



DIMELI4AG

ΔΙΑΠΑΙΔΑΓΩΓΗΣΗ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΕΡΓΟ ΠΟΛΙΤΟΤΗΤΑ: Ένα
χρήσιμο εργαλείο για την ενίσχυση της κριτικής σκέψης και των
δημοκρατικών αξιών

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ 2: Τομέας ΜΜΕ

Θέμα 2: Νέα ΜΜΕ

Περιγραφή θεματικής ενότητας

Ο Τομέας των Μέσων Ενημέρωσης αποτελείται από μικρότερους τομείς που σχηματίζουν μια ομάδα από μέσα επικοινωνίας και εργαλεία που χρησιμοποιούνται για την αποθήκευση και μετάδοση (ή διάδοση) πληροφοριών. Όπως είπε ο Kung (2008), “ο τομέας των μέσων ενημέρωσης δεν είναι μόνος του, αλλά είναι η συσσώρευση πολλαπλών τομέων που έχουν ως κοινή δραστηριότητα την δημιουργία περιεχομένου”. Η ενότητα θα παρουσιάσει την έννοια των Παραδοσιακών Μέσων και την μετάβαση στα Νέα Μέσα.

Θέματα

Η ενότητα καλύπτει τα ακόλουθα θέματα:

- Θέμα 1: Παραδοσιακά ΜΜΕ
- Θέμα 2: Νέα ΜΜΕ

Θέμα 2

Νέα ΜΜΕ



Στόχοι μαθήματος:

Σε αυτό το μάθημα θα μάθετε:

- Να αναγνωρίζετε την διαφορά μεταξύ Νέων και Παραδοσιακών ΜΜΕ.
- Για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των Νέων ΜΜΕ.



Τι είναι τα Νέα ΜΜΕ;

Τα Νέα ΜΜΕ είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται όταν θέλουμε να μιλήσουμε για τα διάφορα είδη διαδικτυακής επικοινωνίας και περιεχομένου με την χρήση των υπολογιστών.

Γενικά, τα Νέα ΜΜΕ είναι το ψηφιακό περιεχόμενο που βρίσκεται στο διαδίκτυο και στο οποίο έχουμε πρόσβαση από διάφορες συσκευές. Επιπλέον, περιέχουν διαδραστικό περιεχόμενο, αφού επιτρέπει στα άτομα να σχολιάζουν ή να δημοσιεύουν πράγματα σε άλλους τόσο σε πραγματικό όσο και σε ετεροχρονισμένο χρόνο.



Ο σκοπός των Νέων ΜΜΕ

Ο ορισμός των Νέων ΜΜΕ είναι ευρύς, αφού στις μέρες μας, μας έχουν κατακλύσει διάφορα είδη μέσων ενημέρωσης. Ως αποτέλεσμα, τα μέσα στις μέρες μας χρησιμοποιούνται με πολλούς διαφορετικούς τρόπους και για διάφορους σκοπούς, όπως:

- Για διάδοση πληροφοριών (ειδήσεων)
- Για ψυχαγωγικούς σκοπούς
- Για σκοπούς επικοινωνίας
- Για σκοπούς εκπαίδευσης
- Για το επιχειρήν
- Για προωθήσεις, εράνους κλπ.



Η επέλαση των Μέσων Ενημέρωσης

Τα μέσα ενημέρωσης ξεκίνησαν ως παραδοσιακά μέσα, όπως για παράδειγμα το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, οι εφημερίδες και τα περιοδικά, τα οποία είδαμε στο προηγούμενο κομμάτι του μαθήματος.

