

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Μηχανή αναζήτησης (Google)

Οι μηχανές αναζήτησης μας προσφέρουν πολύτιμες υπηρεσίες και είναι κάτι παρόμοιο με τις σελίδες των τηλεφωνικών καταλόγων και του χρυσού οδηγού.

Πρόκειται για ειδικά προγράμματα τα οποία σε δευτερόλεπτα αναζητούν και μας εμφανίζουν πληροφορίες από όλες τις δηλωμένες ιστοσελίδες στο Internet. Προϋπόθεση για την αναζήτηση είναι να έχει ήδη καταχωρηθεί το αναζητούμενο site στο διαδίκτυο.

Είναι αδύνατη η λειτουργία του Internet χωρίς την ύπαρξη των μηχανών αναζήτησης. Οι πληροφορίες θα ήταν άχρηστες γιατί στην ουσία δεν θα υπήρχε δυνατότητα πρόσβασης. Σκεφτείτε πως θα ήταν ένα βιβλίο με εκατομμύρια σελίδες χωρίς περιεχόμενα.

Σήμερα όλες οι τοποθεσίες (Web site) είναι δηλωμένες στις μηχανές, επειδή μέσα από αυτόν γίνονται γνωστές σε ολόκληρο τον κόσμο. Αυτό είναι το σπουδαιότερο μέλημα ενός δημιουργού internet site. Για να μπορούν να εντοπίζουν οι χρήστες τις ιστοσελίδες, θα πρέπει να δηλωθούν στις μηχανές αναζήτησης.

Είναι αυτονόητο, ότι η μηχανή αναζήτησης που δέχεται τις περισσότερες αιτήσεις για εγγραφή είναι και η διασημότερη. Υπάρχουν μηχανές αναζήτησης που για να ικανοποιήσουν σήμερα μια εγγραφή καταχώρησης κάποιου site, χρειάζεται πίστωση χρόνου πάνω από μήνα.

Στο εύλογο ερώτημα από πλευράς χρηστών, "τι κερδίζουν οι μηχανές αναζήτησης για την παροχή αυτών των πολύτιμων πληροφοριών", η απάντηση είναι, το κέρδος από τις καταχωρημένες και στοχευόμενες διαφημίσεις που τοποθετούν στις σελίδες τους. Οι επισκέψεις για αναζήτηση πληροφοριών ανεβάζει την κίνηση και κάνει δημοφιλή μια μηχανή.

Οι μηχανές αναζήτησης διαθέτουν βάσεις δεδομένων με τις διευθύνσεις των site που έχουν δηλωθεί. Όταν δίνουμε αναζήτηση για εύρεση, τότε η αναζήτηση γίνεται μέσα στη βάση δεδομένων και τα αποτελέσματα είναι ταχύτατα. Οι μηχανές αναζήτησης, παλαιότερα λειτουργούσαν μόνο σαν θεματικοί κατάλογοι, δηλαδή, για να αναζητήσουμε κάποιο στοιχείο, έπρεπε να επιλέξουμε τον σχετικό κατάλογο και να συνεχίσουμε την αναζήτηση.

Σήμερα έχουν αλλάξει σχεδόν όλες τη λογική και τεχνική αναζήτησης. Έχουν κρατήσει τους θεματικούς καταλόγους αλλά ταυτόχρονα, μας δίνουν τη δυνατότητα να πληκτρολογήσουμε το ζητούμενο, σε ένα ειδικό πλαίσιο κειμένου και στη συνέχεια αναλαμβάνουν την αναζήτηση αυτόματα.

Μερικές μηχανές αναζήτησης χρησιμοποιούν και τους δυο τρόπους, άλλες μόνο τον έναν ή το άλλο.

Η Τεχνική της αναζήτησης που χρησιμοποιούν οι μηχανές σήμερα είναι του λογισμικού *ρομπότ*. Πρόκειται για ταχύτατες αναζητήσεις.

Μερικές από τις γνωστότερες παλαιές μηχανές αναζήτησης πριν σαρώσει η Google, ήταν οι Yahoo, Altavista, Lycos, Infoseek, Phantis.

Σχεδόν σε όλες τις αρχικές σελίδες των παροχέων, φορέων και γνωστών μεγάλων τοποθεσιών, υπάρχει κάποιο πλαίσιο και δίπλα του η ένδειξη *Αναζήτηση* όπου πίσω κρύβεται κάποια μηχανή αναζήτησης για να μας εξυπηρετήσει. Μέσα στο πλαίσιο, μπορούμε να πληκτρολογήσουμε τη λέξη ή φράση που επιθυμούμε να αναζητηθεί και αφού πατήσουμε το σχετικό κουμπί ξεκινά η αναζήτηση.

Στους πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζω για ιστορικούς λόγους, τις γνωστές παγκόσμιες και ελληνικές γνωστές μηχανές που χρησιμοποιήθηκαν από την εμφάνιση του *ιντερνέτ* μέχρι και σήμερα.

Μηχανές αναζήτησης	
Google	www.google.com
CUI	www.unige.com
Deja News	www.dejanews.com
EuroFerret	www.euroferret.com/
Excite	www.excite.com
HotBot	www.hotbot.com
Infoseek	www.infoseek.go.com/
Inktomi	inktomi.berkley.edu
Internet Exploration	www.amdahl.com
Lycos	www.lycos.com
Magellan	www.mckinley.com
Nexor	pubweb.nexor.co.uk
NlightN	www.nighttn.com
Opentext	www.opentext.com
Savvy Search	www.cs.colostate.edu
Search.com	www.search.com
Snoopie	www.snoppie.com
WebCrawler	www.webcrawler.com
WhoWhere	www.whowhere.com
World Wide Web Worm	www.mcb.cs.colorado.edu
Yahoo	www.yahoo.com
Yellow Pages	www.yellowpages.com

Διαδικασία προχωρημένης αναζήτησης

Σ' αυτή την παράγραφο, θα ακολουθήσουμε μαζί τα βήματα για ένα παράδειγμα αναζήτησης. Πριν περάσουμε στη διαδικασία της αναζήτησης, θα αναφερθώ στα ειδικά σύμβολα που χρησιμοποιούμε ώστε να έχουμε καλύτερα αποτελέσματα.

Αναζήτηση με χρήση ειδικών συμβόλων

Ο τρόπος της αναζήτησης είναι σχεδόν παρόμοιος σε όλες τις μηχανές, αλλά υπάρχουν ορισμένες ιδιαιτερότητες.

