

Το διαδίκτυο και η χρήση του  
στην επικοινωνία.

Μηχανές αναζήτησης &  
Υπηρεσίες Web 2.0

# Εργαλεία για συλλογή Πληροφοριών

- Μηχανές αναζήτησης
- Βιβλιογραφικές Βάσεις δεδομένων

Google

Bing

Ask

YAHOO!

Yandex



DuckDuckGo

Baidu 百度

WOW

# Μηχανές Αναζήτησης

- Μια **μηχανή αναζήτησης** χρησιμεύει στην αναζήτηση κειμένων και αρχείων στο [Διαδίκτυο](#).
- Οι μηχανές αναζήτησης είναι ένα σύνολο προγραμμάτων που μαζεύουν την πληροφορία από το διαδίκτυο, την αποθηκεύουν, την αναλύουν και μετά την παρουσιάζουν στον χρήστη με βάση την αναζήτηση που έχει κάνει
- Google, Yahoo, Bing, Yandex, Baidu

# Μηχανές Αναζήτησης

- Στο επαγγελματία της επικοινωνίας χρησιμεύει σε διάφορα πράγματα όπως
- Την αναζήτηση πληροφοριών για την προσωπική του ενημέρωση και εξέλιξη πάνω σε θέματα επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων
- Την αναζήτηση πληροφοριών και νέων που αφορούν την επιχείρηση η φορέα στον οποίο εργάζεται

# Μηχανές Αναζήτησης

- Η γνώση επίσης της λειτουργίας των μηχανών αναζήτησης είναι απαραίτητη στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ.

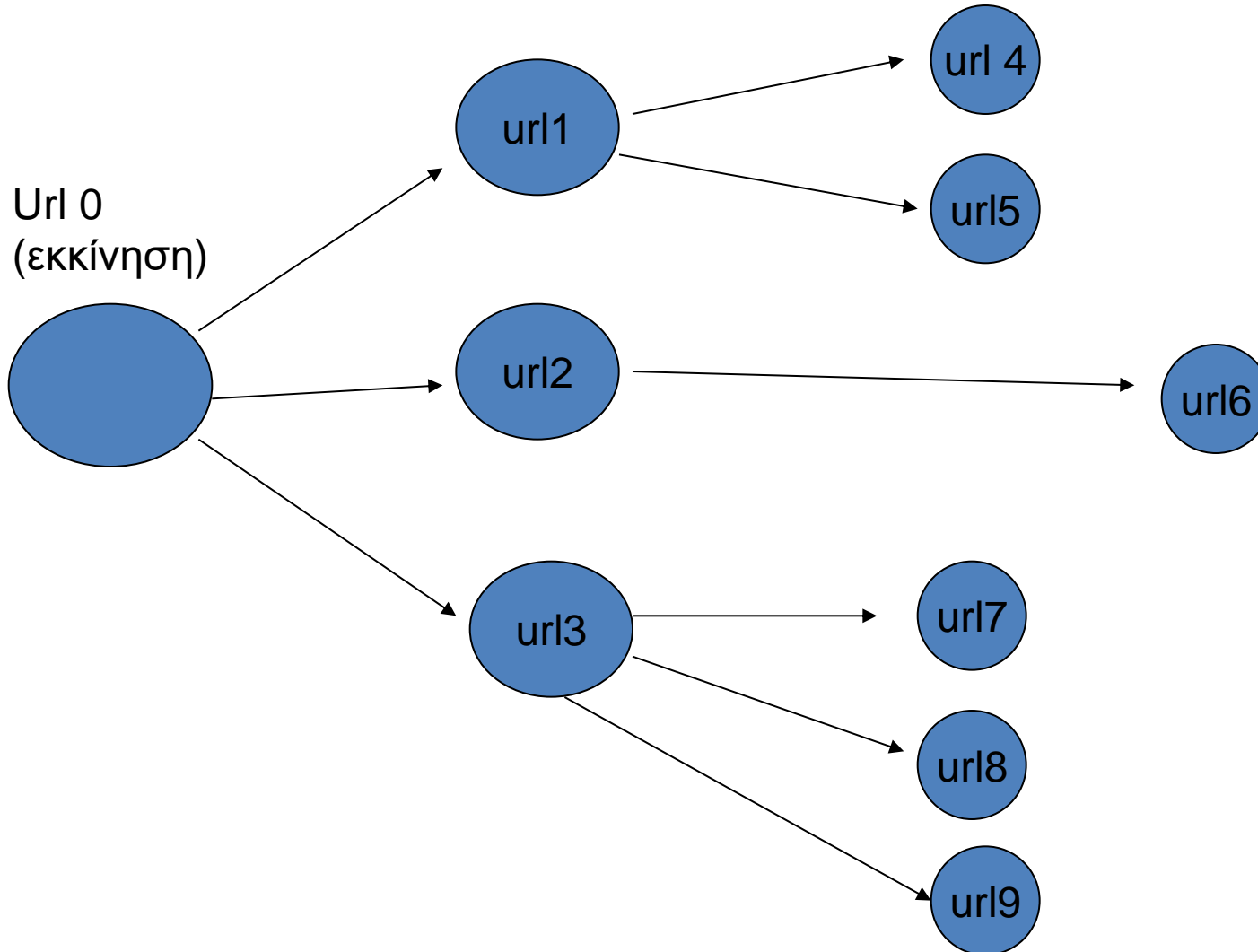
# Μηχανές Αναζήτησης- πώς δουλεύουν

- Οι μηχανές αναζήτησης είναι προγράμματα που επιτρέπουν την αναζήτηση με **λέξεις-κλειδιά** (*keywords*) σε τεράστιες βάσεις δεδομένων.
- Αυτές οι βάσεις δεδομένων περιέχουν αντίγραφα εκατομμυρίων ιστοσελίδων του World Wide Web που συλλέγονται αυτόματα από ειδικά προγράμματα, τα οποία μπορεί να έχουν διάφορες ονομασίες (spider, crawler, robot κλπ.), αλλά εκτελούν ουσιαστικά την ίδια εργασία. Έτσι λοιπόν, μία μηχανή αναζήτησης αποτελείται από τρία βασικά μέρη:

# Spider η Crawler

- ***Τον Spider (ή Crawler ή Robot κλπ.):*** ένα ειδικό αυτόματο πρόγραμμα που επισκέπτεται ιστοσελίδες, τις «διαβάζει», τις αποθηκεύει και έπειτα ακολουθεί τις **υπερσυνδέσεις (*hyperlinks*)** των ιστοσελίδων αυτών προς άλλες ιστοσελίδες. Κατά καιρούς (π.χ. μία φορά το μήνα) ο spider επιστρέφει στις ιστοσελίδες που έχει ήδη επισκεφτεί ψάχνοντας για αλλαγές.

Ένας crawler ξεκινάει από μια ιστοσελίδα (url 0) και ακολουθώντας τα url της επισκέπτεται και αποθηκεύει και άλλες ιστοσελίδες (url1,url2,url3). Στην συνέχεια ακολουθεί τα urls από τις σελίδες αυτές για να επισκεφτεί και να αποθηκεύσει περισσότερες ιστοσελίδες (url4..url9)





# Ευρετήριο

- **Το Ευρετήριο (Index):** μία τεράστια βάση δεδομένων που περιέχει αντίγραφα όλων των ιστοσελίδων που επισκέφτηκε και «διάβασε» ο spider. Όταν ο spider ανακαλύψει αλλαγές σε κάποιες ιστοσελίδες, τότε ενημερώνονται και τα αντίγραφα στο ευρετήριο. Βέβαια, το τι ακριβώς αντιγράφει στο ευρετήριο ο spider εξαρτάται από κάθε μηχανή αναζήτησης. Οι περισσότερες αξιόλογες μηχανές διαθέτουν το πλήρες κείμενο των ιστοσελίδων στο ευρετήριό τους, υπάρχουν όμως και κάποιες που ευρετηριάζουν μόνο τον τίτλο μιας ιστοσελίδας και τις πρώτες γραμμές κειμένου.

# Μηχανισμός Αναζήτησης

- ***Τον μηχανισμό αναζήτησης:*** το πρόγραμμα που ερευνάει το ευρετήριο για να βρει ιστοσελίδες που ταιριάζουν στις λέξεις-κλειδιά της αναζήτησης που έθεσε ο χρήστης. Συνήθως ιεραρχεί τα αποτελέσματα της αναζήτησης με βάση κάποια κριτήρια (βλ. *Κριτήρια ιεράρχησης αποτελεσμάτων*).

# Το αόρατο Web

- Αυτό που πρέπει να έχει πάντα υπ' όψιν του ο χρήστης είναι ότι
- **οι μηχανές αναζήτησης δεν καλύπτουν το σύνολο του World Wide Web.**
- Το σκεπτικό πίσω από την λειτουργία των spiders είναι ότι όλες οι ιστοσελίδες του World Wide Web είναι κατά κάποιον τρόπο συνδεδεμένες μεταξύ τους. Θεωρητικά λοιπόν ακολουθώντας τις υπερσυνδέσεις τους είναι σε θέση να επισκεφτούν, αργά ή γρήγορα, όλες τις σελίδες που υπάρχουν στο Web. Πρακτικά βέβαια αυτό δεν είναι δυνατό,

# Θεματικοί κατάλογοι

- Οι περισσότερες μηχανές αναζήτησης προσφέρουν επίσης καταλόγους ιστοσελίδων οργανωμένους σε θεματικές ενότητες, στους οποίους ο χρήστης μπορεί να πλοηγηθεί αναζητώντας κάτι που τον ενδιαφέρει.
- Οι **θεματικοί κατάλογοι** είναι συλλογές από υπερσυνδέσεις, οι οποίες είναι κατηγοριοποιημένες σε θεματικές ενότητες και υποενότητες

# Σχετικά με την Google

- Εγγραφή στο Google Search Console
- Εγγραφή στο Google My Business

# Κανόνες Ιεράρχησης

- Οι κανόνες ιεράρχησης διαφοροποιούνται από μηχανή αναζήτησης σε μηχανή αναζήτησης
- Σε γενικές γραμμές όμως, οι δύο κυριότεροι κανόνες, που ακολουθούνται από όλες τις μηχανές αναζήτησης για την ιεράρχηση των αποτελεσμάτων, αφορούν την
  1. τοποθεσία και την συχνότητα των λέξεων-κλειδιών (με τα οποία γίνεται η αναζήτηση) μέσα σε μία ιστοσελίδα
  2. Την σημαντικότητα της ιστοσελίδας

# Τοποθεσία και συχνότητα λέξεων κλειδιών

- Θεωρούνται πιο σχετικές οι ιστοσελίδες που περιέχουν τον όρο της αναζήτησης στον *τίτλο*, στην *πρώτη επικεφαλίδα* ή στις *πρώτες παραγράφους κειμένου*. Επίσης μεγάλη σημασία έχει η συχνότητα με την οποία εμφανίζονται οι όροι της αναζήτησης σε μία ιστοσελίδα σε σχέση με άλλες λέξεις