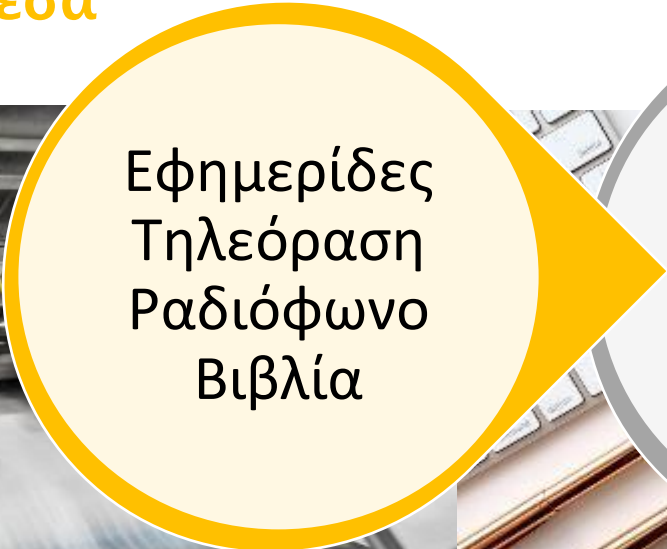
Μετά την άφιξη του Διαδικτύου στην ζωή μας την δεκαετία του 1960 όλα άλλαξαν και η Νέα Εποχή των Μέσων Ενημέρωσης ξεκίνησε.





Η επέλαση των Μέσων Ενημέρωσης

Παραδοσιακά Μέσα




Εφημερίδες
Τηλεόραση
Ραδιόφωνο
Βιβλία

Νέα Μέσα



Ιστολόγια
YouTube
Ζωντανή
μετάδοση
Ηλεκτρονικά
βιβλία

Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης



Facebook
Instagram
Twitter
Snapchat
LinkedIn

Παραδείγματα Παραδοσιακών και Νέων ΜΜΕ

Παραδοσιακά Μέσα

Νέα Μέσα

- Διαφημίσεις στην τηλεόραση
- Ραδιόφωνο
- Έντυπα
- Απευθείας ηλεκτρονικά μηνύματα
- Πινακίδες
- Πωλήσεις από πόρτα σε πόρτα



- Το SEO και το SEM είναι οι νέοι ψηφιακοί τρόποι διαφήμισης ενός προϊόντος στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πλατφόρμες της Google.
- Διαφήμιση επί πληρωμή ανά κλικ
- Μάρκετινγκ περιεχομένου
- **Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Instagram, YouTube, Twitter)**
- Μάρκετινγκ μέσω Email

Το στοχευμένο κοινό είναι το ίδιο για όλα τα μέσα; Γιατί ναι/Γιατί όχι;

Διαφορετικό στοχευμένο κοινό

Όπως βλέπουμε, κάθε ηλικιακή ομάδα έχει δικές τις προτιμήσεις. Επομένως, αν κάποιος θέλει να προσελκύσει όσο περισσότερο κόσμο μπορεί, θα χρειαστεί να χρησιμοποιήσει συνδυασμό πολλών μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Νέα ΜΜΕ), αλλά και Παραδοσιακών Μέσων.

Use of different online platforms by demographic groups

% of U.S. adults who say they ever use the following online platforms or messaging apps

	YouTube	Facebook	Instagram	Pinterest	LinkedIn	Snapchat	Twitter	WhatsApp	Reddit
U.S. adults	73%	69%	37%	28%	27%	24%	22%	20%	11%
Men	78	63	31	15	29	24	24	21	15
Women	68	75	43	42	24	24	21	19	8
White	71	70	33	33	28	22	21	13	12
Black	77	70	40	27	24	28	24	24	4
Hispanic	78	69	51	22	16	29	25	42	14
Ages 18-29	91	79	67	34	28	62	38	23	22
18-24	90	76	75	38	17	73	44	20	21
25-29	93	84	57	28	44	47	31	28	23
30-49	87	79	47	35	37	25	26	31	14
50-64	70	68	23	27	24	9	17	16	6
65+	38	46	8	15	11	3	7	3	1

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ο σκοπός τους



- Facebook: για σκοπούς γενικής κοινωνικής δικτύωσης. Μπορείτε να συνδεθείτε με άλλα άτομα, να μοιραστείτε τις σκέψεις σας με άλλους ανθρώπους, τις φωτογραφίες και βίντεο σας. Μέσω των **Διαφημίσεων στο Facebook**, οι εταιρείες στοχεύουν να προσελκύσουν συγκεκριμένες ομάδες ανθρώπων (ηλικίες, τόπους διαμονής κλπ) για να αυξήσουν τις πωλήσεις τους.



