

# Current Electronic Social Networks as Catalysts for Evolution in Research & Education

**Dr. George Blanas, Professor**

Department of Business Administration, TEI of Larissa

[blanas@teilar.gr](mailto:blanas@teilar.gr)

## **Abstract**

*This paper is constituted by several complimentary dimensions, as follows:*

*The first dimension is a short review of the current applications of electronic social networks and an initial categorization of the international development trends, in tertiary education and research.*

*The second dimension categorizes and evaluates the main tools and systems used for the construction and development of electronic social networks, and it evaluates and proposes the most important current selections, using a series of standard criteria found in the literature.*

*The third dimension evaluates the first conclusions based on the application and acceptance of three electronic social networks developed within the Department of Business Administration of the TEI of Larissa since June 2009.*

Keywords: Social Networks, Research, Education

JEL classification: A14, A20, O31, O33

## **Τα σύγχρονα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα ως καταλύτης εξέλιξης στην έρευνα και στην εκπαίδευση**

**Δρ. Γεώργιος Μπλάνας, Καθηγητής**

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων TEI Λάρισας

[blanas@teilar.gr](mailto:blanas@teilar.gr)

## **Περίληψη**

*Η παρούσα εργασία αποτελείται από επιμέρους αλληλοσυμπληρούμενες συνιστώσες, ως ακολούθως:*

*Η πρώτη συνιστώσα παραθέτει μια σύντομη ανασκόπηση των εφαρμογών των σύγχρονων ηλεκτρονικών κοινωνικών δικτύων και μια αρχική κατηγοριοποίηση των διεθνών τάσεων ανάπτυξης ηλεκτρονικών κοινωνικών δικτύων στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και την έρευνα.*

*Η δεύτερη συνιστώσα κατηγοριοποιεί και αξιολογεί τα κυριότερα εργαλεία και συστήματα που χρησιμοποιούνται για την κατασκευή και την ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων και αξιολογεί και προτείνει τις πλέον αξιόλογες σύγχρονες επιλογές με μια σειρά πρότυπων κριτηρίων που χρησιμοποιούνται στη διεθνή βιβλιογραφία.*

Το τρίτο μέρος αξιολογεί τα πρώτα συμπεράσματα με βάση την εμπειρία της εφαρμογής και αποδοχής των κοινωνικών δικτύων που έχουν αναπτυχθεί στο τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Λάρισας.

Λέξεις κλειδιά: Κοινωνικά δίκτυα, έρευνα, εκπαίδευση

JEL classification: A14, A20, O31, O33

## 1. Κοινωνικά Δίκτυα

Η σημερινή έννοια των κοινωνικών δικτύων ως προτύπων διασύνδεσης κοινωνικών συνόλων με κοινά ενδιαφέροντα δόθηκε από τον Barnes (1954). Η εξέλιξη της θεωρίας των κοινωνικών δικτύων έκτοτε υπήρξε σημαντική και από πλευράς διερεύνησης της έντασης, του είδους των αναπτυσσόμενων σχέσεων και της έκτασης των διασυνδέσεων και από πλευράς συμπεριφοράς και εξέλιξης των πρότυπων κοινωνικών δικτύων. Κρίσιμες συνεισφορές στον τομέα αποτελούν η περιγραφή της έννοιας του μικροκόσμου του Milgram (1967) και η ανάλυση των ασθενικών διασυνδέσεων του Granovetter (1973). Η συστηματική ανάλυση των κοινωνικών δικτύων αναπτύχθηκε από τους Rice & Richards (1985), Burt (1992), Freeman, White & Romney (1992), Meyer (1994), Wasserman & Faust (1994), Haythornthwaite (1996), Monge & Contractor (2003), Scott (2000).

### 1.1 Σύγχρονα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα

Τα σύγχρονα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα βασίζονται στο διαδίκτυο και αποτελούν μία από τις κύριες συνιστώσες κοινωνικής αλλαγής που σημειώνουν ταχύτερη εξέλιξη. Το διαδίκτυο μέσω των εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης εξελίσσεται πλέον από ένα μέσο πληροφόρησης σε ένα μέσο ανθρώπινης δικτύωσης. Για παράδειγμα, το έτος 2008 ενώ η αύξηση του χρόνου χρήσης του διαδικτύου ήταν της τάξης του 10%, η αύξηση του χρόνου χρήσης των ηλεκτρονικών κοινωνικών δικτύων ήταν της τάξης του 30% (Hagel, Brown & Davison, 2009). Το έτος 2009, το 49% των χρηστών του διαδικτύου δημιούργησαν προφίλ σε ένα κοινωνικό δίκτυο σε σχέση με το 17% μόλις δύο χρόνια πριν (Dutton, Helsper & Gerber, 2009). Η έρευνά μας στο ΤΕΙ Λάρισας έχει δείξει μια ταχύτερα αυξανόμενη τάση στους σπουδαστές-χρήστες του διαδικτύου να περνούν το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου σύνδεσής τους στην κοινωνική δικτύωση, ενώ τα κοινωνικά δίκτυα να αποτελούν το σημαντικότερο πόλο έλξης και σύνδεσης στο διαδίκτυο για τους νέους ανθρώπους.