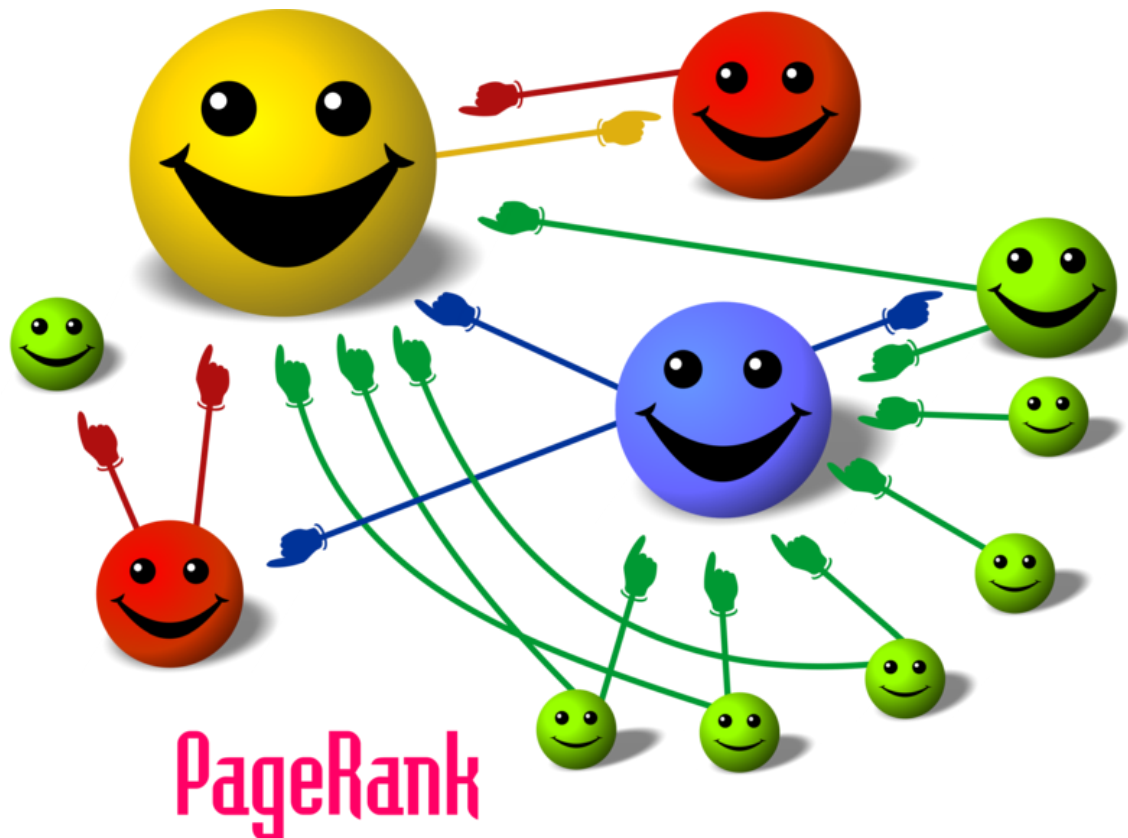
# Σημαντικότητα της ιστοσελίδας

- Η σημαντικότητα μιας ιστοσελίδας προκύπτει από την **ανάλυση υπερσυνδέσεων**.
- Οι σελίδες που είναι πιο σημαντικές είναι οι σελίδες οι οποίες έχουν πολλά εισερχόμενα links (incoming links). Δηλαδή links από άλλες ιστοσελίδες που οδηγούν στην συγκεκριμένη ιστοσελίδα.
- Τα links που προέρχονται από μια σημαντική ιστοσελίδα έχουν πιο μεγάλη βαρύτητα από links που προέρχονται από μη σημαντικές σελίδες.



# Σημαντικότητα της ιστοσελίδας

- Ένας γνωστός αλγόριθμος που ανάλυσης υπερσυνδέσεων είναι ο PageRank της Google.



# Τι κάνω για να εμφανίζεται η σελίδα μου ψηλά στα αποτελέσματα αναζήτησης

- Χρησιμοποιώ συχνά (και στον τίτλο) της ιστοσελίδας τις λέξεις κλειδιά με τις οποίες επιθυμώ να είναι αναγνωρίσιμη η ιστοσελίδα μου
- Φροντίζω με διάφορους τρόπους να με κάνουν link άλλες ιστοσελίδες. Όσο πιο γνωστές είναι αυτές οι ιστοσελίδες τόσο το καλύτερο. Αν για παράδειγμα με κάνει link ένα υπουργείο τότε αυτό με ανεβάζει στις μηχανές αναζήτησης.

Τι κάνω για να εμφανίζεται η σελίδα μου ψηλά  
στα αποτελέσματα αναζήτησης

Γενικά όμως αυτό που θα ανεβάσει την σελίδα  
μου είναι

- Η ποιότητα του περιεχομένου της. Αν η σελίδα μου είναι ποιοτική και σε συνδυασμό με τις κατάλληλες προωθητικές ενέργειες θα συγκεντρώσει το ενδιαφέρον των αναγνωστών και επομένως και πολλά εισερχόμενα links.

# Οδηγίες για Search Engine Optimization

- Εγγραφή του site στην Google Search Console
- Χρήση σωστών keywords στον τίτλο, στους πρώτες παραγράφους, στα meta descriptions και σταURLs
- Δημιουργήστε backlinks (links από άλλα sites που οδηγούν στο δικό σας)
- Ακολουθήστε τις συμβουλές της Google

# Οδηγίες για Search Engine Optimization

- Η Google έχει οδηγούς οι οποίοι καθοδηγούν σε θέματα προώθησης ιστοσελίδων
- Π.χ.  
<http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/en//webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>
- <https://www.stylefactoryproductions.com/blog/six-simple-ways-to-make-your-site-more-visible-in-google-search-results>

