα απο το διαδίκτυο, με αυτή την συγκεκριμένη εικόνα. Αν το πάρουμε λίγο αντίστροφα, με πονάει, με ενοχλεί, με στενοχωρεί, που έχω κάτι που το θεωρώ μειονέκτημα, κάποια ανασφάλεια και που δεν υπάρχει άνθρωπος χωρίς προφανώς, οπότε προσπαθώ αυτό να το καλύψω μέσα απο κάτι άλλο. Και βέβαια μπορούμε να σκεφτούμε και πολλές διάφορες άλλες αιτίες. Απο μόνο του δεν είναι επιλύσιμο. Δεν είναι κακό, με την έννοια ότι μπορεί να συμβαίνει. Εάν όμως αυτοί είναι η κύρια μόνη μορφή επικοινωνίας μας, πάλι βάζει ένα ερώτημα στην αυθεντικότητα. Ξέρουμε ποιοι πραγματικά είμαστε και ποιοι θέλουμε; Πώς μπορούμε να προχωρήσουμε στη ζωή έτσι και με τι είδους σχέσεις μπορούμε να δημιουργήσουμε και φιλικές και ερωτικές, οπωσδήποτε πολλά ερωτήματα.

Υπάρχουν τόσοι λόγοι,αν θέλετε να το πω έτσι,όσοι και οι άνθρωποι,για το ότι κάποιος θα ήθελε να φτιάξει ψεύτικο προφίλ.Βασικό όμως θεωρώ σε αυτές τις ηλικίες κυρίως το ερώτημα αυτό,της ταυτότητας ,ποιος και πώς θα ήθελα να είμαι.

- Ερώτηση 10: Ποια είναι η ιδανική θεραπεία για την εξάρτηση απο τα social media;

Απάντηση 10: Δεν υπάρχει ιδανική θεραπεία,οπωσδήποτε όμως κάτι πρέπει να κάνουμε.Εάν υπάρχει εξάρτηση και διαπιστώνουν οι γονείς ,οι δάσκαλοι,αυτοί που είναι κοντά στο παιδί και στον έφηβο και επιμένω κυρίως σε αυτό,γιατί ο ενήλικος πάλι ,μπορεί να συμβεί,τυχαίνει,ένας ενήλικος να εξαρτηθεί ,αλλά εκεί πια τίθεται η προσωπική ευθύνη,η επιλογή του καθενός .Θέλω να πω ότι η οικογένεια πάλι,οι φίλοι θα νοιαστούν και ωφείλουν να νοιαστούν και ωφείλουν να πιέσουν,να πιέσουν μερικές φορές προς την κατεύθυνση της θεραπείας,αλλά για το παιδί και τον έφηβο,είναι αναγκαίο πραγματικά,οι γονείς και το σχολείο και οι κοντινοί να κάνουν κάτι γι'αυτό.Αν υπάρχει πρόβλημα εξάρτησης και είναι πρόβλημα,είναι κάτι που είναι υπερβολικό και στα όρια της παθολογίας πάλι,χαρακτηρίζεται και παθολογικό, οπωσδήποτε κάτι πρέπει να γίνει.Αυτό θα το κρίνουμε κατα περίπτωση.Δεν υπάρχει απάντηση για όλες τις περιπτώσεις η ίδια.Βέβαια απο την πλευρά μου,θα σας έλεγα ότι θεραπευτικά,συμβουλευτικά,σαν ψυχολόγος θα έλεγα αυτό.

Και το ίδιο το παιδί και η οικογένεια ,αλλά οπωσδήποτε πάντως,κάπως να απευθυνθούν οι άνθρωποι και να κινητοποιηθούν σε ειδικές μονάδες ,σε τηλεφωνικές γραμμές ,να αυτό είναι μια καλή αρχή ας πούμε ,γιατί δεν μας είναι εύκολο πάντα να πάμε προς έναν ειδικό, οπότε οι τηλεφωνικές γραμμές υποστήριξης ,οι έκτακτες ανάγκες απο διάφορους φορείς,αυτό είναι μια πολύ καλή αρχή.Δεν θα πρέπει να διστάσουν οι άνθρωποι να απευθυνθούν ή να ζητήσουν βοήθεια,να ζητήσουν την γνώμη, να πούνε αυτό που τους προβληματίζει.

- Ερώτηση 11: Τι κάνει έναν έφηβο να εξαρτηθεί απο τα social media;

Απάντηση 11: Πολλοί παράγοντες.Το ένα είναι το ατόμικό,όπως το περιγράψαμε πριν,ότι μπορεί να υπάρχει κάτι ευάλωτο εκεί και να έχει ανάγκη,να αγκυστρωθεί απο κάτι που του δίνει ικανοποίηση,κοινωνικοί παράγοντες οπωσδήποτε, οικογενειακά ζητήματα.Δεν είναι ένα πράγμα συνήθως που προκαλεί και οδηγεί σε κάτι.Διάφορα πράγματα μπορεί να παίζουν ρόλο.Ο εθισμός είναι ένα μεγάλο ερώτημα για τις κοινωνίες μας και τους ανθρώπους και τον πολιτισμό μας.Δεν απαντιέται απλά.Σαφέστατα όμως,οπωσδήποτε όμως,είναι καλό να απευθυνθούμε για να ζητήσουμε βοήθεια,πρώτον ατομικά,οικογενειακά και δεύτερον σαν κοινωνία να αναρωτηθούμε γιατί.Σε μία εποχή που έχουμε πράγματα πολλά,υποτίθετε ότι είμαστε εξελιγμένοι .Γιατί αρκετά μεγάλα ποσοστά παιδιών ή και νέων προσκολούνται κολλάνε σε κάτι το οποίο το νιώθουν τόσο πολύ σαν ανάγκη;Γιατί ο εθισμός,δεν ικανοποιείσαι,δεν είναι χαρά,είναι κάτι που γίνεται ανάγκη.

- Ερώτηση 12: Μπορούν τα social media ,να υποκαταστήσουν τα παραδοσιακά media,εφημερίδες,περιοδικά και τα λοιπά;