Βρισκόμαστε σε μια μεταβατική περίοδο όπου οι δυνατότητες και η ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων έχουν αναπτυχθεί σε τέτοια έκταση και ποιότητα που διεισδύουν ταχύτερα σε όλους τους τομείς της κοινωνικής ζωής και εξέλιξης. Τα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούν τις πολλαπλασιαστικές δυνατότητες των μελών τους και γίνονται ισοτόποι συγκέντρωσης τεράστιου αριθμού πληροφοριών αλλά και ταυτόχρονα της διανομής τους. Για παράδειγμα, σε σύγκριση με ένα παραδοσιακό μέσο μαζικής ενημέρωσης που χρησιμοποιεί μερικές δεκάδες δημοσιογράφους και τυπώνεται σε μερικές χιλιάδες φύλλα, ή έστω ηλεκτρονικά στο διαδίκτυο, ένα αναπτυγμένο κοινωνικό δίκτυο έχει πολλαπλάσια ικανότητα συγκέντρωσης και διανομής πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο. Οι δυνατότητες πληροφόρησης που παρέχουν πλέον τα κοινωνικά δίκτυα όπως π.χ. το facebook είναι πολλαπλασιαστικές με τη δυνατότητα αυτόματης ενημέρωσης που επιλέγει ο χρήστης για τα θέματα που τον ενδιαφέρουν και που μπορεί να διοχετεύονται από πολλαπλές πηγές πληροφόρησης όπως π.χ. το youtube που επίσης αποτελεί ένα κοινωνικό δίκτυο. Αλλά και το ανάστροφο, όπως για παράδειγμα, πολλές εφημερίδες

στην ηλεκτρονική τους μορφή έχουν υπερσυνδέσεις σε πληροφορίες που παρέχουν τα κοινωνικά δίκτυα. Σύμφωνα με τον Vollmer (2009) το νέο αυτό είδος επικοινωνίας υπερτερεί σε τέτοιο βαθμό που σύντομα θα επισκιάσει όλα τα άλλα τα οποία θα τείνουν να περιοριστούν σε συγκεκριμένα είδη αγορών.

Ποιες δυνατότητες παρέχουν τα σύγχρονα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα; Σύμφωνα με τον Owyang (2009) ο ηλεκτρονικός κοινωνικός ιστός (social web) αναπτύσσεται σε πέντε διαδοχικά επίπεδα ή περιόδους ως ακολούθως:

- 1) Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικών Σχέσεων: Οι άνθρωποι συνδέονται με άλλους ανθρώπους και επικοινωνούν.
- 2) Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικής Λειτουργικότητας: Τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν ένα λειτουργικό σύστημα όπως το λειτουργικό σύστημα σε έναν Η/Υ.
- 3) Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικής Επίκοισης ή Αποίκησης: Κάθε εμπειρία μπορεί να πλέον να είναι κοινωνική
- 4) Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικού Περιεχομένου: Προσωπικό και ακριβές περιεχόμενο.
- 5) Επίπεδο ή Περίοδος Κοινωνικής Αγοράς: Οι κοινότητες καθορίζουν τα μελλοντικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Ανάλογα με το είδος του δικτύου και τις αρμοδιότητες που παρέχουν στο χρήστη, μπορούμε να διαχωρίσουμε τις ακόλουθες κατηγορίες χρηστών (Hagel, Brown & Davison, 2009):

- Δημιουργοί: Που έχουν τη δυνατότητα να δημοσιεύουν περιεχόμενο
- Κριτικοί: Που αξιολογούν, διορθώνουν συνεισφέρουν σε περιεχόμενο που έχει δημοσιευτεί.
- Συλλέκτες: Που συλλέγουν πληροφορίες, επιλέγουν ετικέτες και πηγές ανατροφοδότησης.
- Συμμετέχοντες: Που έχουν δημοσιευμένο το προφίλ τους και κάνουν επισκέψεις.
- Θεατές: Που παρακολουθούν τις πληροφορίες και γενικότερα το υλικό που δημοσιεύεται.
- Ανενεργοί: Που δεν κάνουν τίποτα από τα παραπάνω.

Η εκθετική αύξηση των χρηστών των κοινωνικών δικτύων σημειώνεται κυρίως στις νέες γενιές που μεγάλωσαν με πρόσβαση στο διαδίκτυο και αποτελούν σήμερα τους μαθητές και σπουδαστές των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, οι οποίοι χρησιμοποιούν ευρέως τα κοινωνικά δίκτυα προκειμένου να επικοινωνήσουν με την ευρύτερη συντροφιά τους που επίσης έχει πρόσβαση σ' αυτά. Η πρόσβαση πολλαπλασιάζεται μέσω των μηχανισμών πρόσκλησης που προβλέπονται σε όλα τα αντίστοιχα λογισμικά. Είναι λογικό μέσα από αυτή την επικοινωνία να δημιουργούνται νέες δυνατότητες ομαδικής συνεργασίας και στα εκπαιδευτικά θέματα που απασχολούν τους μαθητές και φοιτητές που είναι πάντοτε επιθυμητό σε μια εκπαιδευτική διαδικασία.

Σύμφωνα με τους Johnson, Levine, Smith & Stone (2010) οι τέσσερις κρίσιμες κατευθύνσεις στην αποδοχή νέων τεχνολογιών για την περίοδο 2010 έως 2015 στην ακαδημαϊκή κοινότητα και στον κόσμο γενικότερα είναι οι ακόλουθες:

- Η πληθώρα πληροφοριών και σχέσεων που μπορούν πλέον να δημιουργηθούν μέσω του διαδικτύου μας προκαλεί να αναθεωρήσουμε το ρόλο μας ως ακαδημαϊκοί ως προς την αιτιολόγηση, τη διδασκαλία και κατάρτιση, και την πιστοποίηση.