Στην αναζήτηση, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε:

- Τους γνωστούς λογικούς τελεστές όπως το **AND**, **OR**, **NOT**.
- Το γνωστό χαρακτήρα μπαλαντέρ που είναι το αστεράκι (*).
- Τα ειδικά σύμβολα αποστρόφου ("), συν και πλην (+ -).

Αν για παράδειγμα δώσουμε για αναζήτηση την εντολή **μουσεία**, θα εμφανιστούν αρκετές λίστες με διάφορα μουσεία που θα εντοπίσει η μηχανή στο Web.

Αν επιθυμούμε κάποια συγκεκριμένα μουσεία, θα πρέπει να πληκτρολογήσουμε τα ονόματά τους διαχωρισμένα είτε με το σύμβολο (+) είτε χρησιμοποιώντας τον τελεστή **AND**, που σημαίνει **και** συνδετικό.

Αν επιθυμούμε κάτι πιο συγκεκριμένο, μπορούμε να το περικλείσουμε σε εισαγωγικά, για παράδειγμα **"6ο Γυμνάσιο Σερρών"**.

Αν επιθυμούμε να αναζητήσουμε δυο θέματα ταυτόχρονα, χρησιμοποιούμε τον τελεστή **OR** που σημαίνει **ή** διαζευκτικό, για παράδειγμα **Πανεπιστήμια OR Βιβλιοθήκες**.

Παράδειγμα με εισαγωγικά και σύμβολο συν (+)

Αν πληκτρολογήσουμε για αναζήτηση τη φράση "6ο Γυμνάσιο Σερρών" μέσα σε εισαγωγικά, η αναζήτηση θα εμφανίσει διευθύνσεις σελίδων που περιέχουν ακριβώς αυτή τη φράση.

Αν την πληκτρολογήσουμε τοποθετώντας ανάμεσα το συν (+) δηλαδή 6ο + Γυμνάσιο + Σερρών τότε θα εμφανιστούν οι σελίδες που περιέχουν και τις τρεις λέξεις αλλά όχι απαραίτητα στην ίδια φράση.

Δήλωση νέου site σε μηχανή αναζήτησης

Το ερώτημα που τίθεται αμέσως από κάποιον χρήστη, όσον αφορά την αναζήτηση είναι: *"ποια δεδομένα μπορούν να αναζητήσουν οι μηχανές και πως δηλώνονται αυτά ώστε να είναι προσβάσιμα από τις μηχανές"*.

Το πρώτο μέλημα του προγραμματιστή και του υπεύθυνου των ιστοσελίδων, αφού τις δημιουργήσει, είναι να δηλώσει τη διεύθυνση της τοποθεσίας του στις μηχανές αναζήτησης που επιθυμεί. Όλα τα Web site είναι δηλωμένα σε περισσότερες από μία μηχανές αναζήτησης, για να τα εντοπίζουν όλοι οι χρήστες ανεξάρτητα με την μηχανή αναζήτησης που χρησιμοποιούν. Επομένως, για να μπορούν να εντοπίζουν οι χρήστες τις σελίδες που δημιουργούμε, θα πρέπει να τις δηλώνουμε στις μηχανές αναζήτησης. Αυτό βέβαια ίσχυε περισσότερο παλαιότερα επειδή τότε, δεν λειτουργούσαν όπως σήμερα που ανιχνεύουν οτιδήποτε και χωρίς ειδοποίηση.

Τονίζω για μια ακόμα φορά, πως οι περισσότερες μηχανές αναζήτησης κάνουν αυτόματα αναζήτηση σε δηλωμένα site σε τακτά χρονικά διαστήματα και όταν εντοπίσουν νέες σελίδες τις προσθέτουν στη βάση τους. Δεν χρειάζεται να δηλώνουμε όλες τις σελίδες του web site, αρκεί μία δήλωση για την αρχική σελίδα.

Υποθέτουμε ότι έχουμε δημιουργήσει το δικό μας internet site και επιθυμούμε να το δηλώσουμε στις μηχανές αναζήτησης. Στο σημείο όμως αυτό θα ανοίξω μια παρένθεση, για να τονίσω ότι η τοποθεσία μας (site) μπορεί να τοποθετηθεί σε έναν από τους παρακάτω web servers.

- Στον ειδικό χώρο του web server του κόμβου μας που προσφέρεται σε όλους τους χρήστες δωρεάν αλλά είναι συγκεκριμένης χωρητικότητας.
- Σε χώρο του δίσκου του web server τον οποίο μπορούμε να μισθώσουμε.
- Στον δικό μας web server, αν διαθέτουμε. Ο server αυτός μπορεί να βρίσκεται στο χώρο της εταιρείας μας ή στον χώρο του παροχέα μας ή είναι ενοικιαζόμενος σε οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη.

Σε οποιαδήποτε από τις παραπάνω περιπτώσεις, οι ιστοσελίδες μας βρίσκονται σε κάποια διεύθυνση. Εκείνο που έχει ιδιαίτερη σημασία, είναι η διεύθυνση της αρχικής μας σελίδας (home page). Αυτή λοιπόν είναι η διεύθυνση που πρέπει να δηλωθεί στη μηχανή αναζήτησης. Τι θα επακολουθήσει όμως αργότερα, αν συνεχίσουμε να δημιουργούμε νέες ιστοσελίδες; Το πρόβλημα αυτό το αντιμετωπίζουν οι μηχανές με τον ακόλουθο τρόπο. Από την ώρα που δηλώσαμε τη διεύθυνση της αρχικής μας σελίδας σε κάποια μηχανή, τότε αυτή, σε τακτά χρονικά διαστήματα, επισκέπτεται αυτόματα τη διεύθυνσή μας και καταγράφει τις νέες ιστοσελίδες μας.

Μερικές πονηριές... και προηγμένα κόλπα...

Η δήλωση του site είναι μια διαδικασία που κάνουν οι ειδικοί δημιουργοί ιστοσελίδων. Παρόλα αυτά, θα αναφέρω μερικά πολύ προηγμένα μυστικά.