Απάντηση 12: Θα σας απαντήσω απο την πλευρά του κοινωνικού επιστήμονα και όχι καθαρά του ψυχολόγου,με την στενή ειδικότητα.Θεωρώ ότι δεν μπορούν με την έννοια ότι τα social media,ορίζονται απο την λογική της κοινωνικής δικτύωσης, άρα του μπαίνω σε ένα χώρο,στον οποίο δηλώνω κάτι,ένα προφίλ,όποιο θέλω και δεν ελέγχομαι παρα στοιχειωδός,στειχειωδός ελέγχονται όσα γίνονται και έχω μια αρκετή ελευθερία και δεν έχει αυτό την επιστημότητα και το πλαίσιο και το κύρος,αν θέλετε,που θα έχει μια εφημερίδα,που θα έχει ένα ραδιόφωνο,που έχει την ζωντανή ακρόαση και τα λοιπά.Σε ένα βαθμό ασφαλώς,βοηθά στην επικοινωνία, υπαρχει ενημέρωση,μεγάλη ελευθερία σε αυτό,αλλά για να υποκαταστήσουν πλήρως,σε καμία περίπτωση,δεν θεωρώ ότι τελικά αυτό που πάει να γίνει.Δηλαδή τα τηλεοπτικά κανάλια ,σκεφτείτε πριν μερικές δεκαετίες ,όλη η ενημέρωση γινόταν μόνο απο τις εφημερίδες,η οποία ήταν πάρα πολύ αργή,σε ρυθμό σαν ενημέρωση.Δεν υποκατέστησε όμως,παρότι είναι κυρίαρχη σήμερα η τηλεόραση,δεν υποκατέστησε τελικά την εφημερίδα ή τον γραπτό λόγο.Με τον ίδιο τρόπο θεωρώ ότι το διαδίκτυο θα έρθει σε μια ισορροπία,τα επόμενα χρόνια,εννοώ απο την μαζική χρήση την τωρινή,αλλά δεν μπορεί να υποκαταστήσει τελικά.Ιδανικό θεωρώ,καλό θα ήταν τέλος πάντων όσο μπορώ να προβλέψω μπροστά,να μπορούμε να συνδυάσουμε πράγματα.Δηλαδή να χρησιμοποιούμε το Facebook,με τη λογική του φίλου και της ανταλλαγής και της ενημέρωσης και τα λοιπά και ταυτόχρονα να μπορούμε να χρησιμοποιούμε και αντίστοιχους άλλους χώρους και φορείς για την χρήση του καθενός,αλλά στην πραγματικότητα,νομίζω ότι δεν θα μπορούσαν. Δεν θα μπορούσε να πάρει την θέση ενός άλλου μέσου δηλαδή.
- Ερώτηση 13: Πώς μπορούν τα social media,να επηρεάσουν την επικαιρότητα;

Απάντηση 13: Την επηρεάζουν και επηρεάζονται απο αυτήν.Με την λογική ας πούμε ότι υπάρχουν πληροφορίες,γιατί ουσιαστικά αυτό ζούμε,τον αιώνα της πληροφορίας,μπορούμε να χαρακτηρίσουμε τον 21<sup>ο</sup>,οι οποίες διαδίδονται και οι οποίες σύντομα αντικαθίστανται απο άλλες νέες πληροφορίες και ειδήσεις.Βέβαια εδώ μπαίνει το ερώτημα και το ζήτημα του πόσο αξιόπιστη είναι πάντα η πηγή και πόσο αξιόπιστη είναι η πληροφορία η οποία δεχόμαστε.Θέλω να πω ότι δείχνει εμπειρία και μάλιστα η πρόσφατη,των τελευταίων ετών,ότι ορισμένες ειδήσεις και πληροφορίες ,αποδείχτηκαν λανθασμένες.Όταν ενημερωνόμαστε για μία νέα τέτοια είδηση,δεν διασταυρώνουμε πάντα τις πηγές μας ή δεν ενδιαφερόμαστε ή δεν προλαβαίνουμε,γιατί έχουμε συσσώρευση και πληθώρα πληροφοριών που έρχονται συχνά.Εκεί αν θέλετε,θεωρώ ότι χρειάζεται πάλι ένας κώδικας δεοντολογικός, ηθικός.Είναι καλο,μάλλον ακόμα καλύτερο να εκπαιδύσουμε τους νέους ανθρώπους ώστε να είναι πιο κρητικοί απέναντι στις πληροφορίες που δέχονται.Αυτό είναι ένα ζητούμενο.Αυτό είναι ένα ερώτημα.Μέσα σε αυτό που είπαμε πριν,στην μαζικότητα του μέσου που είναι καινούργιο και γι'αυτό θαυμαστό και γι'αυτό έχει χάσει και λίγο τα όριά του,αυτό είναι ένα ερώτημα,αυτό είναι ένα ζητούμενο.Οτι δεν αξιολογούμε πάντα σωστά και αυτό είναι ένα κομμάτι παιδείας επίσης ουσιαστικό.Το να μπορούν οι νέοι άνθρωποι απο νωρίς να εκπαιδεύονται έτσι ώστε να μην δέχονται κάθε πληροφορία ,χωρίς να μπορούν να σκεφτούν πάνω σε αυτήν,να κρίνουν και χωρίς να έρχεται πάλι ένας νέος όγκος πληροφοριών,να καλύπτει την

προηγούμενη χωρίς να έχουμε προλάβει να επεξεργαστούμε τίποτα απ'όλα αυτά.Είναι ζητήματα που είναι προς επεξεργασία και νομίζω γίνεται σε όλο τον κόσμο ,στα πανεπιστήμια δηλαδή,σε όλους τους χώρους των κοινωνικών επιστημών,στους περισσότερους,υπάρχει μια τέτοια αναζήτηση και έτσι ένα ενδιαφέρον και έρευνα και είναι πολύ σωστό και πολύ ενδιαφέρον να γίνεται αυτό,γιατί είναι ένα κομμάτι ανθρώπινο της επικοινωνίας, ουσιαστικό και αναπόσπαστο απο το τι είναι ο καθένας μας σε σχέση με τους άλλους, κοινωνικά και τα λοιπά,πολιτισμικά και τα λοιπά.

Λογοπαιδικός: (Ρίνη Κατερίνα)

- Ερώτηση 1: Τι είναι τα greeklish;  
Απάντηση 1: Τα greeklish είναι ελληνικά γράμματα με λατινικούς χαρακτήρες. Έχουν κατακλήσει τη ζωή μας.Και θα μπορούσαμε να πούμε ότι κινδυνεύει ο ελληνικός γραπτός λόγος.Χρησιμοποιήθηκαν πρώτα στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές,γιατί κάποια προγράμματα δεν υποστηρίζουν τα ελληνικά,με αποτέλεσμα οι νέοι που κυρίως παίζουν,να μην μπορούν να γράψουν στα ελληνικά.  
Βέβαια τώρα,όλο αυτό οδηγεί σε μια εγκατάλειψη της ελληνικής αλφαβήτου.Η γραφή είναι τυποποιημένη,φωνητικά αποδίδονται με τα γράμματα και σήμερα χρησιμοποιούν πιο πολύ μια τυποποιημένη γραφή.
- Ερώτηση 2: Χρησιμοποιούν όλοι τα greeklish,ως διαδικτυακό τρόπο γραφής;  
Απάντηση 2: Δεν χρησιμοποιούν όλοι τα greeklish,ως διαδικτυακό τρόπο γραφής,για να διατηρήσουν την ελληνική γλώσσα. Άλλοι θεωρούν ότι με την χρήση της ελληνικής αλφαβήτου,έχουν μεγαλύτερη βαρύτητα οι λέξεις.Πολλοί επίσης δεν καταλαβαίνουν τις λέξεις γραμμένες με greeklish, γιατί δεν υπάρχουν τόνοι.Επίσης,σε κάποιες ιστοσελίδες,απαγορεύεται να σχολιάσεις σε greeklish.
- Ερώτηση 3: Γιατί πολλοί χρήστες των social media,τα greeklish τα χρησιμοποιούν ως διαδικτυακό τρόπο γραφής;  
Απάντηση 3: Πολλοί χρήστες χρησιμοποιούν τα social media,γράφοντας greeklish,γιατί οι λόγοι είναι λόγοι ευκολίας και ταχύτητας.Επίσης, δεν μπορούν να κριθούν για την ορθογραφία τους.Δεν τηρούν δηλαδή κάποιους ορθογραφικούς κανόνες.Επίσης υπάρχουν και πληκτρολόγια που δεν έχουν ελληνικά γράμματα.Και τέλος είναι και μια μόδα μεταξύ των νέων.Το κάνουν δηλαδή για λόγους εντυπωσιασμού.
- Ερώτηση 4: Ποια τα αίτια της χρήσης των greeklish,ως διαδικτυακος τρόπος γραφής;  
Απάντηση 4: Τα αίτια της χρήσης των greeklish ως διαδικτυακός τρόπος γραφής, είναι η εγκατάλειψη της ελληνικής αλφαβήτου.Μπορεί τα greeklish να είναι ορθογραφικά,να ακολουθούν δηλαδή τους κανόνες της ελληνικής ορθογραφίας ή να είναι φωνητικά,να σκοπεύουν δηλαδή στην φωνητική απόδοση των ελληνικών.Ο περισσότερος όμως κόσμος, τα χρησιμοποιεί σαν ένα μεικτό σύστημα που συνδυάζει το θέμα της ορθογραφίας με την φωνητική απόδοση,χωρίς η γραφή να έχει μια ισχυρή τυποποίηση.