- Instagram: δημοσίευση εικόνων



- Snapchat: δημοσίευση εικόνων



- TikTok: σύντομα βίντεο



- Twitter: εστίαση στις ειδήσεις, στα πολιτικά, την κριτική, την αξιολόγηση ειδήσεων, γεγονότα, λόγια πολιτικών και άλλων ηγετών.



- YouTube: Βίντεο (για εξιστόρηση γεγονότων, ψυχαγωγία, ενημέρωση ή εκπαίδευση)

Τα πλεονεκτήματα των Νέων ΜΜΕ

1. Η επικοινωνία και μεταφορά πληροφοριών έγιναν γρηγορότερες. Μπορούμε να συνδεθούμε με άλλα άτομα από όλο τον κόσμο κάθε ώρα και απ' όπουδηποτε.
2. Μπορούν να μας **εκπαιδεύσουν**. Ακολουθώντας διάφορους ειδικούς μπορούμε να μάθουμε πολλά.
3. Μπορούμε να λάβουμε **βοήθεια** από άλλους που έχουν αντιμετωπίσει παρόμοια προβλήματα με εμάς.
4. Μπορούμε να ενημερωθούμε άμεσα για **ειδήσεις** και ό,τιδήποτε συμβαίνει στον κόσμο.
5. Μας δίνει την δυνατότητα να επεκτείνουμε και να προωθήσουμε την **επιχείρησή** μας προς όλες τις κατευθύνσεις.



Τα πλεονεκτήματα των Νέων ΜΜΕ

6. Μπορούμε να προωθήσουμε τον ευγενή εθελοντισμό και ακρατή ακτιβισμό.
7. Μπορούμε να ενημερωθούμε σχετικά με το πως να βελτιώσουμε την ζωή μας όταν έρθουμε σε επαφή με άλλα άτομα και μάθουμε για τον τρόπο ζωής τους.
8. Διευκολύνουν την ανεύρεση εγκληματιών και την αντιμετώπιση του εγκλήματος.
9. Μπορούν να βελτιώσουν την φήμη της εταιρείας εφόσον οι πελάτες αφήσουν θετικά σχόλια και κριτικές.
10. Με την δημιουργία κοινοτήτων μπορούν να μας φέρουν πιο κοντά σε άλλους ανθρώπους με τα ίδια ενδιαφέροντα και στόχους



Τα μειονεκτήματα των Νέων ΜΜΕ

1. Είναι πιο εύκολο να προσελεύσουμε συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων, επομένως υπάρχει μεγαλύτερος κίνδυνος **εκφοβισμού (cyberbullying)** (περισσότερα στην ενότητα 5).
2. Μπορούν να **παραβιαστούν τα ανθρώπινα δικαιώματα**, και οι πληροφορίες των ατόμων να χρησιμοποιηθούν εναντίον τους για να καταστραφούν τα οικονομικά τους αλλά και οι προσωπικές ζωές τους.
3. Τα περισσότερα Νέα μέσα μπρούν να γίνουν **εθιστικά**. (περισσότερα στην ενότητα 6).
4. Δίνει στους **απατεώνες** μεγαλύτερες πιθανότητες να εξαπατήσουν τα θύματα τους. Αν δεν είστε προσεκτικοί μπορεί να καταστρέψετε την **φήμη** σας (περισσότερα στην ενότητα 6)



Τα μειονεκτήματα των Νέων ΜΜΕ

6. Μπορεί να διαβάσετε πράγματα που δεν είναι αλήθεια. Υπάρχει μεγάλη **παραπληροφόρηση** αν δεν ξέρετε που να ψάξετε για αξιόπιστες πληροφορίες.
7. Δεν υπάρχει **συναισθηματική σύνδεση** με την επικοινωνία στο διαδίκτυο, αφού μιλάμε στους άλλους κρυμμένοι πίσω από μια οθόνη.
8. Μας ωθούν στην **τεμπελιά**, αφού είναι μια καλή ευκαιρία να παίξουμε με το κινητό μας.
9. Μπορούν να **αποσπάσουν την προσοχή** μας αν έρθουν πολλά μηνύματα την ίδια ώρα.
10. Μπορεί να γίνει **κακή χρήση ή κατάχρηση** (περισσότερα στις ενότητες 3 και 4).