Οι δημιουργοί ιστοσελίδων και οι επαγγελματίες του χώρου, γνωρίζουν καλά πώς να ξεγελούν μια μηχανή αναζήτησης, ώστε να εντοπίζει τις ιστοσελίδες τους. Αναφέρομαι βέβαια στο γνωστό "search spam". Τι είναι αυτό; Είναι απλά, ένας καταγισμός λημμάτων. Πρόκειται δηλαδή για λέξεις κλειδιά που δηλώνονται δεκάδες φορές, ώστε οι ιστοσελίδες όχι μόνο να εμφανιστούν στον κατάλογο εύρεσης, αλλά να είναι και στις πρώτες θέσεις του.

Ένα άλλο κόλπο είναι η δήλωση άσχετων αλλά γνωστών και επίκαιρων λέξεων ή φράσεων κλειδιών, στην κορυφή της σελίδας. Δηλαδή, NBA, Τιτανικός, τρομοκρατες, Madonna, Ριάνα, κ.λ.π. Ποιος είναι ο στόχος; απλός, όλη η υπόθεση είναι να εμφανιστούν οι σελίδες μας στον κατάλογο αναζήτησης. Δηλαδή, επειδή δίνουμε διάσημα ονόματα και θα εμφανιστούν οπωσδήποτε, θα παρασύρουν προς εμφάνιση και το δικό μας site. Με απλά λόγια όταν αναζητήσει κάποιος την Μπαρτσελόνα μπορεί να βγει από κάτω και η δική μας ιστοσελίδα επειδή δηλώσαμε την παραπάνω λέξη σαν σχετική με την ιστοσελίδα μας, οπότε θα την δούνε αρκετοί και θα τους μείνει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο (Gmail)

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), είναι, όπως ήδη έχουμε αναφέρει πολλές φορές, μια από τις υπηρεσίες που οι συνδρομητές του Internet χρησιμοποιούν καθημερινά.

Οι εφαρμογές που χρησιμοποιούμε για την υπηρεσία αυτή έχουν τη δυνατότητα, μαζί με την επιστολή που πληκτρολογούμε, να στέλνουν και συνημμένα οποιονδήποτε τύπο αρχείων. Αυτή είναι και η δυνατότητα που τα έχει καταστήσει πολύ δημοφιλή, επειδή χρησιμοποιώντας την εφαρμογή ταχυδρομείου στέλνουμε αρχεία όπως κειμένου, προγραμμάτων, γραφικά, εικόνες, κλπ.

Η υπηρεσία αυτή βασίζεται στον εξυπηρετητή ταχυδρομείου (Mail Server) που διαθέτουν όλοι οι παροχείς Internet. Εξυπηρετητή μπορούν να τοποθετήσουν επίσης όλοι οι υπεύθυνοι των τοπικών δικτύων, φορέων και εταιρειών, όπως για παράδειγμα πανεπιστήμια, σχολεία, επιχειρήσεις ώστε να εξυπηρετούν τα μέλη τους.

Η αποστολή και λήψη βασίζεται στα δύο γνωστά πρωτόκολλα ταχυδρομείου που είναι των εισερχομένων και εξερχομένων μηνυμάτων.

A. Πρωτόκολλο εισερχόμενης αλληλογραφίας POP (Post Office Protocol)

Ο σκοπός αυτού του πρωτοκόλλου είναι να επιτρέπει στον σταθμό εργασίας του χρήστη να λαμβάνει την αλληλογραφία του από έναν εξυπηρετητή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Όσο αφορά την εισερχόμενη αλληλογραφία υπάρχουν δύο ειδικά πρωτόκολλα τα οποία διαφέρουν ως προς τον τρόπο λήψης των μηνυμάτων και αυτό εξαρτάται από το αν τα μηνύματα θα διαγραφούν από τον εξυπηρετητή της αλληλογραφίας του παρόχου μας, αφού τα λάβουμε στον δικό μας υπολογιστή, ή θα εξακολουθήσουν να υπάρχουν και εκεί.

Τα ειδικά πρωτόκολλα λήψης μηνυμάτων POP και IMAP

Το IMAP είναι η συντομογραφία του (Internet Message Access Protocol) , ενώ το POP προέρχεται από το (Post Office Protocol). Αυτά είναι τα δύο πρωτόκολλα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

- *Χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο **POP** συμβαίνουν τα εξής:*
Όταν ανοίγουμε το mail γίνεται η ανάκτηση όλων των μηνυμάτων από τον Εξυπηρετητή (Server) αλληλογραφίας στον υπολογιστή μας. Γίνεται διαγραφή της αλληλογραφίας από τον server και αυτή είναι η προεπιλεγμένη χρήση του POP. Αυτός είναι και ο λόγος που δεν μπορούμε να τα ξανακατεβάσουμε από άλλη συσκευή επειδή ήδη κατέβηκαν από μία. Ωστόσο, οι περισσότεροι πελάτες του POP ρυθμίζουν την επιλογή να μην διαγράφονται τα μηνύματα από τον server.
- *Χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο **IMAP** συμβαίνουν τα εξής:*
Το πρωτόκολλο IMAP μας επιτρέπει να έχουμε πρόσβαση στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο όπου και αν βρισκόμαστε και από οποιαδήποτε συσκευή. Αυτό συμβαίνει επειδή τα μηνύματα δεν διαγράφονται από τον mail server όπως συμβαίνει με το POP.

B. Πρωτόκολλο εξερχόμενης αλληλογραφίας SMTP (Simple Mail Transfer Protocol)

Το SMTP είναι ανεξάρτητο από το συγκεκριμένο υποσύστημα μετάδοσης και απαιτεί μόνο ένα αξιόπιστο αποκλειστικό κανάλι για στοίβες δεδομένων. Ο σχεδιασμός του SMTP βασίζεται επιγραμματικά στο ακόλουθο μοντέλο επικοινωνίας:

Έστω ότι είμαστε συνδρομητές του COSMOTE και θέλουμε να στείλουμε ένα ηλεκτρονικό μήνυμα σε κάποιον φίλο μας που έχει πρόσβαση στο Internet μέσω κάποιου παροχέα στις ΗΠΑ. Στέλνοντας το μήνυμα μας, ο εξυπηρετητής ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του παροχέα μας, ελέγχει θετικά ή αρνητικά τη δυνατότητα να παραλάβει ή όχι μήνυμα. Έπειτα, ελέγχει την διεύθυνση και την ταυτότητα του παραλήπτη και στέλνει το μήνυμα στον εξυπηρετητή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μέσω του οποίου έχει πρόσβαση ο δικαιούχος. Τέλος, ο δικαιούχος παραλαμβάνει το μήνυμα από τον εξυπηρετή του παροχέα του.