Πολλοί χρήστες των social media, χρησιμοποιούν τα greeklish, αυτό είναι διαδεδομένο κυρίως ανάμεσα στους νέους. Το κάνουν γιατί συνήθως είναι πιο εύκολο και πιο γρήγορο. Και σαφώς δεν χρειάζεται να ξέρεις και ορθογραφία. Αισθάνονται δηλαδή πιο άνετα. Γράφουν τα greeklish, προκειμένου να αποφύγουν ορθογραφικά λάθη.

#### Κοινωνιολόγος 1: (Ξεπαπαδάκου Μαρία)

- Ερώτηση 1: Γιατί οι άνθρωποι σήμερα χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό τα social media;  
Απάντηση 1: Καταρχάς, συμφωνώ με το ότι σε μεγάλο βαθμό χρησιμοποιούνται τα social media, από τους ανθρώπους σήμερα και μάλιστα είναι εντυπωσιακό ότι αυτό δεν είναι γεγονός μόνο για τον δυτικό κόσμο, αλλά είναι για όλο τον κόσμο. Ακόμα και για χώρες που δοκιμάζονται, ακόμα και για χώρες που βρίσκονται σε εμπόλεμη κατάσταση, διαπιστώνουμε ότι η χρήση των social media είναι πολύ διαδεδομένη. Πρώτο και κύριο είναι η ευκολία του μέσου. Ο υπολογιστής είναι ένα εργαλείο οικονομικό πια, σε σχέση με άλλες εποχές, στο οποίο μέσο έχουν πρόσβαση όλοι. Όλα τα σπίτια, όλα τα σπίτια, εντάξει, στα περισσότερα. Έτσι; Σαφώς όσο μεγαλώνουν οι ηλικίες, δεν περιμένουμε την γιαγιά, τον ογδόντα χρονών να κάθεται μπροστά στον υπολογιστή, αλλά μπορούμε να πούμε ότι σε ένα συντριπτικό ποσοστό, σε όλα τα σπίτια υπάρχει ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής. Είναι η αμεσότητα που δίνει το μέσο, η ευκολία στη χρήση, η αίσθηση της ελευθερίας, είμαι μόνος μου, με τις φωτογραφίες μου, με το site μου, την σελίδα μου, με τα σχόλια μου, με το μυαλό μου, γράφω ότι θέλω, σχολιάζω ότι θέλω, αν θέλω απευθύνομαι μόνο σε συγκεκριμένα άτομα. Όλο αυτό δίνει την αίσθηση της ελευθερίας και καταφεύγουν οι άνθρωποι εκεί. Ταυτόχρονα η ζωή σήμερα, δοκιμάζει τις ανθρώπινες σχέσεις, μεγάλες πόλεις έχουν εγκληματικότητα, κλεινόμαστε λίγο περισσότερο στα σπίτια μας, αρκετές χώρες έχουν οικονομικά θέματα, κλεινόμαστε λίγο περισσότερο στα σπίτια μας. Έτσι τα δίκτυα αυτά δίνουν την δυνατότητα της επικοινωνίας, εντός και εκτός εισαγωγικών και όλο και περισσότεροι καταφεύγουν εκεί.
- Ερώτηση 2: Μπορούν τα social media, να οδηγήσουν κάποιον ακόμα και στην αυτοκτονία;  
Απάντηση 2: Θεωρητικά κανένας δεν οδηγείται πουθενά, εάν δεν το θέλει ο ίδιος. Όμως, εφόσον μιλάμε για ένα χώρο ο οποίος ισοδυναμεί με μία κοινότητα, πιέσεις, αντιδράσεις, αντιθέσεις, μπορούν σε ένα ευάλωτο άνθρωπο, να τον οδηγήσουν μέχρι εκεί. Έχουν συμβεί τέτοια περιστατικά, δυστυχώς, δεν θα έπρεπε, δεν θα έπρεπε κανένας να είναι τόσο ευάλωτος, ώστε να πλήτεται η προσωπικότητά του και να φτάνει να πιστέψει ότι η αυτοκτονία είναι η λύση στα προβλήματά του. Βέβαια από την άλλη, από μόνα τους τα social media, δεν μπορούν να το κάνουν αυτό. Πρέπει να υπάρχει και ένας οικογενειακός περίγυρος που δεν βοηθάει όσο πρέπει, ένα σχολικό περιβάλλον που επιβαρύνει αρκετά, μία προσωπικότητα η οποία θέλει ακόμα να εξελιχθεί και δεν ξέρει πώς, είναι κι άλλοι παράγοντες, κι άλλες παράμετροι που θα κάνουν κάποιον να αυτοκτονήσει.



Αλλά μπορεί το οποιοδήποτε δίκτυο, να δώσει το τελικό σπρώξιμο σε έναν άνθρωπο που στέκεται στο χείλος του γκρεμού, όπως βέβαια μπορεί και να του απλώσει το χέρι και να τον τραβήξει πίσω. Έτσι; Να το πούμε κι αυτό.

- Ερώτηση 3: Γιατί κάποιιοι χρήστες ξέρουν τον ακριβή αριθμό των φίλων που έχουν στο Facebook;