# Μηχανές Αναζήτησης

- Η μηχανή αναζήτησης της Google φιλοξενεί και διαφημίσεις και οργανικά αποτελέσματα.
- Η Google δεν «ανεβάζει σελίδες» στα οργανικά αποτελέσματα αναζήτησης με αντάλλαγμα χρήματα
- Οι διαφημίσεις αντίστοιχου περιεχομένου ανταγωνίζονται η μια την άλλη με κανόνες του Adwords (συνδυασμός χρημάτων και παραμέτρων ποιότητας)

# Data Centers

- Τα δεδομένα των μηχανών αναζήτησης (ευρετήριο) φιλοξενούνται σε data centers σε διάφορα μέρη του κόσμου
- <https://www.youtube.com/watch?v=XZmGGAbHqa0>
- <https://www.youtube.com/watch?v=zDAYZU4A3w0>
- <https://www.youtube.com/watch?v=avP5d16wEp0>

# Πηγές για το πώς δουλεύουν οι μηχανές Αναζήτησης

- Πηγή  
[http://pacific.jour.auth.gr/totsidou/Search\\_Engines\\_in\\_the\\_WWW.htm](http://pacific.jour.auth.gr/totsidou/Search_Engines_in_the_WWW.htm)
- [http://www.youtube.com/watch?v=NW1h\\_yh5\\_v0](http://www.youtube.com/watch?v=NW1h_yh5_v0)



# Άλλες υπηρεσίες Ιντερνετ

- Email
- Μεταφορά Αρχείων FTP
- Απομακρυσμένη Εκτέλεση προγραμμάτων
- Συνομιλία με άλλους χρήστες (chat)
- Υπηρεσία τηλεδιάσκεψης
- Υπηρεσίες συζητήσεων
- Ιστοσελίδες
- Υπηρεσίες Web 2.0 (blogs, social media)

# Email

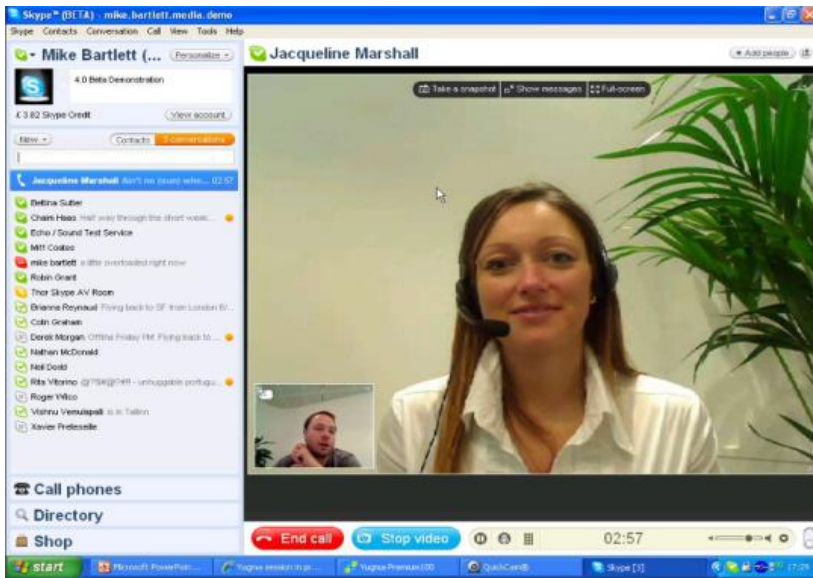
- Μας δίνεται συνήθως από τον παροχέα ή από τον φορέα από τον οποίο εργαζόμαστε (ή είμαστε φοιτητές), ή και από υπηρεσίες που τα προσφέρουν δωρεάν π.χ google.
- Η διεύθυνση email αποτελείται από 2 τμήματα (π.χ [tsakyridis@otenet.gr](mailto:tsakyridis@otenet.gr))
- Τυπικά προγράμματα λήψης και ανάγνωσης email, Outlook
- Στα webmail μπορούμε να έχουμε πρόσβαση και από έναν Browser
- Υποστηρίζει βοηθητικές λειτουργίες όπως κοινοποίηση, ιδιωτική κοινοποίηση, προώθηση, ανάγνωση απεσταλμένων κτλ
-

# Email

- Είναι χρήσιμο στον επαγγελματία της Επικοινωνίας για:
- Προσωπική επικοινωνία
- Εταιρική επικοινωνία για την αποστολή Δελτίων τύπου και ενημερωτικών δελτίων (newletters)

# Τηλεδιασκέψεις

- Οι τηλεδιασκέψεις μπορούν να πραγματοποιούνται με ακριβή συστήματα η με απλά λογισμικά όπως το Skype



# FTP

- Το FTP είναι ένα πρωτόκολλο με το οποίο μπορούμε να μεταφέρουμε αρχεία μεταξύ υπολογιστών. Από έναν FTP server μπορούμε να κάνουμε Download αρχεία και επίσης να κάνουμε upload αρχεία.
- Π.χ για να ανεβάσουμε αρχεία στον Server που φιλοξενεί την ιστοσελίδα μας χρησιμοποιούμε ένα πρόγραμμα FTP

# Απομακρυσμένη εκτέλεση προγραμμάτων

- Υπάρχουν υπηρεσίες (π.χ Telnet, Remote Desktop, SSH, teamviewer) που μας επιτρέπουν να συνδεόμαστε με έναν απομακρυσμένο υπολογιστή και να δουλεύουμε αλληλεπιδραστικά στον υπολογιστή αυτόν χρησιμοποιώντας τα προγράμματα του.
- Μπορούμε έτσι να εκμεταλλευόμαστε την ισχύ και τις υπηρεσίες από υπολογιστές σε όλον τον κόσμο
- Μπορούμε επίσης να συνδεθούμε σε έναν υπερυπολογιστή και να χρησιμοποιήσουμε την ισχύ του ή να συνδεθούμε σε έναν υπολογιστή που έχει πρόσβαση σε βάσεις δεδομένων όπως διάφορες ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες.