Δυο λόγια για την απόκτηση E-mail από τον παροχέα μας. Το E-mail το αποκτούμε με την εγγραφή μας στον παροχέα μας. Για τη δήλωση του Email, δηλώνουμε το όνομα με το οποίο θα είμαστε μέλη (**User name**) πάντα στα Αγγλικά και τον **κωδικό** πρόσβασης.

Το όνομα που δηλώνουμε μετατρέπεται αυτόματα στο πρώτο συνθετικό της ηλεκτρονικής μας διεύθυνσης ενώ το δεύτερο είναι το όνομα του παροχέα στον οποίο έχουμε λογαριασμό. Για παράδειγμα, το δικό μου όνομα στο Internet είναι **vgiber**, αυτόματα επειδή είμαι στον παροχέα COSMOTE, το e-mail μου είναι **vgiber@otenet.gr**.

Όπως βλέπουμε, το όνομα διαχωρίζεται από τον παροχέα με το διεθνές σύμβολο της αλληλογραφίας @, που αποφασίστηκε να χρησιμοποιείται.

Με άλλα λόγια, σε μια ηλεκτρονική διεύθυνση, προηγείται το **όνομα του χρήστη**, έπεται το (@) και στη συνέχεια είναι το όνομα του παροχέα, π.χ. Cosmote,

FORTHNET ή κάποιο άλλο, και τέλος τοποθετείτε το πρόθεμα της χώρας που για την Ελλάδα είναι το **gr**.

Δωρεάν e-mail: Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρω ότι e-mail μπορούμε να αποκτήσουμε, εκτός από τον παροχέα μας, και από άλλες εταιρείες. Αναφέρω βέβαια την πρώτη διδάξασα την Microsoft, με το γνωστό MSN Hotmail, την Google με το πασίγνωστο Gmail, την Yahoo και πολλές άλλες.

1. Η δρομολόγηση της αλληλογραφίας

Θα περιγράψω πολύ σύντομα τη διαδικασία δρομολόγησης ενός μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, από την αποστολή μέχρι την παραλαβή από τον αποδέκτη.

Το μήνυμα το οποίο αποστέλλουμε, καταλήγει στο διακομιστή (**Mail Server** μόνιμα συνδεδεμένο στο Internet) του παροχέα μας. Από εκεί, με αυτόματο τρόπο αποστέλλεται στο διακομιστή του παροχέα του αποδέκτη και αποθηκεύεται προσωρινά μέχρι να ζητηθεί από τον ενδιαφερόμενο. Πρόκειται δηλαδή για το προσωπικό μας ταχυδρομικό κιβώτιο αλληλογραφίας. Όταν ο αποδέκτης ζητήσει την αλληλογραφία από τον υπολογιστή του, τότε θα την παραλάβει από το διακομιστή του παροχέα του. Όπως βλέπουμε λειτουργεί ακριβώς όπως και το κλασικό ταχυδρομείο που γνωρίζουμε, δηλαδή αν δεν ανοίξουμε το ταχυδρομικό κιβώτιο του σπιτιού μας, η αλληλογραφία θα παραμένει εκεί.

2. Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

Τα πλεονεκτήματα από τη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου έναντι όλων των άλλων τρόπων, είναι αναμφισβήτητα πολλαπλά.

- ✓ Ταχύτητα αποστολής και λήψης.
- ✓ Δεν είμαστε υποχρεωμένοι να έχουμε ανοιχτό τον υπολογιστή μας την ώρα που μας στέλνουν ένα μήνυμα.
- ✓ Δυνατότητα συνημμένων αποστολής και λήψης αρχείων όλων των μορφών.
- ✓ Οικονομικότερος τρόπος αλληλογραφίας.
- ✓ Δυνατότητα αποστολής μηνύματος σε πολλούς αποδέκτες.
- ✓ Αποθήκευση φακέλου εφεδρείας όλων των αποσταλθέντων μηνυμάτων.
- ✓ Έλεγχος ότι ο παραλήπτης έλαβε και διάβασε το μήνυμά μας.

Μια από τις διασημότερες και καλύτερες εφαρμογές για e-mail υπήρξε για πολλά χρόνια το *Outlook Express* της Microsoft, που χρησιμοποιήθηκε από τη μεγαλύτερη μερίδα των χρηστών.

Σήμερα τα γνωστότερα και διασημότερα mail είναι τα GMAIL OUTLOOK, YAHOO, υπάρχουν και Ελληνικά με πιο γνωστό και παλαιό το In mail - In.gr, κ.α.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

Κοινωνικά δίκτυα

1. Τι είναι τα κοινωνικά δίκτυα;

Τα κοινωνικά δίκτυα είναι ένα σύνολο αλληλοεπίδρασης στις σχέσεις μεταξύ ανθρώπων. Τέτοιου είδους εφαρμογών, μεταξύ άλλων, είναι και οι **Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, Pinterest** κ.α. Οι εφαρμογές αυτές δίνουν στους χρήστες τη δυνατότητα να επικοινωνούν και να αναπτύσσουν επαφές μεταξύ τους, on line.

Πρόκειται για πλατφόρμες, οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες για ανάπτυξη, ιδιωτική και επαγγελματική επικοινωνία και δημιουργία κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων.

Με τη δημιουργία προφίλ, σε μια τέτοια πλατφόρμα, οι χρήστες μπορούν να ανεβάζουν κείμενο, εικόνες, φωτογραφίες, βίντεο, αποστολή και ανταλλαγή μηνυμάτων και πολλά άλλα.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι εικονικές κοινότητες, όπου, όμως, οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν και να αναπτύσσουν επαφές μέσα από αυτές, επειδή εμπλέκονται ταυτόχρονα και οι πραγματικές γνωριμίες. Συμβαίνει, δηλαδή, να έχουμε φίλους ιντερνετικούς εξ αποστάσεως αλλά και το αντίθετο, να έχουμε δηλαδή και πραγματικούς φίλους, αλλά και αρκετούς γνωστούς.