- Οι άνθρωποι αναμένουν να μπορούν να εργάζονται, να μαθαίνουν, και να σπουδάζουν στο χρόνο και τον τόπο που επιθυμούν. Οι άνθρωποι επιθυμούν εύκολη και έγκαιρη πρόσβαση όχι μόνον στις πληροφορίες που βρίσκονται στο διαδίκτυο αλλά στα **κοινωνικά δίκτυα** όπου μπορούν να βοηθηθούν στην κατανόηση και στην αύξηση της αξίας τους.
- Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούμε βασίζονται όλο και περισσότερο στην τεχνολογία του σύννεφου με αποκεντρωμένη πληροφορική τεχνολογία. Όλο και περισσότερο συνηθίζουμε σε ένα υπόδειγμα χρήσης λογισμικών που βασίζονται στους φυλλομετρητές που είναι ανεξάρτητοι από το υλικό όπου εγκαθίστανται.
- Η εργασία των σπουδαστών βασίζεται όλο και περισσότερο στη συνεργασία μεταξύ τους, το ίδιο ισχύει και για την αποτελεσματικότητα των ακαδημαϊκών τμημάτων τα οποία ενισχύονται και ενδυναμώνονται μέσω των συνεργασιών που αναπτύσσουν.

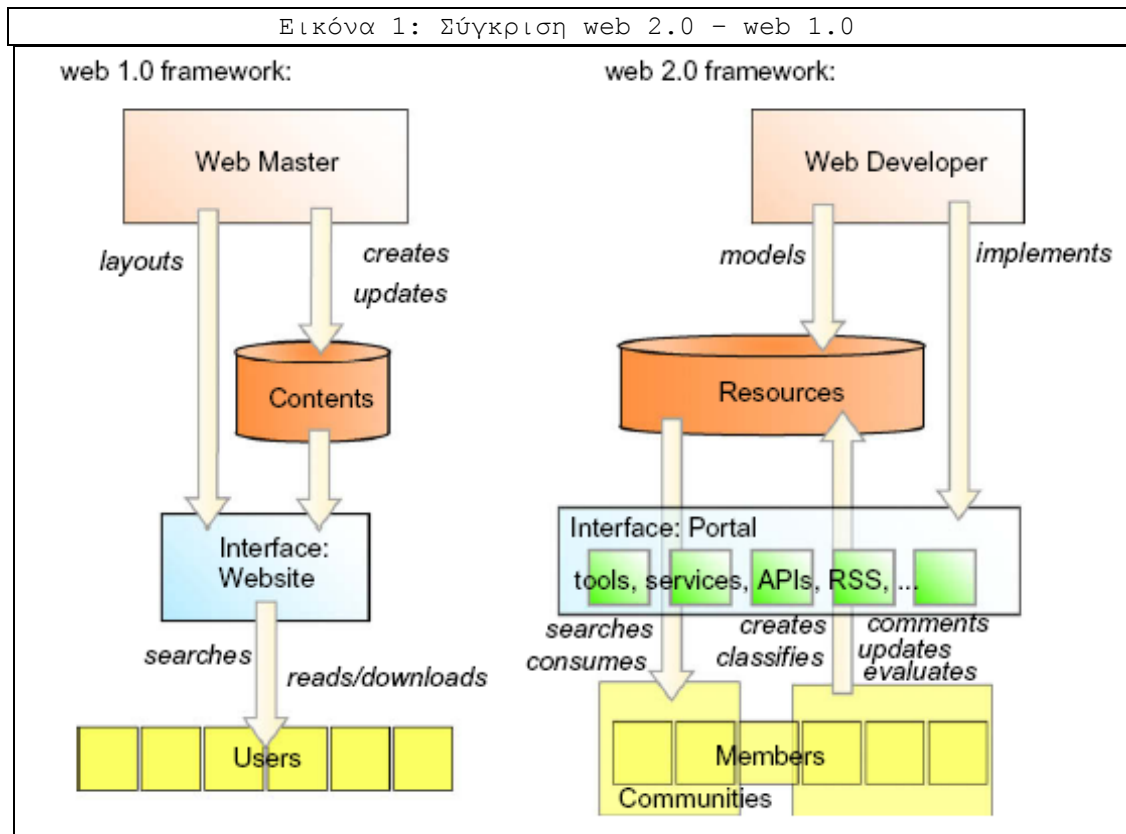
## 2. Πληροφοριακά συστήματα κοινωνικής δικτύωσης

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας Web 2.0 πάνω στο διαδίκτυο επιτρέπει πλέον την αλληλεπίδραση του χρήστη ενώ στο Web 1.0 υπήρχε μόνον αναζήτηση πληροφοριών. Τα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα εκμεταλλεύονται αυτή την επιπλέον δυνατότητα και χρησιμοποιούν εφαρμογές που δίνουν μεγάλες δυνατότητες στους χρήστες να συμμετέχουν στη δημιουργία και τη διάχυση των πληροφοριών και να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους χτίζοντας σχέσεις με άλλους ανθρώπους μέσω του διαδικτύου που να διασκελίζουν τα γεωγραφικά όρια. Οι ιστοτόποι των κοινωνικών δικτύων φιλοξενούν ένα πλούτο ετερογενών πληροφοριών που σε μεγάλο βαθμό δημιουργούνται από τους ίδιους τους χρήστες, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να οργανώσουν μικρότερα δίκτυα που να οργανώνονται με βάση δημογραφικές ή γεωγραφικές προτιμήσεις. Ο ακόλουθος πίνακας 1 δείχνει κάποιες ενδείξεις της μετάβασης από το τεχνολογικό υπόδειγμα Web 1.0 στο Web 2.0.