Απάντηση 3: Ο άνθρωπος είναι ζώον κοινωνικόν. Θέλει παρέα, θέλει φίλους, θέλει περίγυρο, αισθάνεται καλά να έχει διαπροσωπικές σχέσεις. Όσο λοιπόν ένας άνθρωπος, εξαρτά την ζωή του από τον υπολογιστή του και το δίκτυο στο οποίο βρίσκεται, στο social media, στο οποίο δραστηριοποιείται και όσο αποσπάται από την καθημερινότητά του από τις ανθρώπινες σχέσεις, εκ φυσικό χρόνο και σε ζωντανό επίπεδο, τέλος πάντων, δίνει μεγαλύτερη βάση εκεί. Φαντάζομαι ότι αυτοί που γνωρίζουν τον ακριβή αριθμό, ανα πάσα ώρα και στιγμή των φίλων τους, είναι αυτοί που βρίσκουν αυτό που χρειάζονται, δηλαδή την ανάγκη του ανθρώπου για φιλία, για αγάπη, για κατανόηση, για υποστήριξη μέσα σε αυτό τον μαγικό αριθμό, ο οποίος βέβαια πάλι κατά την άποψή μου, όσο μεγαλύτερος είναι, σημαίνει ότι στο μυαλό του νέου ή της νέας αυτού, ότι έχει μεγαλύτερη αποδοχή ή μεγαλύτερη κατανόηση, είναι δημοφιλής και ούτω καθεξής. Δεν είναι σωστό βέβαια αυτό. Ο αριθμός των φίλων στο Facebook, ή οπουδήποτε σε όποιο άλλο δίκτυο, δυστυχώς δεν αντανακλά τον αριθμό των φίλων πραγματικών, στην ζωή του ανθρώπου. Ευτυχώς όποιος έχει πολλούς φίλους στο Facebook, οι οποίοι ή σε οποιοδήποτε άλλο μέσο, οι οποίοι αναπάσα ώρα και στιγμή θα του σταθούν ως φίλοι πραγματικοί και στη ζωή του και ο ίδιος βέβαια σε αυτούς. Μία ανασφάλεια νομίζω επικοινωνεί ο άνθρωπος που ασχολείται με τον ακριβή αριθμό, μία αγωνία, μία ελπίδα, μία επιθυμία, που δεν ξέρω αν μπορεί και να ικανοποιηθεί ποτέ, γιατί πάντοτε ο αριθμός των φίλων θα μπορεί εν δυνάμει να αυξηθεί.

- Ερώτηση 4: Γιατί κάποιιοι κατά την γνώμη σας, φτιάχνει ψεύτικο προφίλ; Γιατί το κάνει ανώνυμα και όχι επώνυμα;

Απάντηση 4: Υπάρχουν πάρα πολλοί λόγοι που ένας άνθρωπος θα καταφύγει στο ψεύτικο προφίλ και οι οποίοι λόγοι μπορεί να είναι από αστείο μέχρι πάρα πολύ σοβαρό. Αστείο είναι το να θέλει ένα κορίτσι να κατασκοπεύσει τη ζωή ενός αγοριού, εντός ή εκτός εισαγωγικών. Αστείο είναι μία μαμά να θέλει να δει αν η κόρη της ή ο γιος της ή ένας μπαμπάς αντίστοιχα μιλάει με κάποιους, δέχεται σχόλια, παρενοχλήσεις, έχει το παιδί του προσαρμόσει την δική του σελίδα να μην βλέπουν οι γονείς του. Αυτά είναι πιο ελαφριές περιπτώσεις, πολύ πιο σοβαρό είναι βέβαια κάποιος, να φτιάχνει ψεύτικο προφίλ, προκειμένου να ξεγελάσει, να εξαπατήσει, να παρασύρει ανηλίκους και ενήλικες, αλλά ιδιαίτερα ανηλίκους σε οποιοδήποτε είδους δραστηριότητες και πράξεις. Η ανωνυμία και η ψευτιά δεν είναι ένας τρόπος που μας βρίσκει σύμφωνους. Όποιος καταφεύγει στην ανωνυμία και στην ψευτιά, όποιος φοβάται ή αρνείται ή κρύβει το πραγματικό του όνομα και την πραγματική του ποιότητα, κάτι έχει να κρύψει και από τον ίδιο του τον εαυτό και από την κοινωνία. Εμείς πρέπει να είμαστε προσεκτικοί, διότι εάν είναι κάτι σε επίπεδο αστεισμού, παρέας, πειράγματος, πάει καλά, να έχουμε τα μάτια μας δεκατέσσερα μην είναι κάτι πιο επικίνδυνο, κάτι πολύ πιο σοβαρό, κάτι που ενδεχομένως να παρασύρει και γενικότερα να αποφεύγουμε να κάνουμε

φίλους, ανθρώπους τους οποίους δεν γνωρίζουμε και δεν διασταυρώνουμε τα στοιχεία τους.

- Ερώτηση 5: Πότε το διαδίκτυο γίνεται επικίνδυνο;  
Απάντηση 5: Το διαδίκτυο γίνεται επικίνδυνο, κάθε φορά που ένας άνθρωπος το θεωρεί πιο σημαντικό από την πραγματική ζωή. Το διαδίκτυο είναι επικίνδυνο, την στιγμή που είμαστε εκτός διαδικτύου και σκεφτόμαστε να πάω σπίτι μου να μπω στο Facebook, να δω πόσα like έχω και πόσους φίλους που προαναφέραμε. Το διαδίκτυο είναι επικίνδυνο, γίνεται επικίνδυνο, όταν ο νέος ή η νέα προτιμά να καθήσει μπροστά στον υπολογιστή και όχι να βγει να συναναστραφεί, να ανταλλάξει απόψεις, συναισθήματα με φίλους, με συγγενείς, με τους γονείς του βεβαίως, με τα αδέρφια του και τα λοιπά. Σε κάθε περίπτωση δηλαδή, που η ζωή στο διαδίκτυο αντικαθιστά την πραγματικότητά μας, είναι επικίνδυνο. Ακόμα βέβαια πιο επικίνδυνο, γίνεται όταν μέσα από το διαδίκτυο άνθρωποι, έχοντας πρόσβαση, τους δίνουμε πρόσβαση σε προσωπικά μας στοιχεία, σε προσωπικές μας αλήθειες, σε προσωπικές μας αγωνίες και το εκμεταλλεύονται αυτό και μας εκβιάζουν ή μας κοροιδεύουν, μας υποτιμούν, ακόμα πιο επικίνδυνο γίνεται όταν άνθρωποι κατορθώνουν να αποκτήσουν πρόσβαση στο σώμα των χρηστών και αναφέρομαι κυρίως στους ανηλίκους και στα κορίτσια και στα αγόρια που μπλεκουν σε σχέσεις μέσα στο διαδίκτυο και τελικά βρίσκονται να βιώνουν καταστάσεις πολύ δύσκολες ψυχολογικά και σωματικά. Και σίγουρα γίνεται επικίνδυνο κάθε φορά που ένας άνθρωπος πέφτει θύμα οικονομικής εκμετάλλευσης. Το τελευταίο που μερικές φορές τα περιλαμβάνει όλα αυτά, είναι οι περιπτώσεις bullying, μέσω διαδικτύου, όπου ανεβαίνουν φωτογραφίες, βίντεο, σχόλια, που έναν άνθρωπο τον θίγουν, τον κακοποιούν ψυχολογικά, συναισθηματικά, δεν μπορεί να αντιδράσει. Σε αυτές τις περιπτώσεις γίνεται επικίνδυνο. Όμως, να πούμε ότι για όλα τα πράγματα, μάλλον για όλα τα μέσα, υπεύθυνο δεν είναι ποτέ το ίδιο το μέσο, έτσι; Υπεύθυνοι είμαστε εμείς, στον τρόπο που το χρησιμοποιούμε, στον τρόπο που το αξιολογούμε, στον τρόπο που το διαχειριζόμαστε γενικά. Από μόνο του δεν είναι τίποτα επικίνδυνο και τίποτα ακίνδυνο.
- Ερώτηση 6: Τα αγόρια ή τα κορίτσια είναι πιο επιρρεπή να «κολλήσουν» με τα social media;  
Απάντηση 6: Θεωρώ ότι το ποσοστό σε αυτό το επίπεδο μεταξύ αγοριών και των κοριτσιών, χωρίς να έχω επιστημονική άποψη, δεν διαφοροποιείται εξαιρετικά. Δεν μπορώ να σκεφτώ για ποιους λόγους ας πούμε ένα αγόρι ή ένα κορίτσι περισσότερο θα είναι στο διαδίκτυο. Νομίζω ότι πιο εύκολα θα λέγαμε ότι περισσότερο επιρρεπή στο διαδίκτυο είναι τα παιδιά τα οποία και στα δίκτυα κοινωνικής, αυτά τα δίκτυα τα κοινωνικά, τα παιδιά τα οποία είναι πιο δειλά, είναι πιο φοβισμένα, δυσκολεύονται λίγο στις κοινωνικές τους σχέσεις, αυτά νομίζω ότι είναι πιο επιρρεπή, ασχέτως το φύλο τους.
- Ερώτηση 7: Μπορούν τα social media, να υποκαταστήσουν τα παραδοσιακά media, εφημερίδες, περιοδικά και τα λοιπά;  
Απάντηση 7: Ναι. Σε αυτό τώρα, επι προσωπικού θα μιλήσω. Τα site, στα οποία παρουσιάζονται στο Facebook, είναι τελικά αυτά στα οποία καταφεύγω για την ενημέρωσή μου. Πολλές φορές άθελά μου, για να κερδίσω χρόνο, βγαίνουν μπροστά διάφορα ενημερωτικά, ενημερωτικές σελίδες, ανοίγω, τις διαβάζω.