Βέβαια, υπάρχουν άνθρωποι που εμπλέκουν τις έννοιες του φίλου, του γνωστού, της παρέας, μιας απλής γνωριμίας πέντε λεπτών, ενός ιντερνετικού φίλου 5 χρονών, μιας ιντερνετικής πρώτης γνωριμίας που κατέληξε σε γάμο και πολλά άλλα. Όλα αυτά είναι πραγματικές καταστάσεις και δεν πρέπει να τις μπερδεύουμε στο μυαλό μας γιατί έτσι ακολουθεί η δαιμονοποίηση του διαδικτύου ενώ αντίθετως θεοποιείται μια διαζώσης γνωριμία που μπορεί και να κατέληξε στα άχρηστα.

Άρα, θα μπορούσαμε να πούμε ότι, μεταξύ των άλλων, είναι και μια πλατφόρμα πρώτης γνωριμίας των χρηστών. Επομένως, τα κοινωνικά δίκτυα συντελούν στη δημιουργία κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων, που είναι ενεργά μέλη του κοινωνικού δικτύου, με κοινά ενδιαφέροντα ή δραστηριότητες.

Μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να δημιουργηθούν ομάδες κοινωνικές, σχέσεις, φίλιες, δεσμοί, εμπορικές και χρηματικές συναλλαγές και πολλά άλλα που εκφράζουν τις ζωντανές κοινωνίες. Βέβαια, δεν λείπουν και τα αρνητικά που είναι ψεύτικες και επικίνδυνες γνωριμίες, αλλά αυτά συμβαίνουν καθημερινά και διαζώσης.

Τα κοινωνικά δίκτυα, επιτρέπουν την επικοινωνία μεταξύ δύο ή περισσότερων ανθρώπων και αυτό μπορεί να γίνει μέσω πολλών συσκευών όπως, tablets, smartphone, PC, Laptop, Smart TV κ.α.

2. Εισαγωγή και γνωριμία με τα γνωστά κοινωνικά δίκτυα

Οι πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων υπάρχουν κυρίως σε μορφή ιστοσελίδων. Εμφανίστηκαν περίπου από το 2000. Στη παρακάτω λίστα μπορούμε να δούμε τις 10 διασημότερες πλατφόρμες υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης.

Facebook
Instagram
Twitter
YouTube
Google+
Linkedin
Pinterest
Flicker

Τα κοινωνικά δίκτυα πλέον έχουν ξεπεράσει κατά πολύ τον αρχικό σκοπό και στόχο της εμφάνισής τους. Γιατί, εκτός από τη κλασική **επικοινωνία** και **γνωριμία** εισήχθησαν και όλες οι μορφές επικοινωνίας, όπως η **αποστολή αρχείων, εικόνων, βίντεο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, υπηρεσίες γνωριμιών, εμπορίου, διαφήμισης, ειδήσεων** και πολλά άλλα.

Βέβαια, οι **διαφημίσεις** και το **μάρκετινγκ** εισχώρησαν στα άδυτα των κοινωνικών δικτύων και αυτό κυρίως λόγω της στοχευμένης διαφήμισης. Φαίνεται ότι έχουν βρει μέσα σ' αυτά τα δίκτυα δίοδο για να χρησιμοποιήσουν δεδομένα και προσωπικές πληροφορίες, που οι χρήστες με κάποιον τρόπο δηλώνουν και επιτρέπουν την χρήση των δεδομένων τους ηθελημένα ή άθελα.

Αυτό που έκανε δημοφιλή τα κοινωνικά δίκτυα είναι το ότι οι ίδιοι οι χρήστες μπορούν να συμμετέχουν, να αλληλεπιδρούν και να λαμβάνουν μέρος στις καθημερινές μετρήσεις με τα **like** τους ή με την αντίθεση τους, με τα θετικά και αρνητικά τους σχόλια.

Όπως καταλαβαίνουμε, οι χρήστες με τη συμμετοχή τους προσδιορίζουν καθημερινά τα δίκτυα και δείχνουν ότι πρόκειται για και ενεργούς τρόπους επικοινωνίας μεταξύ εκατομμυρίων ανθρώπων.

Αν δούμε και τις μετρήσεις χρηστών τότε θα διαπιστώσουμε ότι η πλειοψηφία των ανθρώπων του πλανήτη, είναι εγγεγραμμένοι χρήστες των κοινωνικών δικτύων.

Στη συνέχεια θα δούμε μερικές λεπτομέρειες για τα τρία γνωστότερα κοινωνικά δίκτυα:

FACEBOOK: Τα 2 δισεκατομμύρια ενεργούς μηνιαίους χρήστες έχει μόνο το Facebook. Στην Ελλάδα μετρά πάνω από 4 εκατομμύρια. Και κάτι άλλο φανταστικό!!! 20 δισεκατομμύρια χρήστες επισκέπτονται μηνιαία το Facebook, δηλαδή το επισκέπτεται περίπου τρεις φορές ο πληθυσμός του πλανήτη κάθε μήνα.

YouTube: Έχει 1.000.000. Στην Ελλάδα 6 εκατομμύρια

Twitter: Έχει 330.000 Εδώ υπάρχει μια ιδιαιτερότητα που αφορά το μέγεθος κειμένου. Δεν είναι σαν τα άλλο δίκτυα, όπου ο κάθε χρήστης χρησιμοποιεί όσο χώρο επιθυμεί, αλλά μπορούν να χρησιμοποιήσουν μέχρι 140 χαρακτήρες για κάθε μήνυμα, με προοπτική το πολύ να διπλασιαστούν. Αυτό, όπως φαίνεται, δεν αρέσει και πολύ σε όλους στους χρήστες. Πάντως όπως και έχει, θεωρείται ένα μέσο ειδικό, δημοσιογραφικό, που δίνει την ευκαιρία για αποστολή όλων των ειδών των μηνυμάτων. Οι πολιτικοί, βέβαια, έχουν βρει το μέσον να αποστέλλουν μηνύματα χωρίς να βγουν από το γραφείο ή το σπίτι τους, χωρίς να έρχονται σε επαφή με δημοσιογράφους, πολίτες, κ.λ.π.

Η κοινωνική δικτύωση αποτελεί έναν νέο τρόπο επικοινωνίας με πάρα πολύ μεγάλες διαστάσεις. Το διαδίκτυο αποδείχτηκε ένα μέσο πολύ πρόσφορο για την επικοινωνία. Υπάρχουν, όμως, και οι δύσπιστοι που βλέπουν τα πράγματα διαφορετικά. Κατά πόσο οι δεσμοί που ξεκινούν ψηφιακά είναι σωστοί, αν αντέχουν στο χρόνο, πως επηρεάζουν τους ανθρώπους, τα συναισθήματα τη σκέψη, πως γίνεται η επικοινωνία ψηφιακά και πολλά άλλα.