Πίνακας 1: Μετάβαση από το web 1.0 στο web 2.0	
Britannica Online	--> Wikipedia
personal websites	--> blogging
domain name speculation	--> search engine optimization
	publishing --> participation
	content management systems --> wikis
directories (taxonomy)	--> tagging ("folksonomy")
stickiness	--> syndication
<b>Web 1.0 vs. Web 2.07</b>	

*Adapted from: O' Reilly (2005)*

Η τεχνολογία του Web 2.0 επιτρέπει λοιπόν την δημιουργία αλληλεπιδραστικών και συμμετοχικών εξ' αποστάσεως εφαρμογών που αναπτύσσουν πολλές από τις δυνατότητες που είναι αποτέλεσμα της ανθρώπινης συνεργασίας που έχουν παρατηρηθεί μόνον σε ομάδες με άμεση επαφή στο παρελθόν (Carrol, Rosson, Convertino & Ganoë, 2006). Οι τρεις κύριες εφαρμογές του Web 2.0 είναι η ανάπτυξη περιεχομένου από τους χρήστες, η αλληλεπίδραση των πληροφοριακών συστημάτων και η κοινωνική έκφραση-αντιπροσώπευση του χρήστη (De Longueville, 2010) από τον οποίο παραθέτουμε την ακόλουθη εικόνα 1.



*Source: De Longueville (2010)*

Η τεχνολογία του Web2.0 βασίζεται στην ανάπτυξη των υπηρεσιών ιστού που σύμφωνα με τον Cerami(2002) είναι υπηρεσίες (wikis, blogs, RSS, content sharing, tagging, social networking) που διατίθενται στο διαδίκτυο και χρησιμοποιούν ένα πρότυπο XML σύστημα μετάδοσης μηνυμάτων και λειτουργεί ομοιόμορφα σε οποιοδήποτε λειτουργικό σύστημα ή γλώσσα προγραμματισμού με πρότυπες διεπαφές, αρχιτεκτονική και πρωτόκολλα επικοινωνίας, ανεξάρτητα από τα επιμέρους στοιχεία που το αποτελούν (Fielding,2000).

Αυτό συνεπάγεται ότι αφού οι χρησιμοποιούμενες τεχνολογίες για την ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων είναι πρότυπες, η αξιολόγησή τους βασίζεται κυρίως σε κριτήρια αποδοχής και διευκόλυνσης των λειτουργιών του χρήστη, δηλαδή των δυνατοτήτων του να πλοηγηθεί και να δημιουργήσει με ευκολία τις κατάλληλες επιθυμητές σχέσεις και να έχει πρόσβαση στις βέλτιστες δυνατές πληροφορίες στον επιθυμητό χρόνο. Όταν θελήσει κάποιος να αξιολογήσει την ενσωμάτωση της τεχνολογίας των κοινωνικών δικτύων στην λειτουργία ενός οργανισμού, τότε αλλάζει η οπτική γωνία και το κοινωνικό δίκτυο θα πρέπει να αξιολογηθεί ως ένα πληροφοριακό σύστημα του οργανισμού. Σ' αυτή την περίπτωση είναι προφανές ότι η χρήση ενός σύγχρονου αποδεκτού υποδείγματος αξιολόγησης όπως των Delone & McLean (2003) θα έδινε κάποιες αρχικές απαντήσεις.

Όταν θελήσουμε να χρησιμοποιήσουμε μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης για την εξυπηρέτηση των στόχων ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού όπως είναι ένα εκπαιδευτικό ίδρυμα, τότε ένα κρίσιμο ερώτημα που προκύπτει είναι το που θα αποθηκεύονται οι πληροφορίες και η αλληλεπίδραση του κοινωνικού υποδικτύου, και ποιοι θα έχουν πρόσβαση σε αυτές. Αυτό το ερώτημα παραπέμπει με τη σειρά του στις προϋποθέσεις γνώσεων και δεξιοτήτων που απαιτούνται όταν θελήσει ο οργανισμός να επιλέξει την ανεξάρτηση από τα mega-κοινωνικά δίκτυα όπως π.χ. είναι το facebook.

Κατά την αξιολόγηση θα πρέπει να λάβουμε σημαντικά υπόψη μας τις υφιστάμενες επιλογές:

1. Τη δημιουργία ενός υποσυνόλου - ομάδας σε ένα mega-δίκτυο όπως είναι το facebook όπου οι χρήστες θα χρησιμοποιούν και άλλα υποσύνολα - ομάδες δικτύωσης και όπου τις δημιουργούμενες από την ομάδα πληροφορίες και τις αναδυόμενες αλληλεπιδράσεις των μελών της τις καταγράφει ένα σύστημα στο οποίο δεν έχουμε πρόσβαση και υπάρχει ο κίνδυνος να καταγραφούν και να αξιοποιηθούν από άλλους.
2. Τη δημιουργία ενός κοινωνικού δικτύου χρησιμοποιώντας έτοιμες τεχνολογίες και αποθηκευτικούς χώρους κατά το πρότυπο του ning. Σε ένα τέτοιο δίκτυο μπορούμε να δώσουμε τη δυνατότητα διασύνδεσης με mega-δίκτυα χωρίς όμως οι χρήστες και οι διαχειριστές αυτών των δικτύων να μπορούν να έχουν πρόσβαση στο δικό μας «ιδιωτικό» κοινωνικό δίκτυο στο οποίο μπορούμε να καθορίσουμε τον έλεγχο εισόδου και εγγραφής. Και σ' αυτά τα δίκτυα, υπάρχει ο κίνδυνος οι πληροφορίες και οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις να καταγραφούν και να αξιοποιηθούν από τους διαχειριστές της πλατφόρμας.
3. Τη δημιουργία ενός ιδιωτικού κοινωνικού δικτύου σε δικό μας εξυπηρετητή χρησιμοποιώντας είτε ένα έτοιμο σύστημα όπως είναι το elgg (<http://www.elgg.org>) που είναι σχεδιασμένο για ακαδημαϊκή χρήση και ανήκει στην κατηγορία του ελεύθερου-ανοιχτού λογισμικού είτε με κατάλληλα λογισμικά-εργαλεία για τη δημιουργία της κατάλληλης ηλεκτρονικής πλατφόρμας. Τέτοιο εργαλείο είναι για παράδειγμα η joomla (<http://www.joomla.org/>) με τις κατάλληλες προσθήκες-επεκτάσεις που μάλιστα αποτελεί ανοιχτό-ελεύθερο λογισμικό και το όλο σύστημα βασίζεται στην εγκατάσταση ανοιχτού-ελεύθερου λογισμικού. Αυτή η επιλογή ενέχει τους κινδύνους που διατρέχουν οι υπάρχοντες ιστότοποι από κακοήθεις επιθέσεις που φυσικά είναι αυξημένοι σε σχέση με την ισχυρότερη προστασία που επιτυγχάνουν οι πλατφόρμες facebook και ning.