Οι πιθανοί κινδύνοι που ελλοχεύουν με τα νέα ΜΜΕ

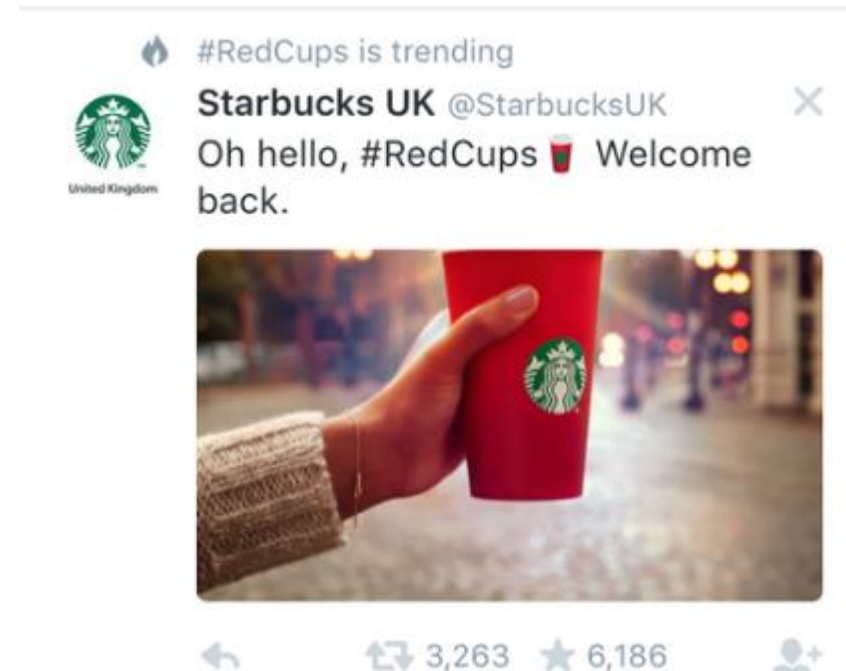
- Πρέπει να χρησιμοποιούμε την **κριτική σκέψη** μας και να **καταλαβαίνουμε** πότε μια είδηση είναι αληθινή ή ψευδής. Να χρησιμοποιούμε **αξιόπιστες πηγές** ή να προσέχουμε περισσότερο όταν μοιραζόμαστε πληροφορίες με άλλους (περισσότερα στις Ενότητες 3 και 4).
- Με την λανθασμένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, πιθανόν να καταστρέψουμε την ψυχική μας υγεία, τις σχέσεις μας και την πραγματική αλλά και διαδικτυακή ζωή μας.