Από την άλλη δεν αλλάζει στην ουσία κάτι μέσω δικτύου. Απλά η μετάδοση μιας πληροφορίας μπορεί να γίνει ταχύτατα και άμεσα. Δεν καταργείται η ανθρώπινη αλληλεπίδραση.

Θυμήθηκα τώρα κάτι τραγικό που έχει σχέση με την **είδηση** και τις **ανθρώπινες σχέσεις**. Όταν ήμουν μαθητής, μερικές φορές υπήρχε κάποια κινητικότητα στη γειτονιά, επειδή περίμεναν κάποιον βουλευτή. Τελικά έρχονταν ο κύριος, κάθονταν όλοι γύρω γύρω και άρχισε αυτός να μιλάει. Εννοείται ότι μετέφερε ειδήσεις και ενημέρωνε τους χωρικούς. Οι άνθρωποι της εποχής δεν είχαν σχεδόν κανένα μέσον επικοινωνίας, επειδή οι περισσότεροι στερούνταν ακόμα και αυτό το ραδιόφωνο, μοναδικό μέσο επικοινωνίας. Οπότε, ο κύριος αυτός μπορούσε ανεξέλεγκτα να λέει ότι θέλει και οι άλλοι να πιστεύουν. Αυτό με το σημερινό σκεπτικό φαντάζει σαν διαδικασία του παραλόγου, ήταν τελείως έξω από κάθε λογική. Μερικοί αυτό το λένε επικοινωνία σωστή μόνο και μόνο επειδή γίνεται δια ζώσης. Μα τι να το κάνει ο κόσμος αυτό; Τι παρέχει και ποια είναι η χρησιμότητα του; Γιατί είναι καλύτερη αυτή η επικοινωνία από τη σημερινή ψηφιακή που σε 2 λεπτά μαθαίνουμε τη είδηση που έλαβε χώρα σε οποιαδήποτε άλλη χώρα του πλανήτη; Που ακριβώς βρίσκεται η εικονική πραγματικότητα της επικοινωνίας; Γιατί η γνωριμία μέσω κοινωνικών δικτύων είναι εικονική; Τι είναι το δίκτυο; Δηλαδή παντρεύτηκε κανείς απευθείας από το δίκτυο στην εκκλησία ή στον Δήμο, χωρίς να συναντήσει προηγουμένως το έτερον ήμισυ και να έχουν βγει για γνωριμία; Αυτά είναι τα ερωτήματα της μερίδας των ανθρώπων που είναι υποστηρικτές των δικτύων.

Άντε τώρα να σας πω πως παντρεύτηκε η γιαγιά μου η Πολυξένη όταν δεν υπήρχαν κοινωνικά μέσα (1910). Ο παππούς μου είχε φίλο έναν καμηλιέρη που έκανε με-

ταφορές και τον φιλοξενούσε επειδή είχε μεγάλη αυλή για να «παρκάρουν» οι καμήλες. Κάποια μέρα συνεννοήθηκαν, μαζί με το εμπόρευμα να τον φέρει από ένα χωριό της Θεσσαλονίκης και μία κοπέλα που έλεγαν Πολυξένη. Όμως, επειδή ήταν λίγο μεγάλος... καμιά 30ριά χρονών και η κοπέλα 16, της έδειξαν την λάθος φωτογραφία (δήθεν) δηλαδή έδειξαν τη φώτο κάποιου άλλου πιο ωραίου. Όταν ήρθε η κοπέλα στο επόμενο αγώγι, κατάκοπη με τις καμήλες, πρόσεξε ότι δεν έμοιαζε με την φωτογραφία αλλά δέχτηκε. Λοιπόν αυτό μου το έλεγε αρκετές φορές όταν ήμουν μικρός και εγώ γελούσα. Κάποια μέρα της έκανα την ερώτηση, **καλά βρε γιαγιά αφού δεν σ'αρεσε γιατί δεν έφυγες;** Η απάντηση ήταν ιστορική, «**ξέρεις παιδί μου 9 ώρες με την καμήλα ποιος γυρνά πάλι πίσω...**», αυτό ήταν, πάντως με τον καιρό τον συνήθισε τον παππού μου και τον αγάπησε, έτσι έλεγε. Υιοθέτησαν και δύο παιδάκια που έμειναν ορφανά, έκαναν και άλλα εφτά δικά τους. Αυτά.

Και για να έχετε μια πιο πλούσια άποψη, θα σας πω και πως παντρεύτηκε ένας καλός μου θείος το 1938. Όταν γύρισε ένα βράδυ από το χωράφι, όργωνε όλη μέρα με το μουλάρι, διέκρινε κάποια αμηχανία στο σπίτι από τους γονείς του, σαν να ήθελαν να τον ανακοινώσουν κάτι αλλά φαίνεται ήταν δύσκολο. Τελικά το ξεφούρνισαν λέγοντας, «να εμείς σήμερα είπαμε να σε αρραβωνιάσουμε...» Ωχ, άγαλμα ο θείος. Πώς να ρωτήσει τώρα με ποια έγινε το χαρμόσυνο γεγονός. Τελικά μετά από καμιά ώρα και από άσχετα μπουχαμπέτια, το είπαν, δεν ήταν από την γειτονιά αλλά από την διπλανή γειτονιά, σιγά το πράγμα. Πάντως την γνώριζε, δηλαδή ήξερε ποια ήταν, εξάλλου από το ίδιο χωριό ήταν αυτό έλλειπε. Αφού έφαγε το σοκ και βγήκαν και έξω βόλτα την πρώτη φορά χωρίς να μιλούν, γιατί δεν είχαν να πουν και τίποτα, μετά όλα καλά, έκαναν και πέντε παιδιά και έζησαν και 60 χρόνια μαζί. Αυτά. Μήπως σήμερα με τα social media είναι καλύτερα;