# Chat

- Τα chat είναι μια μορφή σύγχρονης επικοινωνίας. Σήμερα έχουν αντικατασταθεί κατά πολύ από τις βιντεοκλήσεις. Εξακολουθούν όμως να υπάρχουν είτε αυτόνομα η μέσα σε υπηρεσίες όπως το Facebook (Messenger)

# Υπηρεσίες συζητήσεων

- Από παλιά υπήρχαν news groups και τα Bulletin boards τα όποια υπάρχουν μέχρι και σήμερα
- Η πιο διαδεδομένη υπηρεσία συζητήσεων είναι τα Forums
- Τα forums είναι μορφή ασύγχρονης επικοινωνίας



# Ιστοσελίδες

- Οι ιστοσελίδες χρησιμοποιούνται ευρέως από τις επιχειρήσεις και τους φορείς για την ενημέρωση του κοινού για τις δραστηριότητες και τα προϊόντα τους.
- Πολλές ιστοσελίδες σήμερα περιέχουν και αμφίδρομη επικοινωνία αφού επιτρέπουν στους χρήστες να αναρτούν σχόλια (κατόπιν έγκρισης)

# Ιστοσελίδες

- Για να φτιάξει κάποιος ιστοσελίδα μπορεί να χρησιμοποιήσει
- Απλή Html (περιγραφική γλώσσα δημιουργίας ιστοσελίδων)
- Λογισμικά σχεδίασης ιστοσελίδων όπως π.χ. το Dream Weaver
- Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (π.χ. wordpress, Joomla).
- Online υπηρεσίες, Google sites, Wordpress, Weebly, Wix

# Ιστοσελίδες

Για να ανεβάσει κάποιος μια ιστοσελίδα στο διαδίκτυο θα πρέπει να έχει

- Έναν Provider η φορέα που να του παρέχει χώρο σε έναν server
- Πρόσβαση στον Server μέσω FTP
- Ένα url.

Στις online πλατφόρμες (π.χ. Google sites, Wix, Weebly κτλ.) δεν χρειάζεται να βρούμε χώρο σε server γιατί μας παρέχετε.

# Ιστοσελίδες

- **CMS**
- Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου (ΣΔΠ, **Content Management Systems, CMS**) είναι διαδικτυακές εφαρμογές που επιτρέπουν την online τροποποίηση του περιεχομένου ενός δικτυακού τόπου.
- Οι διαχειριστές μέσω του διαδικτύου ενημερώνουν το περιεχόμενο στο ΣΔΠ, το οποίο είναι εγκατεστημένο σ' ένα διακομιστή. Οι αλλαγές αυτές γίνονται αυτόματα διαθέσιμες πάλι μέσω του διαδικτύου, σε όλους τους επισκέπτες και χρήστες του δικτυακού τόπου.

# Περιβάλλον εργασίας από το Wordpress

Νέα καρτέλα x B Κλειστός αριθμός: x f (10) ΤΜΗΜΑ ΨΗΦ: x M Εισερχόμενα (5.794) x B Μανχάταν: Φορτη: x EAP forums x Πίνακας ελέγχου < x

← → ↻ [https://kastoria.teiwm.gr/dmc/wp-admin/?sucuriscan\\_lastlogin=1](https://kastoria.teiwm.gr/dmc/wp-admin/?sucuriscan_lastlogin=1) 🔍 🌟 ⚙️ 🏠

Digital Media and Communication Departme... 7 0 + Προσθήκη Options Delete Cache 🇬🇷 Ελληνικά 🌐 Γεια σου, Αλέξανδρος Κλεφτοδήμος

Σχόλια  
Staff  
Εμφάνιση  
Πρόσθετα 7  
Χρήστες  
Εργαλεία  
Ρυθμίσεις  
Page Slider  
Participants Database  
Slider Revolution  
WPML  
Sucuri Security  
SNAP|AutoPoster  
Options  
Google Analytics  
Loco Translate  
Σύμπτυξη μενού

## Πίνακας ελέγχου

Sucuri: Last login was at 30 Οκτωβρίου 2017, 13:00 με 16:30 από την IP 7.133 (79.107.207.133) ([view all logs](#))

Ο πίνακας ελέγχου του Google Analytics ενημερώθηκε στις 30 Οκτωβρίου 2017, 13:00 με 16:30. Για λεπτομέρειες, δείτε [τη σελίδα τεκμηρίωσης](#) και [τη σελίδα ρυθμίσεων του πρόσθετου](#).

This theme recommends the following plugins: *Installer Plugin, LayerSlider WP and Price Table.*  
[Begin installing plugins](#) | [Dismiss this notice](#)

### Με μια ματιά

📈 129 άρθρα 📄 24 Σελίδες

Έκδοση 4.8.3 του WordPress, με θέμα Child One Touch.

Το Akismet σταματά τα ανεπιθύμητα σχόλια από το ιστολόγιο σας. Δεν υπάρχουν τίποτα στην σειρά ανεπιθυμητών προς στιγμή.

### Δραστηριότητα

Πρόσφατα δημοσιευμένα

31 Οκτ, 00:40	Ημερίδα – Grow Greek Tourism Online- Τετάρτη 22 Νοεμβρίου
2017, 13:00 με 16:30	
31 Οκτ, 00:21	Ανακοίνωση Ορκωμοσίας Δεκεμβρίου 2017

### Γρήγορο πρόχειρο

Τίτλος

Τι έχετε στο μυαλό σας;

[Αποθ/ση](#)

Πρόχειρα [Εμφάνιση όλων](#)

Ανακοίνωση που αφορά το μάθημα Τρισδιάστατες Ψηφιακές Εφαρμογές 6 Οκτωβρίου 2017  
Το τρέχων ακαδημαϊκό έτος το μάθημα Τρισδιάστατες Ψηφιακές Εφαρμογές δεν...