Μπορούν,μπορούν να υποκαταστήσουν τα παραδοσιακά μέσα μαζικής ενημέρωσης,ανάλογα βέβαια,όχι ότι αν δεν το θέλουν πραγματικά θα φτάσουν την ποιότητα μιας εφημερίδας ή ενός άλλου μέσου τέλος πάντων,αλλά σε πάρα πολλές περιπτώσεις μία light τέλος πάντων ενημέρωση και όσο πιο συνηθισμένοι είμαστε στο light,μπορεί να καταφύγουμε και εκεί.Ναι.

- Ερώτηση 8: Πώς επιδρούν τα social media στην ζωή μας;  
Απάντηση 8: Τα social media στην ζωή μας,μπορούν να επιδράσουν όπως τα αφήσουμε να επιδράσουν. Μπορούν να επιδράσουν θετικά, δηλαδή να ενδυναμώσουν το αίσθημα της παρέας. Έχω παρατηρήσει ότι τα παιδιά,οι συμμαθητές,οι φίλοι, οι γνωστοί,ανεβάζουν φωτογραφίες,ανεβάζουν βίντεο,κάνουν πειράγματα,σχόλια,τα οποία στην πορεία τα βοηθούν να έρθουν ακόμα πιο κοντά,σε φιλικό επίπεδο,σε ανθρώπινο επίπεδο,έχω ακούσει για ανθρώπους που ξαναβρίσκονται μετά απο πολλά χρόνια,εμείς οι συμμαθητές έχουμε ανταλλάξει και χαιρετισμούς και κανονήσαμε συναντήσεις και τα λοιπά,μέσω του Facebook συγκεκριμένα και αυτό ήταν πάρα πολύ θετικό.Επίσης,έχω ακούσει για ανθρώπους που γνώρισαν φίλους απο την άλλη άκρη του κόσμου μέσω του Facebook και των λοιπών φαντάζομαι δικτύων και όλα αυτά είναι απολύτως θετικά.Και απο την άλλη αυτό που είπαμε.  
Το αρνητικό είναι όταν καταφεύγω μόνο σε αυτόν τον τρόπο ζωής,όταν θεωρώ μόνο, το Facebook ή το Instagram ή το Twitter σημαντικό,όταν το μυαλό μου βρίσκεται στον διαδικτυακό τόπο και όχι στην καθημερινότητά μου,τότε είναι η επίδραση που ασκεί αρνητική, αλλά και πάλι εμείς είμαστε οι χρήστες,εμείς το χρησιμοποιούμε,εμείς επιλέγουμε το θετικό ή το αρνητικό. Όχι το μέσο απο μόνο του.
- Ερώτηση 9: Πώς μπορούν τα social media να επηρεάσουν την επικαιρότητα;  
Απάντηση 9: Στην αρχή,θα σκεφτόμασταν ότι τα social media ακολουθούν την επικαιρότητα και δεν μπορούν να την επηρεάσουν.Όμως τώρα τελευταία,βλέποντας, παρακολουθώντας τις δράσεις διαφόρων ομάδων σε χώρες, όπου δεν υπάρχει ελευθερία στην έκφραση και βλέποντας κορίτσια και αγόρια,νέους και νέες να έχουν φτιάξει σελίδες που επικοινωνούν την αλήθεια τους.Δηλαδή μία σελίδα στην Τυνησία,η κοπελίτσα αυτή η 26χρονη,η 27χρονη που βραβεύτηκε καθότι μέσα απο την σελίδα της παρουσιάζει την κατάσταση πολιτική και κοινωνική και οικονομική στην πατρίδα της.Ήταν αυτή που τελευταία κυκλοφόρησε φωτογραφία της που ανέβηκε πάνω στο αυτοκίνητο και τα έβαλε με τους,αυτούς τους ισλαμοφασίστες, τους τζιχαντιστές.Αυτό με έκανε να σκεφτώ,ότι τέτοιου είδους δράσεις στο διαδίκτυο,τέτοιου είδους σελίδες στα κοινωνικά δίκτυα,επηρεάζουν την πραγματικότητα,επηρεάζουν και την επικαιρότητα,γιατί μας ενημερώνουν για όλα αυτά,εμάς που δεν θα το έκανε η τηλεόραση ας πούμε ή δεν υπάρχει πρόσβαση σε ένα τηλεοπτικό μέσο ή σε ένα περιοδικό,σε μία εφημερίδα,αυτών των ομάδων για να εκφραστούν.Οπότε φτιάχνοντας μία σελίδα σε ένα κοινωνικό δίκτυο ενημερώνουν και όταν αυτό πάρει έκταση,ναι θεωρώ ότι μπορούν να επηρεάσουν και την επικαιρότητα.Ας δούμε ας πούμε τα καλεσματα σε συγκεντρώσεις στην Ευρώπη,που γίνονται μόνο μέσω Facebook,μέσω Twitter,την τάδε ώρα, ελάτε να διαμαρτυρηθούμε γ' αυτό και πάρα πολύς κόσμος ανταποκρίνεται και προσέρχεται στους προγραμματισμένους χώρους.

Η επικαιρότητα σε αυτήν την περίπτωση, θεωρώ ότι έχει επηρεαστεί και σχεδιαστεί και πραγματοποιηθεί, υλοποιηθεί από το κοινωνικό δίκτυο. Σε αυτό το επίπεδο. Στο μέλλον θεωρώ, θα το δούμε ακόμα περισσότερο. Μακάρι να το δούμε για θετικές δράσεις.

Να καλούν φορείς ανθρωπιστικοί, εκπαιδευτικοί, παιδαγωγικοί, κοινωνικοί και να ανταποκρίνονται όλο και περισσότεροι άνθρωποι. Νέοι, νέες και μεγαλύτερης ηλικίας. Κάπως έτσι δηλαδή.