Ποια είναι η άποψή μου για τα δίκτυα και κοινωνικά μέσα; Θα την πω. Τόσα χρόνια υπήρχαν αρκετοί τρόποι γνωριμίας δύο ανθρώπων. Ήταν τα καφενεία, οι επισκέψεις, οι επαγγελματίες του είδους προξενήτρες, αργότερα οι χώροι, όπως καφετέριες οι Disco και τα Club. Παρένθεση, (όποιος γνωρίζονταν σ'αυτούς τους χώρους ήταν αλήτης..., γιατί σύμφωνα με μερικούς, αυτά δεν ήταν ηθικά στέκια). Στη συνέχεια η γνωριμίες γίνονταν στα μέσα μεταφοράς, στο σινεμά στα μαγαζιά κλπ. Σήμερα πάνω σ' αυτά προστέθηκαν και οι γνωριμίες μέσω κοινωνικών δικτύων που αρκετοί άνθρωποι τις δαιμονοποιούν. Και τι δεν θα δούμε ακόμα. Δηλαδή γνωρίζει μια γυναίκα κάποιον στο ιντερνέτ και τέλος; Δεν θα επακολουθήσει η φυσική τους γνωριμία; Αλλοίμονο, το δίκτυο είναι απλά ένα μέσο γνωριμίας, δεν καθορίζει τη γνωριμία. Παλαιότερα αλλά και σήμερα, υπήρξαν οι προξενιές και τα γραφεία γνωριμιών για γάμους. Σήμερα έγιναν ψηφιακά, τι άλλαξε; Τα μεν είναι κακά και τα άλλα καλά;

Απλά εκεί που πρέπει να είμαστε προσεκτικοί είναι να μην κάνουμε αλλόκοτες πράξεις. Πρέπει, δηλαδή, στο διαδίκτυο, να συμπεριφερόμαστε όπως και στην καθημερινή μας ζωή. Παλαιά μαθαίναμε στο παιδί να προσέχει στο δρόμο και να μη παίρνει τίποτα από αγνώστους. Σήμερα του λέμε, εκτός από αυτά, να προσέχει αυτούς που γνωρίζει στο διαδίκτυο και να φυλάγεται μέχρι να τον γνωρίσει καλά και από κοντά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

Σωστή χρήση νέων τεχνολογιών

ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΤΗΣ ΣΩΣΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

Η σωστή χρήση των τεχνολογιών είναι ένα κεφάλαιο που πρέπει να διδάσκεται καθημερινά σε όλους τους πολίτες ενήλικες και ανήλικους.

Πνευματικά δεδομένα: Ιδιαίτερα, πρέπει να αναφερόμαστε καθημερινά προς τα παιδιά ώστε να γίνει βίωμα για ολόκληρη της ζωής τους. Και γι' αυτό υπεύθυνοι είναι οι γονείς και το σχολείο.

Το ιντερνέτ δεν είναι ξέφραγο αμπέλι ούτε μαγαζί που ο καθένας μπαίνει μέσα, παίρνει ότι του αρέσει και δεν δίνει λογαριασμό.

Πρόκειται για νέα πράγματα, αλλά επειδή τα παιδιά από εδώ και στο εξής θα ζουν με αυτό τον τρόπο, πρέπει να διδαχτούν άμεσα και γρήγορα τους κανόνες και τη νομοθεσία.

Όταν θέλουμε να δούμε μια ταινία δεν την κλέβουμε από το διαδίκτυο αλλά την αγοράζουμε ή την νοικιάζουμε όπως γίνεται και στο Βίντεο Κλαμπ.

Σε λίγα χρόνια, (ήδη έγινε πράξη), θα ανοίξουν καταστήματα όπου δεν θα υπάρχει μέσα ούτε ένας υπάλληλος. Δεν θα υπάρχει όμως ανομία παρά τη μη αστυνόμευση από φυσικά πρόσωπα.

Σεβόμαστε τα πνευματικά δικαιώματα και προσέχουμε με τα προσωπικά δεδομένα.

Συμπεριφορά: Ένα άλλο τεράστιο θέμα είναι η συμπεριφορά μας στο διαδίκτυο. Δεν ξεχνάμε ούτε για ένα λεπτό ότι δεν είμαστε ανώνυμοι έστω και αν δίνουμε ψευδώνυμα.

Η συμπεριφορά μας πρέπει να είναι πρόποσα όπως και στη καθημερινή κανονική μας ζωή. Να είμαστε ευγενικοί, με καλούς τρόπους και σοβαροί.

Δεν ξεχνάμε ότι τα Κοινωνικά δίκτυα και η κάθε εφαρμογή των τεχνολογιών είναι για να διευκολύνει τη ζωή μας και όχι να την δυσκολεύει και να την εκθέτει σε κίνδυνο.

Η παρανομία στο διαδίκτυο έχει Νόμους που καθορίζουν ποινές. Σε μια κοινωνία, οφείλουμε να είμαστε νομοταγείς πολίτες.

Ιδιαίτερα στα προγράμματα συνομιλιών (Chat), πρέπει να είμαστε ευγενικοί και να μη κρυβόμαστε πίσω από ανύπαρκτα τείχη.

Προσοχή: Χρησιμοποιείτε τα δεδομένα της παγκόσμιας βιβλιοθήκης του διαδικτύου και της τεχνολογίας, με σύνεση, νόμιμο τρόπο και χωρίς εθισμού.

Η απασχόλησή μας με αυτό πρέπει να είναι ευχαρίστηση και όχι καταπίεση. Χρησιμοποιούμε τα δεδομένα, ψυχαγωγία, παιχνίδια, εφαρμογές, ενημέρωση με μέτρο και όχι άσκοπα.

Φροντίζουμε αδιάκοπα για την προστασία των ανηλίκων.

Η τεχνολογία πρέπει να είναι ένα χρήσιμο και όχι καταστροφικό εργαλείο. Συμβάλλει πάρα πολύ εναντίον της μοναξιάς, για εύρεση φίλων, για ψυχαγωγία, είναι μέσον διευκολύνσεων.

Υπάρχουν όμως και τα στραβά και οι στραβοί. Και η ατομική ενέργεια εφευρέθηκε για ειρηνικούς σκοπούς και βιομηχανική χρήση, κάποιος πήγε σκόρπισε το θάνατο στη Χιροσίμα και το Ναγκασάκι.