Αρχείο 11 Απριλίου 2017  
Για να δείτε ολόκληρο το αρχείο εκδήλωσης ενδιαφέροντος κάντε κλικ...

Facebook and egov....docx page\_1620092314889....zip

📄 Πίνακας ... 5 Εξερ... 4 Micro... NETVIZ...p... Microsoft... Kaspersk... Microsoft... EN 8:06 πμ

Web 2.0

# Web 2.0 (περιεχόμενο παραγόμενο από τον χρήστη)

- Forums (ομάδες συζήτησης)
- Web Blogs η Blogs (ιστολόγια)
- You Tube, Vimeo (Video Sharing)

## Social Networking Sites

- Facebook, Twitter (microblogging), Instagram, Flickr

# Web 2.0 (περιεχόμενο παραγόμενο από τον χρήστη)

RSS

Συνεργατικά εργαλεία

Wikis

Digg it, Pin Interest κτλ



Τα εργαλεία του Web 2.0 αναλυτικότερα

# Ιστολόγιο

## Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων και Επικοινωνίας-Ιστολόγιο

Ιστολόγιο του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων και Έπικοινωνίας του ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας

### 2nd Conference on Crisis Communication

Οκτωβρίου 29th, 2012

University's 2nd Conference on Crisis Communication

22-23 November-Amsterdam

Quadriga University's

Το δεύτερο διεθνές συνέδριο στην διαχείριση επικοινωνιακών κρίσεων θα εστιάσει στην διαχείριση διαφορετικών ομάδων κοινού σε περίπτωση κρίσης. Στο συνέδριο θα παρουσιαστούν επιλεγμένα case studies από εταιρείες που επιτυχημένα διαχειρίστηκαν διαφορετικές ομάδες κοινού κατά την διάρκεια κρίσεων και οι συμμετέχοντες θα εξετάσουν πρακτικά εργαλεία και απόψεις σχετικά με το τι πρέπει να γίνεται η να αποφεύγεται σε περιπτώσεις κρίσεων

[http://www.crisis-communication.net/programme/?utm\\_source=hm&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=hmt](http://www.crisis-communication.net/programme/?utm_source=hm&utm_medium=email&utm_campaign=hmt)

Posted in [Conferences](#) | [Σχόλια κλειστά](#)

**PR News' Media Relations Next Practices  
Conference**

Οκτωβρίου 29th, 2012

Αναζήτηση

#### Archives

- » Οκτωβρίου 2012
- » Μαρτίου 2012
- » Δεκεμβρίου 2011
- » Ιουλίου 2011
- » Απριλίου 2011
- » Ιανουαρίου 2011
- » Δεκεμβρίου 2010
- » Σεπτεμβρίου 2010
- » Ιουλίου 2010
- » Ιουνίου 2010
- » Μαΐου 2010
- » Απριλίου 2010

#### Categories

- » [Articles](#) (6)
- » [Conferences](#) (8)
- » [Department news](#) (20)
- » [Events](#) (2)
- » [Reports](#) (2)
- » [Research](#) (8)
- » [Social Media](#) (2)
- » [Marketing News](#) (3)

# Ιστολόγιο, Weblog, Blog

Το ιστολόγιο, γνωστό συχνά με την άκλιτη ονομασία μπλογκ ' (blog), είναι μορφή ιστοχώρου. Είναι λίστα καταχωρήσεων από την πιο πρόσφατη καταχώρηση στην παλαιότερη. Το περιεχόμενο των καταχωρήσεων μπορεί είναι οτιδήποτε, όπως Νέα , πολιτικοκοινωνικός σχολιασμός, σχολιασμός των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των διασημοτήτων, προσωπικά ημερολόγια και ειδικά θέματα όπως τεχνολογία, μόδα, αθλητικά, τέχνες, γαστρονομία

(πηγή wikipedia)

Ο κοινός χρήστης του [Διαδικτύου](#) μπορεί εύκολα και δωρεάν να ξεκινήσει το δικό του ιστολόγιο μέσω υπηρεσιών όπως το Blogger

# Blogs

- Πολλοί είναι αυτοί που διατηρούν Blogs
- Πολιτικοί (<http://mimisandroulakis.blogspot.gr/>)
- Δημοσιογράφοι
- (π.χ. <https://onlinejournalismblog.com/>)
- Επαγγελματίες δημοσίων σχέσεων (π.χ. <https://www.prweek.com>)
  
- Τα Blogs χρησιμοποιούνται πολύ στην ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων και για αυτό και υπάρχει σημαντική βιβλιογραφία γύρω από το αντικείμενο αυτό

# Social Media

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει επίσης πολύ βιβλιογραφία σχετικά με την χρήση των social media στις δημόσιες σχέσεις και την επικοινωνία. Υπάρχουν επίσης πολλά παραδείγματα πετυχημένων campaigns μέσω των social media.



# Facebook

**Χαρακτηριστικά**

**Friends, posts, κοινοποιήσεις, videos, photos, chat, video-κλήσεις, hashtags.**

**Facebook groups**

**Facebook pages**

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in a white, lowercase, sans-serif font, centered within a solid blue rectangular background.

**facebook**

# X (πρωην Twitter)

## X (microblogging Platforms)

Το X (πρώην Twitter) είναι ένας [ιστοχώρος](#) κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα (μέχρι **280 χαρακτήρες** για το free account), τα οποία ονομάζονται Tweets. Τα μηνύματα μπορούν να αναγνωστούν και από μη συνδεδεμένους χρήστες, αλλά μόνο οι συνδεδεμένοι μπορούν να δημοσιεύσουν κείμενα.