Η αξιολόγηση των επιλογών ενσωμάτωσης της τεχνολογίας των κοινωνικών δικτύων σε έναν οργανισμό θα πρέπει να λάβει συμπληρωματικά υπόψη της τα ακόλουθα:

1. Η ισχύς των mega-δικτύων αυξάνεται εκθετικά και είναι δωρεάν προσωρινά αλλά αυτό δεν είναι εξασφαλισμένο. Ήδη η πλατφόρμα ning βάζει τέλος στην δωρεάν δημιουργία νέων δικτύων και καθορίζει μηνιαίο τέλος για τη διατήρηση των υπάρχοντων δικτύων από τον Ιούλιο.
2. Η συγκέντρωση και εκμετάλλευση των προσωπικών πληροφοριών στα mega-δίκτυα αποτελεί ένα αυξανόμενο σημασίας πρόβλημα. Η εξάρτηση των ατόμων από mega-κοινωνικά δίκτυα με άπειρες υποομάδες άγνωστων συμφερόντων μπορεί να μην είναι αναστρέψιμη. Η εξάρτηση αυτή επιτείνεται και επεκτείνεται εκθετικά.
3. Είναι θέμα χρόνου πριν οι δυνατότητες των υφιστάμενων πληροφοριακών συστημάτων και αυτές των κοινωνικών δικτύων συνενωθούν στην επόμενη μετεξέλιξή τους. Ήδη τα περισσότερα πληροφοριακά συστήματα νέας γενιάς βασίζονται στις τεχνολογίες web 2.0 και στην κοινή πλατφόρμα XML.

Σύμφωνα με τον Barkan (2008) η επιλογή της τεχνολογικής πλατφόρμας πρέπει να έπεται της δημιουργίας του προφίλ των εν δυνάμει μελών του κοινωνικού δικτύου, του καθορισμού των στόχων, και της δημιουργίας ενός επιχειρηματικού σχεδίου που να εστιάζεται στα προσδοκώμενα αποτελέσματα.

Στις περισσότερες περιπτώσεις η λύση είναι ένας συνδυασμός από ιδιωτική δικτύωση και πρόσβαση και σε ευρύτερη δημόσια κοινωνική δικτύωση. Η διαχείριση των ορίων από πλευράς τεχνολογίας, προσβάσεων, και δυνατοτήτων συνεισφοράς των μελών εξαρτάται από τη φύση των πληροφοριών και το είδος των αναπτυσσόμενων σχέσεων. Η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας αποτελεί ίσως το κρισιμότερο στοιχείο στην δημιουργία και διαχείριση του αναπτυσσόμενου πληροφοριακού συστήματος.

Στο παράρτημα παραθέτουμε ένα κατάλογο των μεγαλύτερων κοινωνικών δικτύων αλλά και αυτών που δραστηριοποιούνται στην εκπαίδευση και παραθέτουμε τα χαρακτηριστικά τους όπως αναφέρονται στην αντίστοιχη ιστοσελίδα [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_social\\_networking\\_websites](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites). Ο κατάλογος αυτός αποτελεί ένα υποσύνολο των κυριότερων ενεργών δικτύων που περιγράφονται εκεί. Τα χαρακτηριστικά είναι περιγραφή-εστίαση, αριθμός χρηστών, προϋποθέσεις εγγραφής, αξιολόγηση από τον οίκο αξιολόγησης Alexa (<http://www.alexa.com>).

### 3. Τα κοινωνικά δίκτυα του ΤΕΙ Λάρισας

Από το 2006 δεχόμουν όπως και όλοι μας προσκλήσεις από γνωστούς και φίλους, αρχικά από το εξωτερικό και τελευταία και από τη χώρα μας για να γίνω μέλος στο κοινωνικό δίκτυο που ανήκουν. Οι περισσότερες προσκλήσεις ήταν από τον LinkedIn που εστιάζεται σε επαγγελματίες και ακολουθούσαν προσκλήσεις από το facebook και σε πολύ μικρότερο αριθμό από το twitter. Επέλεξα να μην γίνω μέλος σε κανένα από αυτά τα δίκτυα επειδή είχα ελάχιστο χρόνο διαθέσιμο, που δυστυχώς μειώνεται όλο και περισσότερο, και η θέση μου ήταν και παραμένει ότι σε τέτοιου είδους mega-δίκτυα οι πληροφορίες για το προφίλ μου αλλά και την αλληλεπίδρασή μου θα ήταν έκθετες σε αγνώστους. Πράγματι η εταιρεία που δημιούργησε το facebook έχει υποστεί τέτοιες κατηγορίες για εκμετάλλευση πληροφοριών και η αντίδραση ήταν τόσο ισχυρή ώστε να δημιουργηθεί και κίνημα anti-facebook στις ΗΠΑ.