Διαφημίσεις στις Πλατφόρμες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

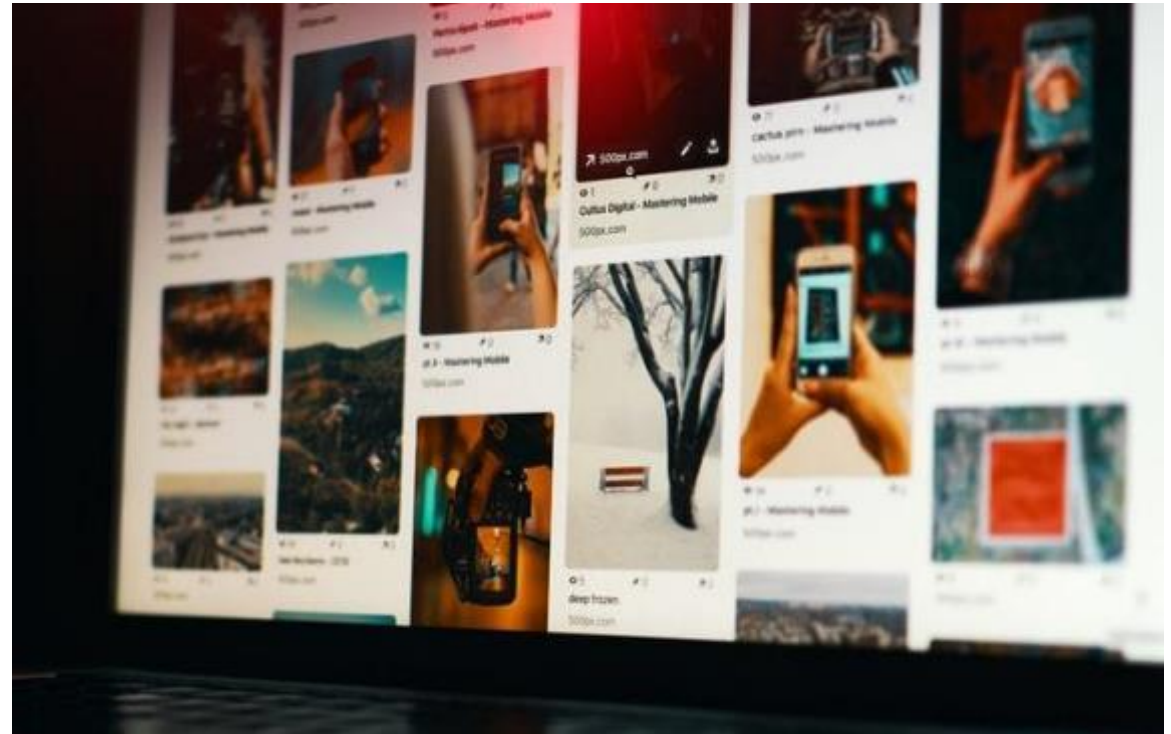
Η διαφήμιση στις μέρες μας δεν γίνεται μόνο μέσω Facebook. Οι Influencers είναι άτομα πολλούς ακόλουθους, οι οποίοι πληρώνονται για να κάνουν διαφημίσεις στους προσωπικούς τους λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Αυτό συμβαίνει αρκετά συχνά, όλη την ώρα, και μερικές φορές είναι πολύ δύσκολο να καταλάβουμε αν όντως βλέπουμε μια διαφήμιση ή αν κάποιος απλώς δημοσιεύει κάτι επειδή του αρέσει πραγματικά. Είναι σημαντικό να το θυμόμαστε αυτό με την περιήγηση μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: αν γνωρίζουμε για τις διαφημίσεις τότε αυτές δεν θα μας επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό.



Ανακεφαλαίωση

Τα Νέα ΜΜΕ είναι πολύ ισχυρά και μπορούν να φανούν πολύ χρήσιμα τόσο για εμάς, όσο και για την κοινωνία γενικότερα. Ωστόσο, όπως και με το καθετί γύρω μας, θα πρέπει να είμαστε προσεκτικοί, να μην το παρακάνουμε και να είμαστε ενήμεροι για τους πιθανούς κινδύνους που υπάρχουν.





Αναφορές

- Unplash (photo material) & Pngimg (logo photo)
- https://ddunleavy.typepad.com/new_media/2016/03/what-is-new-media.html
- <https://www.facebook.com/help/188118808357379?helpref=search&sr=1&query=fake%20news>
- <https://thriveglobal.com/stories/how-social-media-affects-our-ability-to-communicate/>
- <https://childmind.org/article/how-using-social-media-affects-teenagers/>
- <https://www.newmedia.org/post/top-social-media-of-2018>
- <https://econsultancy.com/30-brands-with-excellent-social-media-strategies/>
- <https://blog.hubspot.com/marketing/preferred-story-platforms>
- <https://www.facebook.com/help/188118808357379?helpref=search&sr=1&query=fake%20news>
- <https://thriveglobal.com/stories/how-social-media-affects-our-ability-to-communicate/>



Αναφορές

- <https://childmind.org/article/how-using-social-media-affects-teenagers/>
- <https://www.newmedia.org/post/top-social-media-of-2018>
- <https://ayaskoul.weebly.com/blog/advantages-and-disadvantages-of-new-media>
- www.youtube.com/watch?v=8XkaSouYTbg
- https://www.youtube.com/watch?v=Czg_9C7gw0o
- <https://www.rootsofaction.com/disadvantages-of-social-networking/>

Κοινοπραξία



This project has been funded with support from the European Commission. This communication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Submission Number: 2018-1-DE03-KA201-047411