### Χαρακτηριστικά του Twitter:

Tweets, Retweets,  
Followers, Following,  
Hash tags



# Video-Sharing sites

- **You-Tube – Vimeo, Daily motion**
- Οι υπηρεσίες Video –sharing είναι πολύ σημαντικές γιατί το Βίντεο είναι μια μορφή επικοινωνίας
- Το You Tube είναι μια υπηρεσία στην οποία μπορούμε να δημιουργήσουμε το δικό μας κανάλι με τα δικά μας video
- Επίσης μας δίνει την δυνατότητα να παίρνουμε στατιστικά για τα βίντεο μας
- Οι χρήστες μπορούν (αν το επιτρέψουμε) να σχολιάζουν τα βίντεο μας και να τα βαθμολογούν. Οι χρήστες μπορούν να γίνουν συνδρομητές στο κανάλι μας και να λαμβάνουν ενημερώσεις
- Οι εταιρίες, οργανισμοί και φορείς μπορούν να έχουν τα δικά τους κανάλια (π.χ visit greece)
- Το vimeo είναι επίσης άλλη μια γνωστή υπηρεσία video-sharing
- Το Daily motion είναι επίσης μια υπηρεσία



# Video-Sharing sites



# Συνδυασμός Μέσων

- Ο επαγγελματίας της Επικοινωνίας μπορεί να χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες του Web 2.0 συνδυαστικά
- Για παράδειγμα μπορεί να ανεβάσει ένα βίντεο στο You-Tube (στο οποίο να εξηγεί κάποια χαρακτηριστικά ενός προϊόντος) και στην συνέχεια να δημοσιεύει αυτό το βίντεο στους λογαριασμούς που έχει στα social media (facebook, twitter), στο blog που διατηρεί καθώς και στην επίσημη εταιρική ιστοσελίδα

# RSS

- Το ακρωνύμιο RSS, από τον αγγλικό όρο Really Simple Syndication (Πολύ Απλή Διανομή), αναφέρεται σε μία προτυποποιημένη μέθοδο ανταλλαγής ψηφιακού πληροφοριακού περιεχομένου διαμέσου του Διαδικτύου.
- Ένας χρήστης του Διαδικτύου μπορεί έτσι να ενημερώνεται αυτομάτως για γεγονότα και νέα από όσες [ιστοσελίδες](#) υποστηρίζουν RSS, αρκεί να έχει εγγραφεί ο ίδιος συνδρομητής στην αντίστοιχη υπηρεσία της εκάστοτε ιστοσελίδας

# RSS



# RSS

- Συνήθως η διαδικασία απαιτεί ένα ειδικό λογισμικό «αναγνώστη» (το οποίο μπορεί να είναι ενσωματωμένο στον [πλοηγό Web](#) του χρήστη π.χ Google Reader), όπου κάποιος πληκτρολογεί τη διεύθυνση [URL](#) της ζητούμενης ροής μιας ιστοσελίδας, ώστε να εγγραφεί σε αυτήν ως συνδρομητής. Ο αναγνώστης ελέγχει τακτικά για ενημερώσεις περιεχομένου τις καταγεγραμμένες ροές, από όλες τις διαφορετικές πηγές στις οποίες είναι εγγεγραμμένος ο συνδρομητής, αναλαμβάνοντας από μόνος του να μεταφέρει τις εν λόγω ενημερώσεις όποτε χρειάζεται και να τις συγκεντρώνει στον υπολογιστή του χρήστη (πηγή Wikipedia)

# Που το συναντάμε

- Όπου δούμε το σύμβολο



# Παραδείγματα RSS readers

- **Feedly**
- **Inoreader**
- **Pocket**
- **The Old Reade**
- <https://modularads.com/en/still-being-the-rss-relevant-in-2024-an-glimpse-at-its-possibilities/>

# Συνεργατικά Εργαλεία

- **Wikis (συνεργατικό γράψιμο)**
- **Wiki** είναι ένας τύπος [ιστοτόπου](#) που επιτρέπει σε οποιονδήποτε να δημιουργήσει και να επεξεργαστεί τις σελίδες του. Σε ένα wiki, διάφορα άτομα μπορούν να γράφουν μαζί (όχι ταυτοχρόνως). Έτσι, διευκολύνεται η συνεργασία πολλών ατόμων για τη συγγραφή ενός έργου. Αν ένα άτομο κάνει κάποιο λάθος, το επόμενο μπορεί να το διορθώσει. Μπορεί επίσης να προσθέσει κάτι νέο στην σελίδα, πράγμα που επιτρέπει την συνεχή βελτίωση και ενημέρωση. Επίσης στα wiki μπορεί να γίνεται συζήτηση. Σε ορισμένα wiki όπως η Wikipedia, μάλλον το διασημότερο wiki, υπάρχουν οι σελίδες συζήτησης γι' αυτό, αλλά σε άλλα wiki, συζήτηση μπορεί να γίνεται σε όλες τις σελίδες
- **Συνεργαστική πλοήγηση**
- Υπάρχουν υπηρεσίες όπως το Digg και το Stumbleupon που βοηθούν τους χρήστες να συνεργάζονται και υποδεικνύουν ό ένας στο άλλον σημαντικές ιστοσελίδες που αφορούν διάφορες κατηγορίες θεμάτων. Οι χρήστες επίσης ψηφίζουν για να αναδείξουν τις πιο σχετικές με το θέμα ιστοσελίδες