- Ερώτηση 10: Πώς θεωρεί ότι αλληλεπιδρά ο πομπός και ο δέκτης μέσω των μηνυμάτων;

Απάντηση 10: Στα κοινωνικά δίκτυα, η ανταλλαγή των μηνυμάτων είναι άμεση και ευθύς. Μπορεί να έχει την μορφή φωτογραφιών, σχολίων, status και μπορεί να έχει και την μορφή μηνυμάτων που ανταλλάσσονται απευθείας. Σε κάθε περίπτωση θα έλεγα ότι ο πομπός και ο δέκτης βρίσκονται σε άμεση επικοινωνία μεταξύ τους, παρόλο που δεν υπάρχει φυσική παρουσία του ενός με τον άλλον. Εν τούτοις είναι πολύ άμεση η επικοινωνία τους και μερικές φορές αυτή η απουσία της φυσικής παρουσίας, αφαιρεί το φίλτρο της αυτολογοκρισίας, δηλαδή πώς θα του το πω τώρα αυτό, θα στεναχωρηθεί, θα δω την στεναχώρια στα μάτια του, μπορώ να σκεφτώ όταν βρίσκομαι με τον συνομιλητή μου απέναντι. Όταν όμως πληκτρολογώ σε ένα πληκτρολόγιο και δεν έχω εικόνα, πιο εύκολα θα πω «δεν πειράζει, ας ακούσει και καμιά αλήθεια» και το γράψω. Θεωρώ ότι είναι άμεσοι και επηρεάζονται πάρα πολύ και οι δύο, είτε προς το καλό, είτε προς το κακό, έτσι; Δεν είναι υποχρεωτικά κακό αυτό.

Και μία ενθάρρυνση και μία υποστήριξη και μία συμβουλή και συμπαραστάση μέσω ενός κοινωνικού δικτύου, είναι πάρα πολλές φορές, έχει θετικά αποτελέσματα, όπως και το αντίθετο, έχουμε αναφερθεί. Όπως και να έχει, είναι αυτό το ταυτόχρονο της ανταλλαγής των μηνυμάτων ουσιαστικά, σε πάρα πολύ μικρό, γράφω, απαντάς, μου απαντάς, μου γράφεις, σου γράφω. Είναι πολύ άμεσο και επηρεάζει πάρα πολύ και τους δύο.

## Κοινωνιολόγος 2: (Ελενα Σεργεντάνη)

«Αστική Εταιρεία «Ιπποκράτης», Κω. Κέντρο Πρόληψης των Εξαρτήσεων και Προαγωγής της Ψυχοκοινωνικής Υγείας»

- Ερώτηση 1: Τι είναι ο εθισμός στο διαδίκτυο;  
Απάντηση 1: Καταρχήν να πω, ότι μπορούμε να εξαρτηθούμε, να εθιστούμε από πάρα πολλά πράγματα, από ουσίες, από αντικείμενα, από ανθρώπους. Σήμερα θα μιλήσουμε για τον εθισμό στον διαδίκτυο. Εννοούμε εθισμό στο διαδίκτυο, όταν χάσουμε τον έλεγχο, όταν υπάρχει απώλεια ελέγχου, όταν η χρήση γίνει αυτοσκοπός, δηλαδή όταν με το που ξυπνάμε ή κοιμόμαστε το μυαλό μας είναι μόνιμα στο διαδίκτυο, όταν εγκαταλείπουμε σημαντικές δραστηριότητες κοινωνικές και κάποιες άλλες δραστηριότητες που μπορεί να είναι επαγγελματικές, μπορεί να έχουμε κάποιες διατροφικές διαταραχές, παραμελούμε τον εαυτό μας. Θα πρέπει εδώ να σημειώσω ότι πολλές φορές το άτομο ξεκινάει με την προβληματική χρήση, δηλαδή υπάρχει μία εξέλιξη μέχρι να φτάσουμε να είμαστε εθισμένοι, να εθιστούμε απ' το διαδίκτυο.

Έχουμε αρχικά την προβληματική χρήση ,σιγά σιγά πάμε στην κατάχρηση,όπου εκεί διαρκώς κάνουμε πολύ μεγάλη,υπερβολική χρήση του διαδικτύου,μέχρι να καταλήξουμε στον εθισμό, που σημαίνει πλήρη απώλεια πλέον ελέγχου κι εκεί το άτομο χρειάζεται βοήθεια για να μπορέσει να απεγκλωβιστεί, να απεξαρτηθεί.

- Ερώτηση 2: Τι είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός; (cyber bullying)  
Απάντηση 2: Όταν χρησιμοποιούμε το διαδίκτυο,θέλοντας σκόπιμα να παρενοχλήσουμε,να ξεφτιλίσουμε,να περιθωριοποιήσουμε ένα άτομο μέσω του διαδικτύου ενώπιον όλων των φίλων του και να το κάνουμε αυτό δημόσια.Αυτό μπορεί να γίνει με την αποστολή υβριστικών μηνυμάτων,με κάποια ρατσιστικά μηνύματα και γενικά όλες αυτές τις πράξεις έχουν σαν στόχο να γελοιοποιήσουμε,να περιθωριοποιήσουμε αυτά τα συγκεκριμένα άτομα.Αυτό το κάνουμε συστηματικά και επανηλημένα.Οπότε μιλάμε πλέον για διαδικτυακό εκφοβισμό.
- Ερώτηση 3: Τι μπορούν να κάνουν οι γονείς για να είναι το διαδίκτυο περισσότερο ασφαλές και περισσότερο εκπαιδευτικό για τα παιδιά;  
Απάντηση 3: Καταρχήν,οι γονείς όταν αγοράζουν ηλεκτρονικό υπολογιστή στο σπίτι θα πρέπει να το έχουν κοινή θέα,δηλαδή να είναι σε ένα χώρο,όπως παραδείγματος χάρη μέσα στο σαλόνι,για να μπορούν να ελέγχουν την πρόσβαση που έχουν τα παιδιά στο διαδίκτυο.Πολύ σημαντικό είναι πριν αγοράσουμε στο παιδί μας υπολογιστή ή κινητό τηλέφωνο να έχουνε κάνει μια συζήτηση με τα παιδιά τους,να τους βάλουν κάποια όρια,κάποιους κανόνες όσον αφορά την χρήση του τηλεφώνου και του ηλεκτρονικού υπολογιστή στην καθημερινή τους ενασχόληση.Να πούμε εδώ πέρα, ότι δεν θα πρέπει να ξεπερνάμε τις δέκα ώρες την εβδομάδα.Το τρίτο είναι,θα πρέπει και οι ίδιοι οι γονείς,να αρχίσουν να ασχολούνται με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή,έτσι να μάθουν και να γνωρίζουν κάποια πράγματα,ώστε να μπορούν να βοηθούν τα παιδιά τους.Καλό είναι να κάνουν κάποιες δραστηριότητες μαζί με τα παιδιά στον ηλεκτρονικό υπολογιστή,να μπορούν να τους δείξουν κάποιους τρόπους,ώστε να αντλούν καλύτερα,να μαθαίνουν κάποια πράγματα, να παίρνουν δηλαδή ασφαλής πληροφορίες, να ενημερώσουν τα παιδιά για θέματα εθισμού και παρενόχλησης στο διαδίκτυο. Επίσης καλό είναι οι γονείς που έχουν πολύ μικρά παιδιά,να χρησιμοποιούν διάφορα φίλτρα προστασίας, που αυτά βοηθάνε και απο ιούς,αλλά το παιδί να μην έχει πρόσβαση σε ακατάλληλο υλικό,σε υλικό που είναι ακατάλληλο για την ηλικία του παιδιού.Καλό βέβαια απο εκεί και πέρα είναι να ωθούμε τα παιδιά σε αθλητικές και άλλες δραστηριότητες,να μην ασχολούνται δηλαδή μόνο με τον ηλεκτρονικό υπολογιστή.Είναι πολύ βασικό επίσης, ήδη να είμαστε σωστά πρότυπα για τα παιδιά μας ,γιατί δεν μπορούμε να συζητάμε και να ζητάμε απο ένα παιδί να μην ασχολείται αρκετές ώρες ,όταν εμείς οι ίδιοι καθόμαστε όλη την ημέρα μπροστά σε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή.Επίσης να μην τον χρησιμοποιούμε τον ηλεκτρονικό υπολογιστή σαν μέσο επιβράβευσης ή τιμωρίας για το παιδί.Και κάτι άλλο,πρέπει να υπάρχει γενικότερα επικοινωνία με το παιδί,δηλαδή αυτό που πρέπει να έχουν οι γονείς και το λέμε πάντα,σε όλα τα ζητήματα,ότι πρέπει να υπάρχει μια πολύ καλή επικοινωνία,ώστε όταν συμβεί κάτι στο παιδί, να έχει το θάρρος να μιλήσει με τον γονιό.