Στο μεταξύ παρακολουθούσα τα παιδιά μου και τους σπουδαστές μου να γίνονται μέλη στο facebook και να αφιερώνουν όλο και περισσότερο χρόνο σε ιδεατές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις παρά τις ενίοτε αντιρρήσεις και συμβουλές μου. Κατάλαβα ότι τα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα έχουν πλέον πάρει θέση στη ζωή μας και δεν μπορούμε να τα παραβλέψουμε. Παρότι ακόμη αντιστεκόμουν στο να γίνω μέλος, αναζητούσα τρόπους που αυτή η τεχνολογία θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί επωφελώς στις ακαδημαϊκές διαδικασίες.

Σε μια πρόχειρη έρευνα που έκανα στην αρχή του χειμερινού εξαμήνου του ακαδημαϊκού έτους 2009-2010 ανακάλυψα ότι ένα ποσοστό 52% των σπουδαστών μου χρησιμοποιούσε το facebook και μάλιστα σχεδόν καθημερινά, και ότι ανάμεσα στις αλληλεπιδράσεις ένα σημαντικό μέρος ήταν με άλλους σπουδαστές για θέματα που αφορούσαν τις σπουδές τους. Τότε συνειδητοποίησα ότι τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο που δεν πρέπει να μείνει στα χέρια των εμπόρων, τουλάχιστον σε ότι αφορά την ανάπτυξη της ακαδημαϊκής κοινότητας.

Η μύησή μου στη δημιουργία κοινωνικών δικτύων έγινε τυχαία τον Ιούνιο του 2009 σε μια επίσκεψη Erasmus στο πανεπιστήμιο της Νότιας Δανίας. Ο συνάδελφος Les Squires από το Lousville των ΗΠΑ δημιούργησε τότε το δίκτυο των διαχειριστών έργων της Δανίας με το όνομα pmfestival (<http://pmfestival.ning.com>) στην πλατφόρμα ning, όπου οι παρόντες γίναμε μέλη και μας έδειξε πόσο απλό είναι να ξεκινήσουμε τυχόν «δικά» μας δίκτυα. Ήταν μια ευτυχής συγκυρία επειδή μου δινόταν πλέον η δυνατότητα να πειραματιστώ στην ενσωμάτωση της τεχνολογίας στις ακαδημαϊκές διαδικασίες χωρίς να είμαι στη δυσάρεστη θέση να

εγγραφώ και να ζητήσω είτε από συναδέλφους είτε τους σπουδαστές να εγγραφούν σε ένα από τα mega-δίκτυα.

Ετσι τον Ιούνιο του 2009, αμέσως μετά την επιστροφή μου από τη Δανία, σε συνεργασία με τους σπουδαστές μου του μαθήματος «Σεμινάριο Τελειοφοίτων» δημιούργησα το κοινωνικό δίκτυο "επιχειρηματική φωλιά-businesst» (<http://businesst.ning.com>) που είχε εξαιρετική αποδοχή που συνεχίζεται και στα επόμενα εξάμηνα χωρίς όμως την ορμή του νεοφώτιστου. Το δίκτυο χρησιμοποιήθηκε από εμένα για την ανάρτηση ανακοινώσεων και από τους σπουδαστές για σύναψη φιλικών σχέσεων και ανάρτηση φωτογραφιών.

Το Σεπτέμβριο του 2009 προχώρησα στη δημιουργία δύο ακόμη «ακαδημαϊκών» κοινωνικών δικτύων, ήτοι:

1. <http://mibesnetwork.ning.com> που εστιάζεται στα συνέδρια mibes
2. <http://primenetwork.ning.com> που εστιάζεται στα συνέδρια ΕΣΔΟ

Ο στόχος είναι η άμεση ενημέρωση των συμμετεχόντων στα θέματα και τις εκδηλώσεις που αφορούν τα συνέδρια, όπως ανακοινώσεις για ημερομηνίες κλπ. και ανάρτηση φωτογραφιών και βίντεο από τα μέλη. Τα δίκτυα αυτά χρησιμοποιήθηκαν από εμένα και άλλους συναδέλφους για ανακοίνωση συνεδρίων και για ανέβασμα φωτογραφιών.

Στην αρχή του τρέχοντος εξαμήνου πραγματοποίησα έρευνα σε τυχαίο δείγμα 89 σπουδαστών όλων των εξαμήνων του τμήματος, σχετικά με την χρήση των mega-κοινωνικών δικτύων.

Τα κύρια συμπεράσματα είναι μεταξύ άλλων τα ακόλουθα:

1. Άνω του 65% των σπουδαστών χρησιμοποιούν το facebook το οποίο επισκέπτονται κατά μέσο όρο δύο φορές την ημέρα και δαπανούν κατά μέσο όρο 50 λεπτά την ημέρα συνδεδεμένοι.
2. Το 82% των χρηστών του facebook χρησιμοποιούν το κοινωνικό δίκτυο για συζητήσεις που έχουν σχέση με τα μαθήματα και γενικότερα με τις σπουδές τους.

Σε συνεντεύξεις με τους πέντε χρήστες - μέλη του businesst που είχαν μεγαλύτερη συμμετοχή σε σχέση με τους άλλους σπουδαστές, αποδείχτηκε ότι όλοι τους είχαν λογαριασμό στο facebook και το χρησιμοποιούσαν για ακαδημαϊκή συνεργασία. Όλοι τους θεωρούσαν ότι η τυχόν συνεργασία τους μέσω του businesst θεωρήθηκε ότι μπορεί να «παρακολουθούνταν» από το δημιουργό του δικτύου, δηλαδή εμένα και προτιμούσαν τη χρήση του απρόσωπου mega-δικτύου, αλλά και επειδή επικοινωνούσαν και με άλλα μέλη που δεν ανήκαν στο τμήμα ή δεν είχαν λογαριασμό στο businesst οπότε ήταν διπλός κόπος να εναλλάσσονται μεταξύ δύο κοινωνικών δικτύων, που αποδεικνύει την αυξανόμενη ισχύ και επιρροή των mega-δικτύων.