# Άλλες υπηρεσίες Web 2.0

Οι υπηρεσίες Web 2.0 είναι σήμερα  
αναρίθμητες

- Flickr, Instagram, Pinterest (Υπηρεσίες διαχείρισης και διαμερισμού φωτογραφιών)
- Google Drive + DropBox (λογισμικά για ανταλλαγή αρχείων μεταξύ χρηστών)
- κτλ

# Η επίδραση του Web 2.0 στην εταιρική επικοινωνία

# Προ διαδικτύου

- Πρίν το διαδίκτυο η επικοινωνία μιας επιχείρησης η οργανισμού γινόταν μέσω των ΜΜΕ και ήταν μονόδρομη

- Εταιρεία



- Δημοσιογράφος
- (τηλεόραση, Τύπος)



- Κοινό



# Στα πρώτα χρόνια του Διαδικτύου

- Το διαδίκτυο πλέον παίζει σημαντικό ρόλο.
- Οι εταιρείες και οι οργανισμοί πλέον το χρησιμοποιούν ως μέσο αδιαμεσολάβητης επικοινωνίας
- Χρησιμοποιούν για αυτό τα εταιρικά sites τα οποία εκτός από κείμενο χρησιμοποιούν και τεχνολογίες πολυμέσων όπως το βίντεο
- Η επικοινωνία και πάλι είναι μονόδρομη

# Στην εποχή του διαδικτύου

- Οι ιστοσελίδες δεν είναι κάτι εύκολα υλοποιήσιμο από τον απλό χρήστη (απαιτούνταν γνώση της HTML).
- Για να ανεβάσεις μια ιστοσελίδα χρειαζόταν να έχεις πρόσβαση σε Server.
- Το διαδίκτυο κυριαρχείται από προγραμματιστές, στην συνέχεια από Designers και τα πρώτα sites είναι δημιουργημένα έτσι ώστε να μην υπάρχει περιεχόμενο από το κοινό. Πολλές φορές τα sites θυμίζουν Brochures.

- Εταιρεία



- Διαδίκτυο (web-site)



- Κοινό



- Εταιρεία



- Social Media



- Κοινό





# WEB 2.0

- Web 2.0 η αλλιώς το διαδίκτυο όπου κυριαρχεί το περιεχόμενο που είναι προέρχεται από απλούς χρήστες (user generated content)
- Ο κάθε χρήστης έχει την δυνατότητα πλέον να δημιουργεί και να ανεβάζει περιεχόμενο
- Το περιεχόμενο μπορεί να είναι εκτός από κείμενο και πολυμεσικό (ήχος, βίντεο)

# Διαφορές του διαδικτύου από τα άλλα μέσα

- Στην πραγματικότητα το διαδίκτυο δεν αποτελεί ένα ακόμη μέσο μαζικής ενημέρωσης αλλά ένα κανάλι επικοινωνίας η μια πλατφόρμα όπου μπορούν να μεταφερθούν τα υπόλοιπα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, Τύπος).
- Τι διαφορετικό όμως προσφέρει το διαδίκτυο σε αυτά τα μέσα
  - άμεση ανακοίνωση των νέων για τις εφημερίδες, συμμετοχή του κοινού στην διαμόρφωση ειδήσεων,
  - on demand μετάδοση προγραμμάτων,
  - Web Radio
- Επίσης ένα δημοσιογραφικό site μπορεί να έχει web TV με ondemand video (π.χ Σκάι) και podcasts

# User generated Content

- Πέρα από τους κλασικούς παίκτες ,οποιοσδήποτε μπορεί να δημοσιεύει κείμενο, να παράγει εκπομπές, ντοκυμαντέρ, η να εκπέμπει μουσική μέσω των ιστοσελίδων, Blogs, και video-sharing sites όπως το You-Tube
- Πολλές ιστοσελίδες και Blogs αφήνουν τον χώρο τους ανοικτό για σχόλια

# Υπηρεσίες Διαδικτύου και επαγγελματίες της επικοινωνίας



# Επικοινωνία και Διαδίκτυο

Οι Τεχνολογίες διαδικτύου που χρησιμοποιούν κυρίως οι επαγγελματίες της Επικοινωνίας είναι οι εξής:

## **Email**

Για την καθημερινή τους επικοινωνία άλλα και για μαζική εταιρική επικοινωνία με δελτία τύπου και ενημερωτικά δελτία

## **Skype-videoconferencing**

Για προσωπική η εταιρική επικοινωνία μέσω

# Επικοινωνία και Διαδίκτυο

## **Blog**

- Για εταιρική επικοινωνία μέσω εταιρικού η και προσωπικού Blog. Πολλοί επαγγελματίες μιλούν για τα προϊόντα και τα τις υπηρεσίες της επιχείρησής τους μέσω του Blog τους.

## **Social Media**

- Για εταιρική επικοινωνία μέσω Social Media (ισχύει ότι και για τα Blogs)

# Επικοινωνία και Διαδίκτυο

- Τώρα οι επαγγελματίες της Επικοινωνίας μπορούν να απευθυνθούν απευθείας στο κοινό με σκοπό να δημιουργήσουν σχέσεις και εμπιστοσύνη μεταξύ του κοινού και της εταιρείας η του φορέα για το οποίο εργάζονται
- Μεγάλα ποσά δαπανούνταν για διαφήμιση και δημόσιες Σχέσεις μέσα από το διαδίκτυο και τα social media

# Μελέτες

- European communication Monitor  
<http://www.communicationmonitor.eu/>
- Scholar Google



# Η περίπτωση «DELL HELL»

- <https://www.theguardian.com/technology/2005/aug/29/mondaymediasection.bloggng>
- <https://www.slideshare.net/davidgracia/the-dell-hell-case>
- [https://www.slideshare.net/bnmwilliams/dell-hell-report?next\\_slideshow=1](https://www.slideshare.net/bnmwilliams/dell-hell-report?next_slideshow=1)