- Ερώτηση 4 : Γιατί κάποιος κατα την γνώμη σας,φτιάχνει ψεύτικο προφίλ; Γιατι το κάνει ανώνυμα και όχι επώνυμα;

Απάντηση 4: Πολλοί άνθρωποι και πολλοί νέοι περισσότερο,πολλά παιδιά θέλουν πολλές φορές να δείξουν ή να κάνουν πράγματα τα οποία δεν τολμούν να το κάνουν στην πραγματική ζωή και μπορούν έτσι να το κάνουν μέσω του διαδικτύου.Γι'αυτό ακριβώς έχουν την δυνατότητα,να φτιάξουν όποιο προφίλ θέλουν εκείνοι,είτε κάποιο προφίλ που θαυμάζουν,που θα ήθελαν να είναι και να μπου και να κάνουν πράγματα,που ίσως δεν τολμούν να τα κάνουν,όπως είπαμε στην πραγματική ζωή.Γι'αυτόν τον λόγο, φτιάχνουν κάτι ψεύτικο,ένα ψεύτικο προφίλ για εκείνους και βέβαια χρησιμοποιούν την ανωνυμία.Αυτό τους προσφέρει,τους ενισχύει την αυτοεκτίμησή τους,την αυτοπεποίθησή τους,τους κάνει να νιώθουν πιο δυνατούς,είναι ένας κόσμος που είναι πιο συναρπαστικός,ειδικά για τα νέα παιδιά και είναι πολύ λογικό,εφόσον μπορούν να κάνουν πράγματα για τα οποία νιώθουν ότι δεν θα κριθούν και θα είναι αποκλειστικά και μόνο,θα κρατήσουν την ανωνυμία τους, κάνοντας,φτιάχνοντας ένα ακριβώς ψεύτικο προφίλ.
- Ερώτηση 5: Μπορούν τα social media,να υποκαταστήσουν τα παραδοσιακά media, όπως εφημερίδες,περιοδικά και τα λοιπά;

Απάντηση 5: Καταρχήν να πω,ότι η τεχνολογία έχει φτάσει σε ένα βαθμό που πλέον μέσα απο τα social media,μπορούμε να ενημερωθούμε,μπορούμε να αντλήσουμε πάρα πολλές πληροφορίες,ακόμα και να κάνουμε πάρα πολλές ενέργειες.Είναι πάρα πολύ σημαντικό, γιατί όλοι έχουν πρόσβαση,ειδικά όταν μιλάμε για την χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών,την χρήση διαδικτύου. Βέβαια θα ήθελα να πω ότι είναι απο την άλλη πάρα πολύ καλό,να διαβάζουμε διάφορα βιβλία,να ενημερωνόμαστε και απο περιοδικά και εφημερίδες και πάντα να μην είμαστε απλοί αποδέκτες των μηνυμάτων,είναι καλό δηλαδή να πέρνουμε πάρα πολλές πληροφορίες και είτε μέσα απο τα social media ,είτε απο εφημερίδες,είτε περιοδικά και μετά να αξιολογούμε αυτές τις πληροφορίες.Είναι πάρα πολύ ωραίο να διαβάζουμε και απο την άποψη ότι πρέπει να καλλιεργούμε το πνεύμα μας,γιατί το διάβασμα θεωρώ ότι δεν μπορεί να αποκατασταθεί απο τα social media.

### Κοινωνιολόγος 3 : (Νικηφόρος Φάρκωνας)

«Αστική Εταιρεία «Ιπποκράτης»,Κω. Κέντρο Πρόληψης των Εξαρτήσεων και Προαγωγής της Ψυχοκοινωνικής Υγείας»

- Ερώτηση 1: Ποιες είναι οι ενδείξεις που πρέπει να ανησυχούν τους γονείς για την εκδήλωση του φαινομένου του εθισμού στο διαδίκτυο;

Απάντηση 1: Οι ενδείξεις και τα χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να προβληματίσουν τους γονείς είναι κατα κύριο λόγο τα εξής:Πρώτο και βασικό,όταν βλέπουμε ότι το παιδί κάθεται υπερβολικές ώρες μπροστά στον υπολογιστή,αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό.Εκεί δηλαδή που παράδειγμα ασχολιόταν μία,δύο ώρες τη μέρα και βλέπουμε ότι αυτός ο χρόνος αυξάνεται,αυτό θα πρέπει να μας προβληματίζει.Επίσης θα πρέπει να μας προβληματίζει το γεγονός, του ότι παραμελεί τα καθήκοντά του,δηλαδή τα μαθήματά του,δραστηριότητες άλλες οι οποίες μπορεί να έχει και αυτό θα πρέπει να προβληματίσει τους γονείς.Όταν αλλάζει η συμπεριφορά του

απέναντι στους ίδιους τους γονείς και στους φίλους του.Όταν δηλαδή παράδειγμα απομακρύνεται όλο και περισσότερο,όταν δεν μπορεί να επικοινωνήσει,όταν δεν θέλει να βγαίνει έξω με τους φίλους του,νομίζω ορισμένα δείγματα, χαρακτηριστικά, τα οποία πρέπει να προβληματίσουν τους γονείς.