#### **4. Συμπεράσματα**

Είναι φανερό ότι τα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα κυριαρχούν ήδη στο πλέον ευαίσθητο κομμάτι της ζωής μας, όπου αναπτύσσεται η συναισθηματική και η κοινωνική νοημοσύνη και η ένταξη των νέων συμβαίνει από πολύ νωρίς.

Είναι άμεση ανάγκη να δημιουργηθεί ένα ελληνικό ακαδημαϊκό κοινωνικό δίκτυο όπως ήδη έχουν δημιουργηθεί σε άλλες χώρες (Γερμανία, Γαλλία, Κίνα) όπως π.χ. τα δίκτυα StudyVZ και XING, στο οποίο να μπορεί να συμμετάσχει και η επιχειρηματική κοινότητα. Για το σκοπό αυτό θα πρέπει αρχικά να εγκατασταθεί άμεσα σε μια έτοιμη πλατφόρμα όπως



είναι η ning ή η wordpress και στη συνέχεια, να ελληνοποιηθεί και να λειτουργήσει μια πλατφόρμα βασισμένη σε κάποιο εργαλείο ελεύθερου και ανοιχτού λογισμικού όπως είναι π.χ. η Joomla. Εναλλακτικά μπορεί να χρησιμοποιηθεί ένα ολοκληρωμένο ανοιχτό σύστημα όπως είναι το elgg και ταυτόχρονα να προχωρήσουμε στην ελληνοποίησή του.

#### 4.Βιβλιογραφία

- Barkan T. (2008) How to develop a successful "Social Network Strategy", Global Strategies Inc.
- Barnes, J. (1954) Class and Committees in a Norwegian Island Parish. *Human Relations*, 7, 39-58.
- Burt, R.S. (1992) Structural holes: the social structure of competition, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Carrol J., Rosson M., Convertino G. & Ganoë C. (2006) Awareness & Teamwork in computer-supported collaborations, *Interacting with Computers*, 18, 21-46
- De Longueville B. (2010) Community-based geoportals: The next generation? Concepts and methods for the geospatial web 2.0, *Computers, Environment & Urban Systems (in print)*
- DeLone W. & McLean E. (2003) The DeLone & McLean model of Information Systems Success: A Ten-Year update, *Journal of Management Information Systems*, 19.4, 9-30
- Dutton William, Helsper Ellen & Gerber Monica (2009), Internet in Britain 2009, Oxford Internet Institute
- Freeman, L.C., White, D.R., & Romney, A.K. (1992). Research methods in social network analysis. New Brunswick, NJ.: Transaction Publishers.
- Granovetter, Mark;(1973) The strength of weak ties; *The American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 6., May 1973, pp 1360-1380
- Hagel III John, Brown John Seely, & Davison Lang (2009) Measuring the forces of long term change, The 2009 Shift Index, Deloitte Center for the Edge
- Haythornthwaite, C. (1996). Social network analysis: An approach and technique for the study of information exchange, *Library and Information Science Research*, 18, 323-342.
- Johnson, L., Levine, A., Smith, R., & Stone, S. (2010), The 2010 Horizon Report, Austin, Texas: The New Media Consortium
- Meyer, G.W. (1994). Social information processing and social networks: A test of social influence mechanisms, *Human Relations*, 47, 1013-1048.
- Milgram, S. (1967) The Small World Problem, *Psychology Today*, May, pp. 60-67.
- Monge, P.R., & Contractor, N.S. (2003) Theories of communication networks. New York: Oxford University Press.
- O'Reilly T. (2005) WhatIsWeb2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Owyang, Jeremiah K. (2009) The Future of The Social Web, Forrester Research, Inc. April 27, 2009
- Rice, R.E., & Richards, W.D. (1985) An overview of network analysis methods and programs, In: B. Dervin & M.J. Voight (Eds.), *Progress in communication sciences* (pp. 105-165). Norwood, NJ: Ablex Publishing Co.
- Scott, J. (2000) Social Network Analysis: A handbook, London: Sage.
- Vollmer, C. (2009) Digital Darwinism, Strategy+Business, Issue 54 (spring 2009), *Marketing & Media*
- Wasserman, S., and Faust, K. (1994) Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge: Cambridge University Press.