Με την ίδια λογική, υπάρχουν εκατομμύρια σωστές ιστοσελίδες, όμως υπάρχουν και σελίδες με άσεμνο υλικό, βία, παιδοφιλία, και πολλά άλλα. Έχουμε το νου μας αλλά κάνουμε και το καθήκον μας. Πρέπει να καταγγέλλουμε αμέσως ότι περίεργο πέφτει στην αντίληψή μας. Υπάρχουν αρκετές ιστοσελίδες καταγγελιών όπου εκεί οι άνθρωποι εργάζονται για ένα καθαρό διαδίκτυο. Μεταξύ αυτών είναι και οι παρακάτω:

Για ένα ασφαλέστερο διαδίκτυο

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

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΣΦΑΛΟΥΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

<https://saferinternet4kids.gr/>

SAFELINE

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

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΧΟΛΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ

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

CIBERKID

<http://www.cyberkid.gov.gr/>

Πριν ξεκινήσω αυτό το κεφάλαιο θα ήθελα να πω στους αγαπητούς μας εκπαιδευτικούς, να ακολουθήσουν προγράμματα σωστής χρήσης και ομαδικής δημιουργίας ώστε να συνηθίσουν τα παιδιά σε ποιοτικά και σοβαρά θέματα και εφαρμογές. Τα παιδιά δημιουργούν τους χαρακτήρες τους στο σχολείο και έχουν πρότυπα δασκάλους και καθηγητές. Προσπαθήστε όσο περισσότερο μπορείτε. Αυτό θα το κατανοήσετε πολύ καλά μόνο όταν φύγετε από την υπηρεσία σας.

Θέλω να πω και κάτι στους γονείς. Ο ένας πυλώνας για τη διαπαιδαγώγηση του παιδιού σας είναι το σχολείο. Όμως μη ξεχνάτε ποτέ ότι ο άλλος και σπουδαιότερος πυλώνας είστε εσείς. Δείξτε στο παιδί τη σωστή χρήση. Μιλάτε και ενημερώνετε το παιδί από πολύ μικρό και συνεχώς. Προσέχετε πως χρησιμοποιείτε την τεχνολογία μπροστά στα παιδιά σας. Να είστε επιλεκτικοί με τα προγράμματα και τις εφαρμογές που χρησιμοποιείτε εσείς οι ίδιοι. Προσοχή στο κατέβασμα αρχείων, γιατί δεν πρέπει

να αντιληφθεί το παιδί ότι κατεβάζουμε κλεμμένα προγράμματα, επειδή έτσι το διδάσκουμε πώς να γίνει κλέφτης.

Τα προγράμματα, οι εφαρμογές και τα παιχνίδια είναι δώρα που τα κάνουμε στα παιδιά σε ειδικές περιπτώσεις για να τα ενθαρρύνουμε και δεν γεμίζουμε τα συρτάρια με κλεμμένο υλικό από παιχνίδια, μουσική, ταινίες από το ιντερνέτ και ιδιαίτερα μπροστά τα μάτια των παιδιών.

Αγαπητέ γονέα πρόσεχε, δεν έχεις το δικαίωμα να προωθείς το παιδί σου σε κλεψίτυπα, επειδή στο σχολείο που πάει θα κάνει επίδειξη στα παιδιά άλλων γονέων που προσπαθούν και πασχίζουν πολύ να διδάξουν στα παιδιά τους να γίνουν χρήσιμοι άνθρωποι στην κοινωνία.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ο μεγάλος συνδυασμός της σημερινής τεχνολογίας που μπορεί να κάνει τον κάθε χρήστη να αισθάνεται ότι βρίσκεται παντού είναι το **Δίκτυο ο Υπολογιστής** και μία φορητή συσκευή όπως το **κινητό** ή ένα **tablet**.

Πριν από λίγα χρόνια, την τεχνολογία αυτού του επιπέδου την διέθεταν μετρημένοι άνθρωποι στον πλανήτη που εργάζονταν σε ειδικές υπηρεσίες όπως η **ΝΑΣΑ**, **CIA**, **FBI**, κ.λ.π.

Σήμερα, ένα παιδί μπορεί να βρεθεί ολομόναχο σε ένα δωμάτιο διαθέτοντας αυτή την τεχνολογία έτσι για πλάκα ή για να περνά την ώρα του, ή για να ασχολείται σοβαρά ή για να την χρησιμοποιεί σωστά ή όχι. Το θέμα είναι ότι αν έχει τη σωστή αγωγή και επίβλεψη των γονέων και έχει λάβει σωστή παιδεία από το σχολείο ίσως να γνωρίζει που βαδίζει, αλλιώς είναι σαν να βρίσκεται σε μία πόλη ολομόναχο.

Επομένως, αν δούμε ότι κάνει «ζαβολιές» τότε τα μηχανήματα αυτά τοποθετούνται άμεσα, στο κέντρο του σπιτιού που είναι συνήθως το σαλόνι και περνάνε από εκεί διάφορα μέλη της οικογένειας ώστε να μη νιώθει ότι είναι μόνος του. Όσο για να τα έχει στο δωμάτιό του δεν το συζητάμε καν.

Όμως, δεν δαιμονοποιούμε την τεχνολογία και δεν την αποκρύπτουμε από παιδιά, αντίθετα τα παρακινούμε και τα ενθαρρύνουμε προς σ'αυτή, έχοντας πάντα το νου μας και καταβάλουμε συνεχώς προσπάθειες για να οδηγήσουμε τα παιδιά προς τη σωστή χρήση τεχνολογιών.

Κάνουμε όμως κάτι πολύ χρήσιμο και απαραίτητο που το ονομάζω «**Το παράθυρο της μαμάς**». Τι είναι αυτό; Η διακριτική μας παρουσία. Η μαμά πάντα γνώριζε και γνωρίζει και θα πρέπει να γνωρίζει που είναι και τι κάνει το παιδί. Στη μαμά επιτρέπονται τα πάντα επειδή έχει να προστατέψει παιδιά, όλα τα άλλα είναι θεωρίες για άσκοπα «μουχαμπέτια».

Το λέω παράθυρο επειδή και εγώ όταν έπαιζα όλη μέρα μπάλα στην αλάνα, γνώριζε η μάνα που ήμουν, είχε τον τρόπο της και τότε και τώρα.

Τώρα, πέρα από αυτή την απότομη εισαγωγή, στο κεφάλαιο αυτό θα δούμε τα καλά και τα οφέλη της τεχνολογίας που μπορούν να βοηθήσουν μικρούς και μεγάλους, γονείς και δασκάλους για να διευκολύνουν τη ζωή τους και όχι να την δυσκολέψουν.