- Ερώτηση 2: Τι είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός; (cyber bullying)  
Απάντηση 2: (Συμπληρώνει στην απάντηση της Κοινωνιολόγου Έλενας Σεργεντάνη)  
Ο διαδικτυακός εκφοβισμός,είναι ακόμα πιο επικίνδυνος,από ότι είναι η κλασική μορφή του σχολικού εκφοβισμού. Γιατί κατα κύριο λόγο,αυτός ο οποίος εκφοβίζει,μπορεί να εμφανίζεται με ψεύτικο προφίλ και να μην φαίνεται,αυτό είναι το ένα βασικό και το δεύτερο βασικό είναι ότι μπορεί να το κάνει εικοσιτέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο,να εκφοβίζει μέσω του διαδικτύου. Κι αυτό οδηγεί στο να είναι οι συνέπειες πολύ πιο σημαντικές απέναντι στο θύμα,από ότι είναι στον παραδοσιακό εκφοβισμό.
- Ερώτηση 3: Ποιες είναι οι βασικές ενδείξεις που πρέπει να ανησυχούν τους γονείς την εκδήλωση του φαινομένου του συστηματικού διαδικτυακού εκφοβισμού;  
Απάντηση 3: Το πρώτο και σημαντικό αυτό το οποίο οι γονείς να προσέχουν κατεξοχήν είναι όταν το παιδί αρχίζει και δείχνει κάποια σημάδια φόβου.Αυτά εμφανίζονται κατα κύριο λόγο,όταν παράδειγμα το παιδί αρνείται ή δυσκολεύεται ή στεναχωριέται όταν είναι να πάει σχολείο,παράδειγμα.  
Αυτό μπορεί να συμβαίνει γιατί ξέρει ότι μπορεί αυτή η παρενόχληση,να γίνεται απο κάποιον συμμαθητή του, ο οποίος υπάρχει στον χώρο του σχολείου.Μπορεί παράδειγμα να μπαίνει στο διαδίκτυο ώρες ,έτσι οι οποίες δεν είναι εκεί οι γονείς,που δείχνει ότι αυτό το κάνει για κάποιο λόγο.Έχει αλλάξει η συναισθηματική του κατάσταση,δηλαδή μπορεί να εμφανίζεται περισσότερο νευριασμένο το παιδί,να έχει δηλαδή νεύρα περισσότερα απο το κανονικό,να νιώθει πάρα πολύ άσχημα,να απομονώνεται στο δωμάτιό του. Όλα αυτά είναι ενδείξεις που δείχνουν ότι τον έχει σε έναν βαθμό,υπάρχει μια κάποια μορφή,είτε παρενόχλησης μέσα απο το διαδίκτυο.
- Ερώτηση 4: Γιατί οι άνθρωποι χρησιμοποιούν σήμερα σε μεγάλο βαθμό τα social media;  
Απάντηση 4: Όπως γνωρίζουμε,η τεχνολογία,οι εφαρμογές,όσον αφορά την τεχνολογία,η ανάπτυξη δηλαδή της τεχνολογίας και η χρήση νέων μέσων,έχει βοηθήσει πάρα πολύ στην χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.Είναι γεγονός ότι έχει χαθεί ο παραδοσιακός τρόπος επικοινωνίας,σήμερα χρησιμοποιούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε μεγάλο βαθμό,είτε για ψυχαγωγία,είτε για επικοινωνία,είτε για επαγγελματικό σκοπό,για την προώθηση δηλαδή που έχει να κάνει επαγγελματικά προϊόντα ή οτιδήποτε άλλο ή υπηρεσίες και επειδή είναι εβραίως διαδεδομένα σαν μέσο απο τα παιδιά, απο πολύ μικρή ηλικία τα χρησιμοποιούν ή πολύ περισσότερο οι μεγαλύτεροι σε ηλικία,έχει αυξηθεί πάρα πολύ ο αριθμός των χρηστών,δηλαδή αυτή την στιγμή,υπάρχουν εκατομμύρια χρήστες στο Facebook,στο Twitter,σε όλα σχεδόν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης,άρα αποτελεί ένα μέσο,το οποίο βοηθάει στην ουσία και στην επικοινωνία,όπως σας είπα,άρα και στην προώθηση προϊόντων.

- Ερώτηση 5: Τα αγόρια ή τα κορίτσια είναι πιο επιρρεπή να «κολλήσουν» με τα social media;

Απάντηση 5: Να πούμε καταρχάς,ότι ως Αστική Εταιρεία,Κέντρο Πρόληψης των Εξαρτήσεων και προαγωγής της Ψυχοκοινωνικής Υγείας,το '12 και το '13,κάναμε μια απογραφική έρευνα,η οποία έγινε σε όλα τα γυμνάσια και λύκεια του νησιού της Κω και η οποία επαναλήφθηκε μετά απο κάποιο χρονικό διάστημα.Απο την έρευνα αυτή φάνηκε ότι υπήρχε αύξηση απο χρονιά σε χρονιά κατάχρασης του διαδικτύου, αλλά όσον αφορά τον συγκεκριμένο ερώτημα,φαίνεται ότι κατα κύριο λόγο,η πλειοψηφία των χρηστών είναι αγόρια.
- Ερώτηση 6: Μπορούν τα social media,να υποκαταστήσουν τα παραδοσιακά media, όπως εφημερίδες,περιοδικά και τα λοιπά;

Απάντηση 6:(Συμπληρώνει στην απάντηση της Κοινωνιολόγου Έλενας Σεργεντάνη)

Δεν είναι όλοι χρήστες του διαδικτύου γιατί δεν έχουν όλοι είτε τις γνώσεις,είτε αν θέλετε ακόμα και την οικονομική δυνατότητα,για την αγορά ενός υπολογιστή.Οπότε ο παραδοσιακός τρόπος,η γραφή δηλαδή,η ανάγνωση,έτσι όπως την γνωρίζουμε, δεκάδες,εκατοντάδες χρόνια τώρα,έχω την γνώμη ότι δεν πρόκειται ποτέ να χάσει την αξία και την σημασία την οποία έχει.
- Ερώτηση 7: Πιστεύετε ότι τα social media επηρεάζουν τις πολιτικές εξελίξεις;

Απάντηση 7: Δεν μπορώ να πω ότι επηρεάζουν τις πολιτικές εξελίξεις,αυτό όμως που είναι σημαντικό, είναι το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια,έχουν μπει πάρα πολύ έντονα στην πολιτική ζωή του τόπου μας.

Υπάρχουν χαρακτηριστικά παραδείγματα,έτσι χρήση των social media και απο τους πολιτικούς,οι οποίοι συμμετέχουν στα κοινά,αλλά πολύ περισσότερο και απο κόμματα και απο οργανώσεις.Και έχουμε δει μάλιστα να ξεκινάνε μεγάλες κινητοποιήσεις μέσα απο τα social media.Είτε κινητοποιήσεις οι οποίες αφορούν τον γενικό πληθυσμό,το σύνολο δηλαδή του πληθυσμού,αλλά και κινητοποιήσεις οι οποίες έχουν να κάνουν με κομμάτια της νεολαίας,οι οποίοι νέοι επειδή χρησιμοποιούν πάρα πολύ το διαδίκτυο,έτσι κινητοποιούνται πολύ πιο εύκολα και μαθαίνουν πολύ πιο εύκολα,έτσι μέσα απο το διαδίκτυο.Με αυτήν την έννοια λοιπόν,επειδή επηρεάζει έντονα την κοινωνική μας ζωή,είναι μέσα στην κοινωνική μας ζωή,δεν θα μπορούσε να μην επηρεάσει σε ένα βαθμό και την πολιτική ζωή του τόπου.Όχι όμως, να αποτελέσει μέσο για να αλλάξει τα πολιτικά πράγματα στο τόπο μας.