**Appendix:** Selected List of social networking websites

Name	Description/Focus	Registered users	Registration	Global Alexa Page ranking
<a href="http://Classmates.com">Classmates.com</a>	School, college, work and the military	50,000,000 <sup>[37]</sup>	Open to people 18 and older <sup>[38]</sup>	799 <sup>[39]</sup>
<a href="http://CollegeBlender">CollegeBlender</a>	A social media-based online community for college students, faculty, and alumni.		Requires an email address ending in .EDU	553,453 <sup>[41]</sup>
<a href="http://Facebook">Facebook</a>	General.	400,000,000 <sup>[67]</sup>	Open to people 13 Years and up	2 <sup>[68]</sup>
<a href="http://FledgeWing">FledgeWing</a>	Entrepreneurial community targeted towards worldwide university students		Open to university students	1,793,990 <sup>[80]</sup>
<a href="http://Friends Reunited">Friends Reunited</a>	UK based. School, college, work, sport and streets	19,000,000 <sup>[89]</sup>	Open to people 13 and older	10,231 <sup>[90]</sup>
<a href="http://hi5">hi5</a>	General. Popular in <a href="#">India</a> , <a href="#">Portugal</a> , <a href="#">Mongolia</a> , <a href="#">Thailand</a> , <a href="#">Romania</a> , <a href="#">Jamaica</a> , <a href="#">Central Africa</a> and <a href="#">Latin America</a> . Not popular in the <a href="#">USA</a> .	80,000,000 <sup>[113]</sup>	Open to people 13 and older. No children allowed	51 <sup>[114]</sup>
<a href="http://italki.com">italki.com</a>	Language learning social network. 100+ languages.	450,000 <sup>[citation needed]</sup>	Open. Global.	14,610 <sup>[129]</sup>
<a href="http://JammerDirect.com">JammerDirect.com</a>	Creative resource website	136,000 <sup>[136]</sup>	Open to the General Public	802,536 <sup>[137]</sup>
<a href="http://LinkedIn">LinkedIn</a>	Business and professional networking	65,000,000 <sup>[148]</sup>	Open to people 18 and older	29 <sup>[149]</sup>
<a href="http://Livemocha">Livemocha</a>	Online language learning - dynamic online courses in 35 languages - world's largest community of native language speakers.	5,000,000 <sup>[153]</sup>	Open	4,079 <sup>[154]</sup>
<a href="http://Meettheboss">Meettheboss</a>	Business and Finance community, worldwide.		Open	107,180 <sup>[159]</sup>
<a href="http://MySpace">MySpace</a>	General. HTML based site.	130,000,000 <sup>[180]</sup>	Open to ages 13 and up.	12 <sup>[181]</sup>
<a href="http://Nasza-klasa.pl">Nasza-klasa.pl</a>	School, college and friends. Popular in Poland	11,000,000 <sup>[184]</sup>	Open	110 <sup>[185]</sup>
<a href="http://Netlog">Netlog</a>	General. Popular in Europe, Turkey, the Arab World and Canada's Québec province. Formerly known as Facebox and Redbox. <sup>[186]</sup>	61,800,000 <sup>[187]</sup>	Open to people 13 and older	130 <sup>[188]</sup>
<a href="http://Ning">Ning</a>	Users create their own social websites and social networks		Open to people 13 and older	132 <sup>[195]</sup>
<a href="http://Odnoklassniki">Odnoklassniki</a>	Connect with old classmates. Popular in Russia and former Soviet republics	45,000,000 <sup>[196]</sup>	Open	92 <sup>[197]</sup>
<a href="http://Open Diary">Open Diary</a>	First online blogging community, founded in 1998	5,000,000 <sup>[200]</sup>	Open to people 13 and older	39,290 <sup>[201]</sup>

<a href="#"><u>Orkut</u></a>	General. Owned by Google Inc. Popular in <a href="#"><u>India</u></a> and <a href="#"><u>Brazil</u></a> . <sup>[202]</sup>	100,000,000 <sup>[203]</sup>	Open to people 18 and older, ( <a href="#"><u>Google</u></a> login)	43 <sup>[204]</sup>
<a href="#"><u>PartnerUp</u></a>	Social networking site for entrepreneurs and small business owners	150,000 <sup>[citation needed]</sup>	Open and Free	29,221 <sup>[206]</sup>
<a href="#"><u>Plaxo</u></a>	Aggregator	15,000,000 <sup>[209]</sup>	Open	1,533 <sup>[210]</sup>
<a href="#"><u>Present.ly</u></a>	Enterprise social networking and micro-blogging		Open	4,893,711 <sup>[213]</sup>
<a href="#"><u>Qapacity</u></a>	A a business-oriented social networking site and a business directory		Open to people 16 and older	96,847 <sup>[214]</sup>
<a href="#"><u>ResearchGATE</u></a>	Social network for scientific researchers	140,000 <sup>[citation needed]</sup>	Open	51,885 <sup>[222]</sup>
<a href="#"><u>Ryze</u></a>	Business	500,000 <sup>[224]</sup>	Open	19,839 <sup>[225]</sup>
<a href="#"><u>ScienceStage</u></a>	Science-oriented multimedia platform and network for scientists		Open	28,872 <sup>[226]</sup>
<a href="#"><u>Scispace.net</u></a>	Collaborative network site for scientists		By invitation, but can request an invitation	1,231,795 <sup>[227]</sup>
<a href="#"><u>StudiVZ</u></a>	University students, mostly in the German-speaking countries. School students and those out of education sign up via its partner sites schülerVZ and meinVZ.	15,000,000 <sup>[240]</sup>	Open	195 <sup>[241]</sup>
<a href="#"><u>TeachStreet</u></a>	Education / Learning / Teaching - More than 400 subjects		Open	61,492 <sup>[250]</sup>
<a href="#"><u>Trombi.com</u></a>	French subsidiary of Classmates.com	4,400,000 <sup>[256]</sup>		7,283 <sup>[257]</sup>
<a href="#"><u>Tuenti</u></a>	<a href="#"><u>Spanish-based</u></a> university and High School social network. Very Popular in Spain	4,500,000 <sup>[citation needed]</sup>	Invite-only	291 <sup>[258]</sup>
<a href="#"><u>Viadeo</u></a>	Global Social Networking and Campus Networking available in English, French, German, Spanish, Italian and Portuguese	25,000,000 <sup>[266]</sup>	Open	1,724 <sup>[267]</sup>
<a href="#"><u>Windows Live Spaces</u></a>	Blogging (formerly MSN Spaces)	120,000,000 <sup>[279]</sup>	Open	NA (Alexa only records data for <a href="#"><u>second-level domains</u></a> )
<a href="#"><u>XING</u></a>	Business (primarily Europe (Germany, Austria, Switzerland) and China)	8,000,000 <sup>[285]</sup>	Open	269 <sup>[286]</sup>

Source: [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_social\\_networking\\_websites](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites) (Visited March 2010)